



**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  
2022**



# 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.....	17
6. AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES DE SERVIÇO PÚBLICO DE RÁDIO E TELEVISÃO.....	19
7. AVALIAÇÃO ESPECÍFICA .....	21
ANEXO .....	25



# 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 2022, o segundo 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.

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 2022.

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).



# RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

## 2. Metodologia do relatório

São pressupostos legais de elaboração deste relatório duas análises prévias da atividade da empresa em 2022, 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 30 de outubro de 2023. O CGI entendeu ser mais adequado não aguardar a Deliberação da ERC, cujo prazo de divulgação não se encontra previsto na legislação em vigor, para não diferir mais a apresentação deste relatório.

Em 8 de fevereiro de 2023, a RTP S.A. lançou o Procedimento de Consulta Prévia n.º 22/23 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 2022. 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 pelos membros do CGI e o seu Diretor do Secretariado Técnico, aprovou a proposta apresentada pela Deloitte Business Consulting, a qual foi adjudicada em 14 de março de 2023.

A análise do Estudo da Deloitte Business Consulting teve por base os princípios definidos no Caderno de Encargos referente à Consulta Prévia n.º 22/23.

O Estudo da Deloitte Business Consulting para 2022 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.



## **RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL**

Conselho Geral Independente

O Estudo da Deloitte Business Consulting foi definitivamente recebido pelo CGI em 27 de outubro de 2023. 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 estratégica 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.

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 prosseguiu a trajetória de sustentabilidade económica, num ano em que decresceu o investimento tecnológico, tendo o total de investimentos atingido 4,032 milhões de euros, um decréscimo de cerca de 42% face ao ano anterior. Com exceção para a “Migração da Televisão para Alta Definição”, as restantes rubricas de investimento estiveram significativamente abaixo dos valores orçamentados para o ano de 2022 o que pode ser parcialmente justificado pela crise internacional decorrente da Guerra na Ucrânia, que



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

impactou não só a disponibilidade e os preços de equipamentos, como também provocou o incremento de prazos de entrega, conforme é referido no Estudo da Deloitte.

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, no que respeita à difusão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, conforme previsto na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido;
- 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.

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:

- Fomentar uma colaboração mais estreita entre a rádio e televisão, que garanta a criação de sinergias entre os meios e, consequentemente, uma utilização mais eficiente dos recursos;
- No referente ao plano de renovação tecnológica das delegações e no Centro Regional dos Açores, assegurar que não haja redução no volume das ações de formação;
- Desenvolver um método de contabilização dos conteúdos produzidos nos centros regionais e a nível nacional, de modo a melhorar a respetiva monitorização;
- Manutenção de estudos referentes ao nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP, algo que não foi desenvolvido em 2022;
- Garantir a finalização da estrutura e estratégia específicas para a criação de conteúdos direcionados às camadas juvenis;



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- Desenvolver e melhorar processos internos de controlo da qualidade, incentivo e apoio à produção;
- Continuação do desenvolvimento do plano com vista a aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas, incluindo o plano formativo interno com vista ao desenvolvimento de competências dos trabalhadores na área da inovação;
- Desenvolver parcerias com entidades nacionais para viabilizar a disponibilização de conteúdos numa plataforma OTT garantindo uma presença mais significativa da RTP em plataformas digitais e reafirmar a sua relevância junto de um público mais amplo e diversificado;
- Preparação de cenários para as novas obrigações resultantes da revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, bem como definição das métricas para avaliação da qualidade do serviço público de média, ainda que subsista dependência de decisões governamentais;
- Conclusão do processo de reestruturação da estrutura orgânica da empresa, nomeadamente na área da informação;
- O reforço significativo e capacitação dos serviços em linha da RTP, nomeadamente do canal RTP Notícias e da sua divulgação nas redes sociais;
- Desenvolver e consolidar a criação de recomendações adaptadas a cada utilizador, no que respeita à tecnologia digital multiplataforma, assim como simplificar e tornar mais "*amigável*" a utilização e busca na RTP Play;
- Definir e realizar a estratégia para a criação de uma nova arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos;
- Investir em soluções de *middleware* que permitam simplificar os processos transversais de gestão e distribuição de conteúdos;
- Constituir e preparar equipas com capacidade rápida de ação, usando tecnologia e formação que permita a incorporação da tecnologia de *Mobile Journalism* (MOJO) e de Inteligência Artificial (IA) na empresa;
- Desenvolver programa relacionado com a igualdade de género de forma transversal nas várias funções e categorias profissionais;



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- Criar uma nova estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital;
- Promover 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, bem como o índice de satisfação dos colaboradores;
- 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;
- Realizar 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: alguns constrangimentos provocados ainda pela pandemia; a invasão da Ucrânia pela Rússia, que desencadeou crises políticas, económicas e sociais, com condicionamentos ao nível dos conteúdos Informativos, desafios para os conteúdos, para as plataformas de





## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

distribuição e, até mesmo, para os métodos de trabalho, com equipas da RTP ainda deslocadas para teletrabalho; o acompanhamento da crise política que conduziu à dissolução da Assembleia da República; a cobertura das eleições legislativas antecipadas, debates alargados com todos os líderes dos partidos com representação parlamentar e entrevistas com todos os candidatos; o Campeonato do Mundo de Futebol no Catar, que obrigou a uma grande operação informativa, nos serviços de programas de rádio e televisão e na plataforma digital RTP Notícias; em resposta ao conflito emergente na Ucrânia, o desenvolvimento e lançamento da área de Português para ucranianos, na plataforma digital RTP Ensina, com vocabulário e aulas dirigidas aos ucranianos que estão em Portugal; a ação conjunta com o Ministério da Educação com o intuito de auxiliar a integração das crianças ucranianas em Portugal, resultando no programa #EstudoEmCasa com a Ucrânia; o investimento no Centro Regional da Madeira, com a conclusão da migração da componente técnica de Definição Padrão para Alta Definição; renovação dos estúdios da rádio com um novo Visual Radio e implementação de novos emissores; 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:

- A criação de diversos formatos informativos, que proporcionaram uma dimensão formativa e educacional por meio de especialistas, noticiários, reportagens, documentários e debates, nos diversos serviços de programas, com o objetivo de oferecer ao público uma visão holística dos acontecimentos mais relevantes de 2022;
- O desenvolvimento de conteúdos que refletisse todas as áreas de interesse da sociedade, desde a Informação e o Desporto, até à Arte, Cultura e História, abordando eventos significativos para além da Guerra na Europa e das Eleições em Portugal, tais como o Jubileu da Rainha Isabel II, o Campeonato do Mundo de Futebol do Catar, bem como os centenários de Agustina Bessa Luís e José Saramago;
- 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



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

apresentarem novos projetos nas diversas áreas de conteúdos: das séries aos documentários, dos magazines à animação;

- As boas práticas na gestão da política de distribuição e investimento diversificado de produtores independentes, verificando-se uma menor concentração de investimento no *top 10*;
- O desenvolvimento do projeto de reorganização da empresa para a estratégia e obtenção de eficiências operacionais, RE7, que produziu as primeiras bases para a criação do novo modelo de desenvolvimento de conteúdos;
- O investimento da RTP em soluções digitais, por meio da renovação dos suportes obsoletos, numa abordagem multiplataforma, destacando-se a reformulação e transição dos estúdios de Rádio para o conceito de Visual Radio;
- A criação de conteúdos de formatos inovadores na área do vídeo e/ou *podcasts*, nomeadamente, na Antena1, “De Cravo ao Peito”, “A Mim Nunca”, “Escala do Clima”, “O Vinho Não Cai do Céu”, ou na Antena3, “5 Minutos de Vinho”, “Por Uma Canção”, “Bingo”;
- A colaboração com a Academia da EBU (União Europeia de Radiodifusão/European Broadcasting Union) para a realização de duas ações de produção de *podcasts*, cujo objetivo foi reforçar a oferta de cursos dedicados à criação de conteúdos digitais e formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento, bem como para a criação de novos procedimentos internos que facilitem o desenvolvimento de *podcasts* a partir de programas de televisão;
- A aposta em conteúdos adequados aos mais jovens, nomeadamente no campo da música, decisivo para fomentar a proximidade aos jovens, como por exemplo a cobertura total de vários festivais de verão, como o “NOS Alive”, o “MEO Marés Vivas”, o “Alfama Fado” ou o “Sol da Caparica”, com transmissão de concertos na televisão ou diretos na RTP Play;
- A transmissão de diversos conteúdos dedicados à música portuguesa, nomeadamente o “Festival da Canção”, “Concerto Solidário Novo Futuro —Tozé Brito (De) Novo”, “Festival ao Largo”, “Robalo Jazz Festival”, “Festival de Música da Primavera de Viseu”, “Prémio Jovens Músicos”, “Concerto de Carnaval”, “Concerto Dia da Assembleia”;



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- A aposta feita nos conteúdos de ficção, nomeadamente “iMLove”, bem como os 10 telefilmes “Contado por Mulheres”, com guiões adaptados de obras literárias portuguesas;
- A transmissão do “Festival da Canção Júnior”, na rádio *online* “Zig Zag”;
- As parcerias culturais, as iniciativas solidárias e a divulgação de campanhas, nomeadamente as desenvolvidas no âmbito da educação, literatura, ciência, cinema, música, moda, desporto, dança e tecnologia, bem como no âmbito do combate à desinformação, parcerias com órgãos de comunicação regional, com editores e artistas, e também a divulgação de museus e exposições em vários locais do país, envolvendo os serviços de programas de rádio e televisão, nacionais e internacionais, e as plataformas digitais em linha;
- O envolvimento no projeto europeu ENTR, por via da colaboração da área multimédia com parceiros de média internacionais, onde nasceram projetos como as “ENTR Talks” ou debates sobre diversas temáticas da sociedade, que tiveram lugar em várias instituições de ensino do país, com a participação e colaboração das comunidades estudantis;
- As coproduções nacionais e internacionais, realizadas com a Amazon Prime Vídeo nas séries de ficção “3 Caminos” e “Operação Maré Negra”, com a RTVE na série de ficção “Crimes Submersos”, com a France Télévisions, na série de 4 episódios “A Odisseia de Fernão de Magalhães”, com a TV Galiza na série “Chegar a Casa”;
- 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, entre outras modalidades, os seguintes: “Campeonato do Mundo de Futebol”, “FIFA Campeonato Feminino Sub 20”, “FIFA Campeonato do Mundo de Futebol Feminino Sub 17 - 2021”, “Campeonatos da Europa de Futsal Masculino e Feminino e Finalíssima de Futsal 2022”, “Campeonato do Mundo



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

Ginástica de Trampolins 2022”, “Campeonato do Mundo Ginástica”, “Campeonato do Mundo Ginástica Rítmica”;

- O investimento, na área específica de concertos, nos diversos serviços de programas de rádio: na Antena1, no domínio dos espetáculos e festivais de música de autores portugueses, com um registo de 97 concertos e *showcases*; na Antena2, a transmissão de 90 concertos em direto, dos quais 75 organizados e produzidos pela Antena2 com envolvimento de músicos portugueses, sobretudo jovens, bem como 72 concertos gravados, dos quais 31 na Fundação Calouste Gulbenkian; na Antena3, o acompanhamento de todos os grandes festivais nacionais, como o “SBSR”, o “NOS Alive”, o “NOS Primavera Sound” e o “Vodafone Paredes de Coura”;
- As transmissões na RTP Palco, a plataforma digital de conteúdos nas mais diversas artes performativas, nomeadamente o “Festival Antena2”, a 10.ª Edição do “TalkFest’22”, o “Festival Internacional de Música da Póvoa de Varzim”, a transmissão de 3 palcos do “Festival Iminente”, o “Womex”, o “Festival Jovens Músicos”, a temporada de “Música em São Roque”, a “Festa do Jazz”;
- No âmbito dos 50 anos da RTP Madeira, a emissão de diversos programas em direto realizados nos 11 municípios da Região Autónoma da Madeira, dando voz aos seus problemas e anseios, promovendo também a cultura, a gastronomia e diversidade de cada localidade;
- A transmissão na RTP Açores, dos concertos “Tempos e Lugares” e do festival “Música no Colégio”;
- A produção de conteúdos ligados à cultura *pop* nacional da Antena3, nomeadamente “Da Weasel Agora e Para Sempre”, “Grandes Malhas” e “Primeira Vez”, mantendo a produção de conteúdos exclusivos através da marca Antena 3 Docs;
- 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;



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- 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 EBITDA<sup>1</sup> positivo de 12,778 milhões de euros, assim como uma Margem EBIDTA positiva de 5,5%, registando, no entanto, um decréscimo de 9,3% face a 2021, devido sobretudo ao custo de transmissão do Mundial de Futebol do Catar. Os Fornecimentos e Serviços Externos (FSE) atingiram 37,173 milhões de euros, aumentando 1,9% face a 2021. Os gastos com pessoal atingiram 91,471 milhões de euros, 1,1% acima face a 2021. Os gastos operacionais atingiram 217,848 milhões de euros, 4,2% acima do ano anterior, verificando-se um aumento de 8,729 milhões de euros: os custos de grelha aumentaram 7,020 milhões de euros (8,8%), devido ao reconhecimento integral do custo do Mundial de Futebol do Catar. As receitas comerciais atingiram 45,556 milhões de euros, aumentando 9,3% face a 2021.

No ano em análise, a RTP atingiu resultados económicos sustentáveis, apesar de ter reduzido o seu EBITDA em 9,3% face a 2021, atingindo o valor de 12,78 milhões de euros, assim como reduziu o seu Resultado Líquido do Período em 22,1% face a 2021, atingindo o valor de 0,767 milhões de euros, cerca de 0,2 milhões de euros abaixo do ano anterior. Estes valores devem ser interpretados, considerando a aquisição dos direitos de transmissão do Mundial de Futebol do Catar.

Deve, no entanto, salientar-se, mais uma vez, ser imprescindível, para uma gestão sustentável da empresa, o 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, assim como a revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão.

---

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



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

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 condução de várias campanhas incluindo a celebração dos 65 anos da RTP e dos 50 anos da RTP Madeira;
- A presença da RTP2 nas escolas, na ambição de promover a inclusão e igualdade, com o projeto #shayhi;
- 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 elaboração do Código de Boa Conduta Para a Prevenção e Combate ao Assédio no Trabalho;
- A centralização de competências de *marketing* e gestão da comunicação digital, garantindo a uniformização intraorganizacional, tanto ao nível da comunicação interna como da comunicação externa;
- No âmbito da mobilidade enquanto fator de motivação, de desenvolvimento e de evolução, constata-se que o número de trabalhadores afetos foi de 84, sendo que destes, 14 decorreram de concursos internos e os restantes de transferências de outros processos;
- O processo de reenquadramentos e reclassificações, envolvendo um total de 80 trabalhadores, em 2022, resultante da necessidade de atribuir novas funções decorrentes da saída de trabalhadores ou processos de organização estrutural ou operacional;
- A realização de 11 blocos de formação na área do digital e dos formatos atualizados de consumo de informação e de entretenimento;
- A realização de novas admissões, nos últimos 4 anos, sendo 58% mulheres, verificando-se a existência de proatividade por parte da RTP em equilibrar a distribuição de cargos por géneros na organização;



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- A continuidade da colaboração com a Grace, empresa sem fins lucrativos que atua nas áreas da responsabilidade social e sustentabilidade;
- A continuidade da colaboração com a Associação Portuguesa para a Diversidade e Inclusão, tendo sido divulgados *webinars* com temáticas relevantes como “LGBTQI+ nas organizações: partilha de boas práticas” e “Como conciliar a Parentalidade com a Carreira Profissional?” ao longo do Mês Europeu da Diversidade;
- A parceria com a Professional Women Network e a iGen, relativamente à temática da igualdade de género;
- A participação ativa nas organizações internacionais que acompanham o funcionamento do Serviço Público de Média, nomeadamente a UER/EBU (União Europeia de Radiodifusão/European Broadcasting Union);
- Na área de Melhoria Contínua, o desenvolvimento da atividade na melhoria dos processos de trabalho e simplificação dos processos de decisão;
- A identificação de oportunidades de investimento externo, bem como de oportunidades de redução de custos e a implementação de soluções, destacando-se a gestão de projeto e reporte a um aviso da Comissão Europeia, no âmbito do programa “From Lisbon to Stockholm”, ou a candidatura a um aviso da Comissão Europeia, no âmbito do programa “Do Alentejo à Lapónia”;
- O desenvolvimento do PORTAL RTP PRODUÇÃO, com novas funcionalidades que permitem a troca de informações entre os intervenientes no processo de produção;
- A relevância da comunicação com Sindicatos e a Comissão de Trabalhadores da empresa, assim como a tomada de medidas que visaram adaptar os postos de trabalho para acomodar colaboradores com necessidades especiais;
- No âmbito do fomento e do bem estar psicológico dos colaboradores, o desenvolvimento do projeto “Quartas às Quatro” que consistiu em sessões de *mindfulness online* durante três meses, o aumento da carga horária



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

semanal de atendimento nas consultas de psicologia no Serviço Clínico de Lisboa, expandindo os recursos de apoio psicológico, incluindo *chat* e vídeo-consultas, bem como a realização de ações de sensibilização e promoção de diversas temáticas, nomeadamente "Entender a Depressão", "Psicologia Positiva", "Inteligência Emocional, "Gestão de Ansiedade e do Stress";

- A divulgação das atividades de gestão, dando continuidade à execução dos principais documentos de reporte interno e externo, fomentando a transparência das atividades e o cumprimento das suas obrigações;

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

- Lançamento de novas iniciativas externas de reconhecimento para aumentar a notoriedade externa da RTP;
- Desenvolvimento de mais conteúdos na área digital;
- Finalização do processo em curso e desenvolvimento de um novo Modelo de Carreiras e Avaliação de Desempenho;
- Criar um índice de satisfação global dos trabalhadores, e implementação de um inquérito periódico que permita quantificar o nível de satisfação geral dos colaboradores;
- Criação de um modelo organizativo mais desenvolvido 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 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 entretenimento, bem como para o desenvolvimento geral das capacidades laborais dos colaboradores;
- Desenvolvimento de parcerias com empresas dedicadas à legendagem automática;





## **RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL**

Conselho Geral Independente

- 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 melhoria das 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 2022 conclui que o relatório de gestão referente ao exercício de 2022 da Rádio e Televisão de Portugal, S.A. está de acordo com as disposições contabilísticas, legais e estatutárias. O Conselho Fiscal dá igualmente 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 2022, tendo como base o Estudo da Deloitte, que se anexa, a RTP cumpriu na totalidade as suas obrigações referentes ao cumprimento do investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente, previstas no Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e Televisão e demais legislação em vigor.

A RTP irá realizar a aferição do seu investimento num período de dois exercícios consecutivos, isto é, 2022 e 2023. Relativamente aos dados de 2022, ainda que sejam provisórios, no ano em análise registou-se um investimento de 18.889.281, 13 €, tendo a RTP excedido esta obrigação em 18, 44% (cerca de 2,94 milhões €), tendo em conta as receitas da



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

CAV de 2021. Verifica-se um aumento de investimento de 491.070,14 € face a 2021, período em que a RTP já tinha excedido consideravelmente o valor obrigatório de investimento.

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 2022, registou um menor número de projetos submetidos face a 2021, tendo, contudo, existido um aumento de processos de contratação direta pela RTP e de propostas que foram objeto de declaração que permitiu apresentarem-se aos diversos programas de apoio financeiro do ICA.

Dessas medidas, destacamos:

- A realização de duas consultas, uma de conteúdos cinematográficos e outra de conteúdos audiovisuais, conteúdos 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, 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, nomeadamente ciclos de cinema nos diferentes serviços de programas televisivos, bem como na aposta na ficção histórica;
- A divulgação em antena, com cerca de 6.238 *spots*, de filmes em exibição nas salas de cinema.

Em 2022 continuou a haver uma aposta em coproduções internacionais, com o investimento em novos conteúdos, nos serviços de programas televisivos da RTP.



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

### **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 2022, constata-se que a RTP cumpriu na generalidade as obrigações específicas, não só no âmbito dos conteúdos, mas também nas demais obrigações. Destaca-se 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; 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 CGI considera que seria desejável ter dado continuidade, em 2022, 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.

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: deverá ficar assegurado o acesso mais alargado de públicos com necessidades especiais aos conteúdos;
- Obrigação de emissão de obras criativas em língua portuguesa na RTP2: o continuado incumprimento desta meta não é aceitável;



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

- 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, limitando a emissão em simultâneo da RTP3 e reforçando a sua identidade, nomeadamente com uma informação de proximidade;
- Reponderação dos conteúdos dos serviços de programas de televisão, designadamente da RTP2 e da RTP Memória, de forma a valorizar um serviço vocacionado para conteúdos de cultura e conhecimento, sem colocar em causa a relevância da programação para os públicos infantil e juvenil, da oferta baseada no arquivo da RTP e do desporto amador, que deveriam integrar outros serviços;
- 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; mais inovação na forma e no conteúdo, abrangendo públicos mais diversificados e atentos às grandes mudanças deste século; conferir a devida relevância às modalidades de desporto amador; 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;
- Dar continuidade 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, e que não foi realizado em 2022;
- 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 2022, 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 consta dos quadros abaixo indicados.

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, ficando a avaliação final de três indicadores, agora avaliados numa base bianual, adiados para o último ano de análise do Plano Estratégico 2021-2023, sendo que um destes indicadores tem um nível de execução maior que 50% e os restantes dois um nível de execução próximo dos 50% (42% e 48%); no Capítulo B, atingiu um nível de performance elevado em 97% dos indicadores avaliados, e um nível de performance moderado em 3% dos mesmos indicadores; 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



## **RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL**

Conselho Geral Independente

do Plano Plurianual relativo às acessibilidades dos serviços de programas televisivos para pessoas com necessidades especiais.

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 138, dos quais 129 cumprem na totalidade ou têm nível de performance elevado (96%), dos restantes 9, um tem um grau de execução acima dos 50%, 6 cumprem parcialmente ou têm nível de performance moderado (4%), dois com grau de execução próximo dos 50% (42% e 48%), 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	6
Grau de execução >50% *	1
Cumpre Parcialmente	0
Grau de execução <50% *	2
Não Cumpre	0
Não avaliado	4
TOTAL	13

### Avaliação dos indicadores - Estudo B

Avaliação	Indicador
Nível de Performance Elevado	114
Nível de Performance Moderado	3
Nível de Performance Baixo	0
Não avaliado	24
TOTAL	141

### Avaliação dos indicadores - Estudo C

Avaliação	Indicador
Nível de Performance Elevado	9
Nível de Performance Moderado	3
Nível de Performance Baixo	0
Não avaliado	0
TOTAL	12

### Avaliação global dos indicadores - Estudo A, B e C

Avaliação	Indicador
Nível de Performance Elevado	129
Grau de execução >50% *	1
Nível de Performance Moderado	6
Grau de execução <50% *	2
Nível de Performance Baixo	0
Não avaliado	28
TOTAL	166



## RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

Conselho Geral Independente

\* Com base no Decreto-Lei n.º 74/2021, 25 de agosto, a avaliação das obrigações de investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente passará a ser feita numa base bianual. Assim, a RTP irá realizar a aferição do seu investimento para algumas das suas obrigações legais num período de dois exercícios consecutivos 2022 e 2023, ficando a avaliação final desses mesmos indicadores adiada para o último ano de análise do Plano Estratégico 2021-2023. Desta forma, em 2022, a análise dos KPIs<sup>2</sup> supramencionados consistiu apenas num parecer relativo ao grau de execução face ao objetivo bianual.

### 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.

Lisboa, 7 de dezembro de 2023

---

<sup>2</sup> Key Performance Indicator (Indicador-Chave de Desempenho).





# **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 2022 (Deloitte)



**Estudo de Análise do Cumprimento do Projeto Estratégico e Obrigações de Investimento em Produção Independente em 2022**

Lisboa, outubro 2023



# Agenda

---

<b>01</b>	<b>Nota Introdutória</b>	<b>3</b>
<b>02</b>	<b>Nota Metodológica</b>	<b>5</b>
<b>03</b>	<b>Critérios de Avaliação</b>	<b>9</b>
<b>04</b>	<b>Sumário Executivo</b>	<b>10</b>
<b>04</b>	<b>Estudos</b>	
	A Avaliação do investimento em produção audiovisual e cinematográfica	13
	B Avaliação do cumprimento do Projeto Estratégico da RTP	33
	C Avaliação do cumprimento das Obrigações do Serviço Público	228
<b>05</b>	<b>Listagem e síntese de indicadores</b>	<b>249</b>
<b>06</b>	<b>Glossário</b>	<b>270</b>

# 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 do Serviço Público de Rádio e Televisão (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 2022, 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 2020 e 2021. O presente relatório apresenta a avaliação de 2022 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.

## 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.: 2020 ou 2021), a mesma não foi considerada em situação de disparidade de fontes ou de metodologias de recolha de informação, face às utilizadas para de 2022.

# 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 2022.

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 1 de Setembro e fim a 30 de setembro).

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:

- Revisão de Indicadores: Revisão do conjunto de indicadores e respetivas métricas de desempenho desenvolvidas no ano de 2021, bem como da 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
  - Antena1
  - Antena2
  - Antena3
  - 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 2022 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 2022. 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 2022. 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.

# Sumário Executivo (I/III)

---

## ESTUDO A | Investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente

No que diz respeito às **obrigações de investimento na produção audiovisual e cinematográfica**, a revisão e aprovação do Decreto-Lei 74/2021 de 25 de agosto de 2021 permite que a RTP seja avaliada num período bianual que contempla os anos de 2022 e 2023. Assim, o relatório referente ao Estudo A (“Promoção nacional de obras cinematográficas e audiovisuais independentes”), apresenta uma avaliação apenas para indicadores que podem ser avaliados isoladamente para o exercício exclusivo do ano de 2022. Para os restantes indicadores, o objetivo é apresentar uma visão geral do nível de progresso das metas que obedecem à obrigação bianual mencionada anteriormente.

Em 2022, a RTP assegurou a continuidade dos investimentos na produção audiovisual e cinematográfica, registando para o total dos 13 indicadores que compõem o estudo A, 7 indicadores bianuais com um **grau de execução superior a 50%**. Em termos de investimentos obrigatórios, a empresa ultrapassou o investimento previsto para 2022 em produções portuguesas e independentes. Além disso, garantiu também alocação de verbas dentro dos valores permitidos na participação em produções cinematográficas resultantes de minisséries ou em minisséries derivadas de obras cinematográficas. A RTP cumpriu também a execução da distinção contratual nos investimentos das contrapartidas da sua participação e assegurou a diversidade ao contratar empresas produtoras independentes. Por fim, a empresa garantiu a transmissão de conteúdos coproduzidos com outros países e o investimento em coproduções internacionais.

Não obstante, é crucial em 2023 garantir o cumprimento das quatro obrigações não avaliadas e, no que diz respeito à alocação de pelo menos 25% do valor de investimento direto a obras cinematográficas e à alocação de um mínimo de 75% do montante anterior para participar em obras cofinanciadas pelo ICA ou por outros financiadores públicos, indicadores estes com um grau de execução abaixo dos 50% para o ciclo 2022-2023, garantir que existe uma compensação do montante que ficou por investir em 2022.

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

Relativamente à **Avaliação do Cumprimento do Plano Estratégico**, em 2022, verificou-se que **81% dos indicadores considerados na análise foram avaliados com um nível de desempenho elevado**. Comparativamente, em 2021, apenas 74% dos indicadores demonstraram tal nível de performance, indicando, assim, uma maior capacidade na implementação das ações estratégicas delineadas no Plano para o triénio 2021-2023. Não obstante, existem pontos de melhoria a ter em consideração para o último ano de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, bem como riscos a mitigar.

---

### Pontos Fortes

A área da **Informação**, à semelhança de anos anteriores, revela-se uma das áreas mais consolidadas da empresa. Por via da apresentação de informação plural, sólida e credível, a RTP é galardoada em 2022 como a marca de notícias mais confiável em Portugal segundo o estudo internacional “Digital News Report 2022”, publicado pelo Reuters Institute e pela Universidade de Oxford. Tendo como mote a ambição de ter nesta área “um traço distintivo da RTP”, a empresa pública desenvolveu esforços para garantir a sobriedade e separação entre notícias e opinião, assim como promover uma informação abrangente e inovadora.

# Sumário Executivo (II/III)

---

No que respeita à área de **Conteúdos**, a RTP procurou promover mais qualidade e inovação em todos os seus programas. Uma das atividades centrais foi garantir que os conteúdos fossem verdadeiramente inclusivos e diversificados, direcionados a **públicos** de todas as idades e locais de residência. Com a missão de se aproximar à diáspora, a RTP procurou fomentar os laços culturais entre as várias comunidades emigrantes por via de programas relevantes. Em resposta ao desafio de atrair a audiência mais jovem, foram desenvolvidos conteúdos com vista ao cativar destas faixas etárias, como é o exemplo do “TaskMaster” ou “Pôr do Sol”. Adicionalmente, foi conduzido um investimento significativo em plataformas digitais de forma a acompanhar os novos hábitos de consumo do público, oferecendo conteúdo em diversos formatos e multiplataforma, proporcionando uma experiência de visualização mais flexível e personalizada. Desta forma, foi mantida a continuidade na aposta da plataforma RTP Play e das suas instâncias.

Além disso, o desporto tomou um papel central em 2022, indo além das quatro linhas do futebol tradicional, abrangendo uma ampla diversidade de modalidades e escalões. Na esfera da música, a promoção de artistas nacionais manteve-se na ordem de trabalhos, sendo realizadas diferentes transmissões de grandes eventos, como concertos e festivais, como forma de enriquecer a experiência musical dos espectadores. No que toca à produção audiovisual independente, esta permaneceu como uma prioridade estratégica, tendo sido realizada uma consulta de conteúdos. Complementarmente, a RTP apostou em projetos com grande **potencial de internacionalização**, como é o exemplo da série “Maré Negra”.

No âmbito da **Tecnologia**, a RTP procurou aumentar o enfoque nas soluções digitais, suportada pela **renovação tecnológica** numa abordagem sinérgica multiplataforma. Desta forma, em 2022, foi realizado um investimento relevante no *upgrade* do Centro Regional da Madeira, com a conclusão da migração da componente técnica de Definição Padrão para Alta Definição e, ainda, na renovação dos estúdios da rádio com um novo *Visual Radio*, acompanhado da implementação de novos emissores. Aliadas a este investimento, foram conduzidas **ações de formação técnica** que complementassem os desenvolvimentos tecnológicos.

Na esfera da **Organização**, e fruto de um trabalho contínuo, a RTP, os seus programas e os seus colaboradores foram galardoados com múltiplos prémios e menções honrosas ao longo do ano em análise. Adicionalmente, deve ser reconhecida a aposta significativa em iniciativas direcionadas ao tema da saúde mental e equilíbrio entre a vida profissional e pessoal. Destaca-se por fim, a existência de resultados líquidos do exercício positivos pelo que se considera que se manteve uma **gestão de contas equilibrada**.

---

## Pontos de melhoria

Primeiramente, é fundamental fomentar uma colaboração mais estreita entre a rádio e televisão, que garanta a **criação de sinergias entre os meios** e, conseqüentemente, uma utilização mais eficiente dos recursos. Adicionalmente, e no que diz respeito ao plano de renovação tecnológica das delegações e centros regionais, é de salientar a redução no volume de **ações de formação realizadas no Centro Regional dos Açores**, que não acompanhou o investimento feito na atualização de tecnologias utilizadas.

De forma a garantir uma monitorização facilitada dos conteúdos produzidos nos centros regionais e nacionais, sugere-se o desenvolvimento de um **método de contabilização de conteúdos produzidos nestas delegações**. Simultaneamente, e numa perspetiva de coerência, é de destacar a relevância de manter a **continuidade na elaboração de estudos** referentes ao nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP, algo que não foi executado em 2022 e que, por conseguinte, não foi possível de avaliar.

# Sumário Executivo (III/III)

---

## Riscos e Dependências

No que diz respeito a **ações transversais ao triénio do Projeto Estratégico**, avaliadas através de indicadores não recorrentes, é de mencionar que existem ainda 20 indicadores do Estudo B que se mantiveram “Não Avaliados” em 2022. Deste modo, e de forma a evitar o **risco de incumprimento** para o triénio, realça-se a importância na sua execução até ao final de 2023.

Assim, é crucial em 2023 garantir a finalização da estrutura e estratégia específicas para a **criação de conteúdos direcionados às camadas juvenis**, bem como o desenvolvimento de **processos internos de controlo da qualidade, incentivo e apoio à produção**, sendo que, até ao final de 2022, não se registaram avanços significativos nesta última ação.

No que diz respeito à ambição de aumentar a **flexibilidade e eficiência das equipas**, é crucial concluir o desenvolvimento do plano correspondente durante o último ano de vigência do Projeto Estratégico; ação esta que deve ser acompanhada por um **plano formativo interno** com vista ao desenvolvimento de competências dos trabalhadores na área da inovação, também ainda por finalizar. Ainda na perspetiva da Comissão de Trabalhadores, ressalva-se a importância da **ligação do modelo de carreiras à avaliação do desempenho**, bem como a criação de uma métrica que permita desenvolver um **índice de satisfação global dos colaboradores** com a organização.

Na temática do Digital, está pendente, ainda que em estado avançado de desenvolvimento, o lançamento de um **mecanismo de recomendações** personalizadas para os utilizadores da **RTP Play**. Ademais, destaca-se a inexistência de uma **arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos**, tal como a de uma nova **estrutura** para o **desenvolvimento de conteúdos na área digital**, garantindo que os esforços realizados nestas iniciativas em 2022 são concluídos no último ano de Projeto Estratégico. Da mesma forma, será importante avançar com o desenvolvimento de parcerias com entidades nacionais para viabilizar a disponibilização de conteúdos numa **plataforma OTT**, garantindo a presença da RTP em plataformas digitais e para reafirmar a sua relevância junto de um público mais amplo e diversificado.

Adicionalmente, sublinha-se a importância da **atualização do Organograma** até ao final de 2023, que deverá contribuir para o lançamento de um **programa de reconhecimento para aumentar a notoriedade externa da RTP**.

Por fim, salienta-se ausência da preparação de cenários para as novas obrigações resultantes da revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, bem como das métricas a definir para avaliação do serviço público de média, ainda que estas sejam atividades dependentes de decisões governamentais.

## ESTUDO C | Apresentação da Análise RTP sobre o Cumprimento das Obrigações do Serviço Público 2022

No que diz respeito ao **Cumprimento das Obrigações do Serviço Público em 2022**, a RTP alcançou um **cumprimento de 75%** das suas obrigações legais relacionadas com as quotas de difusão de obras audiovisuais, de música portuguesa e de emissão de conteúdos na área das acessibilidades dos serviços televisivos. Deste modo, a RTP alcançou um nível de performance elevada em 9 de 12 indicadores no ano em análise, mais um indicador do que em 2021.

Não obstante, subsistem ainda áreas a melhorar na temática das obrigações do Serviço Público em 2022, nomeadamente os desafios enfrentados pela RTP2 na observância da quota mínima de **transmissão de obras criativas em língua portuguesa**, que manteve um padrão de não cumprimento semelhante ao do ano anterior. Adicionalmente, não foi assegurado pelo segundo serviço de programas o cumprimento das horas semanais obrigatórias de programas com **interpretação em língua gestual portuguesa**. Por último, observou-se ainda a existência de áreas de melhoria na RTP1 no contexto das **Acessibilidades**, nomeadamente no que diz respeito à **legendagem em teletexto**.

---

# 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 2022 e impacto no mercado de produtores independentes.*

---

# VISÃO GLOBAL

Estudos	Classificação global	Observações
<p>A.1. Produção nacional de obras cinematográficas e audiovisuais independentes</p> <p>A.2. Respeito pelos compromissos internacionais e a coprodução com outros países</p>	<p><b>Não aplicável</b></p> <p><i>No âmbito do Estudo A, e em virtude da revisão e aprovação do novo decreto-lei n.º 74/2021, de 25 de agosto, a avaliação do cumprimento das obrigações de investimento passou a ser efetuada para os anos de 2022 e 2023 em conjunto, pelo que não foram avaliados quaisquer indicadores para o ano de 2022 individualmente</i></p>	<p>Em conformidade com o Decreto-Lei 74/2021, de 25 de agosto, a RTP implementará um processo de aferição de seu investimento ao longo de um período de dois exercícios consecutivos a partir de 2022. Consequentemente, a avaliação referente ao exercício de 2022 será realizada em conjunto com a do exercício de 2023. Isso significa que, durante o ano em análise, os dados coletados se tratam apenas de informação provisória, e a avaliação propriamente dita será adiada até a conclusão do primeiro ciclo de avaliação.</p> <p>Desta forma, o presente relatório, no que se refere ao Estudo A (Promoção nacional de obras cinematográficas e audiovisuais independentes), tem como objetivo apresentar uma visão geral do nível de progresso dos indicadores que obedecem à obrigação bianual supramencionada, sempre que possível, e, complementarmente, avaliar os indicadores que, dada a natureza não depender de uma avaliação global de um ciclo completo, poderão ser avaliados de forma isolada para o exercício exclusivo do ano de 2022.</p>

# VISÃO GLOBAL

## Classificação global

---

### Não aplicável:

*No âmbito do Estudo A, e em virtude da revisão e aprovação do novo decreto-lei n.º 74/2021, de 25 de agosto, a avaliação do cumprimento das obrigações de investimento passou a ser efetuada para os anos de 2022 e 2023 em conjunto, pelo que não foram avaliados quaisquer indicadores para o ano de 2022 individualmente*

## Classificação por tipo de indicador

---

### Não aplicável:

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

## Observações

---

Com a revisão e aprovação do novo decreto-lei n.º 74/2021, de 25 de agosto, para efeitos do cumprimento das obrigações de investimento, os operadores de televisão têm agora a opção de realizar a obrigação de investimento anualmente ou em ciclos de dois anos consecutivos. Em abril de 2022, a RTP comunicou ao ICA a realização da obrigação num período de dois exercícios consecutivos, ou seja, apenas irá comunicar ao ICA o relatório de cumprimento do investimento dos anos de 2022 e 2023 em abril de 2024.

Não obstante, foi realizada uma análise para o ano de 2022 com vista à partilha do nível de desempenho dos indicadores desenvolvidos, não tendo esta a intenção de formalizar uma avaliação. Assim, concluiu-se que a RTP registou 5 indicadores com um grau de cumprimento superior a 50%, 2 indicadores com um grau de cumprimento inferior a 50%, e 4 indicadores não avaliados.

Desta forma, é fundamental garantir, em 2023, um investimento direto adequado em obras cinematográficas, bem como a participação em obras cofinanciadas pelo ICA ou por outros financiadores públicos, a fim de alcançar os objetivos estabelecidos para o período de dois anos.



## LISTAGEM DE INDICADORES

		Avaliação	Nível de progresso
<b>CATEGORIA A1</b>			
<b>A1.1</b>	Investimento direto igual ou superior a 10% das receitas provenientes da contribuição para o audiovisual excluída da receita destinada exclusivamente ao serviço de rádio		<b>59%</b>
<b>A1.2</b>	Alocação de pelo menos 25% do valor de investimento direto a obras cinematográficas		<b>42%</b>
<b>A1.3</b>	Alocação de um mínimo de 75% do montante anterior para participar em obras cofinanciadas pelo ICA ou por outros financiadores públicos		<b>48%</b>
<b>A1.4</b>	Alocação não superior a 50% do montante anterior para participar em obras cinematográficas decorrentes de minisséries ou em minisséries decorrentes de obras cinematográficas		<b>100%</b>
<b>A1.5</b>	Apresentação dos conteúdos obrigatórios no documento informativo estratégico e respetiva divulgação		<i>Não Aplicável</i>
<b>A1.6</b>	Alocação do investimento em especificidades pelo operador de serviço público de televisão – Obras europeias, obras de encomenda e promoções		<i>Não Aplicável</i>
<b>A1.7</b>	Distinção contratual nos investimentos das contrapartidas da participação da RTP		<b>100%</b>
<b>A1.8</b>	Disponibilização dos relatórios referentes aos investimentos de 2022 para verificação pelo ICA em colaboração com a ERC		<i>Não Aplicável</i>
<b>A1.9</b>	Apresentação dos conteúdos obrigatórios nos relatórios		<i>Não Aplicável</i>
<b>A1.10</b>	Diversidade de empresas de produtores independentes contratadas		<b>100%</b>
<b>A1.11</b>	Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente		<b>100%</b>

## A1.1. Investimento direto igual ou superior a 10% das receitas provenientes da contribuição para o audiovisual excluída da receita destinada exclusivamente ao serviço de rádio

### Resultado 2022

Tendo a obrigação legal do investimento em produção portuguesa e independente num valor mínimo de 10% das receitas anuais provenientes da Contribuição para o Audiovisual (CAV), excluindo a receita destinada exclusivamente ao serviço de rádio, em 2022, a RTP teria de investir pelo menos 15.948.108,25 euros.

Desta forma, ainda que a RTP passe a realizar a aferição do seu investimento num período de dois exercícios consecutivos, isto é, 2022 e 2023, e os dados de 2022 sejam ainda provisórios, no ano em análise registou-se um investimento de **18.889.281,13 €**, no setor, tendo a RTP **excedido esta obrigação** em **18,44%** (cerca de 2,94 milhões de €). Desta forma, assistiu-se a um **aumento** de investimento de **491.070,14 €** face a 2021, ano este onde também já se tinha excedido consideravelmente o valor obrigatório de investimento. Para concluir, destaca-se que a RTP registou um nível de progresso positivo relativo ao cumprimento da sua obrigação legal em 2022.

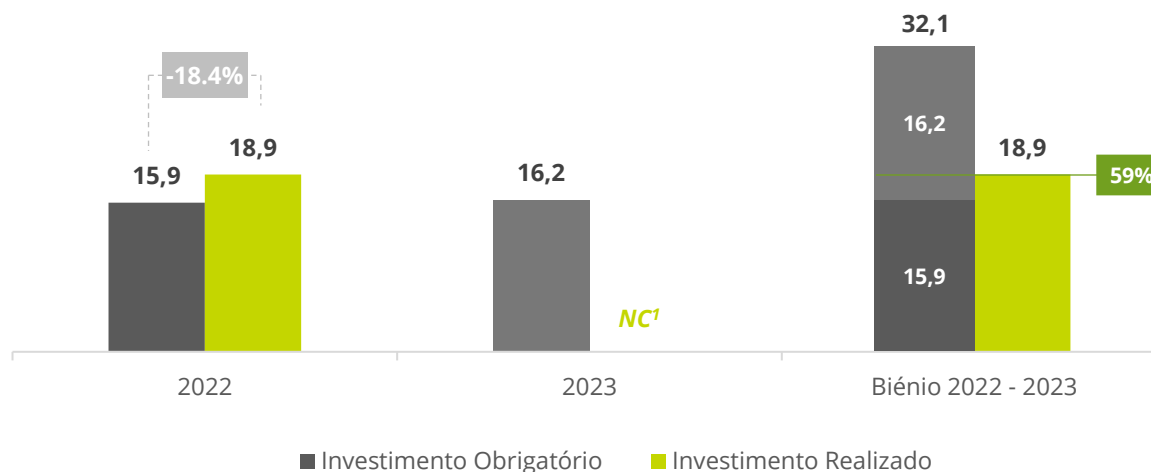
Para concluir, o **grau de cumprimento no ano relativamente ao objetivo bianual foi de 59%**, tendo de ser feito um investimento de pelo menos 13.230.235,12€ em 2023, para que a obrigação legal seja cumprida.

### Considerações Relevantes

No cumprimento dos imperativos legais estabelecidos pelo n.º 3 do artigo 14.º da Lei n.º 55/2012, de 6 de setembro, do decreto-lei – n.º 25/2018, de 24 de abril, e pela aprovação do novo decreto-lei n.º 74/2021, de 25 de agosto - regulamentador da legislação anteriormente mencionada -, a partir do ano de 2022, a RTP deverá consagrar ao investimento direto na produção audiovisual independente portuguesa um montante equivalente a 10% das receitas anuais provenientes da Contribuição para o Audiovisual (CAV), excluindo a quantia destinada exclusivamente ao serviço de rádio. Desta forma, a partir de 2022 o valor exigido de investimento neste âmbito aumenta dos 8% para os 10%.

### Análise Comparativa

Investimento igual ou superior a 10% das receitas anuais provenientes da CAV, excluída a receita destinada exclusivamente ao serviço de rádio (M€) | Biénio 2022 - 2023



**Nota:** Todos os valores cuja fonte de consulta é o RCOSPPE são provisórios e constam de informação ainda não validada pelo ICA.

1. NC – valor não calculado; valor a definir no final de 2023.

Fonte: RCOSPPE, 2019; RCOSPPE, 2020; RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022

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

### Resultado 2022

Segundo o ponto 1.º da cláusula 20ª do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão, a RTP é obrigada a aplicar **25% do valor das receitas anuais provenientes da Contribuição para o Audiovisual (CAV)** (excluindo a quantia destinada exclusivamente ao serviço de rádio), **em investimento em obras cinematográficas**, incluindo obras cofinanciadas e não cofinanciadas pelo Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA).

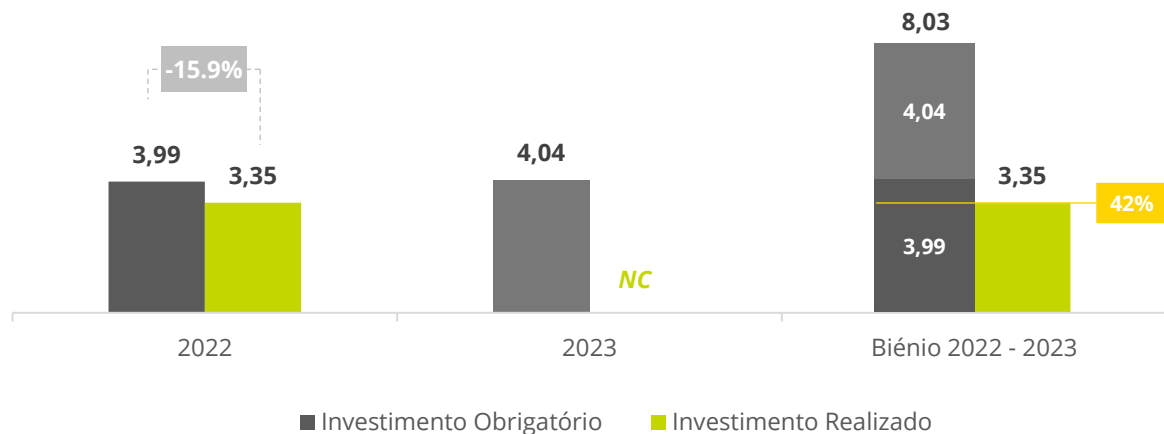
Em 2022, foram investidos **3.354.478,94€**, um valor que estaria abaixo do pretendido (3.987.027,060€), em 15,9% (ou 632.548,12€), caso a avaliação fosse realizada no final de um único exercício.

Face à obrigação legal para o biénio 2022 - 2023, **a RTP encontra-se com uma taxa de realização de 42%**, o que significa que em 2023 deverá ser investido um valor mínimo de 3.107.955,36€ para que a obrigação seja cumprida.

No entanto, destaca-se que a avaliação do indicador apenas terá lugar no final do ciclo em análise, pelo que **a RTP não se encontra em estado de incumprimento**.

### Análise Comparativa

Alocação de pelo menos 25% do valor de investimento direto a obras cinematográficas (M€) | Biénio 2022 - 2023



**Nota:** Todos os valores cuja fonte de consulta é o RCOSPPE são provisórios e constam de informação ainda não validada pelo ICA.

## A1.3. 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 2022

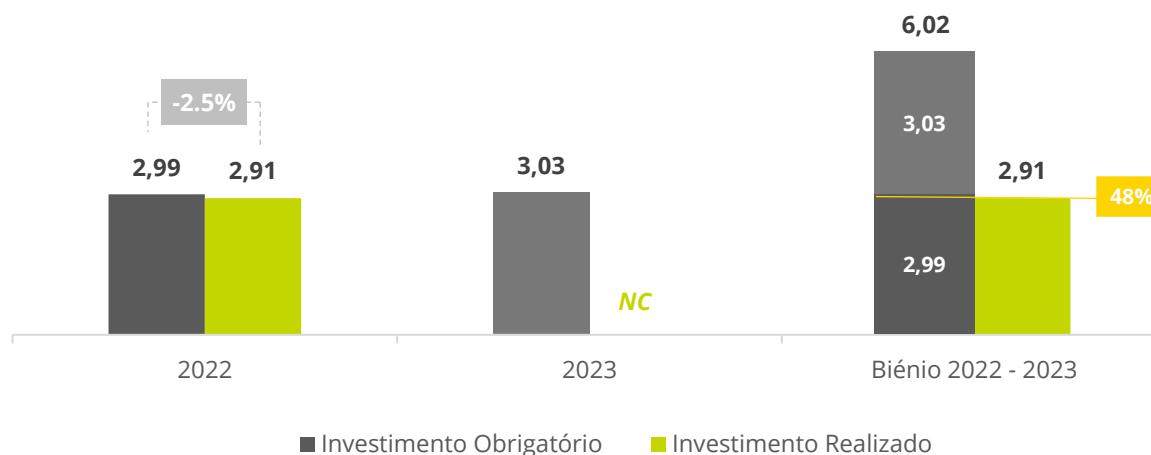
De acordo com a Cláusula 20.<sup>a</sup> do Contrato de Concessão da RTP, a empresa deverá alocar um volume mínimo de 75% do investimento anterior em cinema a obras que venham a ser cofinanciadas pelo ICA. Assim, A RTP é obrigada em 2022 a investir um valor de **2.990.270,30 €**, e em 2023 um valor de **3.032.139,00 €**, resultando num investimento total para o biénio de **6.022.409,30 €**.

Em 2022, com base em dados provisórios, a RTP investiu um total de **2.914.453,94 €**, distribuídos por documentários cinematográficos, longas-metragens, curtas-metragens de ficção, séries de ficção e campanhas promocionais contratualizadas, o que corresponde a **48%** da obrigação para o biénio de 2022-2023.

No entanto, destaca-se que, uma vez que a RTP passará agora a ser avaliada numa base bianual, este investimento não se traduz numa situação de incumprimento. Desta forma, no ano de 2023 a empresa deverá investir a quantia de **75.816,36€**, de forma a assegurar o cumprimento da obrigação legal.

### Análise Comparativa

#### Alocação de pelo menos 75% do valor de investimento anterior a obras cofinanciadas pelo ICA (M€) | Biénio 2022 - 2023



**Nota:** Todos os valores cuja fonte de consulta é o RCOSPPE são provisórios e constam de informação ainda não validada pelo ICA.

## A1.4. 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 2022

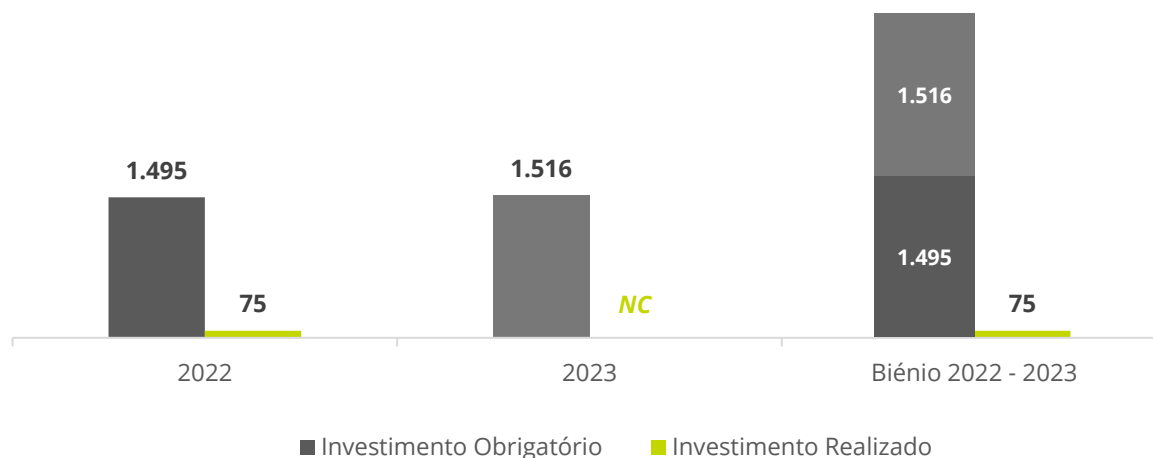
De acordo com o CCSVRT, apesar da RTP não ser obrigada a investir neste tipo de obras, tem um limite máximo de 50% do investimento em produção cinematográfica independente cofinanciada pelo ICA para participação em obras cinematográficas decorrentes de minisséries ou em minisséries decorrentes de obras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

Desta forma, numa ótica de análise exclusiva ao ano de 2022, o valor máximo permitido corresponderia ao montante de 1.495.135,15 €, o qual não foi ultrapassado, tendo sido investido um valor de 75 mil €, atribuídos à minissérie decorrente do filme "O Natal de Bruno Aleixo".

Assim, ainda que a avaliação tenha lugar apenas no final do exercício de 2023, destaca-se a conformidade com a obrigação legal registada em 2022.

### 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 €) | Biénio 2022 - 2023**



**Nota:** Todos os valores cuja fonte de consulta é o RCOSPPE são provisórios e constam de informação ainda não validada pelo ICA.

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

### Resultado 2022

A RTP tem por obrigação a divulgação 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.

À luz da revisão e aprovação do novo decreto-lei n.º 74/2021, de 25 de agosto, para efeitos do cumprimento das obrigações de investimento, que estabelece que os operadores de televisão têm agora a opção de realizar a obrigação de investimento anualmente ou em ciclos de dois anos consecutivos, o documento em questão deverá ser entregue apenas em **abril de 2024**.

## A1.6. Alocação do investimento em especificidades pelo operador de serviço público de televisão – Obras europeias, obras de encomenda e promoções

### Resultado 2022

O Artigo 30.º do Decreto-Lei n.º 74/2021, de 25 de agosto, define novas especificidades do investimento do operador de serviço público. Desta forma, a RTP passa a ser obrigada a alocar pelo menos 25% do investimento, cujas condições são especificadas no respetivo Contrato de Concessão, em obras cinematográficas europeias originalmente em língua portuguesa, a partir do primeiro ciclo de análise, que agrega os anos de 2022 e 2023. Adicionalmente, o investimento na promoção de obras cinematográficas e audiovisuais europeias, tal como referido na Lei do Cinema, não deve ser superior a 10%, assim como o investimento na Produção própria ou de empresas associadas, aquisição de obras por encomenda ou investimento em outras obras europeias deve ser inferior a 20% do investimento.

Dado que 2022 se trata do primeiro ano em que a RTP foi submetida à obrigação em análise, e uma vez que os dados recolhidos são apenas provisórios, a análise do indicador apenas será possível no final do 1º ciclo de avaliação, sendo realizada aquando do final do ano de 2023.

## A1.7. Distinção contratual nos investimentos das contrapartidas da participação da RTP

---

### Resultado 2022

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 referentes aos investimentos para verificação pelo ICA em colaboração com a ERC

---

### Resultado 2022

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 deveria submeter um relatório ao ICA com a discriminação dos valores referentes ao investimento em produção independente.

No entanto, e como mencionado anteriormente no presente relatório, com base no Decreto-Lei n.º 74/2021, de 25 de agosto, a RTP passará a ser avaliada numa base bianual no que diz respeito ao cumprimento das obrigações de investimento, pelo que, de igual forma, os relatórios em questão deverão ser entregues apenas em **abril de 2024**.

### 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 ocorrerá em data posterior.

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

### Resultado 2022

Tendo presente o Decreto-Lei anteriormente referido, a RTP deve garantir que constam todos os conteúdos obrigatórios nos relatórios 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.

Tal como mencionado anteriormente no presente relatório, sendo a RTP avaliada apenas no final de um ciclo completo, composto por dois exercícios consecutivos, os relatórios em questão deverão ser entregues apenas em **abril de 2024**.

### Considerações Relevantes

De relembrar 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 ocorrerá em data posterior.

## A1.10. Diversidade de empresas de produtores independentes contratadas

### Resultado 2022 (1/2)

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

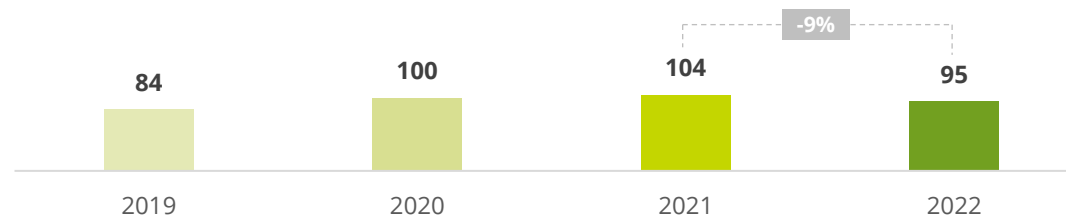
A RTP procura anualmente estabelecer novas parcerias com produtores independentes, no sentido de garantir diversidade e plenitude de programação. Foi salientado por parte dos colaboradores RTP que há uma grande aposta em produtoras com mais experiência que consigam ter capacidade para desenvolver projetos mais robustos, nunca sendo excluídos projetos inovadores de produtoras mais recentes. Face ao ano anterior, registou-se um **decréscimo** do número de produtores independentes nacionais contratados em 9%, com um total de **95 produtores contratados**, 9 a menos que no ano anterior. Note-se que, por meio do *feedback* recolhido junto das áreas, o facto de não se ter contratado mais produtores face a 2021, não significa necessariamente uma má performance da RTP. Os produtores nacionais são finitos e numa perspetiva de melhoria contínua, é de igual forma importante que se faça o reforço das parcerias com produtores que prestaram serviços de maior qualidade e se revelaram uma mais-valia em anos anteriores.

Para além disso, verificou-se uma **redução do número de conteúdos adquiridos** de produtores nacionais independentes em **14%**, com 191 conteúdos num valor total de **31.063.168 €**.

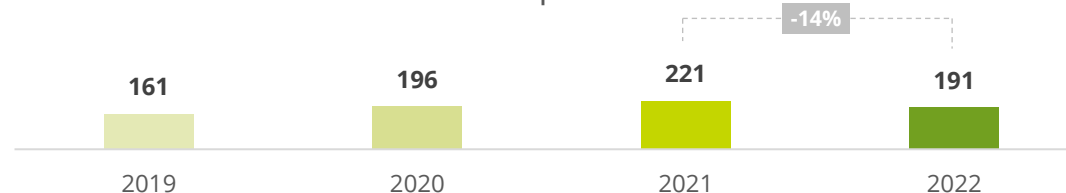
Apesar da diminuição na contratação de produtores e respetivos conteúdos desenvolvidos, o **investimento médio por produtor aumentou** em 11.347€, cerca de **4%**.

### Análise Comparativa

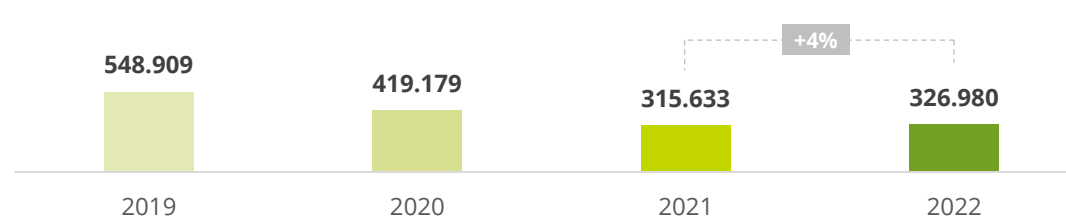
#### Número de produtores independentes contratados | 2019 - 2022



#### Número de conteúdos adquiridos de produtores independentes nacionais | 2019 - 2022



#### Investimento médio por produtor independente (€) | 2019 - 2022



Fonte: Fonte Interna RTP

## A1.10. Diversidade de empresas de produtores independentes contratadas

### Resultado 2022 (2/2)

Adicionalmente, analisando a concentração do investimento empresarial em produção nacional independente contratada, conseguimos, pelo terceiro ano consecutivo, observar uma **diminuição da concentração do investimento nos top 10** em **2,9 p.p.**, sendo que em 2021 concentrava 65,6% do investimento total, em comparação com os **62,7%** do ano em análise.

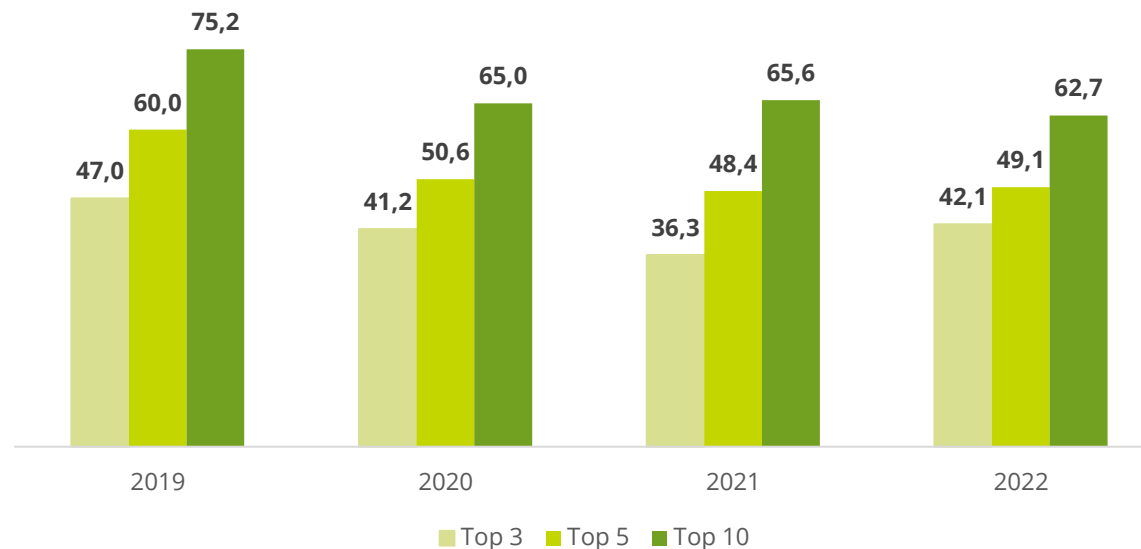
No *top 5* de produtores independentes nacionais, a concentração aumentou de forma pouco significativa (0,7pp).

Relativamente ao *top 3*, no ano de 2022 o maior investimento foi aplicado na Shine Iberia, Fremantlemédia Portugal S.A. e na Spi, SA. Desta forma, observou-se um aumento da concentração do investimento em 5,8p.p., com o valor de 2022 a representar uma concentração de 42,1% do valor total, por oposição aos 36,3% do ano de 2021.

Assim, podemos afirmar que se mantém boas práticas na gestão da política de **diversificação de produtores** independentes, uma vez que, apesar da concentração do investimento ter aumentado face ao ano prévio nos *top 3* e *top 5* produtores, a RTP **mantém uma distribuição do investimento diversificada das suas contratações**.

### Análise Comparativa

Distribuição do Investimento em Produção Independente Nacional (% do Investimento Total) | 2019 - 2022



## A1.11. Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente

### Resultado 2022

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. Desta forma, à semelhança de anos anteriores, 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.

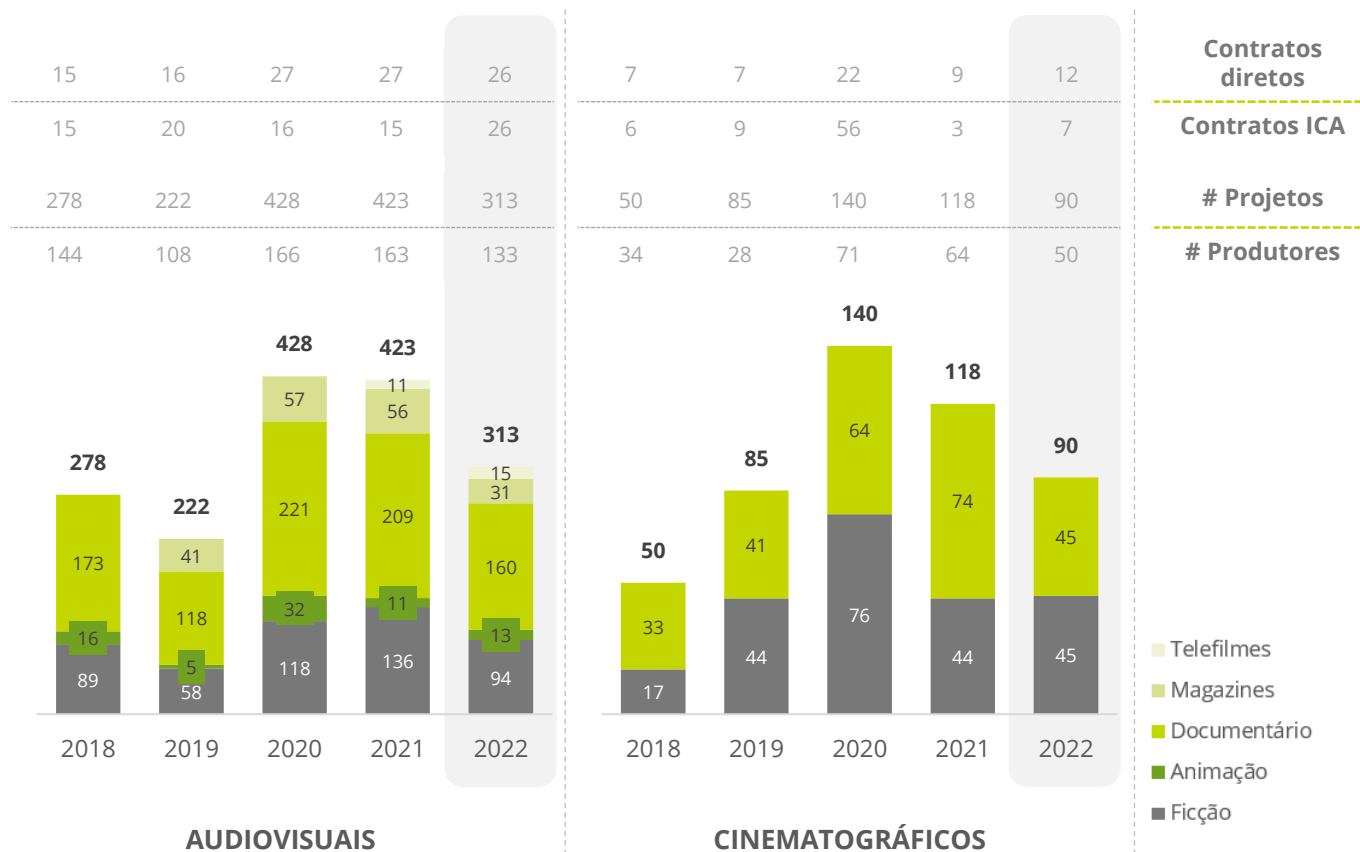
Na área dos conteúdos **audiovisuais**, registaram-se **313 projetos** submetidos por parte de **133 produtores**. Após se proceder uma análise das propostas partilhadas, 26 projetos foram selecionados para seguir um processo de contratação direta pela RTP (-1 face a 2021), aos quais se adicionam mais 26 projetos que foram objeto de um contrato que lhes permitiu apresentarem-se aos diversos programas de apoio à produção de obras audiovisuais e multimédia do ICA (+11 projetos face a 2021).

No campo dos conteúdos **cinematográficos**, registou-se, de igual forma, um **menor número** de projetos submetidos face a 2021, refletindo-se num total de 90 projetos submetidos por parte de 50 proponentes. Contudo, ainda que se tenham verificado menos pedidos face a 2021, houve um aumento de processos de contratação direta pela RTP e de propostas que foram objeto de declaração que lhes permite apresentarem-se aos programas de apoio financeiro do ICA.

Ainda no âmbito da promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente, e, fora da Consulta de Conteúdos, foram emitidos cerca de **128.452 segundos**, num total de 6.238 spots no valor de 1.919.711,13 €, valor este calculado de acordo com o ponto 5 da Cláusula 23ª do CCSPT.

### Análise Comparativa

#### Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente (#consulta de conteúdos) | 2018 a 2022



# VISÃO GLOBAL

## Classificação global

---

### Não aplicável:

*No âmbito do Estudo A, e em virtude da revisão e aprovação do novo decreto-lei n.º 74/2021, de 25 de agosto, a avaliação do cumprimento das obrigações de investimento passou a ser efetuada para os anos de 2022 e 2023 em conjunto, pelo que não foram avaliados quaisquer indicadores para o ano de 2022 individualmente*

## Classificação por tipo de indicador

---

### Não aplicável:

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

## Observações

---

O nível de progresso da RTP na categoria em análise, está em linha com a melhor performance prevista para os indicadores que a constituem. Destaca-se a continuidade dada ao nível do número de horas emitidas de conteúdos coproduzidos com outros países, especialmente europeus e/ou com forte presença das comunidades de língua portuguesa, com o registo de 59 horas emitidas, face a 62 em 2021. Entre os países com os quais foram registadas coproduções, encontram-se os Países Baixos e Suíça, ao nível europeu, aos quais se adicionam Brasil, Macau.

Relativamente ao investimento em coprodução internacional feito em 2022, destacam-se “A Odisseia de Fernão de Magalhães” em coprodução com a France Televisions, a série “Chegar a Casa”, em coprodução com a Televisión de Galicia ou ainda as séries “Free Spirits”, “Inside Offside” e “New Neighbours”, que consistem em projetos da EBU (European Broadcasting Union) com transmissão de documentários feitos pela RTP Açores.

### Oportunidades de Melhoria

Não foram identificadas oportunidades de melhoria.

## LISTAGEM DE INDICADORES

		Avaliação
<b>CATEGORIA A2</b>		
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	●

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

### Resultado 2022

Em 2022, a RTP emitiu cerca de **59 horas** de conteúdos coproduzidos com outros países, sendo especificamente europeus apenas Países Baixos e Suíça. Comparativamente ao ano homólogo verificou-se um **decréscimo de 3 horas** emitidas, o que reflete alguma estabilidade. Adicionalmente, verificou-se ainda que, ao contrário do ano anterior, não foi emitido nenhum conteúdo em coprodução com França ou Moçambique, porém Macau é adicionado à lista em análise como novo parceiro de coprodução de conteúdos. Desta forma apesar do número de horas se ter mantido quase constante face a 2021, **o número de conteúdos coproduzidos reduziu em 36%, passando de 14 para 9 conteúdos.**

De entre os conteúdos de coprodução emitidos encontram-se:

- **“Big Cities”**, coproduzido, mais uma vez, com o Brasil;
- **“Free Spirits”** (2019 e 2020), **“New Neighbours”** (2019 e 2020) e **“Gente da Cidade”** (Temporada 20), coproduzidos com os Países Baixos;
- **“Tanegashima - A Ilha Da Espingarda”** em coprodução com Macau;
- **“Gawyan”** e **“Inside Offside”** 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, 2019-2022

	2019	2020	2021	2022
Angola	-	-	-	-
Brasil	3	-	2	12
Croácia	3	1	-	-
França	-	2	7	-
Holanda	13	53	28	30
Macau	-	-	-	1
Moçambique	2	-	1	-
Suíça	24	49	24	16
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>105</b>	<b>62</b>	<b>59</b>

**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, 2019-2022

	2019	2020	2021	2022
Angola	-	-	-	-
Brasil	1	-	1	1
Croácia	1	1	-	-
França	-	1	2	-
Holanda	2	5	6	5
Macau	-	-	-	1
Moçambique	1	-	1	-
Suíça	4	5	4	2
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>9</b>

**Nota:** Todos os valores cuja fonte de consulta é o RCOSPPE são provisórios e constam de informação ainda não validada pelo ICA.



## A 2.2. Investimento em coprodução internacional

### Resultado 2022

Em 2022 destaca-se a coprodução de:

- Na área dos documentários, destaca-se o **“Free Spirits – 4ª série (2022)”** realizado em coprodução com a Holanda e a Eslovénia, consistindo numa transmissão de 4 episódios.
- **“Inside Offside”** que consiste num documentário de 6 episódios feitos em coprodução com os Membros UER
- No âmbito dos conteúdos infantis e juvenis, foi realizada a série **“Sim, Eu Consigo”** com 9 episódios lançados, em coprodução com membros da UER
- No âmbito da **“#SAYHI - Campanha Europeia Da Amizade 2022”**, foi também feita uma parceria com os membros da UER

**Ao todo, registou-se um investimento total de 34.642,78€.**

Foi ainda realizada em 2022 a série **“iMLove”**, uma coprodução luso-brasileira, escrita e produzida por Rodrigo Zanchini e Victor Lemos, representando uma das quatro séries RTP Lab lançadas em 2022. Para além disso, em coprodução com a France Televisions, lançou-se a série de 4 episódios **“A Odisseia de Fernão de Magalhães”** e, ainda, em coprodução com a Televisión de Galicia, a RTP emitiu a série **“Chegar a Casa”**. Também o projeto **“New Neighbours”** da EBU (European Broadcasting Union) surge em contexto de coprodução com transmissão de documentários feitos pela RTP Açores. Por fim, a série **“Operação Maré Negra”** surge da coprodução com a Amazon Prime Vídeo, tendo sido estreada em Portugal, Espanha e Brasil em simultâneo e a série **“Crimes Submersos”** coproduzida com a RTVE (Espanha), que estreou em Portugal e Espanha (na TVE1 e no RTVE Play) em simultâneo.

**Nota:** Todos os valores cuja fonte de consulta é o RCOSPPE são provisórios e constam de informação ainda não validada pelo ICA.

---

# 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 2022.*

---

## 5 PILARES ESTRATÉGICOS

PILAR

01

Rigor, pluralismo e  
modernidade na  
informação

PILAR

03

Estar mais perto e ser  
mais relevante para  
todos os públicos

PILAR

05

Organização em  
sintonia com a  
atualidade

PILAR

02

Mais qualidade e  
inovação nos  
conteúdos

PILAR

04

Investir em  
tecnologia digital  
multiplataforma

# VISÃO GLOBAL

## Classificação global

Indicadores Totais 141 | Medidos 117

 Baixo 0%

 Moderado 3%

 Elevado 97%

## Classificação por tipo de indicador

### Indicadores Não Recorrentes

Total (nº)	Avaliados (nº)	Avaliados (%)
24	10	100%

### Indicadores Não Recorrentes | Nível de Performance

Baixo	Moderado	Elevado
0%	10%	90%

## Observações

A RTP cumpriu na generalidade as linhas de orientação do Projeto Estratégico 2021-2023 no ano de 2022.

Na área da **INFORMAÇÃO**, a RTP desenvolveu esforços para apresentar conteúdos isentos e de confianças. Tal diligência refletiu-se na sua distinção como marca de notícias portuguesa mais confiável, à qual se adicionam outros prémios atribuídos à organização e aos seus colaboradores. Foi desenvolvida uma agenda mediática que cobriu os mais diversos aspetos de interesse na sociedade, recorrendo ao estabelecimento de sinergias entre meios, especialmente entre a área digital e a televisão e rádio. A inovação dos **CONTEÚDOS** foi, de igual forma, um aspeto marcante para 2022. A RTP investiu em conteúdos para tentar conquistar os jovens, apostando em projetos criativos. Foram, ainda, estabelecidas diversas parcerias com o intuito de adquirir e produzir conteúdos e o trabalho de desenvolvimento das plataformas digitais RTP foi assegurado. No seguimento da alteração dos hábitos de consumo dos **PÚBLICOS**, a RTP priorizou a distribuição de conteúdos nas plataformas digitais dos mais diversos temas. A título de exemplo destaca-se o conteúdo desportivo que contou com uma cobertura relevante nas plataformas RTP Desporto. No que toca à temática da **TECNOLOGIA**, verificou-se um investimento significativo da RTP em soluções digitais, por meio da renovação dos suportes obsoletos numa abordagem multiplataforma, destacando-se a reformulação e transição dos estúdios de Rádio para o conceito de Visual Radio. Para concluir, a RTP pretendeu que todos os avanços realizados se reflitam na construção de uma **ORGANIZAÇÃO** mais motivada e competente. Em termos financeiros, a RTP manteve 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 38% foram avaliadas. Isto significa que ainda existem 14 indicadores relativos a ações não recorrentes que terão de ser cumpridos em 2023.

## 5 PILARES ESTRATÉGICOS

PILAR

01

Rigor, pluralismo e  
modernidade na  
informação

PILAR

03

Estar mais perto e ser  
mais relevante para  
todos os públicos

PILAR

05

Organização em  
sintonia com a  
atualidade

PILAR

02

Mais qualidade e  
inovação nos  
conteúdos

PILAR

04

Investir em  
tecnologia digital  
multiplataforma

# 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 17

 Baixo 0%

 Moderado 6%

 Elevado 94%

## Classificação por tipo de indicador

Indicadores Críticos Não Recorrentes 2 | Medidos 2

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

No ano de 2022, a RTP foi novamente distinguida pelo **Reuters Institute** e pela **Universidade de Oxford** como a marca de informação mais **confiável** em Portugal, reconhecimento que advém do compromisso constante da organização em fornecer informação atualizada e verídica ao seu público.

No decorrer do ano em análise, a RTP assegurou uma **agenda diversificada e abrangente**, abordando os eventos mais relevantes do período, com destaque para a Guerra na Ucrânia e as Eleições Legislativas. Estes acontecimentos mobilizaram numerosos especialistas da RTP, resultando na criação de **diversos formatos**, que não só garantiram a transmissão contínua e precisa dos eventos em tempo real através de noticiários, reportagens e reportagens por via dos vários serviços de programas, como também proporcionaram uma **dimensão formativa e educacional** por meio de documentários e debates, com o objetivo de oferecer ao público uma visão holística dos acontecimentos.

Com o intuito de manter uma agenda relevante para todas as audiências, a RTP concentrou-se no desenvolvimento de conteúdo que refletisse todas as áreas de interesse da sociedade, desde a **Informação** e o **Desporto**, até à **Arte, Cultura e História**, abordando eventos significativos para além da Guerra e das Eleições, tais como o Jubileu da Rainha Isabel II, o Campeonato do Mundo de Futebol, bem como os centenários de Augustina Bessa Luís e José Saramago.

Em 2022, a RTP continuou a promover **sinergias** entre os diferentes meios e serviços de programas, incluindo Rádio, Televisão e Multimédia, mantendo um nível desejável de **intercâmbios intra- e inter- serviços de rádio e televisão**.

A RTP também investiu no desenvolvimento de conteúdo em **formatos inovadores**, preparando todos os seus conteúdos em linhas com a sua aposta no **digital**, reforçando assim a sua relevância junto de todos os públicos, com foco nos mais jovens. Além disso, estabeleceu várias **parcerias** com diversas entidades, como Universidades, rádios como a Rádio Renascença, e organizações como a Fundação Calouste Gulbenkian.

Deste modo, a RTP reiterou com êxito os seus valores e a sua identidade junto do público, conquistando reconhecimento por meio de **prémios** atribuídos à organização, aos seus programas e aos seus colaboradores, bem como múltiplas **Menções Honrosas**.

## LISTAGEM DE INDICADORES (1/11)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>1   INCENTIVAR O ESCRUTÍNIO DEONTOLÓGICO NA ATIVIDADE DAS ÁREAS DE INFORMAÇÃO NA RTP PARA REFORÇO DO RIGOR E DA CONFIANÇA</b>				
<b>B1.i)</b>	Perceção da qualidade da informação RTP pelos públicos	Crítico	Recorrente	●
<b>2   CRIAÇÃO DE UMA AGENDA MEDIÁTICA, DIVERSA E PLURAL QUE INCLUA TEMAS QUE AFETAM E MOLDAM A SOCIEDADE</b>				
<b>B2.i)</b>	Criação de uma agenda mediática e de discussão pública	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B2.ii)</b>	Principais programas de informação transmitidos sobre grandes temas que afetam e moldam a sociedade	Relevante	Recorrente	●
<b>3   AUMENTAR AS SINERGIAS EDITORIAIS ENTRE CANAIS SEMPRE QUE FOR ENTENDIDO COMO ADEQUADO</b>				
<b>B3.i)</b>	Custo por hora transmitida em programas de informação (informação diária e informação não diária)	Relevante	Recorrente	●
<b>B3.ii)</b>	Custo por hora por ponto de audiência – Antenas 1, 2 e 3	Relevante	Recorrente	●
<b>B3.iii)</b>	Criação de uma metodologia para gestão de espaços, meios técnicos e humanos com sinergias entre Televisão, Rádio e Digital	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B3.iv)</b>	Número de intercâmbios feitos entre serviços de programas televisivos	Crítico	Recorrente	●
<b>B3.v)</b>	Número de intercâmbios feitos entre serviços de programas de rádio	Crítico	Recorrente	●
<b>B3.vi)</b>	Criação de sinergias entre rádio e televisão	Crítico	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa



## LISTAGEM DE INDICADORES (II/II)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>4   DESAFIAR OS RESPONSÁVEIS EDITORIAIS A REVISITAR E ATUALIZAR OS FORMATOS E PROTAGONISTAS</b>				
<b>B4.i)</b>	Audiências no serviço de programas RTP3	Relevante	Recorrente	●
<b>B4.ii)</b>	Número de horas nas quais foram transmitidos programas de informação diária e não diária em "primeira passagem"	Relevante	Recorrente	●
<b>B4.iii)</b>	Lista de programas desenvolvidos na base de formatos inovadores (na área do vídeo e / ou <i>podcasts</i> )	Crítico	Recorrente	●
<b>5   DESENVOLVER PARCERIAS COM ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E INSTITUIÇÕES PARA COMBATE À DESINFORMAÇÃO</b>				
<b>B5.i)</b>	Número de parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista à partilha de informação credível e confiável	Crítico	Recorrente	●
<b>6   DESENVOLVER PROCESSOS INTERNOS, BARÓMETROS E ESTUDOS EXTERNOS DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS CONTEÚDOS</b>				
<b>B6.i)</b>	Análise dos valores da RTP na perspetiva do público	Relevante	Recorrente	●
<b>B6.ii)</b>	Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando a RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B6.iii)</b>	Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B6.iv)</b>	Participações em estudos externos para a avaliação da qualidade dos conteúdos	Crítico	Recorrente	●

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

### Resultado 2022 (1/2)

A Rádio e Televisão de Portugal (RTP) considera a área da informação um dos pilares estratégicos mais determinantes para a sua atividade. Esta dimensão é percebida como uma prioridade fundamental de forma transversal pela organização, o que se reflete num compromisso contínuo no desenvolvimento de conteúdos de confiança e na missão de fomentar o rigor e agilidade dos diversos formatos. Ainda que sob condições muito particulares que a tornam uma empresa única no setor, a RTP está inserida num mercado altamente desafiante e concorrencial, onde a dinâmica informativa se revela amplamente complexa.

O estudo internacional **“Digital News Report 2022”**, publicado pelo **Reuters Institute** e pela **Universidade de Oxford**, concluiu que 61% dos portugueses inquiridos afirmam confiar em notícias em geral, atingindo Portugal o 2º lugar em 46 países, atrás apenas da Finlândia, e 19 p.p. acima da média global de 42%.

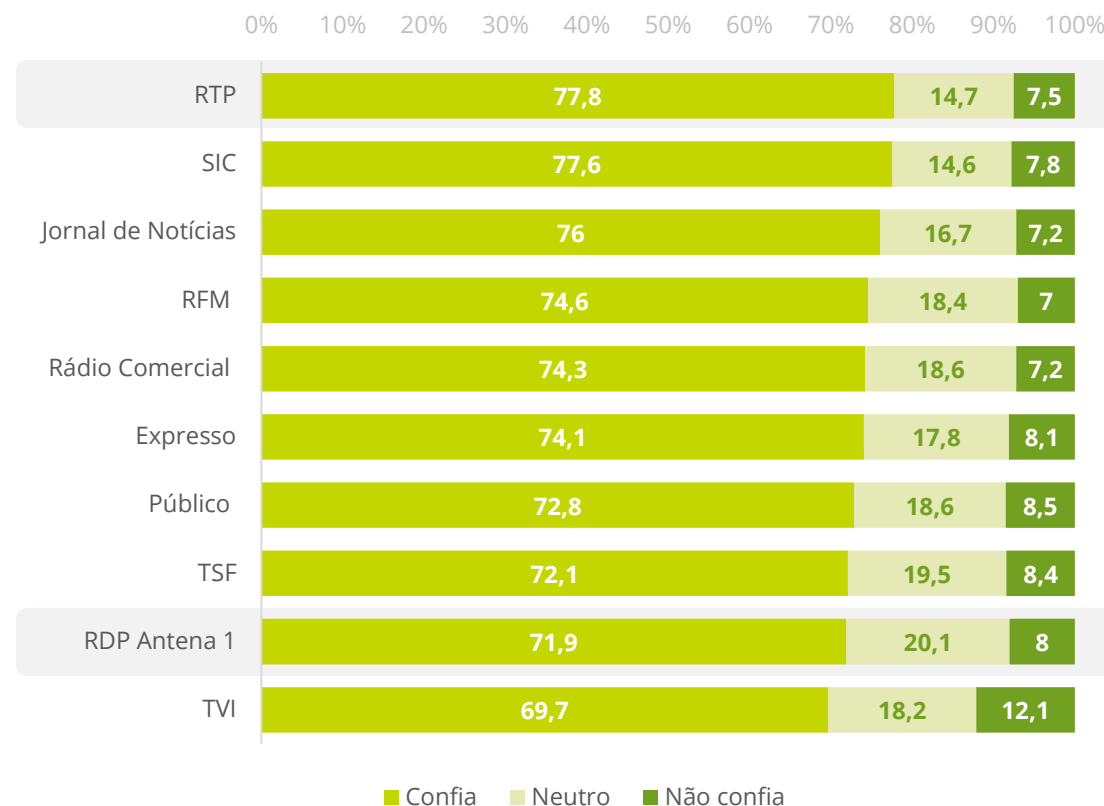
Neste estudo, num total de 15 marcas, existem em Portugal 9 marcas nas quais mais de 70% da amostra diz confiar, tendo sido a RTP considerada pelos inquiridos no país como a marca de notícias portuguesa mais confiável. Assim, a RTP destaca-se como a **1ª marca de confiança em Portugal** por **77,8%** dos inquiridos. Tal distinção garante à RTP credibilidade junto do público, sendo este um dos valores de maior importância para a área da informação. Nas posições subsequentes surgem empresas como a SIC, Jornal de Notícias e RFM que se revelaram confiáveis por mais de 75% da amostra. É relevante ainda mencionar que apenas 7,5% refere que “não confia” na marca RTP.

Destaque também para a RDP Antena1 que registou a 9.ª posição do ranking, atingindo a confiança de 71,9% da amostra.

Complementarmente, o “Digital News Report 2022 ” incluiu, ainda, uma

### Análise Comparativa (I/II)

#### Confiança em marcas de notícias, Portugal (%) | 2022



■ Confia ■ Neutro ■ Não confia

Fonte: “Digital News Report”, Reuters Institute & Universidade de Oxford, 2022

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

### Resultado 2022 (2/2)

dimensão de análise referente ao consumo de marcas de notícias, utilizando fontes tradicionais de televisão e fontes *online* com origem em marcas de televisão, relevando que as marcas televisivas permanecem com um papel preponderante nos hábitos de consumo informativo dos portugueses. No entanto, neste âmbito, o destaque vai para a Sociedade Independente de Comunicação (SIC) – SIC generalista e SIC Notícias e Televisão Independente (TVI) – TVI generalista e CNN Portugal (antiga TVI 24), ficando a RTP – **RTP1** e **RTP2** – num terceiro plano, sendo utilizada por **26,7%** dos inquiridos na semana anterior e por **16,4%** em mais de três ocasiões na semana anterior. A **RTP3** regista, para os mesmos indicadores, percentagens de **20,4%** e **11,6%**, respetivamente. Paralelamente, foi ainda analisada a utilização de marcas *online* com origem em marcas tradicionais de televisão, em que a marca **RTP Notícias** foi a **6ª** marca mais utilizada. No que respeita ao rácio *online/tradicional*, medida que pretende analisar o equilíbrio entre as ofertas digitais e as tradicionais, a RTP regista um valor de **46%**, representando uma diminuição em 5p.p. face a 2021.

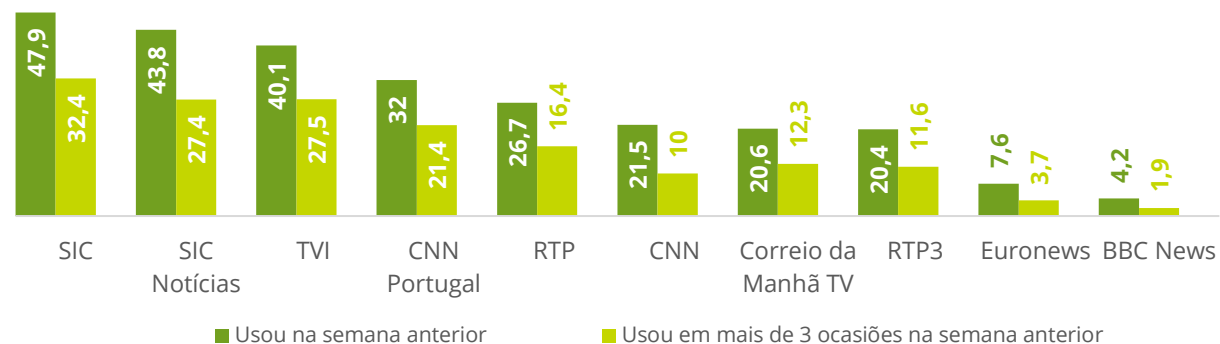
No meio rádio, a **Antena1** é utilizada por **6,3%** da amostra e em maior frequência por 3%, ocupando também a **6ª** posição na análise das marcas de rádio. Ainda assim, revelou o maior valor de rácio comparativo entre consumidores *online versus offline*, com um valor a rondar os **59%** – a percentagem mais alta registada ao nível das marcas de rádio.

Por fim, conjugando uma visão mais holística do universo RTP, combinando TV, Rádio e *Print*, a empresa pública regista uma percentagem de **44%** dos inquiridos que consomem semanalmente conteúdos da marca e na vertente digital, esta percentagem assume o valor de **17%**.

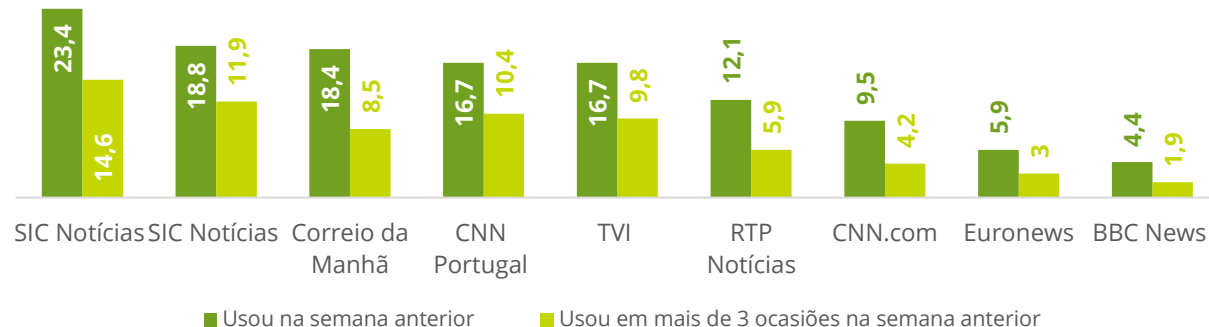
Para concluir, a RTP é claramente percecionada como uma entidade de confiança para os portugueses no que se refere à informação.

### Análise Comparativa (II/II)

#### Marcas tradicionais de televisão (%) | 2022



#### Marcas online com origem em marcas de televisão (%) | 2022



Fonte: "Digital News Report", Reuters Institute & Universidade de Oxford, 2022

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

### Resultado 2022

No ano de 2022, a RTP manteve-se fiel ao cumprimento de sua missão de criar e partilhar conteúdos relevantes com o público, com o objetivo de contribuir para a sociedade, tornando os indivíduos mais informados, independentes nas suas decisões e opiniões, e promovendo a inclusão e coesão social.

Com vista a atingir este propósito, a organização focou-se na elaboração de uma agenda abrangente e diversificada, abordando os mais variados temas de relevância para a sociedade contemporânea. Assim, assegurou a integridade da informação transmitida, adotando uma abordagem rigorosa, imparcial e nunca sensacionalista na partilha de conteúdo.

No que se refere ao domínio da **Informação**, o ano de 2022 ficou marcado pela **invasão da Ucrânia pela Rússia**, um evento histórico que exigiu por parte da RTP um esforço significativo, estendendo-se por cerca de três meses, com o propósito de garantir uma cobertura ininterrupta dos acontecimentos, mantendo o público adequadamente e atempadamente informado.

Neste contexto, foram mobilizados inúmeros especialistas de diversas áreas com vista a proporcionar uma cobertura em tempo real e ininterrupta dos eventos, incluindo a transmissão ao vivo da eclosão do conflito pela **RTP3** e a permanência em países vizinhos, como a Polónia e a Roménia, de forma a cobrir de forma alargada diferentes vertentes do acontecimento.

Além da cobertura contínua dos avanços da invasão na Ucrânia, foram transmitidos conteúdos como **entrevistas** com intelectuais e políticos nacionais e internacionais de destaque, bem como documentários sobre figuras relevantes da guerra, como Putin e Zelensky.

O ano de 2022 foi também assinalado pelas **Eleições Legislativas**, tema sobre o qual a RTP garantiu uma cobertura alargada e completa, com forte presença pelo território português. Em conjunto com organizações como a Universidade Católica e o Jornal

Público, foram realizadas reportagens, entrevistas, diretos e sondagens que permitiram a transmissão de informação completa ao público.

Adicionalmente, destacam-se ainda os **38 debates televisivos** realizados em conjunto com a SIC e a TVI, atingindo o maior número desde a implementação do regime democrático, exibidos na RTP3 e promovidos em 3 serviços de programas de rádio, incluindo a Antena1.

Em linha com o ocorrido em anos antecedentes, a RTP voltou também a focar a sua atenção em temas diversos da atualidade com o intuito de promover a **coesão social e inclusão de minorias**, tanto através da abordagem de temas como a igualdade de género ou o racismo, como por meio dos programas de *daytime* como a **“Praça da Alegria”** e **“A Nossa Tarde”**, nos quais foram transmitidos ao longo do ano rubricas de estúdio ou de reportagem cujo intuito era contribuir para o exercício esclarecido da cidadania, direitos e deveres de cada um. Também através destes programas foi possível o reforço uma maior aproximação com os países de língua oficial portuguesa (PALOPS), da **proximidade entre os portugueses da diáspora e o seu país de origem**, e o combate à desertificação do interior, através da prática de um jornalismo de proximidade.

Na área do **Desporto**, será de salientar o esforço notório da RTP em garantir destaque a todas as modalidades desportivas, cobrindo não apenas eventos de Futebol, mas garantindo a emissão de diversas modalidades – desde Andebol, Basquetebol, Voleibol, Hóquei em Patins, entre outros – bem como de vários escalões e géneros, garantindo a inclusão também no campo do desporto.

Na **Arte**, a RTP cobriu os grandes eventos, como os **Óscares 2022**, não deixando de apoiar os realizadores independentes através das coproduções, ou os artistas nacionais por intermédio da rádio, por exemplo.

Assim, conclui-se que à semelhança dos anos anteriores, a RTP trabalhou com o intuito de disponibilizar ao seu público uma agenda inclusiva, informativa e completa.

Fonte: RCOSPPE, 2022; Fonte Interna RTP

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

### Resultado 2022 (1/2)

O ano de 2022 foi marcado por um conjunto de eventos relevantes em múltiplas áreas da sociedade contemporânea, abrangendo as mais diversas temáticas desde política, a desporto, saúde e questões sociais.

Na área da **Política**, o ano em análise ficou marcado pela invasão da Ucrânia pela Rússia, e pelas Eleições Legislativas em Portugal – dois acontecimentos que mereceram total dedicação por parte das equipas RTP, de modo a garantir a cobertura em tempo real dos temas.

Relativamente à **Guerra na Ucrânia**, a RTP mobilizou vários e variados profissionais, focados no desenvolvimento dos mais variados formatos, com vista a assegurar a transmissão ininterrupta e verídica de informação sobre o acontecimento. Destaca-se a presença em terreno dos profissionais da RTP3 para a cobertura da eclosão do conflito na noite de 24 de fevereiro, tendo estes garantindo desde então permanência na Ucrânia e nos países vizinhos – nomeadamente Polónia e Roménia – de modo a acompanhar os progressos da Guerra, e as consequências da mesma na sociedade.

Para além das múltiplas reportagens que cobriram o acontecimento e das entrevistas a intelectuais e políticos relevantes para o tema como Anne Applebaum, Timothy Garton-Ash, Nial Fergusson, Henry Kissinger ou Luís de Guindos, foram desenvolvidos outros formatos como documentários com o intuito de formar o público sobre as várias perspetivas e lados da Guerra, como **“Putin – O caminho para a Guerra”**.

Ainda no tema da Política, já na vertente das **Eleições Legislativas**, a RTP reuniu esforços de modo a cobrir a situação atual do país, marcando presença ao longo de todo o território nacional, acompanhando a evolução das eleições através de uma abordagem plural e da transmissão dos mais variados formatos, como reportagens, entrevistas, diretos, sondagens, e debates, por meio de parcerias com entidades como

a Universidade Católica ou o Público.

Destaca-se ainda neste tema a emissão de **38 debates**, em parceria com a SIC e a TVI, contando com a presença de todos os líderes de partidos com representação parlamentar – o mais elevado volume de debates televisivos desde a implementação da república em Portugal. Foram ainda conduzidas múltiplas entrevistas no programa informativo **“360”** a todos os líderes parlamentares, ministros e dirigentes partidários e de múltiplas organizações sociais, e transmitidos debates entre forças parlamentares nos programas **“Parlamento”** e **“Eurodeputados”**.

Ainda no âmbito da Política, cobriram-se temas como o Jubileu da Rainha Isabel II através do documentário **“Isabel II e Portugal”**, e as **relações com Timor Lorosae**, nos 20 anos da sua independência.

O **Desporto** em 2022 foi essencialmente marcado pelo **Campeonato do Mundo de Futebol**, ocorrido no Catar, que contou com uma área dedicada no sítio de notícias e com uma larga operação por parte dos serviços de programas RTP1, RTP3, RTP Internacional e plataforma digital RTP Notícias. Não obstante, várias outras modalidades e eventos relevantes desportivos foram merecedoras de destaque por parte dos vários serviços de programas, como a emissão especial sobre a **“56ª edição do Açores Rally”** assegurada pela RTP Açores e Antena1 Açores, o **Europeu de Futebol sub-17**, jogos da seleção nacional de **Rugby** e da de **Basquetebol**, o **Europeu de Andebol**, ou até uma entrevista ao jogador de futebol Cristiano Ronaldo, exclusiva para Portugal.

Na **Cultura**, foram asseguradas transmissões sobre as comemorações do **10 de junho** e as celebrações do **Dia da Europa**, bem como a memória da figura de **Salgueiro Maia** por ocasião dos 30 anos de sua morte, através de um documentário, e os **centenários de Agustina Bessa Luís e José Saramago**.

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

### Resultado 2022 (2/2)

Assim, no ano de 2022, a estratégia de informação da RTP estendeu-se à atualidade nacional e internacional, garantindo o caráter informativo da organização através de formatos noticiosos como o "**Jornal da Tarde**" e o "**Telejornal**", bem como de programas de entretenimento como "**Bom Dia Portugal**" ou "**Portugal em Direto**".

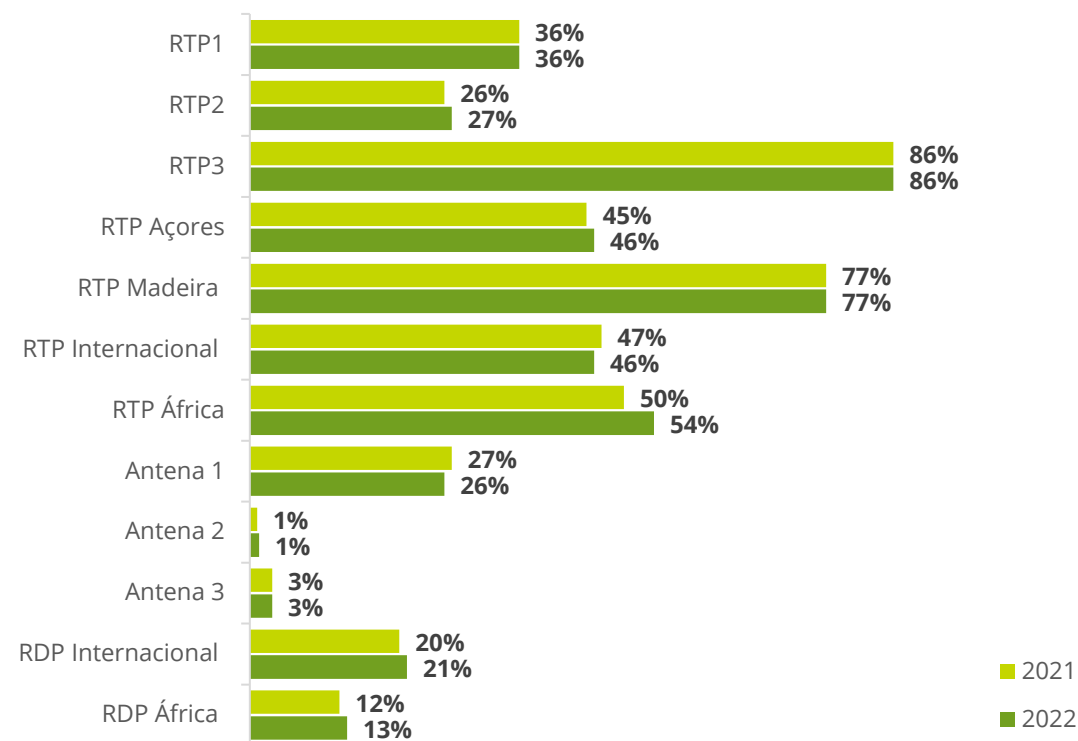
Na informação não diária, o programa "**É Ou Não É?**" abordou uma ampla gama de temáticas, enquanto o "**Primeira Pessoa**" destacou figuras proeminentes da sociedade, e os programas de reportagem "**Linha da Frente**" e "**Outras Histórias**" exploraram temas atuais contando com várias presenças de figuras influentes.

A investigação jornalística, liderada pelo programa "**A Prova dos Factos**" que sucedeu ao "**Sexta às 9h**", destacou casos de interesse nacional e internacional, mantendo a independência e o rigor.

Em suma, a RTP dedicou cerca de **47%** do seu tempo de emissão à Informação, assegurando o seu compromisso de transmitir informação independente, rigorosa e pluralista, fomentando a confiança do público e garantindo a sua relevância no auxílio a uma compreensão mais profunda dos acontecimentos atuais.

### Análise Comparativa

Distribuição do tempo de Emissão dos serviços de programas no contexto informativo e noticioso (%) | 2021 - 2022



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

#### Resultado 2022

No que respeita ao **custo de hora** transmitida em programas de **informação** referente ao ano de 2022, destaca-se a **diminuição generalizada** do custo por hora da produção de programas de **informação não diária** (-27% nos programas de 1ª passagem, -22% nos programas de exibição em todos os serviços de programas e -23% nos programas de exibição no serviço de programas). Ainda que se tenha registado um aumento significativo deste custo na RTP2, esta diminuição deve-se maioritariamente a dois serviços de programas :

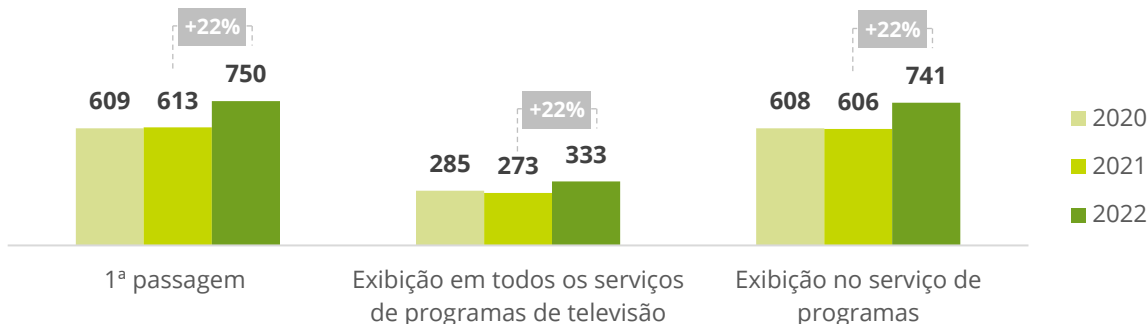
- **RTP Internacional** – redução de 85% nos programas de 1ª passagem, de 53% nos programas de exibição em todos os serviços de programas e diminuição em 75% nos programas de exibição no serviço de programas.
- **RTP1** – diminuição de 31% nos programas de 1ª passagem, 22% nos programas de exibição em todos os serviços de programas e 30% nos programas de exibição no serviço de programas.

No que diz respeito ao custo por hora da produção de programas de **informação diária**, este registou um **aumento generalizado de 22%** nos diversos moldes de programação, o que pode ser justificável pela necessidade de cobertura dos eventos marcantes do ano – a Guerra na Ucrânia e as Eleições Legislativas.

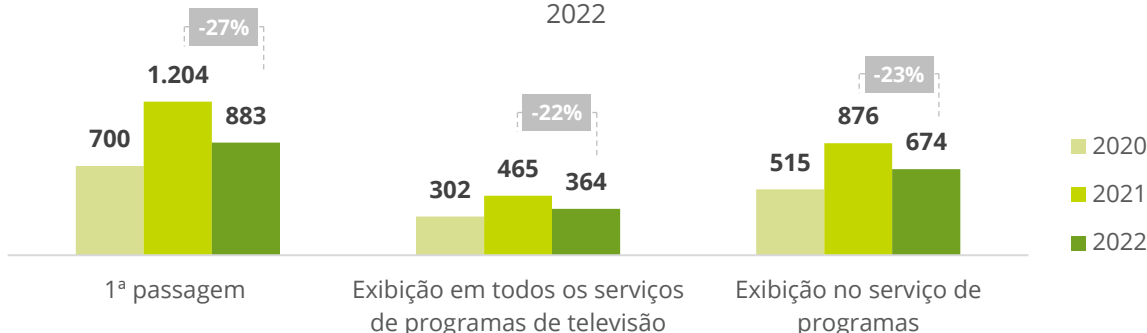
Apesar da situação excecional vivida durante o ano de 2022, é relevante continuar a acompanhar este indicador, uma vez que a existência de sinergias entre as várias plataformas deve tender a promover a redução do custo por hora de programa.

#### Análise Comparativa

**Custo por hora da Produção/aquisição de programas de informação diária no total dos serviços de programas de televisão (€) | 2020 - 2022**



**Custo por hora da Produção/aquisição de programas de informação não-diária no total dos serviços de programas de televisão (€) | 2020 - 2022**



## B3.ii) Custo/hora por ponto de audiência – Antenas1, 2 e 3

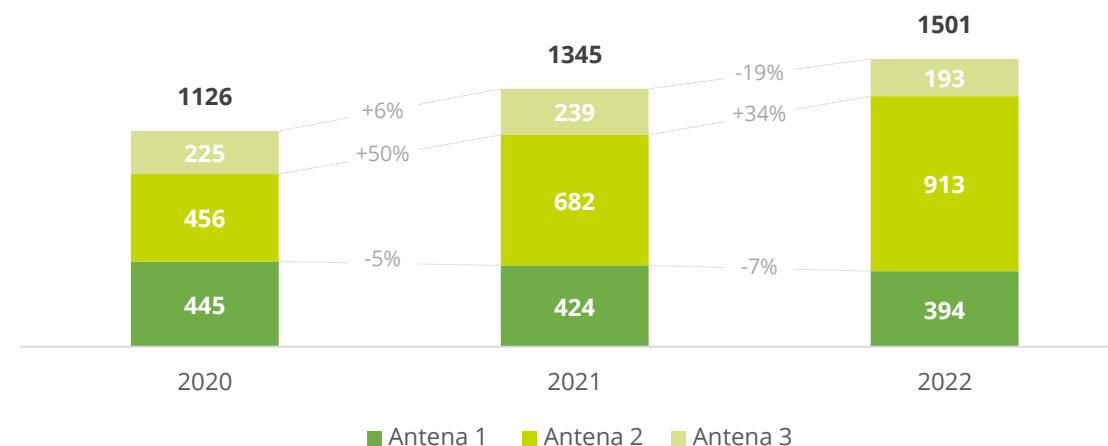
### Resultado 2022

Em 2022, o custo/hora por ponto de audiência rádio atingiu o valor de **1.501€**. A Antena2 revelou-se o serviço de programas que assumiu o valor mais elevado, representando cerca de 61% do custo total e aumentando cerca de 34% em valor face ao ano anterior. Tal valor é justificado por uma quebra de audiências, dado que o valor relativo aos gastos reais se manteve inalterado face a 2021. Tal como mencionado pelas direções de rádio, uma diferença pouco significativa ao nível do valor de audiências.

Contrariamente, a Antena1 e Antena3 viram os seus custos por horas reduzidos em 19% e 7%, respetivamente. Numa perspetiva global, este custo aumentou em aproximadamente 12% face a 2021 e 33% face a 2020.

### Análise Comparativa

Custo/hora por ponto de audiência Rádio (€) | 2020 - 2022





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

### Resultado 2022 (1/2)

Relativamente à criação de uma metodologia transversal à organização para a gestão de espaços, meios técnicos e humanos com sinergias entre Televisão, Rádio e Digital, o alinhamento entre as várias áreas de atividade permanece ainda numa fase embrionária. Contudo, esta mobilização das capacidades físicas, técnicas e humanas é um objetivo traçado até 2023 e o ano em análise ficou marcado por alguns avanços, com destaque para a área digital.

#### Televisão / Rádio

A relação Televisão / Rádio é a sinergia que tem vindo a ser desenvolvida há mais tempo. Ainda que tenham ocorrido várias parcerias, este é um processo ainda em construção que deverá continuar a ser trabalhado no futuro e que apresenta ainda uma margem de progressão significativa. Relativamente às temáticas transmitidas de temas comuns, destacam-se:

- Na **vertente informativa**, a **guerra na Ucrânia** teve uma posição central no estabelecimento de colaborações entre as áreas. Por meio de apoio logístico no terreno e na produção de conteúdo informativo para ambas as plataformas, a televisão e rádio registaram colaborações cruzadas pontuais de profissionais das duas áreas, com destaque para a repórter Cândida Pinto e o correspondente da rádio e televisão em Paris, José Manuel Rosendo.
- Na **dimensão do entretenimento**, a RTP transmitiu na televisão o **Festival RTP da Canção 2022** e, complementarmente, a Antena1 desenvolveu o **"Festival RTP – Magazine"** que consiste numa visão exclusiva e próxima à edição. Destaca-se ainda, o **Festival Jovens Músicos**, que fechou o PJM, durante três dias na Fundação Calouste Gulbenkian, com 6 concertos (envolvendo a Orquestra Gulbenkian), com transmissão na rádio e televisão, em direto e também em diferido na televisão.

#### Rádio / Multimédia

Estes dois meios de difusão partilharam sinergias nas mais diversas áreas. Logo no início do ano, no âmbito das **Eleições legislativas**, surgiu uma parceria entre a Antena1 e RTP Play, com a passagem do debate da rádio, com vários candidatos, na plataforma digital, em versão vídeo. Já no 2º semestre do ano, o **Campeonato do Mundo de Futebol 2022** contou com a criação de uma área dedicada ao mundial no sítio de notícias, uma app Mundial 2022 (disponível em iOS e Android), uma rádio *online* e transmissões em exclusivo na RTP Play, com câmaras especiais. Além destes dois acontecimentos, houve uma aposta contínua na criação de ligações entre as áreas por meio, por exemplo, da criação de desenhos criativos e *thumbnails* de *podcasts* das Antenas para programas como **"Tanto Mundo"**, **"Portugalex"**, **"A Vida Breve"**, **"Ambos na Mesma Página"** ou o **"O Essencial Sobre"**. Adicionalmente, a música ao vivo voltou a ser uma prioridade da Antena1, que, num formato multiplataforma, juntou à gravação para rádio uma documentação em vídeo que foi depois agregada às redes sociais e apresentada no próprio sítio da Antena1. Ao nível de ações específicas das várias antenas, destacam-se:

- Na Antena1, a estreia de conteúdos como *podcasts* originais e a criação de uma nova série, **"Visual"**, para publicação exclusiva nas plataformas Facebook e YouTube. Para além disso, destaca-se a cobertura partilhada dos festivais de verão como o **"Med"**, o **"Músicas do Mundo"** e o **"Bons Sons"**, e ainda, a transmissão no RTP Play e APP RTP do Vodafone Rally de Portugal, com a **"Antena1 Radio Rali"**, em permanência durante a prova. Por fim, também o **Festival Womex** teve cobertura de vídeo e fotográfica.
- No que respeita à Antena2, as maiores operações multiplataforma consistiram na cobertura do **"Festival Antena2"**, **"Festival Jovens Músicos"** e do **"Festival de Jazz Robalo"** com emissões de vídeo em direto.
- A Antena3 desenvolveu vários documentários com ligação à cultura pop nacional,

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

### Resultado 2022 (2/2)

nomeadamente **“Da Weasel: Agora e Para Sempre”, “Grandes Malhas” e “Primeira Vez”**. Adicionalmente, manteve a produção de conteúdos exclusivos, através da marca Antena3Docs, destacando-se os projetos de produção documental.

#### Televisão / Multimédia

Ao longo de 2022, o meio digital suportou em diversas vertentes a componente televisiva da RTP. Dentro dos exemplos de projetos sinérgicos, realça-se o desenvolvimento de condições técnicas que permitissem a transposição de conteúdos de TV para o formato de *podcast* – tal foi feito com programas como **“Grande Entrevista”, “O Outro Lado”, o “Telejornal”** de domingo os comentários de Pedro Norton, Susana Peralta, João Soares e Miguel Poiars Maduro, entre outros.

Para além disso, também a área do entretenimento familiar esteve no centro da cooperação entre os dois meios. Os programas televisivos **“The Voice Kids”, “Got Talent Portugal”, “The Voice Portugal”, “The Voice Gerações”, “MasterChef” e “5 Para a Meia-Noite”** contaram com uma forte diversidade de conteúdos digitais de apoio e promoção e estão também disponíveis para ser acompanhados pela plataforma RTP Play.

Adicionalmente, merece destaque um dos eventos que mais marcou a programação da RTP: o **Festival da Canção** – o mesmo, além da transmissão tradicional na televisão, foi acompanhado no *website*, YouTube e nas redes sociais e a **2.ª semifinal da Eurovisão** foi transmitida em direto e exclusivo na RTP Play.

Por fim, ilustrando a preocupação da RTP em tornar mais próxima e ágil a relação entre os dois recursos em análise, foram ainda criados procedimentos internos com o intuito de auxiliar o desenvolvimento de *podcasts* a partir de programas de televisão e reforçou-se, por via das várias entrevistas realizadas, que qualquer conteúdo produzido para a TV, à data, é já simultaneamente preparado para cobertura nas plataformas

digitais.

Desta forma, o ano de 2022 ficou marcado por grandes avanços na aproximação digital aos meios tradicionais da RTP – televisão e rádio. De uma forma transversal, houve uma clara racionalização de recursos e meios entre os mais variados acontecimentos e programas, como são exemplo as Comemorações do 5 de outubro, Campeonatos Europeus Munique e Roma 22, Campeonato do Mundo de Futebol Qatar 2022, Festival da Canção ou, ainda, as eleições legislativas. O empenho da RTP foi também comprovado pela condução de duas ações de produção de podcasts em colaboração com a **European Broadcasting Union (EBU)**, reforçando a oferta de cursos dedicados à criação de conteúdos digitais e formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento.

Por fim, foram ainda mencionadas algumas ações no sentido de iniciar o desenvolvimento do modelo de *Mobile Journalism*, que irá facilitar a metodologia atual de criação de conteúdos partilhados.

Para concluir, a mobilização de recursos que potenciem as sinergias editoriais entre rádio, televisão e digital são essenciais e permitem à RTP uma melhor gestão de custos e uma forma mais ágil de se manter relevante para as diferentes gerações de espectadores. Ainda que muito trabalho tenha vindo a ser desenvolvido, este processo deve ser visto numa perspetiva de melhoria contínua, sendo necessário o desenvolvimento de mais colaborações e potencialização da cooperação entre meios.

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

### Resultado 2022

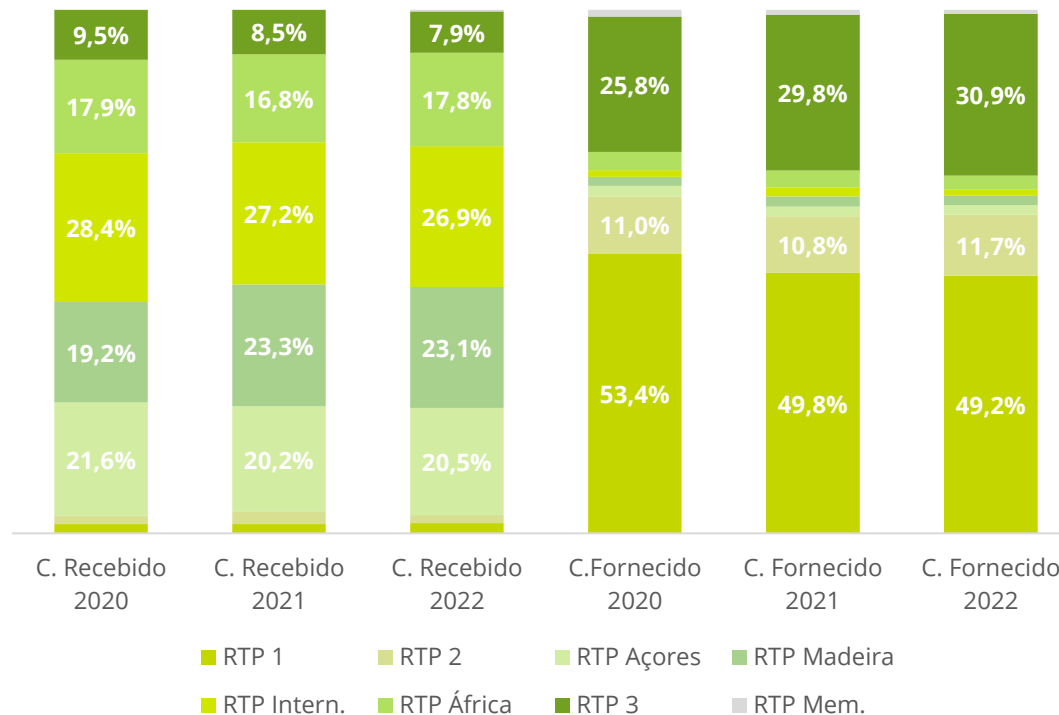
A RTP atingiu um **volume total de intercâmbios de 27.414 horas**, mantendo estável o valor atingido em 2021 (27.158 horas, representando uma variação de +1%).

No que toca aos conteúdos fornecidos, a RTP1 permanece como líder de partilha de programação entre os diferentes serviços de programas, tendo alcançado uma cobertura de 49,2% dos programas fornecidos em 2022, maioritariamente para a RTP Internacional. Esta, por sua vez, registou um valor de 313 horas fornecidas, representado um decréscimo de 33% em volume de horas fornecidas face ao ano anterior. Paralelamente, também a RTP África, RTP Memória e RTP Madeira, viram o seu número de horas de conteúdos fornecidos reduzir em 14,4%, 10,4% e 10,0%, respetivamente. Note-se que apenas a RTP2 registou um aumento significativo a este nível com um volume de 3.202 horas fornecidas e a RTP3 mantém-se com um volume de programação partilhada similar ao registado em 2021, sendo o segundo serviço de programas com mais conteúdos partilhados. No que diz respeito aos conteúdos recebidos, a RTP Internacional, RTP Madeira e RTP Açores são, mais uma vez, os serviços de programas que registaram um maior número de conteúdos recebidos em 2022. Na generalidade dos serviços de programas, o volume de horas recebida permanece estável, com a exceção da RTP2 que após o crescimento de 55% em 2021, reduz o valor de conteúdo recebido em aproximadamente 32% em 2022. Destaca-se ainda a RTP Memória, que, à semelhança do ano anterior, em nada dependeu de outros serviços de programas para a transmissão de conteúdos. Por fim, realça-se a sinergia entre a RTP1 e os serviços de programas RTP Internacional e RTP África, e ainda RTP3 e RTP Madeira, uma vez que foram os intercâmbios com mais horas fornecidas.

Concluindo, o nível de intercâmbios realizados manteve-se constante face ao ano anterior e este tema revela-se ainda mais relevante quando se aborda a partilha de conteúdo com os serviços de programas internacionais – RTP Internacional e RTP África – com vista à potencialização 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 por serviço de programas) | 2020 - 2022



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

### Resultado 2022

Ao longo de 2022, dada a relevância de diversos eventos ocorridos, verificou-se a complementaridade de alguns temas abordados entre serviços de programas Rádio.

A RDP Internacional foi o serviço de programas rádio que emitiu mais conteúdo original de outras antenas. No total, registaram-se 114 programas emitidos, dentro dos quais 113 programas são originais da Antena1, como são exemplo o "O Amor é..." com emissão semanal, "O Esplendor de Portugal", "Visão Global", "Fala com Ela", "Visita Guiada", "Geometria Variável", "Portugalex", "Vou ali e já Venho", Info Desporto, "Portugueses no Mundo", entre outros.

Para além disso, também a RDP África se destaca como o segundo serviço de programa rádio com maior volume de conteúdos recebidos de outras antenas (21,3%), perfazendo um total de 43 programas originais de outras rádios emitidos.

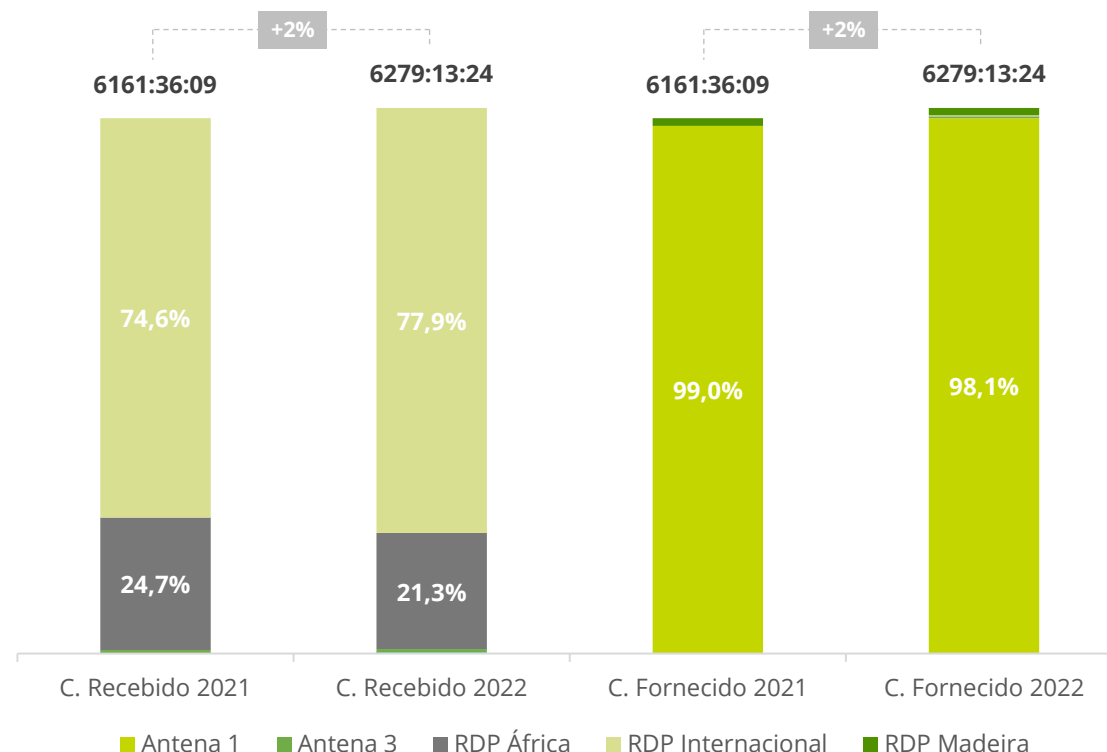
Por outro lado, a Antena1 salienta-se como principal fornecedor de conteúdo com um total de 42 programas compartilhados, como é o exemplo dos programas "Cinemax", "Rosa dos Ventos", "Bairro Latino", "Liga Europa", "O Amor é...", Festival da Canção, "De Cravo ao Peito", concertos, entre outros. Adicionalmente, destaca-se que a Antena1, RDP Internacional e a RDP África emitiram o "REC - Repórteres em Construção", um programa original da Antena3.

Para além disso, a Antena1 partilhou ainda sinergias com a Antena2, por meio da partilha do programa "Em nome do Ouvinte" e, ainda, com a Antena3, a qual emitiu os programas: "Portugalex" e "Em Nome do Ouvinte".

Por fim, face a 2021, o volume de horas de intercâmbio entre antenas manteve-se constante com um total de cerca de 6.279 horas, o que representa um aumento de 2% (cerca de 117 horas). A Antena1 mantém-se como o maior fornecedor de conteúdos a outras antenas, assim como a RTP Internacional se manteve como a antena com maior volume de conteúdos recebidos.

### Análise Comparativa

#### Conteúdo recebido e fornecido no âmbito de intercâmbio Rádio (hh:mm:ss) | 2021 - 2022



## B3.vi) Criação de sinergias entre televisão e rádio

### Resultado 2022

A aproximação do meio Televisão ao contexto Rádio, permanece, em 2022, como um dos principais desafios da RTP.

Na **vertente informativa**, a criação de sinergias entre televisão e rádio ficou maioritariamente marcada pela cobertura do maior acontecimento do ano, a **guerra na Ucrânia**. Este evento contou com várias ações de cooperação e colaborações cruzadas pontuais de profissionais das duas áreas, por meio de apoio logístico no terreno e na produção de conteúdo informativo para ambas as plataformas. Neste âmbito, destaca-se o trabalho desenvolvido pela repórter Cândida Pinto e pelo correspondente da rádio e televisão em Paris, José Manuel Rosendo.

Para além disso, à semelhança do ano homólogo, a cooperação entre os dois meios é bastante acentuada aquando da necessidade de recorrer a correspondentes nacionais e internacionais que colaboraram simultaneamente com a área de informação da Rádio e com a área de informação da Televisão.

Na **área do entretenimento**, a RTP transmitiu na televisão o **Festival RTP da Canção 2022** e, complementarmente, a Antena1 desenvolveu o **“Festival RTP – Magazine”** que consiste numa visão exclusiva e próxima à edição. Destaca-se ainda, o **Festival Jovens Músicos**, que fechou o PJM, durante três dias na Fundação Calouste Gulbenkian, com 6 concertos (envolvendo a Orquestra Gulbenkian), com transmissão na rádio e televisão, em direto e em diferido, pela RTP.

Também o programa **“Visita Guiada”** com emissão na televisão e rádio, ultrapassou as 380 horas, na promoção e valorização do património nacional.

Por fim, destaca-se que ainda que haja vários programas que aproximam estas duas dimensões da RTP, a área informativa permanece com um grau de partilha bastante reduzido. Adicionalmente, a estrutura atual da organização continua a separar as responsabilidades entre a edição de conteúdos de Rádio e de Televisão, o que não

facilita a existência de sinergias entre estes dois meios de comunicação.

## B 4. i) Audiências no serviço de programas RTP3

### Resultado 2022 (1/2)

Analisando os serviços de programas temáticos informativos, foi verificado um aumento generalizado das shares em 2,4 p.p., fechando o ano de 2022 com **11,8%sh** e **250 mil espectadores**.

Ao contrário da generalidade dos serviços de programas informativos, a RTP3 obteve a menor quota de entre os anos completos de presença na TDT, tendo acompanhado a tendência negativa iniciada em 2019, alcançando **1,3%sh**.

Contrariamente, todos os restantes serviços de programas informativos de cabo registaram aumentos de quota, destacando-se a CMTV com a melhor quota de sempre e sendo o único serviço de programas, a alcançar uma média de cerca de 100 mil espectadores.

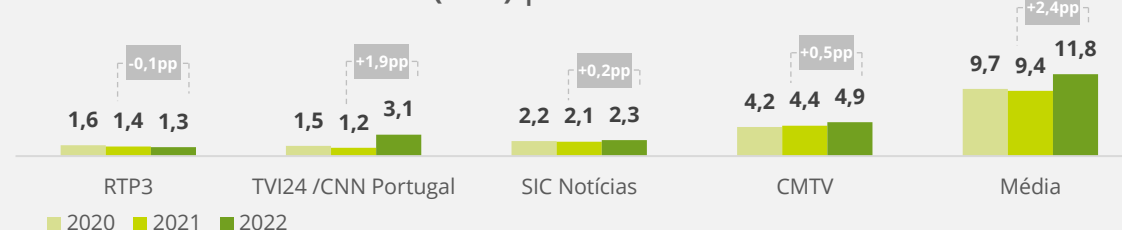
Relativamente à evolução da share por faixa horária, a generalidade dos serviços de programas informativos regista um aumento de competitividade para todas as faixas, algo que não foi acompanhado pela RTP3 que viu uma quebra de share nos horários da “Tarde”, “Acesso” e “L. Night”.

Ao nível do estudo geracional, a análise demonstra que para a tipologia de informação, as Gerações X (entre os 45 e 64 anos) e *BabyBoomers* (mais de 64 anos) aumentaram a sua quota em 29% e 23%, respetivamente, o que significa que a RTP3 cedeu a sua quota a outros serviços de programas informativos nestas gerações, já que registou quebras de 13% e 5%, respetivamente.

Com base na análise 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.

### Análise Comparativa

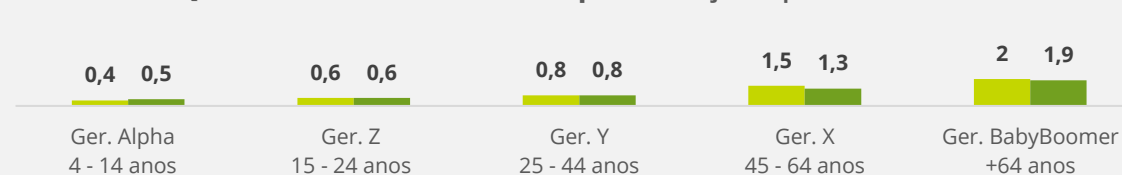
**Evolução de Share em Serviços de Programas Informativos (%sh) | 2020 - 2022**



**Evolução de Share por faixas horárias RTP3 (%sh) | 2021 - 2022**



**Quota de mercado da RTP3 por Gerações | 2021 - 2022**



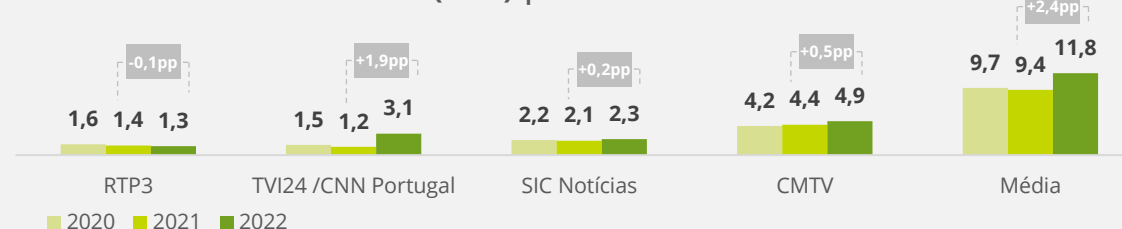
## B 4. i) Audiências no serviço de programas RTP3

### Resultado 2022 (2/2)

O ano de 2022 foi marcado por crescimento de competitividade generalizado para a tipologia de informação, algo que a RTP3 não foi capaz de acompanhar e que se refletiu em diferentes vertentes da análise, particularmente nos shares de audiência.

### Análise Comparativa

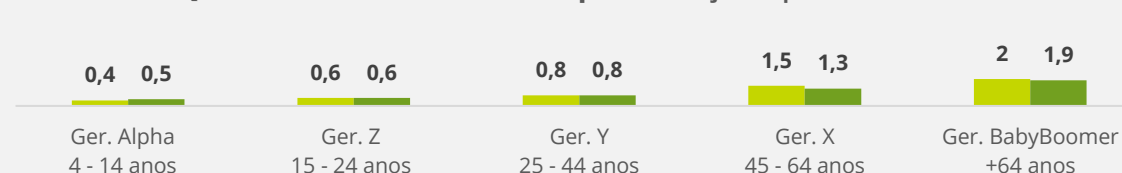
#### Evolução de Share em Serviços de Programas Informativos (%sh) | 2020 - 2021



#### Evolução de Share por faixas horárias RTP3 (%sh) | 2021 - 2022



#### Quota de mercado da RTP3 por Gerações | 2021 - 2022



<sup>1</sup>A 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.

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

### Resultado 2022

Em 2022 foram emitidas no total **10.320 horas de informação diária em primeira passagem, um aumento de 3%** face ao ano anterior, no qual foram emitidas 9.978 horas.

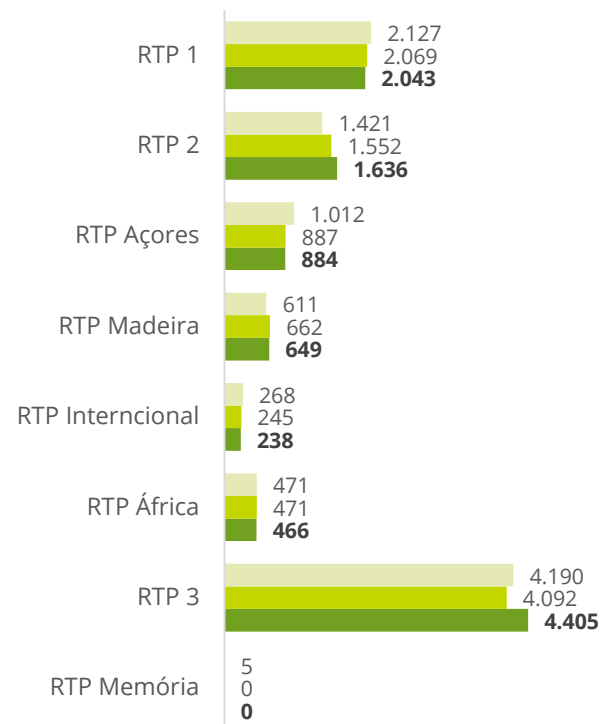
No que diz respeito à transmissão de **informação não diária em primeira passagem**, foram emitidas **2.554 horas** no total, representando um **aumento de 3%** comparativamente a 2021, no qual se registaram 2.470 horas. Esta percentagem é em parte reflexo do extenso incremento de horas neste indicador nos serviços de programas RTP3.

No total, a **RTP transmitiu cerca de 12.874 horas de informação (diária e não diária)** em primeira passagem, mantendo de forma praticamente constante o valor verificado no ano anterior (+3%), o que traduz uma **lógica de continuidade na criação e difusão de conteúdo informativo**.

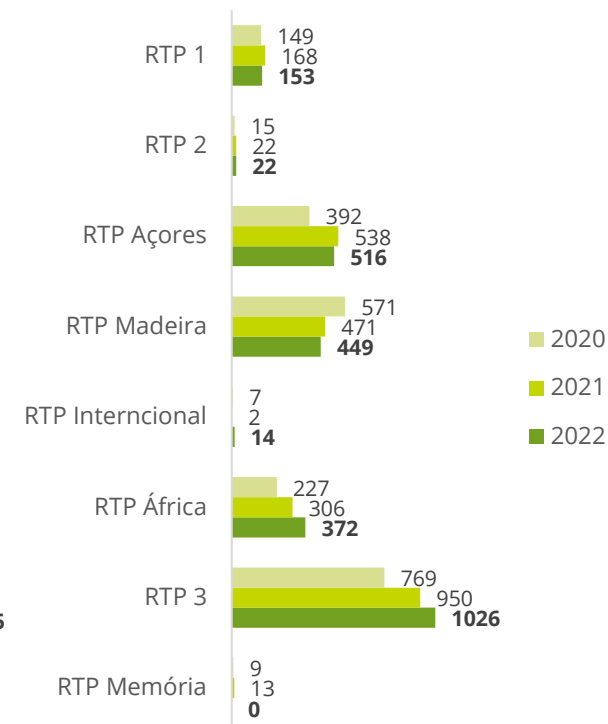
De notar que a **RTP3** continua a ser o serviço de programas onde é transmitido um **maior número de horas de informação em primeira passagem**, quer diária quer não diária.

### Análise Comparativa

Transmissão de programas de informação diária em primeira passagem (Horas) | 2020 - 2022



Transmissão de programas de informação não diária em primeira passagem (Horas) | 2020 - 2022



Fonte: RCOSPPE, 2020; RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022



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

### Resultado 2022

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 de vídeo), 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. Desta forma, a área digital alavanca uma multiplicidade de pontos de contacto com os ouvintes, ganhando cada vez mais expressividade no consumo direto e diferido/podcast, propiciando uma fusão de formatos de vídeo, voz e imagem, que pressupõe uma disrupção na forma como os conteúdos são distribuídos ao público.

Assim, com o propósito de continuar a ampliar a sua capacidade de se modernizar, a RTP tem feito um esforço no sentido de criar conteúdos em formatos diferentes do habitual. Em 2022, foram lançados vários programas em formato inovador como são exemplo:

- **“De Cravo ao Peito”**, um programa em formato de podcast, que consiste em áudio-documentários ou outros trabalhos jornalísticos, relativos a acontecimentos marcantes para a sociedade na contagem decrescente para a celebração dos 50 anos do 25 de abril.
- **“Festival da Canção – O Podcast”**, um podcast especialmente criado para levar a informação às camadas mais jovens da sociedade.
- Entre outros como o podcast da Antena1 **“A Mim, Nunca”**, o **“Escala do Clima”** e o **“O Vinho Não Cai do Céu”**.

Além de programas, foram ainda realizados exclusivos de reportagem neste formato, como é o caso do **“Três Graças”**, de Pedro Cabrita Reis, em Paris, da estreia da peça de Tiago Rodrigues **“Dans la mesure de l'impossible”**, em Genebra, da entrevista a Paulina Chiziane, Prémio Camões.

Na Antena1, além da criação de podcasts originais, produziu-se uma nova série – **“Visual”** – com publicação exclusiva nas plataformas Facebook e YouTube. Foram ainda realizadas emissões especiais de debate do podcast **“Teorias da Conspiração”** exclusivamente no Facebook.

No referente Antena3, esta manteve a grande aposta em novos formatos digitais e inovadores com a criação de vários programas em formato podcast como são exemplo o **“5 Minutos de Vinho”**, **“Por Uma Canção”**, **“Bingo”** ou ainda um novo conteúdo direcionado à temática do *gaming*, em parceria com a RTP Arena.

A RTP trabalhou ainda no sentido de ter condições técnicas de disponibilização de conteúdo que podem ser ouvidos em podcast como a **“Grande Entrevista”**, **“O Outro Lado”**, o **“Telejornal”** de domingo os comentários de Pedro Norton, Susana Peralta, João Soares e Miguel Poiars Maduro, entre outros.

Numa relação sinérgica entre rádio e digital, foram realizados desenhos criativos e *thumbnails* de podcasts dos três serviços de programas, como por exemplo do **“90 Segundos Ciência”**, **“À Volta do Groove”**, **“Alma Lusa”**, **“Ambos na Mesma Página”**, **“Portugalex”** ou **“Ao Vivo e a Cordas”**.

Por fim, realça-se ainda o facto da RTP ter conduzido duas ações de produção de podcasts em colaboração com a Academia da EBU, cujo objetivo foi de reforçar a oferta de cursos dedicados à criação de conteúdos digitais e formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento e ainda, a criação de novos procedimentos internos que facilitem o desenvolvimento de podcasts a partir de programas de televisão.

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

### Resultado 2022

No sentido de cumprir um dos objetivos do Plano Estratégico de contribuir para o combate à desinformação, a RTP manteve e estabeleceu novas parcerias com diversas entidades, ao longo de 2022.

No que respeita à informação televisiva, a direção de informação manteve a parceria com a **Fundação Francisco Manuel dos Santos**, da qual resulta a sexta temporada do programa “Fronteiras XXI”, que por meio de debates, reportagens e entrevistas abordou temas importantes como a energia, o cancro, a habitação ou o futuro da União Europeia. Paralelamente, manteve-se a parceria com a **Fundação Calouste Gulbenkian**, dando continuidade ao projeto “Conversas sobre o Futuro” com transmissão de 4 novos programas no Grande Auditório da Gulbenkian sobre grandes temáticas como a religião, a justiça, as cidades e os novos movimentos sociais. Adicionalmente, no início do ano, foi feita uma parceria com a **Universidade Católica** e o **Jornal Público** no sentido de se desenvolver uma cobertura alargada da campanha legislativa portuguesa, por meio de reportagens, entrevistas, direitos e sondagens. De destacar ainda que se realizou, conjuntamente com a **SIC** e **TVI**, na campanha dos partidos políticos às Eleições Legislativas, frente a frentes com todos os líderes dos partidos com representação parlamentar.

Ao nível das ações de cariz social, foi estabelecida uma ação conjunta com o **Ministério da Educação**, com o intuito de auxiliar a integração das crianças ucranianas em Portugal, resultando no programa #EstudoEmCasa com a Ucrânia.

No âmbito da informação de rádio, foram estabelecidas parcerias pontuais no seguimento dos programas “**Antena Aberta**” e “**Portugal em Direto**”. O primeiro por meio do objetivo de se tornar mais relevante, foi realizado com regularidade fora do estúdio e com recurso a jornalistas de órgãos locais e regionais, professores e investigadores de universidades e institutos politécnicos, de diversos pontos do país. O segundo sendo transmitido a partir de diferentes regiões do país, obrigou ao estabelecimento de parcerias com órgãos de imprensa local e regional.

A Antena1 especificamente, desenvolveu ao longo do primeiro semestre de 2022, 132 apoios/parcerias de tipologia variada e muito descentralizada pelo Território Continental. Já a Antena2 promoveu a parceria com a **Universidade de Aveiro**, a **Universidade Nova de Lisboa**, a **Universidade de Évora**, a **Universidade da Beira Interior**, entre outros, com o objetivo de promover iniciativas desses centros de conhecimento e de transmitir conteúdos produzidos em parceria com essas entidades. Além disso, retomando o modelo das eleições anteriores, organizou em conjunto com a **Renascença** e **TSF** um grande debate das rádios.

Além de estabelecer novas parcerias, é também essencial garantir a continuidade das já estabelecidas, como é o caso da parceria com a **Associação Portuguesa de Radiodifusão (APR)**, que se mantém desde 2012.

### Exemplos de Parcerias Estabelecidas



## B6.i) Análise dos valores da RTP na perspetiva do público

### Resultado 2022

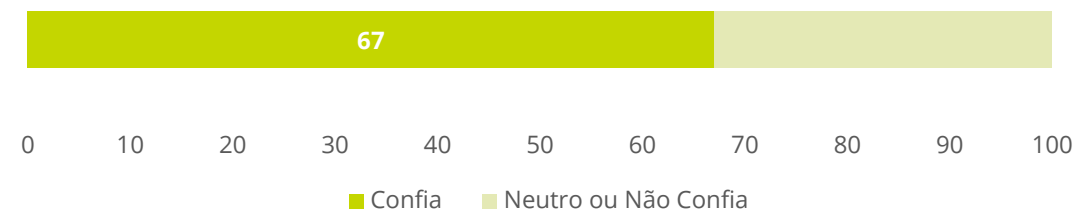
A área da informação assume uma grande importância na RTP, não apenas por representar uma significativa parte da grelha de transmissão de diversos serviços de programas, mas também pela missão de serviço público que a RTP tem em garantir a integridade e escrutínio das notícias e informação divulgada.

Ao nível da perspetiva do público relativamente à RTP, e de forma complementar ao que foi anteriormente mencionado no indicador B1.i), a empresa pública foi distinguida em 2022, conforme consta do relatório **“Trust in Public Service média 2022”** pela UER/EBU, como o **segundo serviço público de média da Europa no qual mais pessoas confiam ao nível de informação de rádio e televisão**. Desta forma, Portugal, representado pelo Grupo RTP, fica apenas atrás da Finlândia, onde o nível de confiança ronda os **73%**, igualando a Estónia com uma percentagem de confiança igual a **67%**.

Destaca-se, ainda, que a média europeia representou 39%, ficando o grupo RTP 28p.p. acima da média, o que indica que pelo menos dois terços da população consideram o serviço público de média como uma das fontes mais confiáveis de informação em Portugal.

### Análise Comparativa

#### Índice de confiança nas notícias das rádios e televisões públicas pela população portuguesa (% de população) | 2022



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

### Resultado 2022 (1/2)

A semelhança dos anos anteriores, a RTP foi mais uma vez 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, ao longo de 2022.

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

Assim, em 2022 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.

Tal como em 2021, é de destacar o prémio atribuído pelo Digital News Report, do Reuters Institute da Universidade de Oxford, que considerou a RTP como a “Marca de Informação mais confiável em Portugal”.

Pela primeira vez, no ano de 2022 também a RTP Açores foi homenageada com uma medalha de reconhecimento, devido ao forte sentido de serviço público, no que toca ao seu papel informativo.

Destaca-se ainda o prémio atribuído pela 16.ª vez à RTP1 de “Marca de Confiança dos Portugueses”, atribuído pela revista Seleções da Reader’s Digest e ainda o reconhecimento dado pela UER/EBU relativamente à capacidade dos jornalistas portugueses na cobertura da informação relativa à Guerra na Ucrânia.

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

### Prémios Atribuídos à RTP

- Prémio “**Marca de informação mais confiável em Portugal**”, atribuído à RTP1 com base no Digital News Report, do Reuters Institute, da Universidade de Oxford;
- Prémio de **Marca de Confiança dos Portugueses** pela revista Seleções da Reader’s Digest atribuído à RTP1 pela 16.ª vez;
- **Reconhecimento pela UER/EBU** pelo trabalho desenvolvido pelos jornalistas da RTP na cobertura noticiosa da guerra da Ucrânia;

### Prémios Atribuídos a Programas da RTP

- Prémios de **Ciberjornalismo**, atribuído pelo Observatório de Ciberjornalismo, da Universidade do Porto, ao sítio da RTP Notícias, “Conflito a leste. A evolução ao minuto do conflito entre Rússia e Ucrânia”;
- Prémio **Melhor Programa de Informação** atribuído à série “Deus Cérebro” pela Sociedade Portuguesa de Autores (SPA);
- Prémio de **Jornalismo Direitos Humanos e Integração** atribuído à Reportagem “Bissau – Geração Futuro” de Paula Fernandes e Borges Silva Paulo, na categoria de rádio, e à reportagem “As Guardiãs do Sado” de Sandra Salvado, Rui Rodrigues e Sara Cravina, na categoria audiovisual;
- Prémio de **Jornalismo “Os Direitos da Criança em Notícia”** foi atribuído à grande reportagem da Antena1 “Cabo Delgado - A Bússola Estilhaçada”;
- Prémio de **Jornalismo** foi atribuído à reportagem do Linha da Frente “No Fio da Pandemia”, da jornalista Paula Martinho da Silva, pela APEPM - Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca;
- Prémio de **Jornalismo Eit Food** atribuído à reportagem no Linha da Frente “Entre a

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

### Resultado 2022 (2/2)

Abundância e a Escassez", da autoria de Mafalda Gameiro;

- Adicionalmente, também a reportagem "Marco", da Antena1, foi distinguida com uma nomeação no **34.º Grande Prémio Internacional de Rádio da URTI - União de Rádio e Televisão Internacional**.

Por fim foram atribuídas **7 diferentes menções honrosas** a diferentes reportagens da RTP no âmbito do jornalismo, dentro das quais se destaca a reportagem "Cabo Delgado, a bússola estilhada", de Nuno Amaral, à qual foram atribuídas 2 menções honrosas - Prémio de Jornalismo Direitos Humanos e Integração e Prémio AMI – Assistência Médica Internacional, Jornalismo Contra a Indiferença.

### Nomeações para Prémios

- Nomeação de reportagem "Marco" de Rita Colaço, da Antena1, no **34.º Grande Prémio Internacional de Rádio da URTI**.

### Menções Honrosas

- Menção Honrosa do **Prémio de Jornalismo Direitos Humanos e Integração**, atribuída à reportagem "Cabo Delgado, a bússola estilhada", de Nuno Amaral;
- Menção Honrosa do **Prémio de Jornalismo Direitos Humanos e Integração**, atribuída à reportagem "Bebé afegã salva em Portugal", de Catarina Cadavez, Rodrigo Lobo e Joana Melo;
- **1ª Menção honrosa nos Prémios de Jornalismo e Poder Local** atribuído à reportagem "Praça do Município" pela Associação Nacional de Municípios Portugueses, na categoria rádio;
- **2ª Menção honrosa nos Prémios de Jornalismo e Poder Local** atribuído à reportagem "Portugal em Direto" pela Associação Nacional de Municípios

Portugueses, na categoria rádio;

- Menção honrosa no **Prémio de Jornalismo "Os Direitos da Criança em Notícia"** atribuído às reportagens "Uma escola um novo futuro" e "Somos o que fazemos" atribuído pelo Fórum sobre Direitos das Crianças e dos Jovens, na categoria de rádio.

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

### Resultado 2022

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 9 colaboradores, em 10 diferentes ocasiões.

Foram atribuídas premiações nas mais diversas áreas da informação – desde desporto, com o prémio de jornalismo desportivo atribuído a João Miguel Nunes pelo Comité Paralímpico de Portugal, aos principais acontecimentos mundiais como o Prémio Mário Mesquita que destacou Cândida Pinto, essencialmente pelo ótimo trabalho demonstrado na cobertura da guerra da Ucrânia.

Destaque ainda para José Rodrigues dos Santos que, pelo décimo sexto ano é distinguido pelo Prémio Jornalista de confiança, pela Seleções do Reader's Digest.

### Prémios Atribuídos a trabalhadores da RTP

- **Prémio Mário Mesquita** atribuído a **Cândida Pinto** pela **Sociedade Portuguesa de Autores** pelo seu trabalho nos principais acontecimentos mundiais, nomeadamente a guerra na Ucrânia;
- **Prémio de Jornalismo de Excelência** atribuído a **Dina Aguiar** pelo **Movimento de Arte Contemporânea** pelo trabalho no programa “Portugal em Direto”;
- **Prémio Jornalismo Desportivo** atribuído a **João Miguel Nunes** pelo **Comité Paralímpico de Portugal**;
- **Prémio de Jornalismo- Igualdade, Inclusão e Excelência Desportiva** atribuído a **João Miguel Nunes** pelo **Comité Paralímpico de Portugal**;
- **Prémio “Patrocina Un Deportista”** atribuído a **João Pedro Mendonça** pela carreira ímpar na divulgação das modalidades olímpicas;
- **Prémio Jornalista de Confiança 2022** atribuído a **José Rodrigues dos Santos**, pela Revista Seleções Reader's Digest;
- **Prémio AMI – Jornalismo Contra a Indiferença que distinguiu com uma menção honrosa a reportagem “Cabo Delgado: a Bússola Estilhaçada”** atribuído a um trabalho do jornalista **Nuno Amaral** da **Antena1**, reconhecido igualmente por outras entidades;
- **Medalha municipal de mérito - Grau Ouro (Câmara Municipal do Porto)** atribuída à jornalista **Fátima Campos Ferreira**;
- **Medalha de mérito pela Câmara Municipal de Ovar** atribuída ao jornalista **Hélder Reis**;
- **34º Grande Prémio Internacional de Rádio da URTI** com a nomeação de reportagem da **Antena1**, **Marco e Rita Colaço**.

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

### Resultado 2022

No ano de 2022 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.

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, mais uma vez, à empresa **Ipos/Apeme**, que trabalhou na sequência do estudo contínuo **“Monitorização do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP”**, decorrendo a nona vaga entre 10 de janeiro e 28 de fevereiro de 2022.

Ao longo de um período de 2 meses foram realizadas 1.013 entrevistas, 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 ainda concluídas as vagas do **“Estudo de Monitorização do Serviço Público”** e foi conduzido um estudo da EBU sobre confiança nos média de serviço público.

No que toca aos relatórios de audiências, foi reportado regularmente o desempenho dos serviços de programas e conteúdos, o qual serve também de fonte de informação para o atual mercado nos média. Desta forma, estes relatórios alimentam não só necessidades de informação interna, como também parceiros externos da RTP, nacionais e internacionais.

Ainda dentro deste âmbito, foi iniciado em julho uma análise de reformatação dos relatórios de audiências, ambicionando uma visão mais contemporânea dos dados disponíveis, privilegiando uma informação integrada por conteúdo e marca.

## 5 PILARES ESTRATÉGICOS

PILAR

01

Rigor, pluralismo e  
modernidade na  
informação

PILAR

03

Estar mais perto e ser  
mais relevante para  
todos os públicos

PILAR

05

Organização em  
sintonia com a  
atualidade

PILAR

02

Mais qualidade e  
inovação nos  
conteúdos

PILAR

04

Investir em  
tecnologia digital  
multiplataforma



## 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, *bullying* 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 49

Baixo 0%

Moderado 0%

Elevado 100%

## Classificação por tipo de indicador

Indicadores Críticos Não Recorrentes 5 | Medidos 0

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	0%

Indicadores Críticos Recorrentes 21 | Medidos 21

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Relevantes Recorrentes 29 | Medidos 28

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

## Observações

Ao longo do ano de 2022, a empresa pública manteve a aposta em captar o interesse dos públicos mais jovens, a audiência que se revela mais desafiante de cativar, assegurando a produção e transmissão de conteúdos inovadores, por via do estabelecimento de novas parcerias que pudessem contribuir para a sua evolução neste âmbito, bem como pela adaptação das grelhas aos hábitos de consumo destas faixas etárias com uma aposta no fornecimento de conteúdos multiplataforma. Adicionalmente, também a plataforma comprovada RTP Arena teve um papel central no processo de aproximação ao segmento, por via do seu carácter jovem na abordagem a conteúdos da categoria de eSports. De igual forma, a criação de conteúdos de interesse generalizado e que tenham capacidade de aglutinar as pessoas surge na ordem de trabalhos de 2022, com uma especial atenção da RTP1 na criação de programas familiares como o “The Voice gerações” e o “Joker”. Ainda nesta dinâmica, a RTP investiu bastante na dinâmica desportiva, tendo procurado diversificar ainda mais os formatos, modalidades e escalões incluídos nas suas transmissões, com especial atenção às competições onde a seleção nacional tomou lugar. Nesse sentido, destaca-se o Mundial de Futebol no Catar que contou com cobertura na TV, Rádio e Multimédia do por via de uma mobilização de recursos muito significativa. Por fim, a RTP continuou a apoiar a produção audiovisual independente, contando, entre outras iniciativas, com a realização de mais uma consulta de conteúdos. Por fim, também a diversidade nos géneros apresentados foi significativa com uma grelha de transmissão diversa e completa, com destaque dos conteúdos documentais que, para além da vertente informativa, cobriram diversos tópicos de interesse da sociedade como a natureza, o clima, a literatura, a língua e o património.

## | Oportunidades de melhoria

Em 2022, não houve ainda espaço para o desenvolvimento de uma estrutura e estratégia específicas para desenvolver um plano de conteúdos para as camadas juvenis. Adicionalmente, a ação de desenvolvimento de parcerias com entidades nacionais para viabilizar a disponibilização de conteúdos numa plataforma OTT encontra-se ainda numa fase bastante embrionária e, ainda, no que respeita ao compromisso na definição de uma estratégia para criação de processos internos de controlo da qualidade, incentivo e apoio a produções criados, não há registo de nenhuma ação neste sentido.

## LISTAGEM DE INDICADORES (I/VII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>1   CRIAR UMA ESTRUTURA, DESENVOLVER UMA ESTRATÉGIA E IMPLEMENTAR UM PLANO DE PRODUÇÃO E DE AQUISIÇÃO DE CONTEÚDOS PARA OS JOVENS</b>				
<b>B7.i)</b>	Número de parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista a adquirir conteúdo direcionado a jovens	Crítico	Recorrente	●
<b>B7.ii)</b>	Exemplos de programas direcionado ao público jovem disponibilizados em formato multiplataforma	Relevante	Recorrente	●
<b>B7.iii)</b>	Criação de uma estrutura e estratégia para desenvolver um plano de conteúdos para jovens	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B7.iv)</b>	Programas Infantojuvenis emitidos em 2022, coproduzidos pela RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B7.v)</b>	Programas Infantis e Juvenis emitidos em 2022, produzidos por produtores externos nacionais	Relevante	Recorrente	●
<b>2   REFORÇAR O INVESTIMENTO NAS PLATAFORMAS JÁ COMPROVADAS: RTP ARENA, RTP LAB, RTP ENSINA E ZIG ZAG</b>				
<b>B8.i)</b>	Número de horas em direto no RTP Arena	Crítico	Recorrente	●
<b>B8.ii)</b>	Visualizações de conteúdo no RTP Arena	Relevante	Recorrente	●
<b>B8.iii)</b>	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Lab	Crítico	Recorrente	●
<b>B8.iv)</b>	Evolução do número de utilizadores do RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
<b>B8.v)</b>	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina	Crítico	Recorrente	●
<b>B8.vi)</b>	Evolução da performance multiplataforma do programa Zig Zag	Relevante	Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa

## LISTAGEM DE INDICADORES (II/VII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>3   REFORÇAR AS COMPETÊNCIAS DA ÁREA DE INOVAÇÃO PARA MAIOR CONSISTÊNCIA E MODERNIDADE E RENOVAR OS PROGRAMAS CHAVE</b>				
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	●
<b>4   REFORÇAR A COMPONENTE FAMILIAR E TRANSMITIR OS GRANDES EVENTOS DE ENTRETENIMENTO, DESPORTIVOS, POLÍTICOS E SOCIAIS</b>				
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	●
<b>5   AUMENTAR A DIVERSIDADE DE GÉNEROS NA PROGRAMAÇÃO</b>				
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
<b>6   DAR PARTICULAR ATENÇÃO AOS TEMAS LIGADOS À CIÊNCIA, TECNOLOGIA E SOCIOECONÓMICOS, E DESENVOLVER PARCERIAS EXTERNAS</b>				
<b>B12.i)</b>	Distribuição do tempo de emissão de temas da área da ciência, tecnologia e socioeconómicos	Relevante	Recorrente	●
<b>B12.ii)</b>	Parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista ao lançamento de programas nas temáticas da ciência, tecnologia e socioeconómicos	Crítico	Recorrente	●
<b>7   DESENVOLVER CAMPANHAS PRÓPRIAS SOBRE TEMAS RELEVANTES NA SOCIEDADE</b>				
<b>B13.i)</b>	Campanhas próprias criadas direcionados a temas relevantes e atuais da sociedade nas variadas temáticas	Crítico	Recorrente	●
<b>8   TRATAR O DESPORTO MAIS TRANSVERSALMENTE COM ENFOQUE NAS SELEÇÕES NACIONAIS DAS VÁRIAS MODALIDADES E REFORÇO DA RTP DESPORTO</b>				
<b>B14.i)</b>	Distribuição de tempo de emissão por modalidade desportiva	Relevante	Recorrente	●
<b>B14.ii)</b>	Exemplos de conteúdos disponíveis em formato multiplataforma no âmbito da temática desporto	Relevante	Recorrente	●
<b>B14.iii)</b>	Evolução da performance da plataforma digital RTP Desporto	Relevante	Recorrente	●
<b>B14.iv)</b>	Análise comparativa com outros serviços de programas generalistas da percentagem de horas transmitidas na área do desporto	Crítico	Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (VI/VII)

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



## LISTAGEM DE INDICADORES (V/VII)

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

## LISTAGEM DE INDICADORES (VI/VII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>14   DAR MAIS PROFUNDIDADE E AMPLITUDE AO RTP ENSINA CRIANDO NOVOS CONTEÚDOS E FAZENDO NOVAS PARCERIAS</b>				
<b>B20.i)</b>	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina	Crítico	Recorrente	●
<b>B20.ii)</b>	Parcerias estabelecidas pela RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
<b>B20.iii)</b>	Evolução da performance do RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
<b>15   DESENVOLVER A RTP ARQUIVO E DESAFIAR OS RESPONSÁVEIS E PARCEIROS EXTERNOS A DESENVOLVEREM NOVOS PRODUTOS</b>				
<b>B21.i)</b>	Número de pedidos satisfeitos na RTP Arquivo	Crítico	Recorrente	●
<b>B21.ii)</b>	Número de digitalizações de conteúdos do arquivo	Crítico	Recorrente	●
<b>B21.iii)</b>	Evolução da quantidade de conteúdos disponíveis na RTP Arquivo	Crítico	Recorrente	●
<b>16   DESENVOLVER EM CONJUNTO COM OS PROVEDORES PROJETOS DE DIVULGAÇÃO DA SUA ATIVIDADE COM MAIS IMPACTO</b>				
<b>B22.i)</b>	Lista de principais projetos criados em conjunto com provedores	Crítico	Recorrente	●
<b>B22.ii)</b>	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
<b>17   INCENTIVAR PARCERIAS PARA DIVULGAR CONTEÚDOS DA RTP E CONTINUAR A LANÇAR EDIÇÕES DE LIVROS COM CURADORIA EDITORIAL</b>				
<b>B23.i)</b>	Número de edições de livros lançados	Crítico	Recorrente	●
<b>B23.ii)</b>	Número de ações de promoção e divulgação de conteúdos RTP	Crítico	Recorrente	●

## B7.i) Número de parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista a adquirir conteúdo direcionado a jovens

### Resultado 2022

Com vista a tornar-se mais relevante para os públicos mais jovens, a RTP procura estabelecer parcerias que a auxiliem neste processo de produção e que potenciem o alcançar deste objetivo.

Assim, ao longo de 2022, a RTP estabeleceu novas parcerias com várias entidades e manteve outras já existentes, com vista ao reforço desta linha estratégica.

No que se refere à dimensão das séries, a RTP reforçou a parceria com a Coyote Vadio na produção da 2ª temporada da série humorística “Pôr do Sol” que contou com o desenvolvimento de 20 novos episódios. Também as séries “3 Caminos” e “Crimes submersos” surgem como fruto de coproduções com a Amazon Prime e a RTVE (Espanha), respetivamente. Para além disso, salienta-se a série “Auga Seca – 2ª temporada”, que surge de uma coprodução com a HBO e a “Operação Maré Negra” da parceria com a Amazon Prime Video que estreou simultaneamente em Portugal, Espanha e no Brasil.

O conteúdo “Planeta A” surge da coprodução entre a RTP1 e a Fundação Calouste Gulbenkian, dando espaço para a abordagem de temas relacionados com a sustentabilidade, a crise climática e a demografia mundial, entre outros, num total de 9 episódios.

No universo do entretenimento familiar, os “Prémios Play” surgem da parceria com a GestMusic e a Audiogest, e o “Prémio Jovens Músicos” trata-se através de uma sinergia estabelecida entre a RTP e a Fundação Calouste Gulbenkian.

No que respeita aos festivais, a cobertura do NOS Alive, por exemplo, é uma parceria com a Everything is New, e inclui ainda parcerias com editoras e artistas para a transmissão dos concertos ao vivo.

Por fim, é de salientar que a RTP permanece envolvida no projeto europeu ENTR, por via da colaboração da área multimédia com parceiros de média internacionais, de

nasceram projetos como as “ENTR Talks” ou debates sobre diversas temáticas da sociedade e que tiveram lugar em várias instituições de ensino do país, com a participação e colaboração das comunidades estudantis. Desta forma o projeto é orientado aos jovens europeus com idades entre os 18 e os 34 anos e foi desenvolvido em seis idiomas diferentes, mas produzindo atualmente conteúdo em oito línguas: português, inglês, francês, alemão, polaco, romeno, búlgaro e neerlandês.

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

### Resultado 2022

Ao longo dos anos, a RTP tem procurado manter-se revelante para os variados e inúmeros públicos aos quais se dirige. Desta forma, segundo o Plano Estratégico RTP 2021-2023, a empresa, ao longo do triénio em análise, procura demonstrar mais versatilidade ao nível de programas e formatos e “desenvolver conteúdos interessantes para os jovens e entregá-los nas plataformas mais convenientes”.

Ao longo de 2022, várias foram as iniciativas que surgiram fruto desta linha estratégica. Na RTP1 foram transmitidos vários conteúdos nas mais diversas áreas. No Entretenimento, destacou-se o novo formato de humor “Taskmaster”, produzido a pensar nos públicos mais jovens que se revelou um sucesso no consumo não linear. O programa registou a 3ª posição nos programas da categoria de *Video on demand* (VOD) com mais visitantes do RTP Play, com cerca de 450 mil visitas, valores acima face ao “Telejornal” ou a “Praça da Alegria”. Também os concursos de talentos se destacaram, nomeadamente os programas “The Voice”, “The Voice Kids”, com participantes até aos 15 anos, “The Voice Gerações”, “MasterChef” e o “Got Talent” que promove a descoberta de jovens talentos nas áreas da dança, música, teatro, circo, entre outros. Todos estes programas foram desenvolvidos de forma a complementar a exibição linear com múltiplos formatos digitais, tendo, por exemplo, o “The Voice” registado mais de um milhão de seguidores no canal Youtube e um forte consumo registado nas plataformas RTP.

Um outro formato que teve a sua origem inicial no meio digital e que, posteriormente, foi adaptado para a televisão foi o programa “Sou Menino para Ir” protagonizado pelo humorista Salvador Martinha, o qual alcançou excelentes resultados em múltiplas plataformas.

Na área da Ficção, foi produzida a 2ª temporada da comédia satírica “Pôr do Sol”, tornando-se o conteúdo mais procurado de sempre nas plataformas RTP, com mais de 93 mil visitantes na APP RTP Play e com uma representação de 8% das *pageviews* na categoria de VOD registadas na RTP Play. A série afirmou-se, ainda, como um fenómeno nas redes sociais, como o Tik Tok, na qual milhares de jovens utilizaram clips da série para imitar personagens da telenovela.

No que respeita ao universo da Música, este revelou-se decisivo para fomentar a proximidade aos jovens. Entre as várias iniciativas levadas a cabo em 2022, destaca-se a cobertura total de vários festivais de verão, como o NOS Alive, o MEO Marés Vivas, o Alfama Fado ou o Sol da Caparica, via emissões de concertos na televisão ou diretos na RTP Play.

Um outro conteúdo de destaque é o *talk show* juvenil “Scroll”, que, com uma repercussão significativa nas redes sociais, se dirige aos jovens a caminho do secundário ou de um curso profissional, onde se dá espaço para o debate de temas da atualidade.

Por fim, o programa “5 para a Meia Noite” permanece como um grande impulsionador da visibilidade da RTP para as camadas mais jovens, com uma grande presença nas redes sociais – mais de 290 mil seguidores no Instagram, o que lhe confere o 1º lugar no ranking de programas RTP com mais seguidores na rede social.

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

### Resultado 2022

A busca por uma maior relevância junto do público jovem emerge como um dos principais objetivos da RTP no período em análise. Neste sentido, a organização não se limitou a ampliar o seu portfólio de conteúdos direcionados a este público, mas também almejou que esta iniciativa estivesse profundamente enraizada em todas as vertentes da empresa, requerendo um compromisso e atenção substanciais de todas as direções. Este objetivo transversal implica a criação de uma estrutura e estratégia específicas para este propósito.

Por meio das entrevistas realizadas juntos dos vários intervenientes da RTP, foram destacados diversos programas que contribuíram para aumentar a atratividade da RTP aos olhos dos jovens. A título de exemplo destaca-se o lançamento do programa **"TaskMaster"**, apresentado por Vasco Palmeirim e Nuno Markl, que representou um sucesso no consumo linear e não linear e que, no seu ano de lançamento, contou com a 5ª posição nas contas RTP mais seguidas no Instagram.

Um dos principais destaques do ano refere-se ao progresso da plataforma **RTP Arena**, que, encontrando-se já num período de consolidação, assegurou a continuidade da transmissão de *talk shows*, *game shows*, análises de jogos e análises tecnológicas. Além disso, foi produzida a segunda temporada da série **"Pôr do Sol"**, que incluiu o lançamento de 20 novos episódios e se tornou o conteúdo mais visualizado de sempre na RTP Play.

Ainda assim, é de notar que não estava ainda em 2022 estabelecida uma estrutura e estratégia abrangente a toda a organização, a ser adotada por todos os serviços de programas, pelo que o indicador em análise deve ser considerado como "Não Avaliado", sendo esta uma ação que deve ser desenvolvida ao longo do ano de 2023.

## B7.iv) Programas Infantojuvenis emitidos em 2022, coproduzidos pela RTP

### Resultado 2022

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

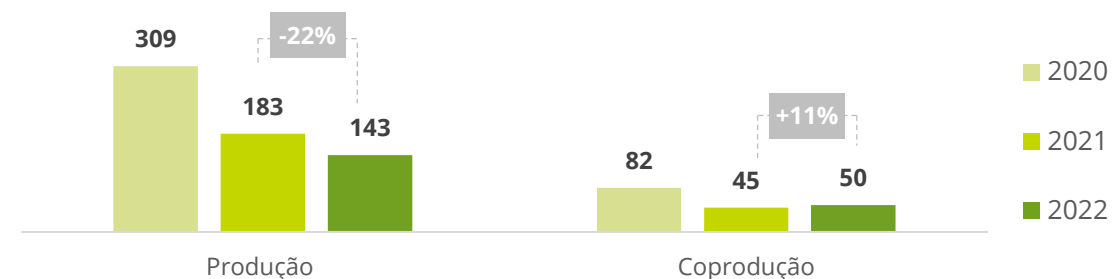
Em 2022, com referência à totalidade de conteúdos emitidos deste domínio, foram produzidas 50 horas de programas pela RTP em colaboração com outras entidades, e cerca de 143 horas de programas produzidas internamente.

Entre os conteúdos coproduzidos pela RTP, destaca-se a série “FalaEscreveAcertaGanha – 1ª série” que registou o maior número de horas de emissão (28 horas). Os conteúdos “Gawayn”, “Ema & Gui” e “Ana Beatriz, Uma Caminhada Especial”, à semelhança do ano anterior, mantiveram-se na programação RTP com 10 horas, 11 horas e 14 minutos de emissão, respetivamente.

Ainda que em 2021, se tenha registado a emissão de 7 coproduções deste âmbito pela RTP, no ano de 2022, apenas houve registo de 4 séries emitidas. De qualquer forma, em termos de volume de horas, o valor manteve-se relativamente estável, traduzindo-se, ainda assim, num aumento de 5h de emissão.

### Análise Comparativa

Programação Infantojuvenil Produzida e Coproduzida pela RTP  
(Horas) | 2020 - 2022



## B 7.v) Programas Infantis e Juvenis emitidos em 2022, produzidos por produtores externos nacionais

### Resultado 2022

Ao longo do ano de 2022, a RTP emitiu **33 conteúdos produzidos por produtores externos nacionais independentes**, que se traduziram em 571 horas de programas infantis e juvenis, representando uma redução de 70% face a 2021. De notar que em 2021, cerca de 63% das horas transmitidas foram destinadas aos programas #EstudoEmCasa e Aprender Em Casa, conteúdos de apoio à área do Ensino básico e secundário nacional durante o período pandémico. Com o regresso à normalidade e à escola presencial em 2022, era expectável a acentuada redução de horas de emissão verificada nesta área.

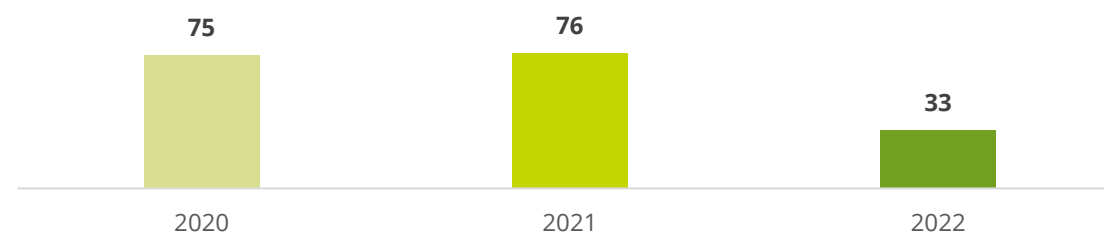
No que se refere aos conteúdos com maior tempo de emissão, destaca-se o programa **Magazine ZigZag** com mais de 280 horas de emissão, representando quase 50% do tempo de programação infantojuvenil produzida por produtores externos nacionais, em termos de volume de horas. Destacou-se, também, o programa **“Scroll”**, um *talk show* juvenil estreado em 2021 e que contou com 102 horas de emissão em 2022. Dirigido a um público jovem-adulto, este conteúdo serve de palco ao debate entre adolescentes e jovens adultos sobre temas atuais como a saúde mental, racismo, discriminação, orientações sexuais, religião, política, entre outros. De notar ainda a repercussão positiva que obteve nas redes sociais, o local preferido dos jovens da atualidade.

Ainda que com menos horas de emissão, distinguiram-se também os seguintes conteúdos:

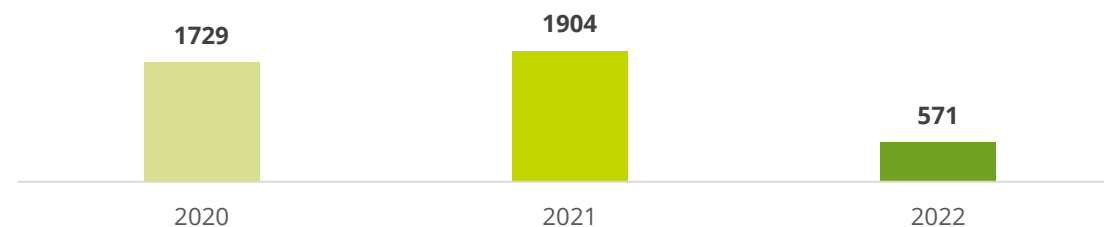
- **“Exploradores da Natureza”**, um programa que conta com a participação de crianças dos 8 aos 12 anos e respetivas famílias na descoberta da natureza e biodiversidade - 31 horas de emissão.
- **“Covil@ZigZag”**, um lugar que promove a inovação e criatividade por meio da criação de novas amizades, novas experiências e desafios - 26 horas de emissão.
- **“A minha cena”** que retrata a vida atual das crianças por meio de relatos pessoais sobre a sua vida, gostos e sonhos - 24 minutos de emissão.

### Análise Comparativa

Programação Infantojuvenil produzida por produtores externos nacionais (número de conteúdos) | 2020 - 2022



Programação Infantojuvenil produzida por produtores externos nacionais (Horas) | 2020 - 2022



Fonte: RCOSPPE, 2019; RCOSPPE, 2020; RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022



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

### Resultado 2022

Em 2022, a RTP manteve a sua aposta na plataforma RTP Arena como via de aproximação a um público mais jovem.

Desta forma, ao longo do ano em análise foram reunidos esforços de forma a impulsionar a plataforma, como a produção de conteúdos originais em variados formatos – *talk shows, game shows, game reviews e tech reviews* – a transmissão em direto de grandes eventos, ou até presença em eventos como o **Intel Extreme Masters de Colónia** ou no **Major de Rio de Janeiro**.

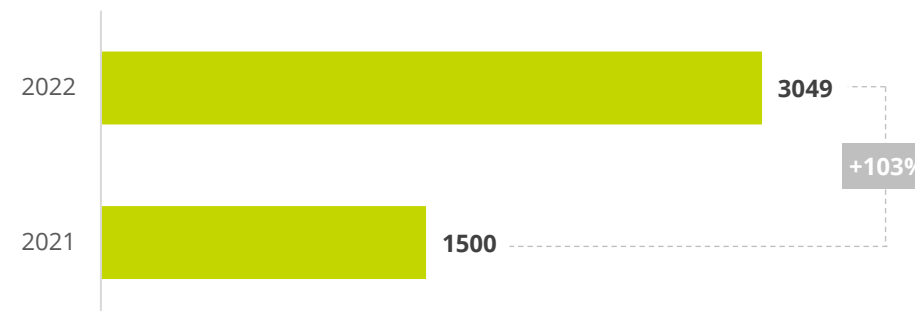
Dentro dos múltiplos conteúdos partilhados na plataforma, destacam-se:

- Acompanhamento de 7 campeonatos do mundo de 5 modalidades diferentes – Apex Legends, Rocket League, FIFA, CS:GO e Valorant;
- Transmissão em direto de competições nacionais como **Circuito Challenge** da Federação Portuguesa de Futebol, a estreia da **eLiga Portugal 2022/2023** e **MasterLeague Portugal**;
- Transmissão em direto de competições internacionais como **ESL Pro Tour** e **BLAST Premier**;
- Transmissão exclusiva em Portugal da **Blast Premier Spring Final** e o novo conteúdo coproduzido com a Antena3, dedicado ao universo do *gaming*.

Em suma, a RTP Arena mais que duplicou as horas em direto na sua plataforma de *eSports*, atingindo as **3049 horas** de conteúdo *live* em 2022.

### Análise Comparativa

Horas em direto no RTP Arena (horas) | 2021 - 2022



## B8.ii) Visualizações de conteúdo no RTP Arena

### Resultado 2022

Com o fechar do ano de 2021, um ano em que se tinham registado os melhores resultados na história da RTP Arena, 2022 revelou-se um ano de estabilização dos mesmos, reforçando o sucesso da plataforma.

Ao todo foram registadas **568 mil visitas**, mantendo quase constante os valores alcançados no ano anterior, refletidos numa variação de -5%. Contabilizando todas as plataformas onde a marca de eSports da RTP está presente, esta atingiu o máximo de visualizações alguma vez registado, num valor que se traduz em **28.240.831 visualizações** totais (Sítio, YouTube e Twitch), crescendo 14% face ao ano de 2021.

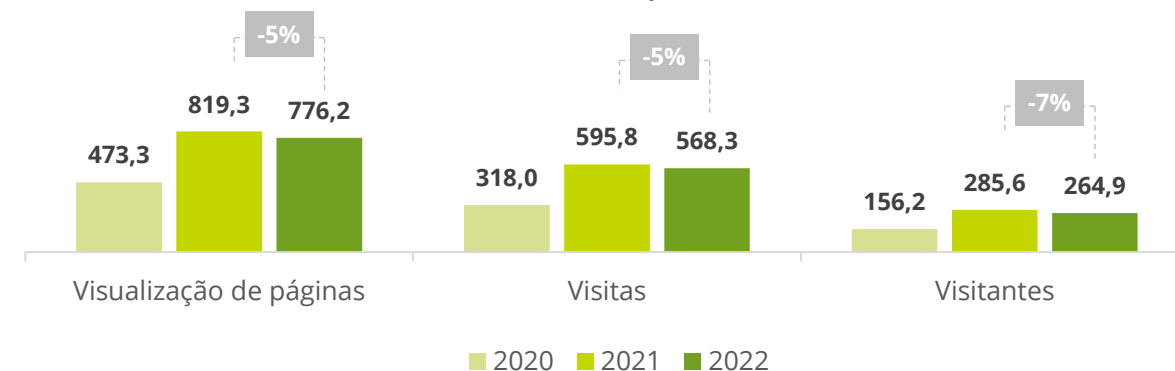
A plataforma Twitch, permanece em crescimento, sendo a origem de 94% das visualizações da plataforma, mais de 26 milhões de visualizações, o que representa uma variação positiva de 19% face a 2021.

Ao todo, a RTP Arena transmitiu 7 campeonatos do mundo de 5 modalidades diferentes – Apex Legends, Rocket League, FIFA, CS:GO e Valorant – e, em parceria de *média*, passou uma transmissão exclusiva em Portugal da Blast Premier Spring Final. Marcou, ainda, presença no Intel Extreme Masters de Colónia e no Major do Rio de Janeiro e também continuou a produção de conteúdos originais como *talk shows*, *game shows*, *game reviews* e *tech reviews*.

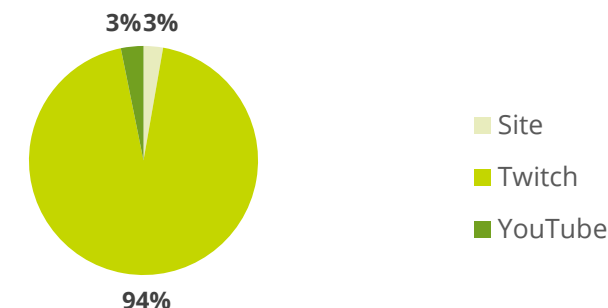
No que respeita ao perfil dos visitantes, a plataforma continua orientada às camadas mais jovens, com uma representação de idades entre os **18 - 24** e **25 - 34**, para 34% e 28% dos visitantes, respetivamente. Ao nível da distribuição por género, o sexo feminino representa cerca de 24% dos visitantes, crescendo em 2p.p. face a 2021.

### Análise Comparativa

Evolução da performance da RTP Arena (#visualizações, #visitas, #visitantes; mil) | 2020 - 2022



Visualizações por plataforma (% horas) | 2022



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

### Resultado 2022

Ao longo do ano de 2022, a RTP Lab lançou **4 séries de ficção e uma de entrevistas**.

Os **5 novos projetos** permitiram à RTP Lab alcançar 129 mil visitantes, 178 mil visitas e 405 mil *pageviews*, contabilizando todas as plataformas onde se encontra disponível - sítio RTP Play, app RTP Play e app RTP Play TV -, crescendo em mais de 60% nos três indicadores mencionados.

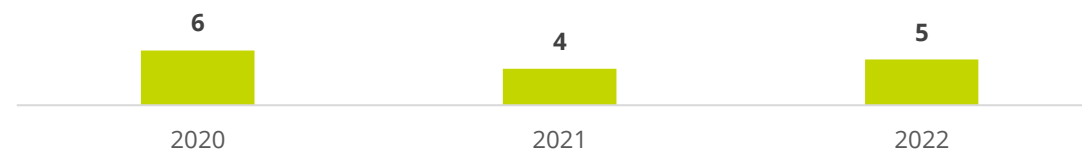
Com base na amostra de projetos, destaca-se o conteúdo **"A Mim Nunca"** que surgiu a partir do podcast da Antena1 e que registou resultados significativos, nomeadamente, mais de 48 mil visitantes, 66 mil acessos e 145 mil *pageviews*. Em 2021, o conteúdo que havia registado melhores resultados era o "5 Starz", com 24 mil visitantes, 49 mil visitas e 105 mil *pageviews*, valores substancialmente abaixo do registados em 2022 para a série "A Mim Nunca".

Relativamente aos restantes conteúdos, a RTP Lab lançou adicionalmente:

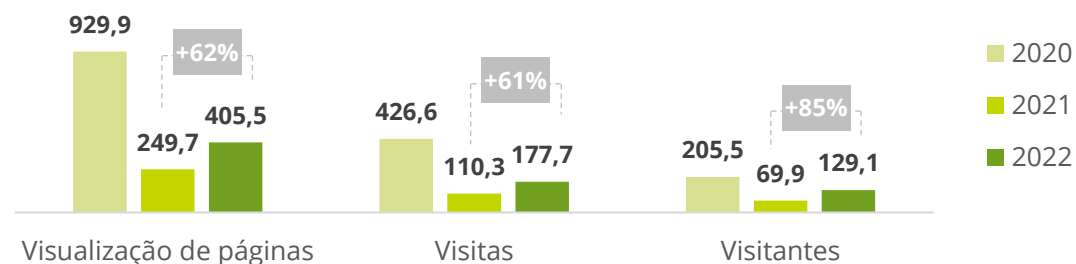
- **"Nem a Gente Janta"**, um programa da autoria da atriz Inês Sá Frias, que desempenha um triplo papel de protagonista, autora e realizadora, que atingiu 111 mil visualizações de página
- **iMLove**, uma série escrita e produzida por Rodrigo Zanchini e Victor Lemos, que consiste numa coprodução luso-brasileira 100% gravada na zona do Porto e que obteve mais de 67 mil *pageviews*
- **Rui**, que consistiu num conteúdo de 6 episódios sobre um segurança solitário que regressa ao glamoroso mundo dos shows travesti, após 20 anos longe dos palcos, registando um total de 81 mil visualizações de página

### Análise Comparativa

#### Número de novos lançamentos de conteúdo pela RTP Lab (#projetos) | 2020 - 2022



#### Evolução da performance da RTP Lab (#visualizações, #visitas, #visitantes; mil) | 2020 - 2022



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

### Resultado 2022

No ano de 2022, o portal **RTP Ensina** registou um total de **7 milhões e 680 mil visualizações de páginas**, alcançando o seu melhor desempenho no indicador mencionado, traduzindo-se num aumento de 7% em comparação com o ano anterior.

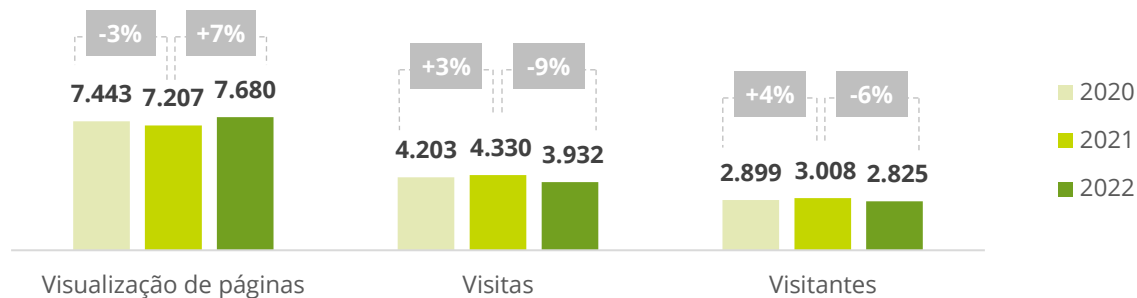
Apesar deste crescimento, registou-se uma **diminuição de 9%** no que respeita ao **número de visitas**, bem como um **decréscimo de 6%** no **número de visitantes** do portal.

Não obstante tais oscilações, a **RTP Ensina** mantém-se como a **6ª área de maior afluência no sítio da RTP**, observando um aumento em 64% no número de visitas, 49% no volume de visitantes e 102% em visualizações de páginas quando comparando com o período pré-pandemia.

No que diz respeito ao perfil dos visitantes, observa-se que **60%** corresponde ao **género feminino** e, tal como ocorrido no ano de 2021, os visitantes com idades situadas entre os **18 e 34 anos** formam a fatia predominante do público, perfazendo **39%**.

### Análise Comparativa

#### Evolução da performance da RTP Ensina (#visualizações, #visitas, #visitantes; mil) | 2020 - 2022



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

### Resultado 2022

O ano de 2022, durante o qual o portal RTP Ensina assinalou o seu 8º aniversário, ficou marcado por uma **reestruturação da arquitetura dos conteúdos** presentes na plataforma, como resposta às necessidades e acontecimentos ocorridos ao longo do período analisado.

Em resposta ao conflito emergente na Ucrânia em fevereiro, foi desenvolvida a secção **"Português para Ucrânianos"**, composta por conteúdos de vocabulário português, assim como aulas direcionadas aos estudantes ucranianos presentes em Portugal. Ainda na sequência da guerra, foram lançados **conteúdos relevantes para psicólogos escolares**, visando mitigar as dificuldades de integração dos alunos estrangeiros no sistema de ensino português.

Adicionalmente, o portal RTP Ensina testemunhou um reforço nos conteúdos relacionados com a temática de **Cidadania**, ampliando o acervo de artigos abordando tópicos menos explorados em vídeos de apoio às aulas, tais como o **bem-estar animal, sexualidade e interculturalidade**.

Como resultado do investimento em conteúdos de Cidadania, destaca-se o artigo **"Recursos de Cidadania"**, que registou 42 mil visualizações, ultrapassando todos os restantes conteúdos da plataforma durante o ano em análise.

É igualmente relevante mencionar os artigos **"Memorial do Convento"**, uma obra de leitura obrigatória, com 37 mil visualizações, e **"Os principais rios de Portugal"**, que acumulou 36 mil visualizações de página.

### Análise Comparativa

	Artigos mais visitados	Visitantes	Visitas	Visualizações
1	/artigo/memorial-do-convento-de-jose-saramago	23 987	30 071	36 942
2	/artigo/os-principais-rios-de-portugal	27 070	29 353	36 003
3	/artigo/recursos-de-cidadania	20 488	28 575	42 048
4	/artigo/as-sereias-existem	25 207	26 171	33 629
5	/artigo/a-revolucao-de-25-de-abril-de-1974	17 967	20 696	26 233
6	/artigo/os-reis-de-portugal	16 872	20 411	24 844
7	/artigo/quando-constantino-criou-o-domingo-para-descanso	17 284	20 355	28 281
8	/artigo/o-que-sao-eleicoes-legislativas	17 613	19 758	23 939
9	/artigo/o-fim-da-ii-grande-guerra	16 458	18 175	23 845
10	/artigo/escreve-se-connosco-ou-conosco	16 516	17 898	20 032

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

### Resultado 2022

Para o triénio de 2021 a 2023, uma das linhas estratégicas da RTP consiste no investimento na qualidade e inovação de conteúdos para vários públicos. Neste sentido, com a ambição de alcançar as camadas mais jovens, a RTP tem procurado oferecer conteúdos especialmente vocacionados para a nova realidade de consumo de conteúdos na internet, por meio da **RTP Zig Zag**.

Ao longo de 2022, a RTP Zig Zag contou com presença digital em 3 meios: Sítio, RTP Play e App. Ao todo, os seus conteúdos acumularam mais de meio milhão de visitas, 232 mil utilizadores e 3 milhões de *pageviews*.

Relativamente à **Zig Zag Play**, foi salientado o desafio no desenvolvimento e disponibilização de conteúdos na plataforma. A mesma participou na campanha **“Say Hi”**, que consistiu numa iniciativa conjunta com os vários membros da EBU e que contou com uma área dedicada na plataforma digital e redes sociais.

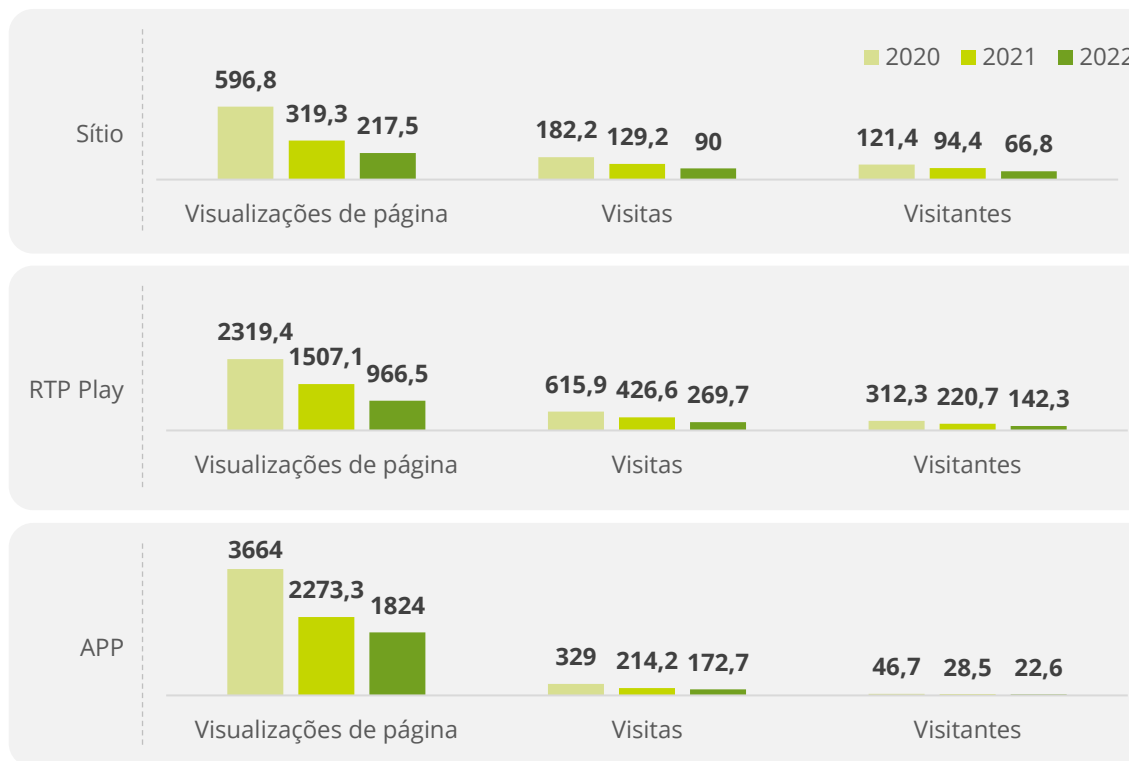
Para além disso, foram desenvolvidos e partilhados conteúdos exclusivos de promoção do programa **“Histórias ZigZásticas”** e, pela primeira vez, o Zig Zag transmitiu o **Festival da Canção Júnior**, por via da rádio *online*.

Ainda que se tenham realizados esforços para o sucesso do programa, deve-se salientar o facto de se ter registado uma descida generalizada nos indicadores de performance digital (ver gráfico à direita), acompanhando a tendência sentida anteriormente em 2021. O ano em análise registou o 2º menor número de visitantes no sítio desde 2016 (apenas ultrapassando 2019 com 65 mil visitantes) e, de igual forma, na **APP Zig Zag** registou-se o menor número de utilizadores desde 2019.

Ainda assim, na RTP Play, comparativamente ao período pré-pandémico, os resultados de 2022 representam crescimentos de 44% em visitantes, 41% no número de acessos e 32% no total de *pageviews*.

### Análise Comparativa

#### Evolução da performance Zig Zag (#visualizações, #visitas, #visitantes; mil) | 2020 - 2022



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

### Resultado 2022

Com o final de 2021 a assinalar o acalmar da pandemia, a RTP conseguiu em 2022 retomar algumas das ações formativas que ocorriam no período pré-COVID-19, em formatos também eles mais convenientes.

No que concerne à temática da **Inovação** na RTP, esta está fortemente relacionada com a modernização dos seus equipamentos e estúdios. Neste sentido, a RTP estabeleceu na sua estratégia que a formação dos colaboradores deve ser realizada concomitantemente com a implementação das atualizações tecnológicas mencionadas anteriormente. Portanto, a formação no campo da Inovação fica intrinsecamente ligada às melhorias realizadas nos diversos centros da organização.

Por via das restrições sentidas em 2021, a maioria destes projetos transformacionais ficaram adiados para 2022 e 2023, pelo que, ao longo do ano em análise não se realizaram tantas ações de formação deste cariz quanto desejados, dada a dependência da renovação tecnológica. Um dos grandes exemplos deste tipo de ocorrências foi no projeto de migração das emissões da RTP Madeira para HD iniciado no final do ano de 2022, cujas as ações de formação viram o seu adiamento para 2023.

Contudo, foi registada a condução de 88 cursos presenciais ou Live Trainings e 11 cursos em formato de e-learning. Neste sentido, “Audiovisuais e Produção de média” representou a área com maior investimento alocado, reforçando a aposta da RTP.

Por fim, ainda que se tenham registado algumas ações deste âmbito, 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 2022

Ao longo do triénio em análise, a RTP estabeleceu o compromisso de investir na área de inovação no sentido de promover uma “maior consistência e modernidade nos formatos e nas linguagens visuais e sonoras e renovar os programas chave” (Plano Estratégico RTP, 2021 – 2023).

À semelhança de 2021, a RTP conduz um processo de produção de episódios piloto, por via da adaptação de programas já testados por entidades estrangeiras, no contexto da realidade da sua programação.

A RTP1 promoveu a criação de programas piloto de **7 conteúdos distintos**, nomeadamente a segunda temporada de “Eu faço Tudo por Amor”, com a participação da Filomena Cautela, o programa “Viagem a Portugal”, protagonizado pelo ator brasileiro Fábio Porchat ou a estreia inovadora do programa “Taskmaster”, um formato humorístico produzido e orientado para o público mais jovem.

Adicionalmente, foi conduzido um programa piloto de “A Nossa Aldeia”, com o intuito de o estrear em 2023 e que consiste num magazine de produção interna feito pela equipa de inovação da RTP e, ainda, um programa piloto do conteúdo “Portuguese Kids”.

Por fim, também o concurso semanal “Porquinho Mealheiro”, que foi produzido em Portugal, nos estúdios da RTP, pela primeira vez no mundo, contou com a realização de um programa piloto.



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

### Resultado 2022

Para o triénio de 2021 a 2023, a RTP propõe-se a fazer uma aposta na transmissão de grandes eventos de entretenimento, desporto, política e sociais que aglutinem as pessoas. Desta forma, tal diversidade de géneros de programação deve estar refletida no tempo de emissão da RTP.

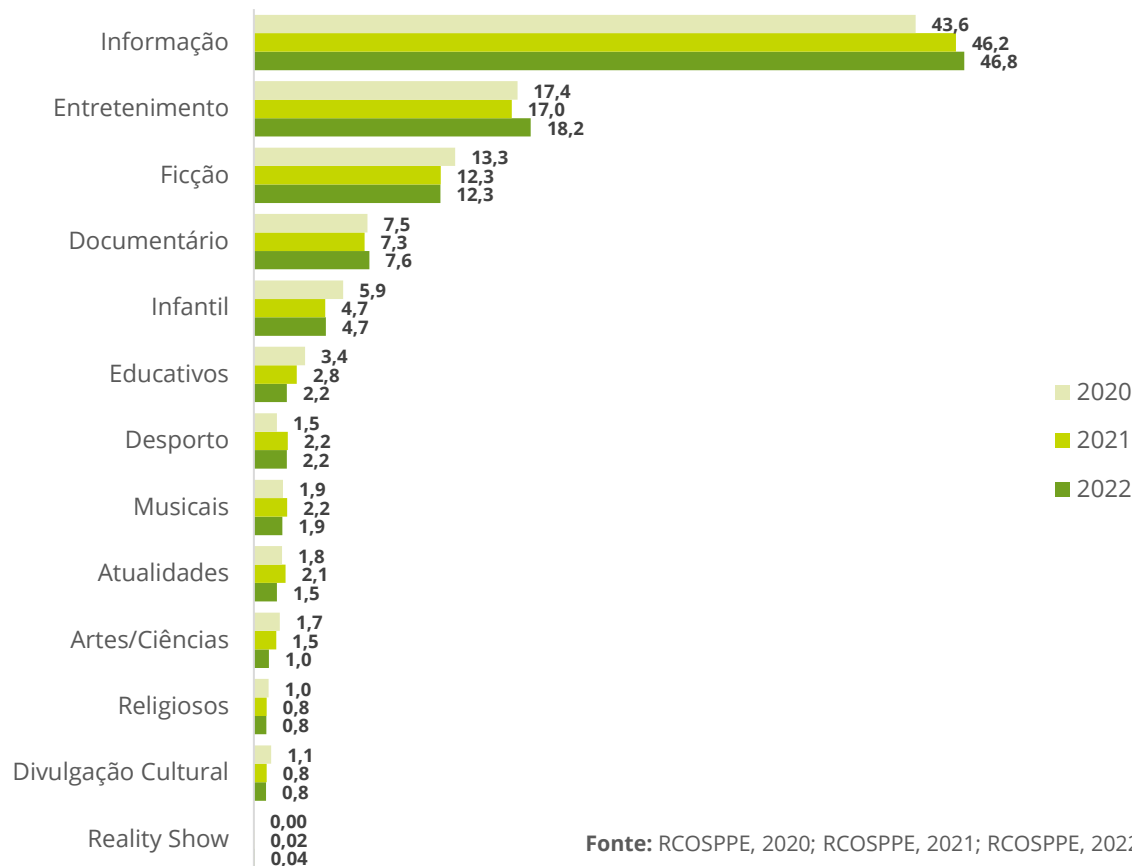
Em 2022, fizeram parte do universo de análise **13 macro géneros de conteúdos**, o mesmo número já registado em 2021. Numa ótica mais detalhada, estes géneros podem ser segmentados em 76 subcategorias de conteúdos distintas, contemplando, entre outros, temas como a educação, a ciência e tecnologia, a política, o futebol, os eventos nacionais, a sociedade, o turismo ou ainda a música.

Ao nível da observação da distribuição de tempo de emissão de cada macro género, a **Informação** permanece como a categoria com maior destaque de programação, representando cerca de 46,8% do total da programação. O género **Entretenimento** surge de seguida com uma representatividade de 18,2% do tempo de emissão, seguido pela **Ficção** que, mais uma vez, assume o 3º lugar na ordem de prioridades da RTP, com 12,3% do tempo de emissão. Na quarta e quinta posição surgem os géneros **Documentário** e **Infantil** com percentagens a rondar os 7,6% e 4,7%, respetivamente. As restantes oito categorias surgem no fim da tabela com um tempo de emissão abaixo dos 4%. Entre estas categorias encontram-se as macro géneros Educativos (-0,6pp), Desporto (+0pp) e Atualidades (-0,6pp).

Para concluir, face a 2021, a RTP aumentou em 1,2p.p. a sua aposta em conteúdos da categoria **Entretenimento**, o qual é utilizado como *proxy* para “conteúdos familiares”, refletindo a sua procura no investimento de conteúdos deste tipo. Contudo, ainda que a informação deva permanecer como macro género primordial da RTP, dada a sua importância, esta ambição de reforço da componente familiar dos conteúdos, aumentando a qualidade e incluindo componentes formativas, deve ser tida em conta na gestão da distribuição do tempo de emissão na RTP.

### Análise Comparativa

Distribuição do tempo de emissão por macro géneros (%) | 2020 - 2022



Fonte: RCOSPPE, 2020; RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022

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

### Resultado 2022

Ao longo da sua existência, a RTP tem evidenciado uma preocupação significativa na incorporação da componente formativa nos conteúdos que desenvolve. Adicionalmente, a RTP1 tem também estabelecido no Contrato de Concessão a obrigatoriedade de exibir um número mínimo mensal de espaços de entretenimento com preocupação formativa que contribuam para a promoção da cultura geral igual ou superior a 4 conteúdos.

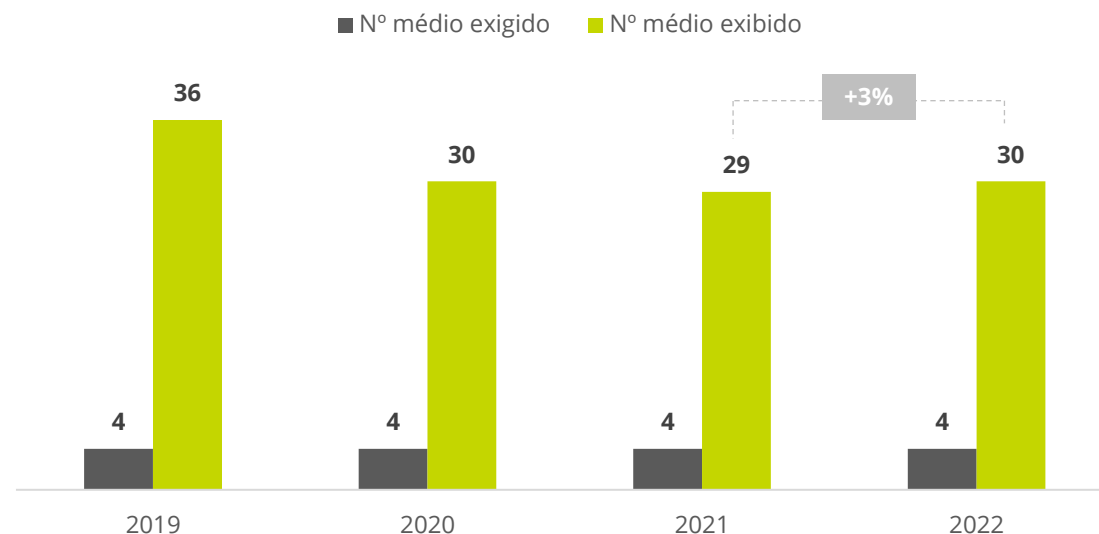
Desta forma, a RTP1 assegurou esta obrigatoriedade, superando em 26 conteúdos médios mensais o valor exigido no CCSPRT, registando o volume total de **30 conteúdos**, mais um conteúdo do que em 2021. Estes programas corresponderam a **361 exibições**, um aumento de cerca de 10% face ao ano homólogo.

Entre os programas emitidos ao serviço deste requisito, destacam-se o **“Joker”**, um concurso onde é testado o conhecimento dos concorrentes e o **“The Voice Portugal”**, que consiste na procura de novos talentos na área da música e que conta com audiências de todas as idades. Para além disso, o **“Festival Eurovisão da Canção”** é também um dos principais destaques desta categoria, tratando-se de um evento imprescindível ao calendário nacional e que busca eleger o representante de Portugal no Festival da Eurovisão. Por fim, emitiram-se também os programas **“Chefs da Nossa Terra”**, **“I Love Portugal”**, **“Não Te Esqueças da Letra”** e o concurso **“Got Talent Portugal”**, que visa a descoberta a jovens que se destaquem nas mais diversas áreas como a dança, a música, o teatro, o circo, entre outros valores na área do espetáculo.

Assim, a RTP cumpriu a sua missão de transmitir conteúdos em diversos formatos que incorporassem uma vertente formativa e que contribuíssem para a promoção da cultura geral e da abertura ao conhecimento.

### Análise Comparativa

Número médio mensal de “Espaços de entretenimento com preocupação formativa que contribuam para a promoção da cultura geral e da abertura ao conhecimento” exibidos pela RTP1 | 2019 - 2022



## 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 2022

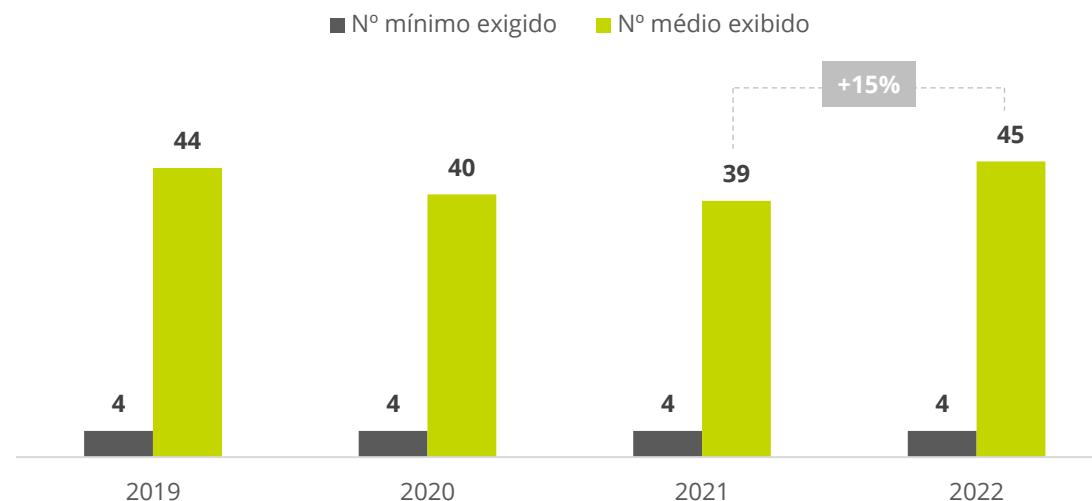
Mantendo uma perspetiva inclusiva, a RTP busca desenvolver conteúdos capazes de unir a sociedade e promover a integração dos diversos grupos que a compõem. Essa busca deve ocorrer não apenas por meio da criação de novos formatos, mas também pela reformulação e modernização dos atuais conteúdos das grelhas de programação.

À semelhança do que acontece com outras vertentes da programação, o CCSPRT exige que a RTP1 inclua na sua programação, pelo menos 4 espaços mensais de entretenimento que promovam a integração das gerações e grupos sociais, favoreçam o contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional e entre eles e as comunidades residentes no estrangeiro e valorizem a língua e a cultura portuguesas e a coesão nacional. Em 2022, o primeiro serviço de programas da RTP registou uma média mensal de 45 espaços deste cariz transmitidos na sua programação, refletindo um aumento de 6 conteúdos face a 2021, robustecendo a tendência de superação deste objetivo em larga escala sentida já nos anos anteriores.

Estes conteúdos foram refletidos em 539 exibições, as quais foram reproduzidas via diversos programas, dos quais se destacam os Talk-shows de *daytime* da RTP1, “Praça da Alegria” e “A Nossa Tarde”, os tradicionais programas de proximidade em exterior. Além dos programas de transmissão diária, salientou-se também o programa semanal “Aqui Portugal” onde se promoveram eventos relacionados com a gastronomia e tradições populares, e o “Festa da Flor” que permitiu a ligação da região da Madeira ao resto do país. Por fim, também o conteúdo “Férias Cá Dentro” cumpriu este propósito, com a ambição de divulgar a cultura de diversas regiões de Portugal, bem como os seus produtos de referência.

### Análise Comparativa

**Número médio mensal de “Espaços de entretenimento que promovam a integração das gerações e grupos sociais, favoreçam o contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional” exibidos pela RTP1 | 2019 - 2022**



## 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

### Resultado 2022

Ao longo de 2021, foi registado um número considerável de conteúdos direcionados à transmissão de temas políticos na agenda da RTP. De qualquer forma, sendo a aposta na criação de conteúdos de caráter político que aglutinem as pessoas uma das propostas de ação do Plano Estratégico 2021-2023, o ano de 2022 refletiu um avanço no desenvolvimento de conteúdos deste tipo, reforçando esta mesma linha estratégica.

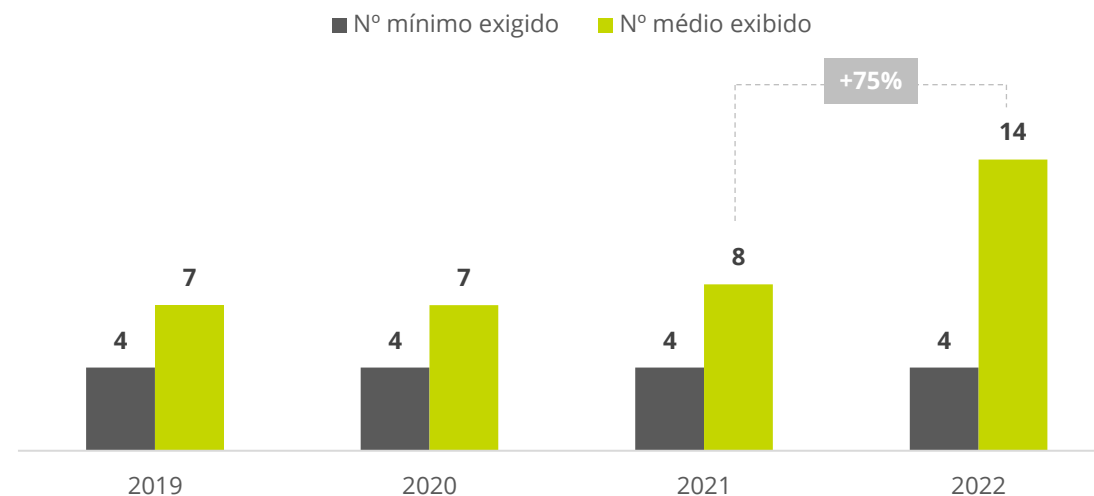
No ano em análise, a RTP1 praticamente duplicou o número médio mensal de espaços regulares de debate e entrevista sobre a atividade política nacional, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e forças políticas, em particular às representadas nas instituições parlamentares, com um aumento de 75%. A RTP1, passou de 8 para 14 programas exibidos mensalmente, em média, cumprindo e ultrapassando a exigência mínima de incluir 4 espaços mensais na sua programação conforme estabelecido no CCSPRT.

Com um volume de 170 exibições, a RTP1 incluiu na sua programação programas como a produção regular do “É Ou Não É” ou da “Grande Entrevista” que surgem no âmbito da promoção dos agentes culturais e económicos nacionais, onde foram debatidos temas como a nova situação política criada pelas eleições para a Assembleia da República, a guerra na Ucrânia e os 48 anos de democracia em Portugal. Além disso, foi também concluída a sexta temporada do programa “Fronteiras XXI”, uma parceria com a Fundação Francisco Manuel dos Santos, que deu lugar à discussão de temas como futuro da União Europeia, a estratégia para o mar e os transportes do futuro.

Destacam-se, ainda, os programas “Primeira Pessoa” de Fátima Campos Ferreira onde foram retratadas figuras relevantes da sociedade portuguesa como Pedro Burmester, André Jordan, Eduardo Ferro Rodrigues e Júlio Isidro e, ainda, “Tudo é Economia”, um programa semanal onde a economia e as finanças são o tema central, passando pela macroeconomia, negócios, empresas, mercados e finanças pessoais.

### Análise Comparativa

**Número médio mensal de “Espaços regulares de debate e entrevista sobre a atividade política nacional, que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e forças políticas, em particular às representadas nas instituições parlamentares”**



## B10.v) Espaços de desporto na RTP

### Resultado 2022 (1/2)

O desporto surge como uma tipologia de conteúdos transversal à RTP, tendo sido desenvolvido conteúdos para os diferentes meios – Televisão, Rádio e Digital -, numa abordagem versátil ao nível de formatos, modalidades e competições.

O ano de 2022 contou com uma oferta de conteúdos alargada referente ao **Mundial de Futebol do Catar**, com uma operação reforçada pela RTP1, RTP3, RTP Internacional. Também a Rádio acompanhou a competição que teve lugar entre novembro e dezembro, tendo a Antena1 desenvolvido programas especiais dedicados à seleção portuguesa, como é exemplo o “Até que a voz nos Doha”, onde foram aferidas semelhanças e diferenças entre Portugal e os seus adversários do campeonato.

A **RTP1** transmitiu, no total, 158 horas dedicadas ao desporto, distribuídas por 6 modalidades distintas. A transmissão de competições foi um dos principais focos do serviço de programas com 4 provas transmitidas de ciclismo, 1 prova de automobilismo, 1 prova de ciclismo, 8 competições futebolísticas, 3 competições de futsal e, ainda, o campeonato do mundo de Hóquei em Patins.

A **RTP2** representou o serviço de programas generalista com maior volume de horas dedicadas ao desporto (578 horas), com uma extensa cobertura de provas nas mais diversas modalidades. No universo do serviço de programas, registaram-se 42 provas transmitidas, cobrindo 11 diferentes modalidades desportivas. Além de todas as transmissões em direto de competições, houve também espaço para o programa “Desporto 2”, onde se retratam diferentes atletas de excelência de diferentes modalidades em Portugal e no Estrangeiro.

A **RTP3** dedicou 440 horas à temática em análise, tendo este período sido maioritariamente dedicado a magazines de desporto (60% de representatividade). Além disso, 37% da transmissão foi dedicada a informação desportiva e os restantes 3% consistiram em prognósticos e antevisões. O programa “Trio d’Ataque” foi o 4º programa mais visto em 2022 na RTP3, consistindo num espaço regular de

acompanhamento e análise dos acontecimentos desportivos na área do futebol com principal foco nos 3 grandes clubes portugueses. Além deste programa, a RTP3 conta também com a emissão do “Grande Área”, um debate sobre a jornada futebolística e, ainda, a “Grandiosa Enciclopédia do Ludopédio”, dedicado também ao futebol numa perspetiva que transcende as quatro linhas. Note-se que os 3 programas mencionados foram também emitidos pela RTP Internacional e RTP Memória ao longo de 2022, fomentando assim as sinergias e partilha de informação entre Televisão.

A **RTP Madeira** foi palco para a emissão de programas dedicados à tipologia desportiva. A título de exemplo, destacam-se os conteúdos “Domingo Desportivo”, que se trata de uma divulgação com base semanal de diversas atividades desportivas, com cobertura de dezenas de modalidades, o “Super Especial”, que consiste num magazine dedicado ao desporto automóvel e o “Prolongamento”, um debate semanal focado especificamente no futebol de alta competição.

Na **RTP Açores** mantiveram-se os programas “Teledesporto” e “Lançamento” com cobertura das mais diversas modalidades.

Já a **RTP Internacional** emitiu várias provas desportivas como a “83.ª Volta a Portugal em Bicicleta” e manteve o compromisso com os telespectadores da diáspora, assegurando a transmissão semanal de um jogo da Primeira Liga de futebol, envolvendo um dos três maiores clubes portugueses – Futebol Clube do Porto, Sporting Clube de Portugal e Sport Lisboa e Benfica.

A **RTP África** contou com dois novos programas desta temática, nomeadamente, o “Vamos a Jogo” e o “Aqui Desporto” produzidos em Cabo Verde e em Moçambique, respetivamente.

Na **Antena1**, deu-se o regresso do programa “Tarde desportiva” no primeiro semestre de 2022, onde, além de outras competições, se transmitiu conteúdo relevante direcionado a modalidades amadoras. Note-se que o programa destacado teve também transmissão na

**Fonte:** RCOSPPE, 2022; Relatório de Audiências, 2022

## B 1 0 . v ) Espaços de desporto na RTP

### Resultado 2022 (2/2)

RDP Internacional, a qual contou com 744 horas de difusão do desporto.

Ainda na temática da rádio, na **RDP África** também houve espaço para a emissão de conteúdos desportivos como os conteúdos “Grandes Adeptos” e “Túnel de Acesso”.

Por fim, no que toca à vertente digital, a RTP manteve a aposta nos conteúdos desportivos *online*, nos canais RTP Desporto, disponíveis no sítio, APP RTP Play e na APP **RTP Play TV**. Por este meio, foi dada atenção a distintas modalidades e eventos onde tenham participado seleções nacionais ou outras representações coletivas do desporto português. Entre as várias transmissões destacam-se: o Campeonato da Europa de Futsal Masculino e feminino, os Jogos paralímpicos de inverno, o FIFA Campeonato da Europa de Andebol, o FIFA Campeonato Feminino sub-20 ou ainda o Campeonato do Mundo de Ginástica.

## 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 2022

Uma das grandes missões da RTP trata-se de “aumentar a diversidade de géneros na programação” mantendo-se sempre relevante para as pessoas a quem se dirigem. Uma das formas de cumprir este propósito é via difusão de documentários originais que se podem focar nas mais diversas áreas de conteúdos.

Em 2022, a RTP1 registou um **valor médio mensal de 27 espaços** regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística com relevância para Portugal, ultrapassando o mínimo estipulado pelo Contrato de Concessão de 2 espaços. Face a 2021, houve um aumento mensal de 8 programas desta natureza.

Ao nível de conteúdos emitidos, estes traduziram-se em 321 exibições nas mais variadas dimensões. Na **literatura**, destacou-se o programa “**Todas As Palavras**”, de Ana Daniela Soares e Inês Fonseca Santos, onde são apresentados livros e autores. Na vertente **social**, houve uma aposta no “**Portugueses Pelo Mundo**”, dedicado a estabelecer ligação com as diversas comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo e no **Património**, salientou-se o “**Viajem a Portugal**” e “**Histórias do Fado**”.

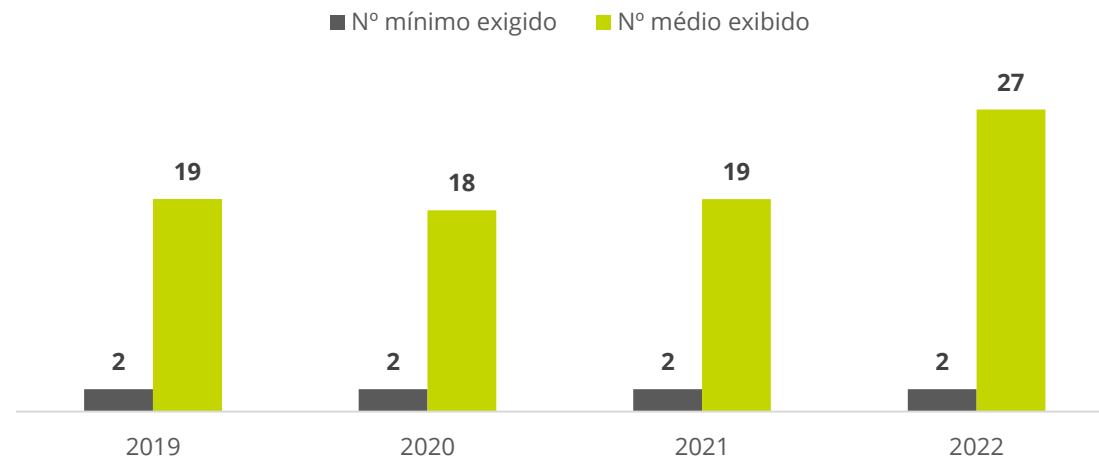
Na **música**, com o programa “**Vejam Bem**”, houve espaço para refletir sobre a morte do cantor Armando Gama, e assinalou-se também um ano sem Carlos do Carmo. Por meio do documentário “**Zé Pedro Rock ´N Roll**”, fez-se uma homenagem a um dos mais conhecidos músicos de Portugal, através da combinação de imagens de

personais do guitarrista de Xutos e Pontapés e da banda com entrevistas a familiares e amigos. Com as **preocupações ecológicas** e o **ambiente**, surge a série de 9 episódios “**Planeta A**” que consiste numa coprodução entre a RTP1 e a Fundação Gulbenkian, onde foi abordada a sustentabilidade, a crise climática e a demografia mundial. Para além deste conteúdo, foi ainda destacado o programa “**Tempo Fatal**”, onde foram abordados acontecimentos extremos como cheias, furacões ou tsunamis.

Por via das várias interações com membros das direções da RTP, foi destacado que a

vertente documental foi, de facto, uma grande aposta de 2022, com a transmissão mais de 150 documentários ao longo do ano na RTP1, distribuídos por dois documentários por fim de semana, acompanhados por um outro documentário associado à programação semanal.

### Número médio mensal de “Espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística com relevância para Portugal” exibidos pela RTP1 | 2019 - 2022



Fonte: RCOSPPE, 2020; RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022

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

### Resultado 2022

Em 2022, as manifestações culturais tiveram lugar na programação RTP por mais de 1605 horas. Ao longo destas transmissões foram contemplados várias temas culturais como as artes e as letras, as comemorações históricas e o património.

No que respeita à categoria de **Artes e Letras**, destacam-se os programas “**A Vida Privada dos Livros**”, onde se partilharam histórias desconhecidas de livros conhecidos e a *magazine* pluritemática intitulada “**As Horas Extraordinárias**”, de emissão diária, que contou com a emissão de conteúdos sobre a arte e a cultura. Além deste último conteúdo, dois outros programas foram também adicionados a esta categoria de análise, nomeadamente o “**Volta Ao Mundo em 100 Livros**”, onde são abordados 100 livros de geografias diversas e o “**Nada Será Como Dante**”. Mereceu, ainda, menção ao longo das entrevistas com as várias direções, o conteúdo “**Todas as Palavras**” e a celebração do cinquentenário livro “*Novas cartas Portuguesas*” para a qual foram convidadas 30 personalidades para dar voz a alguns excertos do livro, criando um conteúdo intitulado “**Magnificas Marias**”, um programa que ganhou vida na Antena1 e RTP3. Desta forma, a dimensão das Artes e Letras reafirmou a sua importância na programação RTP, traduzindo-se na categoria (relativamente a manifestações culturais) com maior volume de horas transmitidas e com um crescimento de mais de 290 horas face a 2021.

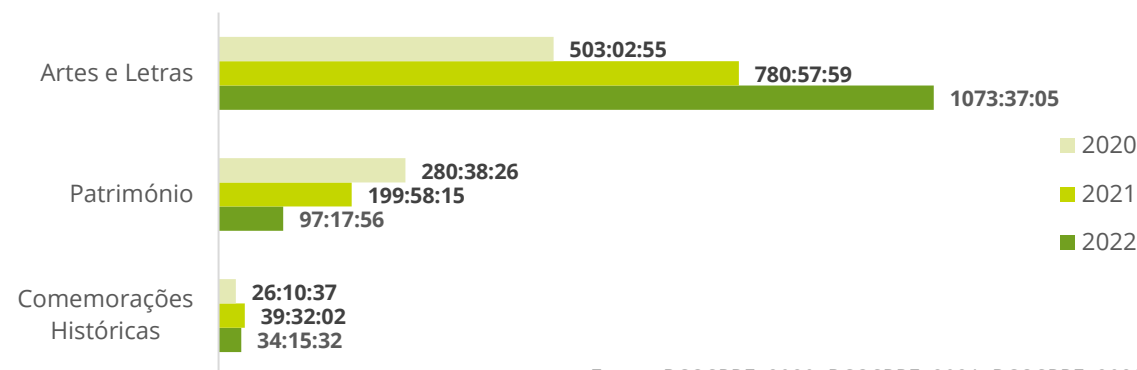
Ao nível do **Património**, a RTP apostou na mesma programação de 2021, nomeadamente com a emissão de programas dedicados à gastronomia como “*Chefs da Nossa Terra*”, “*História da Gastronomia Portuguesa*” ou “*Gastronomia Local*”, com uma duração total de quase 100 horas. Também o programa “**Visita Guiada**” permanece na agenda da RTP com uma emissão multiplataforma, na televisão e na rádio, e que ultrapassou as 380 horas, onde se dá lugar à promoção e valorização do património nacional.

As **Comemorações Históricas** estiveram representadas em aproximadamente 34 horas da transmissão RTP, com a emissão das Cerimónias de Comemoração do 5 de

outubro de 2022, Comemorações 10 de Junho 2022 em Braga e a Sessão Solene Comemorativa do 48.º Aniversário do 25 de Abril, tal como em 2021. O ano de 2022, apesar de ver o volume de horas desta categoria reduzido em aproximadamente 5 horas, contou ainda com a transmissão da Sessão Solene Comemorativa do Dia da Região Autónoma dos Açores.

Por fim, destaca-se a preocupação partilhada pelas várias áreas da RTP, pela programação de diversos eventos onde além do acompanhamento recorrente do programa “*Aqui Portugal*” das mais diversas regiões do país, se cobrem celebrações como o carnaval, as marchas populares, os casamentos de Santo António, as celebrações de São João no Porto, a época do Natal ou ainda as Festas das Flores na Madeira. Tal aspeto é visto com muita relevância por parte da RTP, que reforçou a importância destas coberturas para o cumprimento da sua missão de serviço público.

### Duração total de horas dedicadas a manifestações culturais (hh:mm:ss) | 2020 - 2022



Fonte: RCOSPPE, 2020; RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022



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

### Resultado 2022

A RTP pretende diversificar os conteúdos abordados nos seus programas, tentando ter uma agenda mais completa onde sejam incluídos temas como o envelhecimento, a natalidade, o equilíbrio entre o trabalho e a vida familiar, as redes de creches ou ainda aos temas dos adolescentes na sua relação com os pais, a escola e o ambiente envolvente. Desta forma, os serviços de programas de televisão da RTP totalizaram **1.272 horas de emissão conteúdos nos quais foram abordados temas relacionados com as dimensões da ciência, tecnologia e questões socioeconómicas**. O mesmo valor ultrapassou as 1.500 horas em 2021.

A subcategoria de **“Política / Economia / Sociedade”**, à semelhança de 2021, permanece como a principal aposta da RTP, com uma representatividade de **56%** do tempo transmitido no universo de horas em análise. O segundo maior bloco, também no âmbito de conteúdos socioeconómicos, pertence aos assuntos de **Economia, Mercado, Finanças e Negócios**, com um total de 339 horas de emissão, verificando um aumento de 14 horas face a 2021.

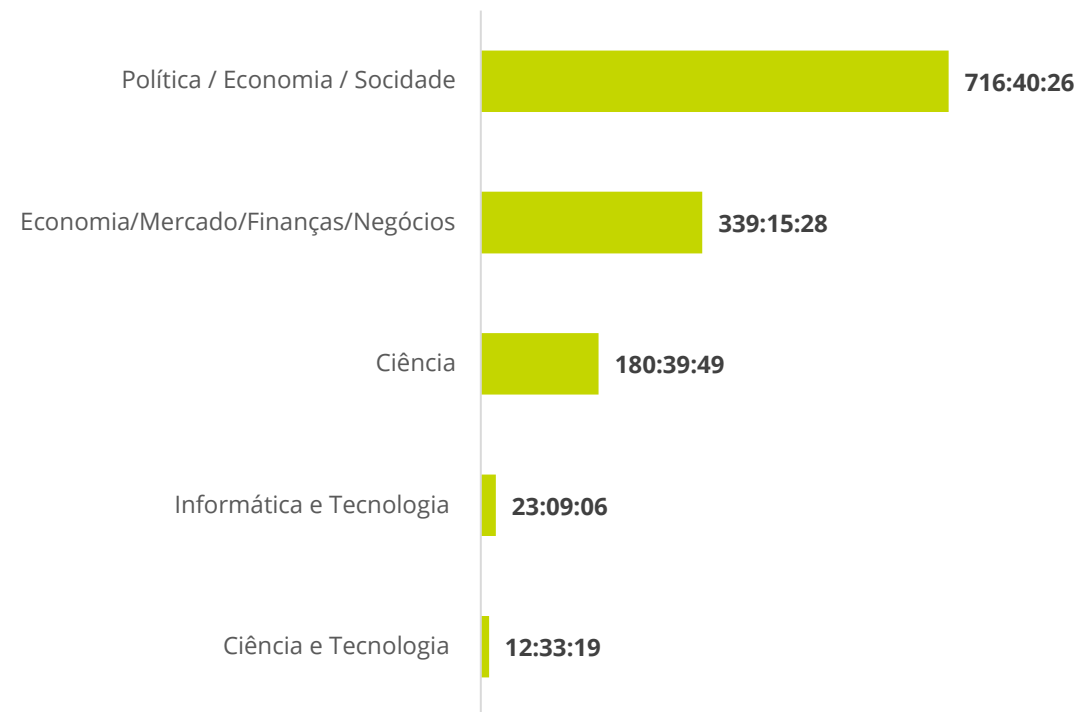
Relativamente à área das **Ciências**, esta registou um total de 180 horas de emissão e as dimensões da **“Informática e Tecnologia”** e **“Ciência e Tecnologia”** obtiveram 23 horas e 12 horas de emissão, respetivamente, com representatividade de 2% e 1%.

As temáticas abordadas tiveram cobertura nos meios Televisão e Rádio. Na informação de televisão, entre os principais programas a destacar nestas categorias encontram-se **“É ou Não É”, “Primeira Pessoa”, “Fronteiras XXI”, “Conversas sobre o Futuro”** e **“Europa Minha”**. Já na rádio, destacam-se **“Sociedade Civil”** e **“Descobrir a Pólvora”**.

Concluindo, e tal como verificado em 2021, os temas socioeconómicos representaram uma grande maioria dos conteúdos transmitidos nas áreas em questão, o que reforça com o carácter informativo da RTP.

### Análise Comparativa

#### Distribuição de conteúdo pelas áreas da ciência, tecnologia e socioeconómicos (hh:mm:ss) | 2022



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

### Resultado 2022

A criação de parcerias com entidades relevantes com vista ao desenvolvimento, produção, lançamento e divulgação de programas é uma das estratégias utilizadas pela RTP para aumentar o seu portfólio de conteúdos, na procura de obter uma grelha de transmissão mais completa e pertinente. Em 2022, à semelhança de anos anteriores, a RTP recorreu a variadas colaborações para estimular o lançamento de programas na área da ciência, tecnologia e socioeconómicos.

Entre os principais destaques, encontra-se o programa **“Fronteiras XXI”** que surge de uma sinergia estabelecida com a **Fundação Francisco Manuel dos Santos**, que possibilitou o debate de conteúdos relacionados com a energia, o cancro, a habitação, a estratégia para o mar, a violência doméstica, entre outros.

Adicionalmente, foi possível gravar e transmitir 4 episódios adicionais do conteúdo **“Conversas sobre o Futuro”**, fruto de uma parceria com a **Fundação Calouste Gulbenkian**, no seguimento do projeto prospetivo coordenado por Miguel Poiares Maduro. Estas conversas foram gravadas no Grande Auditório da Gulbenkian, e foram expostos temas como a justiça, a religião, as cidades e os novos movimentos sociais. Entre os principais convidados encontram-se nomes como Pablo Sendra, Sue Stuart-Smith, Marta Cartabia, Susanne Baer, Joseph Weiler, Olivier Roy, Donatella Della Porta e Guya Accornero.

Na área das Ciências, manteve-se na programação o conteúdo **“Planeta A”**, com a emissão de mais nove episódios que surgiram da coprodução entre a RTP1 e a **Fundação Gulbenkian**. Entre as matérias discutidas encontram-se os tópicos da sustentabilidade, da crise climática e da demografia mundial. Ainda neste âmbito, manteve-se a iniciativa **“Minuto Verde”** com passagem nos programas **“Bom Dia Portugal”** e **“Portugal em Direto”**, que surge de uma parceria com a **Quercus**, e que aborda temas ambientais numa ótica de incutir no público a adoção de ações por via do mote: reduzir, reciclar e reutilizar, suportado por sugestões e práticas. Este conteúdo garantiu ainda o Prémio Ciência Viva à RTP.

O programa **“GPS”** foi também construído por via de uma parceria com a **rede global de cientistas portugueses** na diáspora, no qual são abordadas as investigações a serem desenvolvidas no estrangeiro, divulgando investigação de ponta que, por muitas vezes, tem visibilidade reduzida em Portugal. Também o conteúdo **“UMa Investiga”** divulga a cada três semanas o trabalho de investigação realizado pela **Universidade da Madeira**, resultando de uma parceria estabelecida com a mesma.

Por fim, são também de destacar as parcerias estabelecidas com várias entidades públicas, que permitem assegurar a continuidade do programa **“Europa Minha”**, programa este que surge do apoio da **União Europeia** e é da autoria de Rebecca Abecassis.

Numa perspetiva de futuro, regista-se a parceria estabelecida com a **Confederação empresarial da CPLP** para novos formatos de formação e informação económica/empresarial a serem desenvolvidos no ano de 2023.

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

### Resultado 2022

A RTP, como entidade pública, deve manter-se na linha da frente no desenvolvimento de campanhas que divulguem e alertem para os mais diversos temas que marcam uma sociedade contemporânea. Desta forma, ao longo de 2022, foram desenvolvidas iniciativas nas quais se concedeu apoio a múltiplas instituições na criação de campanhas de sensibilização. A RTP conta com uma **área de produção de campanhas** que, ao longo do ano, apoiou congressos focados em temas relevantes e atuais da sociedade e que posteriormente acabam por dar origem a programas ou excertos de programas transversais a serviços de programas televisivos e de rádio.

Ao longo do ano foram realizadas várias colaborações com entidades públicas, no sentido de apelar e apoiar na divulgação de campanhas para a prevenção e bem estar da população. Registaram-se campanhas de apoio às vítimas de violência doméstica, de promoção dos direitos e proteção das crianças e dos jovens, de solidariedade e de causas públicas. Foram ainda suportadas campanhas em parceria com a Direção Geral da Saúde (DGS), no apoio à divulgação de algumas restrições impostas pela pandemia no primeiro semestre de 2022.

Ao nível da informação de televisão, a RTP considera que todos os serviços de programas têm uma obrigatoriedade intrínseca de abordar os diversos prismas da sociedade, incluindo a passagem de temas do plano social, económico, cultural e político abordados nos seus jornais diários.

Já na informação de rádio, foi partilhada a preocupação em incluir na grelha da programação emissões especiais de debate de temas preocupantes deste cariz. Entre as várias iniciativas destaca-se a celebração do **“Dia da Mulher”**, onde se deu lugar a uma conversa sobre o papel da mulher nos *média* e se procurou utilizar a voz de mulheres jornalistas para ajudar pessoas que possam estar a viver cenários de violência física ou psicológica.

Foi ainda desenvolvido o projeto **“Repórteres em construção”**, que se trata de um

plano colaborativo que alia professores e estudantes de jornalismo das várias zonas do país, na procura de formar os jornalistas do futuro, por via da produção de reportagens e debates.

Na Antena1 houve espaço para o foco nas minorias, refletindo-se no incremento do tempo de emissão do programa **“A Fé dos Homens”** de 84 minutos semanais para 132 minutos. Também os emigrantes e imigrantes foram abordados por via do programa **“Cidade invisível”** que aborda a vida destas comunidades.

No âmbito da sociedade, desenvolveu-se o programa **“Efeito Borboleta”** que junta figuras opostas como uma historiadora e um escritor, uma urbana e um rural, um ilhéu e uma continental, na procura de responder à questão “Qual deles o efeito e qual deles a Borboleta?”. Permaneceu também na agenda o conteúdo **“#SOQNÃO”**, no qual são abordadas as diferenças e semelhanças de diversos membros que compõem a sociedade, bem como o programa **“Consulta pública”**, que mensalmente sai de estúdio e procura estar próximo das pessoas, para que quem os ouve consiga acompanhar os temas de maior interesse e relevância.

Já na Antena1, promoveram-se práticas ambientais, com direito a **campanhas regionais de proteção e divulgação ambiental**. Foram também criados espaços de emissão direcionados ao esclarecimento dos ouvintes em áreas como a cultura, saúde, ajuda ao consumidor e informações relacionadas com a proteção civil.

Por fim, a RDP África deu continuidade ao apoio a diversas campanhas de carácter cívico e humanitário, nomeadamente na prevenção contra o **HIV Sida** e a **Covid-19**. Relacionado com o tópico da pandemia, desenvolveram-se campanhas de saúde pública, em parceria com a Direção Geral de Saúde, dedicadas especialmente aos cidadãos dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) e de apoio a doentes de São Tomé e Príncipe, em parceria com as autoridades locais.

## B 1 4 . i ) Distribuição de tempo de emissão por modalidade desportiva

### Resultado 2022

No que respeita à cobertura desportiva na RTP, 2022 foi um ano marcado por uma agenda alargada e diversa, com uma exibição total de **1.075 horas dedicadas** a esta categoria. Tendo sido um ano que contou com vários acontecimentos de grande relevância no desporto, como o Mundial de Futebol no Catar, a organização dedicou largas operações de cobertura das mais diversas competições nas várias modalidades, dos vários sexos e com especial destaque para acontecimentos onde as seleções nacionais estiveram presentes.

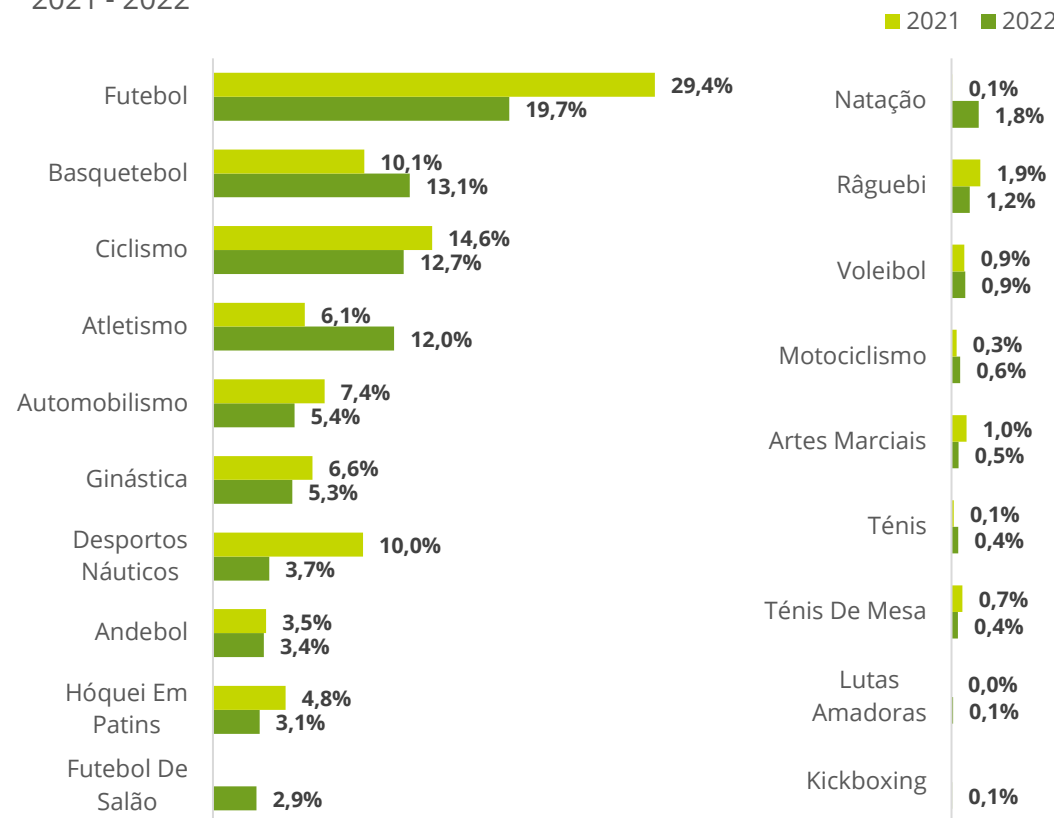
Ao todo, no universo RTP, foram cobertas **19 modalidades diferentes**, às quais se adicionam ainda a transmissão dos jogos olímpicos, magazines desportivos e manifestações desportivas.

O **Futebol** continuou a ser a modalidade predominante, representando 19,7% do tempo de emissão. No entanto, esta importância diminuiu cerca de 9,7 pp, traduzindo-se numa redução de aproximadamente 66 horas de transmissão (passando de 278 horas em 2021 para 212 em 2022), correspondendo a um decréscimo de 24% em comparação com 2021. Por outro lado, o **Atletismo** e o **Basquetebol** aumentaram a sua relevância na programação em 5,9pp. e 3,0pp, respetivamente. Assim, o Basquetebol ultrapassou o **Ciclismo**, ocupando a 2ª posição no ranking das modalidades mais transmitidas, contribuindo para uma agenda de modalidades mais equilibrada e diversificada.

O ano em análise ficou também marcado pela inclusão de novas modalidades no portfólio RTP, nomeadamente, **Futebol de Salão** e **Kickboxing**, o que demonstra o esforço realizado na diversificação de formatos e conteúdos desportivos. Por fim, é de destacar que este volume de horas inclui não só desporto profissional como também amador, com principal transmissão na **RTP2**. Este serviço de programas totalizou as 576 horas de transmissão de conteúdos desportivos, seguido da RTP1 com 178 horas, a RTP África com 138 horas e RTP Internacional, RTP Açores, RTP Madeira e RTP Memória com 107, 53, 19 e 4 horas, respetivamente.

### Análise Comparativa

Distribuição de tempo de emissão por modalidade na RTP (% de horas) | 2021 - 2022



Fonte: RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022

## B 14.ii) Exemplos de conteúdos disponíveis em formato multiplataforma no âmbito da temática desporto

### Resultado 2022

A disponibilização de conteúdos em formato multiplataforma é uma das principais apostas da RTP para o triénio em análise, ao longo de 2022 registou-se o desenvolvimento de programas desportivos que conjugam as dimensões de áudio, vídeo e redes sociais.

O ano em análise protagonizou um dos maiores eventos desportivos a nível internacional – o **Campeonato do Mundo de Futebol**. Este evento contou com diversas sinergias entre as áreas da redação, rádio e equipas digitais, tendo incluído iniciativas que vão para além da transmissão regular de jogos do campeonato, como a criação de uma área dedicada ao mundial no sitio de notícias, uma APP Mundial 2022, disponível em iOS e Android, uma rádio *online*, e transmissões em exclusivo na RTP Play, com câmaras especiais. Também as redes sociais da RTP e RTP Notícias foram palco de divulgação de conteúdos da competição, com a partilha dos melhores momentos dos jogos, golos e resumos no Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok e YouTube.

As plataformas digitais da RTP contaram também com diretos RTP1 e Antena1, sendo que os melhores resultados foram registados aquando da transmissão de conteúdos desportivos, com especial destaque para o período de novembro e dezembro, coincidente com a competição mundial de futebol, onde foram alcançados os maiores níveis de número de visitantes das plataformas do ano.

As transmissões na **RTP Play** de provas desportivas de diferentes modalidades, escalões e categorias profissionais foram também significativas, com especial peso dos serviços de programa **RTP Desporto**, que passaram conteúdos de **Futebol** - FIFA Campeonato Feminino Sub 20, FIFA Campeonato do Mundo de Futebol Feminino Sub 17 2021,- **Futsal** – Campeonatos das Europa de Futsal Masculino e Feminino e Finalíssima de Futsal 2022 -, **Ginástica** – Campeonato do Mundo Ginástica de Trampolins 2022, Campeonato do Mundo Ginástica, Campeonato do Mundo Ginástica Rítmica -, entre outras modalidades.

A RTP Desporto mantém-se relevante, com especial atenção para o RTP Desporto 1, que se trata do 5º canal com maior número de visitantes na APP RTP Play. Ao todo, registou 91 mil visitantes, um aumento de 116% face ao ano homólogo, sendo superada apenas por serviços de programa de emissão contínua como a RTP1, RTP3, RTP Internacional e RTP2.

Por fim, foi ainda destacado o programa **“Grande Área”**, que analisa a jornada futebolística nas suas várias dimensões, que conta com uma forte presença nas redes sociais.

### Exemplos de transmissões da RTP1 e RTP2 na web de competições desportivas de diferentes modalidades desportivas



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

### Resultado 2022

Em 2022, contabilizando as duas plataformas nas quais a RTP Desporto está inserida e os 4 serviços de programas exclusivamente digitais que a compõem, totalizaram-se mais de **1 milhão de pageviews, 778 mil visitas** e mais de **355 mil visitantes**.

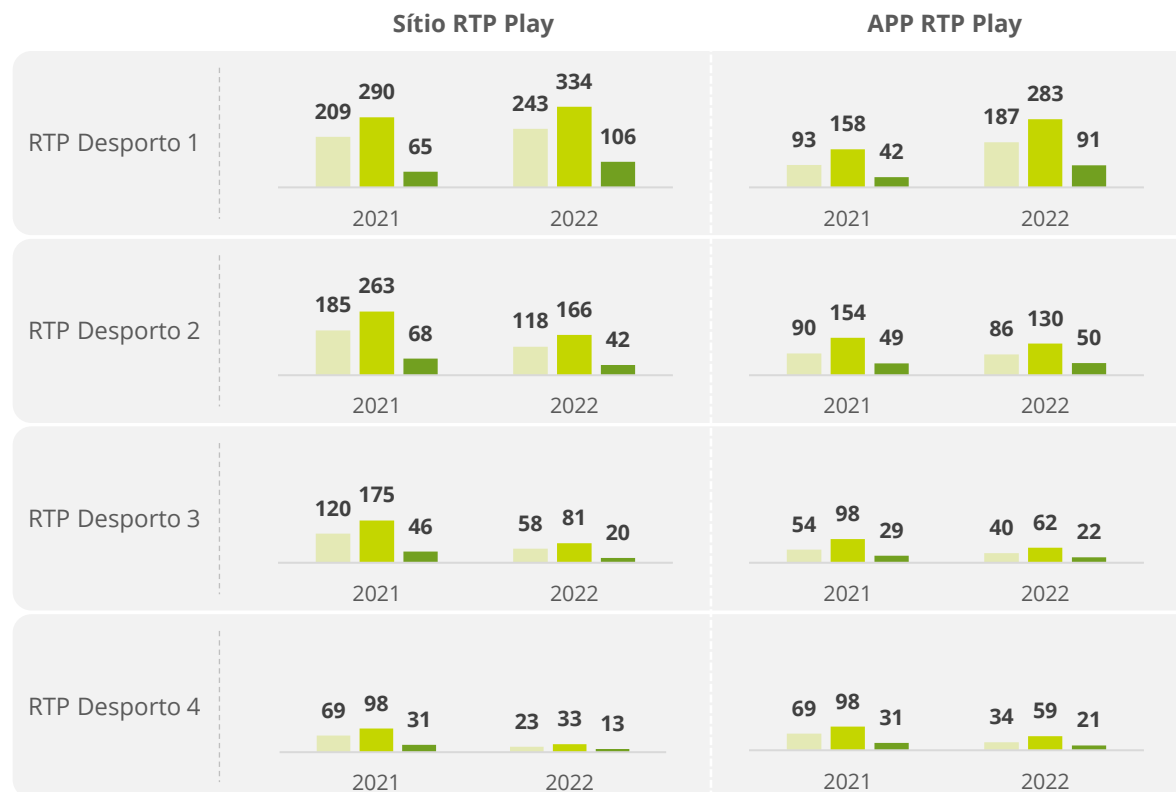
No sítio RTP Play foram contabilizadas, ao todo, cerca de 614 mil visualizações de página, 442 mil visitas e 181 mil visitantes. Já na APP RTP Play foram registadas 336 mil vistas, 511 mil pageviews e, ainda, cerca de 175 mil visitantes.

A **RTP Desporto 1** foi o canal digital com melhores resultados ao longo de 2022, em ambos os meios digitais nos quais assume presença, e apesar da subida generalizada da sua performance em todos os indicadores em análise no gráfico à direita, a mesma tendência não foi acompanhada pelos restantes canais digitais, para os quais ocorreu uma quebra generalizada de performance face a 2021.

Os serviços de programas da RTP Desporto transmitiram conteúdo e informação nas mais diversas modalidades como Surf, Rugby, Basquetebol e Andebol. Entre os principais destaques salienta-se a transmissão de jogos dos vários escalões do Campeonato da Europa de Futebol Masculino e Feminino, os Campeonatos da Europa de Futsal Masculino e Feminino e o Campeonato da Europa e do Mundo de Andebol. Também a ginástica teve lugar nas suas programações com Campeonato do Mundo Ginástica de Trampolins 2022, Campeonato do Mundo de Ginástica e Campeonatos do Mundo de Ginástica Rítmica. Destaca-se ainda que a RTP Desporto 1, ainda que seja um canal exclusivamente digital, foi o 5º canal da APP RTP Play com mais visitantes, ficando atrás apenas de serviços de programas de emissão contínua como a RTP1, RTP3, RTP Internacional e RTP2.

### Análise Comparativa

**Resultados da RTP Desporto no sítio e APP RTP Play (#visitas, #visitantes, #visualizações de página; milhares) | 2021 - 2022**



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

### Resultado 2022

Ao longo de 2022, à semelhança de anos anteriores, a RTP (RTP1 e RTP2) ultrapassa de forma significativa a performance dos restantes serviços de programas generalistas privados em sinal aberto no número de horas dedicadas à tipologia de Desporto. A RTP1 soma um total de 260 horas de emissão, representando uma diminuição em 33 horas face a 2021, ao passo que a RTP2 totaliza as 578 horas, o que representa um aumento de 22 horas face ao ano anterior. Ao analisar a sub-tipologia de “Transmissão de desporto”, a liderança permanece nos serviços de programa RTP, acompanhada de um aumento das horas em direto transmitidas: um total de 158 horas na RTP1 (um aumento de 22 horas face a 2021) e 469 horas na RTP2 (um aumento de 131 horas face a 2021). Ao contrário da SIC e da TVI, que transmitiram uma e duas modalidades, respetivamente, a RTP1 e a RTP2, transmitiram 6h e 11h de modalidades distintas, incluindo Futebol, Futsal, Hóquei, Rugby, Andebol, Atletismo, Basquetebol, Ciclismo, entre outros.

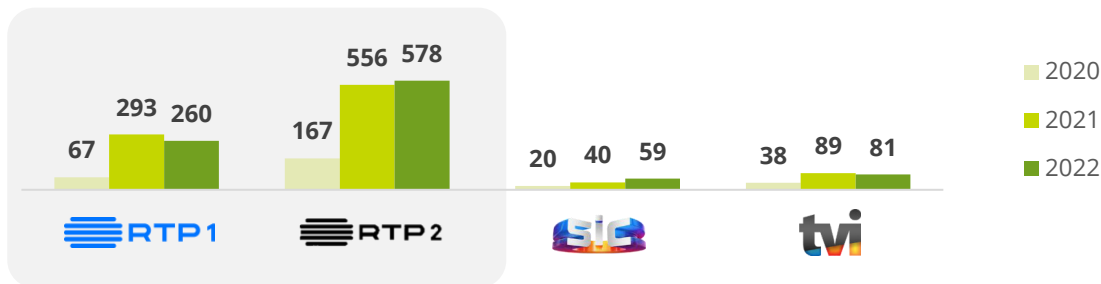
Ao nível dos programas mais vistos, destacam-se o “Mundial 2022: Quartos de final” que garantiu a liderança à SIC com um Shr% de 70,8%, seguido do conteúdo “Futebol – Mundial 2022: Play-off qualificação” que garantiu à RTP1 um share de 46,3%.

No que respeita aos serviços de programas informativos, a RTP3 registou um total de 440 horas, um valor que fica atrás da performance de 2021 em apenas 22 minutos. Desta forma, representa o 3º serviço de programas da categoria a transmitir mais horas da tipologia de desporto, ultrapassando a SIC Notícias que tomava esta posição no ano anterior. Ao nível dos formatos oferecidos, os magazines de desporto ocupam a maioria do tempo de emissão da RTP3 e SIC Notícias (60% e 81%, respetivamente), enquanto a Informação desportiva foi uma maior aposta da CNN Portugal (inaugurada a 22 de novembro de 2021, substituindo a TVI 24) e CMTV<sup>1</sup>. Esta última mantém a liderança na categoria com um total de 1.978 horas transmitidas.

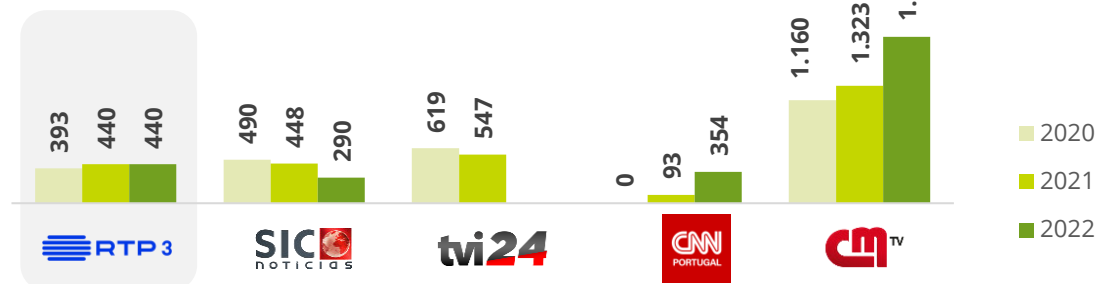
<sup>1</sup>A CMTV é um serviço de programas generalista. Embora não sendo um serviço de programas temático informativo é efetuada de forma generalizada a análise comparativa de audiências deste serviço de programas com os serviços de programas informativos RTP3, SIC Notícias e TVI24.

### Análise Comparativa

Horas dedicadas ao total da tipologia de desporto na RTP 1 (#horas) | 2020 - 2022



Horas dedicadas ao total da tipologia de desporto na RTP 3 (#horas) | 2020 - 2022



## B 1 5 . i ) Número de horas transmitidas de jogos de futebol

### Resultado 2022

Em 2022 a transmissão de jogos de futebol foi feita por 6 serviços de programas, nomeadamente a RTP1, RTP2, RTP3, RTP África, RTP Internacional e RTP Madeira. Ao todo, foram registadas **214 horas de emissões de competições nesta modalidade**.

A **RTP1** foi o serviço de programas que registou um maior número de horas de espetáculos futebolísticos nas diferentes competições, ultrapassando as 88h de emissão, com uma representatividade de 41% no universo RTP. Entre as principais competições transmitidas destacam-se o Mundial de Futebol no Catar (44 horas transmitidas), Campeonato Europeu de Futebol Feminino (5 horas transmitidas), Qualificações para o Campeonato mundial feminino 2023 (4 horas transmitidas), Campeonato europeu de futebol masculino Sub-17 (9 horas transmitidas), ou ainda jogos da Taça de Portugal 22/23 (7 horas transmitidas).

A **RTP África** e **RTP Internacional** foram também palco de várias transmissões com um total de 57 horas de transmissão cada uma. Em ambos os serviços de programas foram transmitidas mais de 32 horas da Liga NOS 2021/2022 e 16 horas da liga BWIN 2022/2023.

A **RTP2** transmitiu também competições da modalidade com especial atenção ao futebol feminino com provas do Campeonato do Mundo de Futebol Feminino Sub-20, do Campeonato do Mundo Sub-17 Feminino na Índia 2022 ou da UEFA Women's EURO 2022. Por fim, também a **RTP3** e a **RTP Madeira** contaram com 2 horas e 51 minutos de transmissões da categoria em análise, respetivamente.

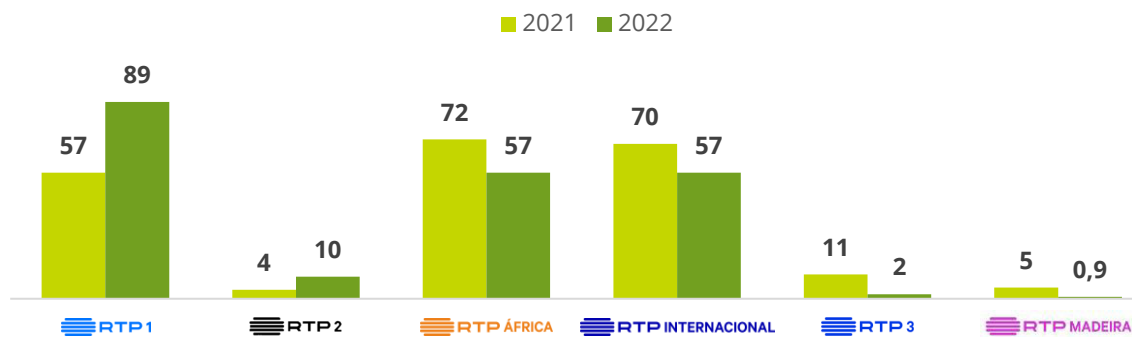
Os jogos de futebol foram bastante relevantes ao longo do ano, com especial destaque do **Mundial de Futebol no Catar**. A análise revelou que 8.171 mil espectadores contactaram pelo menos durante 1 minuto com os 22 jogos em grelha da RTP. A principal emissão correspondeu ao jogo Portugal x Suíça que contou com um *share* de 68,3% e mais de 3.5 milhões de espectadores, correspondendo à 6ª emissão mais vista do mercado TV desde 1995. Também a final do mundial registou resultados marcantes,

tendo a RTP1 registado a 4ª maior audiência desde 2016, ano no qual Portugal se consagrou campeão europeu.

Para concluir, a RTP procedeu ainda à aquisição dos direitos de transmissão de 12 jogos por temporada da Taça de Portugal e Supertaça Cândido de Oliveira, até 2024.

Desta forma, no seguimento da sua missão de serviço público, a RTP manteve a preocupação em garantir a transmissão de jogos de futebol, mas destaca-se o desafio incremental que é acomodar o elevado valor de mercado dos direitos audiovisuais de eventos de futebol, incluindo o significativo aumento das exigências relativas ao futebol feminino.

### Transmissão de jogos de futebol por serviço de programas (hh:mm:ss) | 2021 - 2022



Fonte: Relatório de Audiências TV, 2022; RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022; Fonte Interna RTP



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

### Resultado 2022

Os principais eventos desportivos na área do futebol são frequentemente classificados como de interesse generalizado do público pelo que, dentro do enquadramento orçamental, devem ter destaque nas grelhas de programação RTP. Em 2022, a RTP registou um total de **728 horas de transmissões de conteúdos futebolísticos** por via de emissão de competições, provas, debates, antevisões ou magazines desportivos.

O principal acontecimento foi o **Mundial de Futebol no Catar**, que exigiu uma cobertura diversa e complexa, marcando presença nas transmissões dos serviços de programas nacionais e internacionais, de televisão, rádio e digitais. Relativamente a esta competição, destaca-se a coprodução da Rádio Mundial *online* que proporcionou o relato de todas as partidas da competição e, ainda, a criação da *web* rádio que reforçou de forma diária o acompanhamento de todos os jogos com narração e comentários. Destaca-se que a competição internacional teve um impacto bastante positivo na performance dos vários meios digitais RTP, nomeadamente o sítio RTP Play que aumentou em **131%** o número de visitantes no período do Mundial, face ao período pré Mundial.

Além da competição mencionada anteriormente, a RTP deu também destaque a outras competições como a **UEFA Nations League** ou o **Euro 2022 de futebol feminino**. Para além das transmissões das grandes competições (desenvolvidas em detalhe no indicador B15.i) a RTP continuou a apostar em programas desenhados especialmente para a difusão e acompanhamento do futebol. Entre eles estão os conteúdos **“Trio d’Ataque”**, onde se aborda, principalmente, a realidade futebolística dos grandes clubes de futebol portugueses; o **“Grande Área”** que retrata a jornada sob a forma de debate e que conta com uma forte presença nos meios digitais, e ainda o **“Grandiosa Enciclopédia do Ludopédio”**, que se dedica a protagonizar este desporto dentro e fora de campo, abordando a sua história, num espaço de cariz alternativo, um dicionário da tribo da bola.

A RTP Madeira conta também com formatos de especial acompanhamento das duas

equipas na Liga profissional do arquipélago, nomeadamente o programa **“Prolongamento”**, onde são analisados os resultados de cada jornada e se debate semanalmente o futebol de alta competição.

Num outro âmbito, a RTP transmitiu também uma entrevista exclusiva a Cristiano Ronaldo, num momento conturbado da sua carreira e a pouco tempo de integrar a Seleção Nacional.

### Principais transmissões na RTP1 e RTP2 na web de jogos de futebol | 2022



	FIFA WORLD CUP Qatar 2022	UEFA NATIONS LEAGUE	UEFA women's EURO ENGLAND 2022
Número de jogos	22 jogos	6 jogos	4 jogos
Visitantes no sítio (média horária)	36.561	40.181	4.673
Visitantes na APP (média horária)	6.168	7.806	2.161
Transmissão na...			

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

### Resultado 2022

À semelhança de anos anteriores, ao longo de 2022, a RTP estabeleceu parcerias com entidades nacionais e internacionais no âmbito da coprodução de conteúdo.

No ano em análise, a maioria do tempo de emissão foi fruto de produção interna, isto é, produzido nos Centro de Emissão e nos Centros de Produção de Lisboa, Porto, Madeira e Açores, com uma representatividade de 57,9%. Por outro lado, 41,3% da produção, menos de metade, surgiu de produção externa, sendo a única categoria que aumentou de representatividade face a 2021.

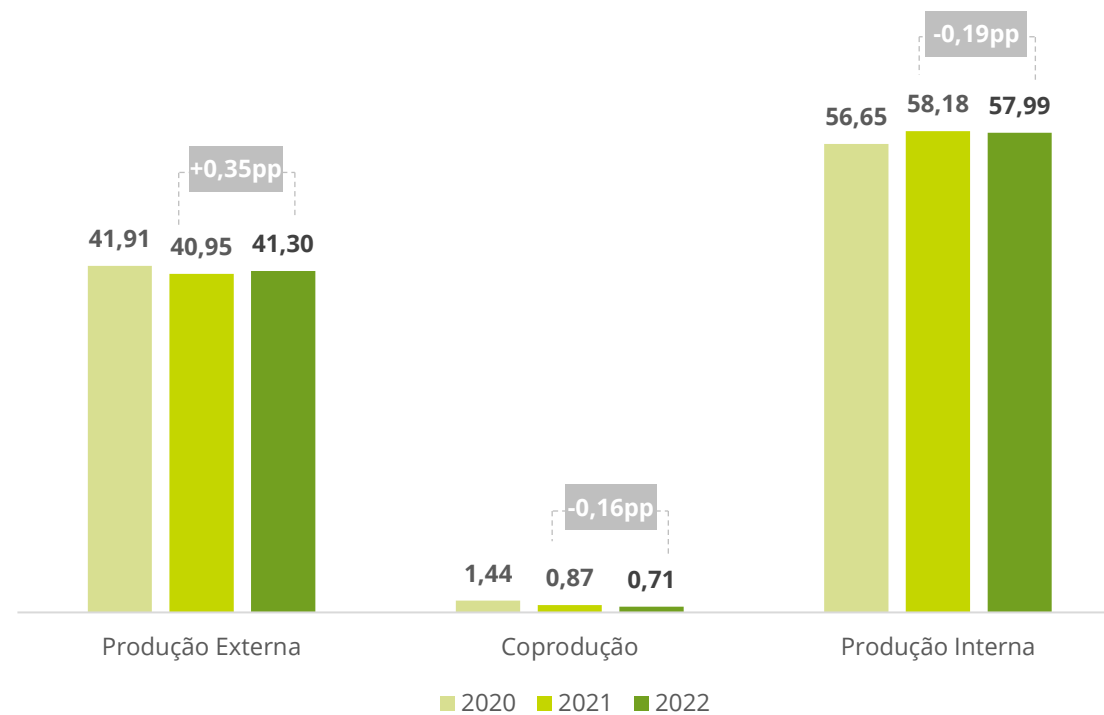
No que toca às **Coproduções**, estas ocuparam **0,7% do tempo de emissão**. Um valor que apesar de bastante semelhante ao registado no ano anterior, tem vindo a reduzir de forma gradual desde 2020, ainda que pouco significativo entre 2021 e 2022.

Desta forma, ainda que se tenha verificado um redução em apenas 0,16p.p., salienta-se que 2022 se trata do segundo ano de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, pelo que, a ambição pelo aumento das coproduções no universo RTP deve ser endereçada impreterivelmente no ano de 2023.

### Análise Comparativa

#### Distribuição do tempo de emissão por origem de produção (%)

| 2020 - 2022



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

### Resultado 2022

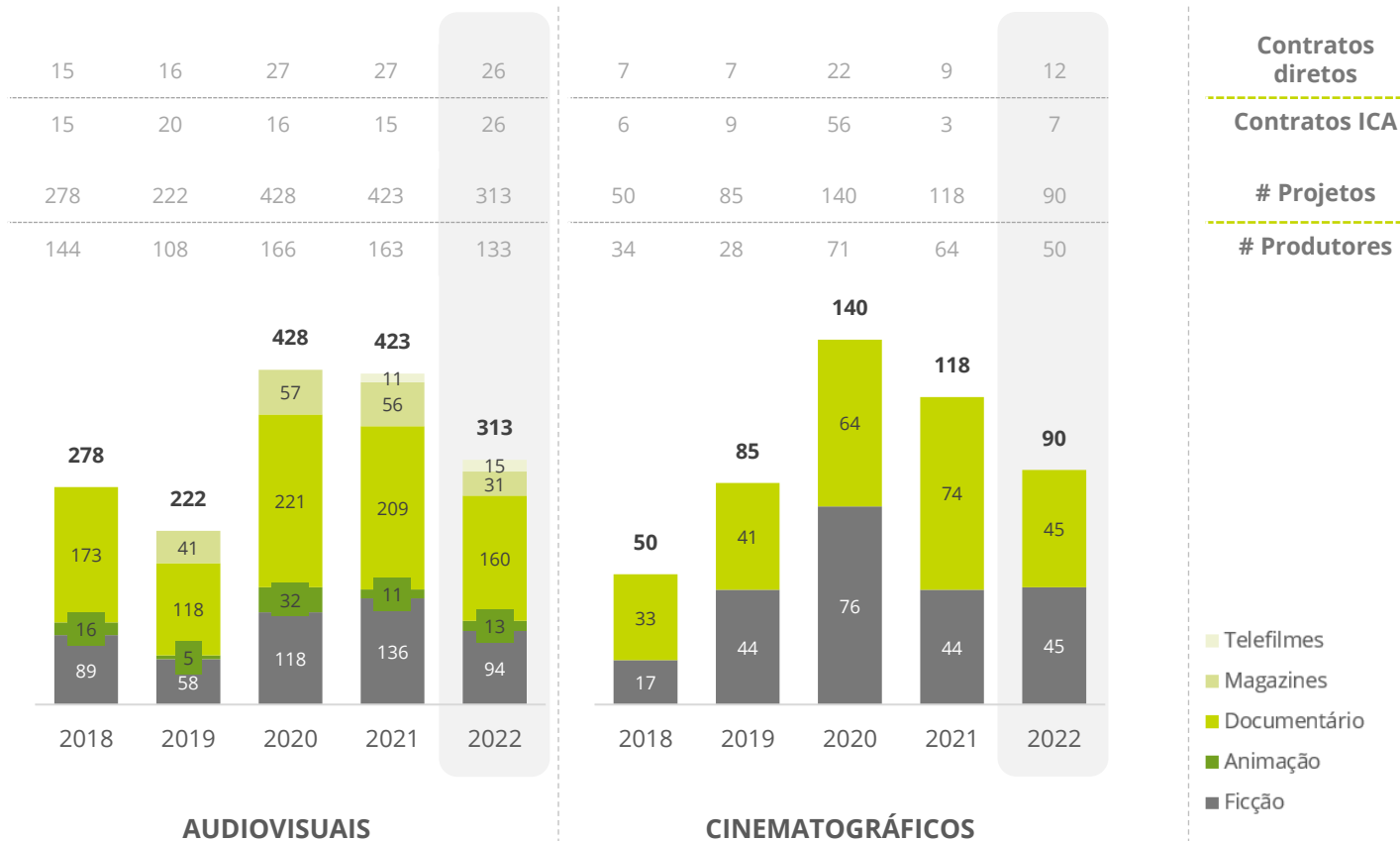
À semelhança de anos anteriores, a RTP conduziu 2 consultas de conteúdos junto da indústria nacional de produtores independentes. No que respeita à **Consulta de conteúdos audiovisuais**, foram apresentados 313 projetos, representados por 133 empresas.

Com base na análise conduzida, foram selecionados 52 projetos - 26 projetos que foram encaminhados para um processo de contratação direta pela RTP, como os documentários “A Alma de um Povo”, “Sobrevoar Portugal” e “Mar Maior” ou as séries de ficção “Álvaro e Mário, Homens de Honra”, “Médium”, “Os Bravos” e “O Último Lusitano”, acompanhados de 26 projetos que foram objeto de um contrato que lhes permitiu apresentarem-se aos diversos programas de apoio à produção de obras audiovisuais e multimédia do Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA). Relativamente à **Consulta de conteúdos cinematográficos**, foram recebidos 90 projetos de 50 proponentes. Em resultado, 12 propostas de programas foram encaminhadas para um processo de contratação direta pela RTP, às quais se adicionam 7 propostas que foram objeto de declaração, por parte dos diretores de programas da RTP1 e RTP2, que lhes permitem apresentar-se aos diversos programas de apoio financeiro do ICA. Ao todo a RTP totalizou um investimento de 3.354.478,94€ na área das obras cinematográficas e contabilizou 14.088.683,00€ em investimento direto na produção audiovisual independente.

No total, em 2022, foram transmitidos em Antena128.452 segundos, totalizando 6.238 spots cujo apoio teve um valor de mercado de 1.919.711,13 €.

### Análise Comparativa

#### Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente (#consulta de conteúdos) | 2018 a 2022



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

### Resultado 2022

As produções independentes tomam uma posição central na missão de serviço público da RTP. A mesma pretende, em 2022, incentivar maior qualidade, apoiar no desenvolvimento de novas produtoras e suportar de forma mais regular as que estão em crescimento e potenciar o desenvolvimento de coproduções nacionais e internacionais.

Um das principais iniciativas que potencia este processo é a consulta de conteúdos. À semelhança de anos anteriores, a **RTP realizou 2 consultas de conteúdos**, nomeadamente uma de **audiovisuais** entre 11 de abril e 26 de maio e ainda uma de **cinematográficos** entre 18 de abril e 2 de junho. Após uma análise das candidaturas foram selecionados diferentes projetos que justifiquem o investimento de acordo com o serviço de programas, numa ótica de garantir uma oferta diversificada de temas históricos, *thrillers*, policiais, drama, comédias, entre outros.

Na **RTP1**, procurou-se potenciar a criação de coproduções com produtores estrangeiros, serviços de programas de televisão ou operadores de *streaming*, tentando sempre manter uma forte ligação aos produtores nacionais para garantir esse propósito. O serviço de programas RTP1 recorre, ainda, a parcerias com entidades como o ICA, o Fundo do Turismo e autarquias do país para procurar produzir séries com valores de produção mais significativos e para elevar o potencial de promoção internacional.

Ao longo de 2022, a RTP1 contou com a estreia de 12 novas séries originais e 5 telefilmes, reforçando o compromisso com o setor. Destaca-se que duas destas séries foram fruto de coproduções, nomeadamente a **“Operação Maré Negra”** com a Amazon Prime Video e **“Crimes Submersos”** com a RTVE. Para além disso, tiveram também espaço na grelha de programação os cinco primeiros telefilmes do projeto inovador **“Contado por Mulheres”**, que conta com guiões adaptados de obras literárias portuguesas e realizados por 10 mulheres diferentes. Este formato tem sido alvo de várias críticas positivas a nível internacional por associações de produtores europeus.

Ao nível da componente cinematográfica, estrearam em televisão filmes como *“Listen”*, *“Golpe de Sol”*, *“O Som que desce da Terra”*, *“Bem Bom”*, *“Avô Dezanove”* e *“Mosquito”*. Adicionalmente, reexibiram-se mais de 20 filmes nacionais e manteve-se o magazine semanal **“Janela Indiscreta”**.

No que se refere às iniciativas desenvolvidas pela **RTP2**, este serviço de programas participa em 80% dos documentários apoiados pelo Instituto do Cinema e Audiovisual. Em 2022, foram transmitidos os documentários *“O vento Assobiando nas Gruas”*, *“Fogo Fatuo”*, *“Diálogos de Leuco”*, *“A Noiva”*, *“Trio em Mi Bemol”*, *“Toda a gente gosta de Jeane”* e *“3 Realizadoras portuguesas”*.

Por fim, foram também exibidos os conteúdos vencedores do **“Prémio RTP2”**, nomeadamente o *“Monstra”* na área da animação, *“Arché”*, *“Queer”*, que cobre temas LGBT e *“Festival Miguel Rovisco”* (Teatro da Trindade / INATEL).

## **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 2022**

Ao longo do processo de recolha de informação análise, foi mencionado que os projetos de produções independentes têm vindo a aumentar significativamente o seu nível de qualidade. De qualquer modo, foi verificado que a RTP não procedeu ainda à definição de uma estratégia para a criação de processos internos de controlo de qualidade, incentivo e apoio a produções independentes. Desta forma, esta ação deve ser realizada durante o ultimo ano de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, pelo que o indicador é considerado “Não Avaliado” no ano de 2022.

## B 16.v) Exemplos de coproduções realizadas com produtores internacionais

### Resultado 2022

À semelhança de anos anteriores, 2022 contou com a realização de coproduções com produtores internacionais. Ao todo, as obras coproduzidas com países europeus e países de língua portuguesa totalizaram 461 horas, sendo 401 horas relativas a coproduções com produtores portugueses.

Os Países Baixos destacam-se como o país que produziu mais horas de conteúdos partilhados com a RTP, com um registo de 30 horas, seguido da Suíça com 16 horas, Brasil com 12 horas e Macau com 30 minutos registados.

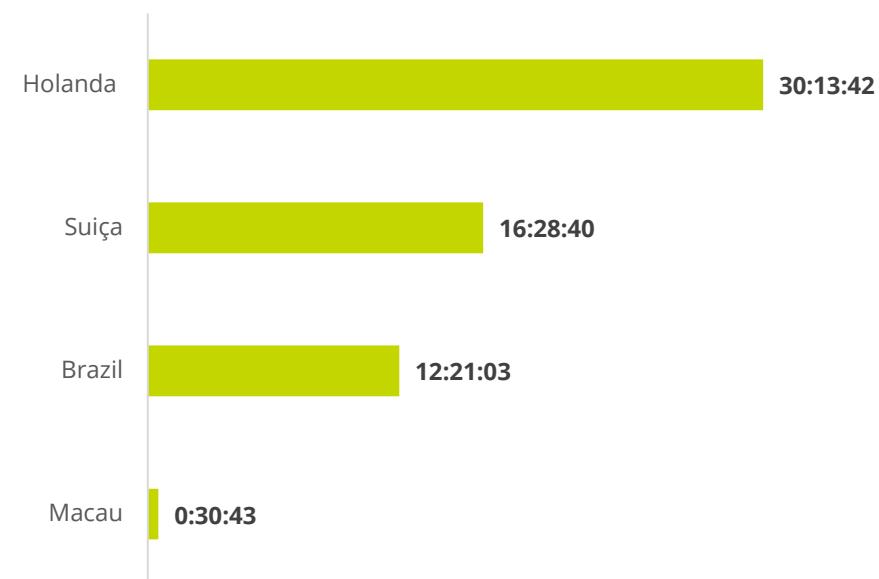
Entre os vários exemplos de conteúdos coproduzidos, destacam-se as séries **“Operação Maré Negra”** e **“3 Caminos”** com a Amazon Prime Video, **“Crimes Submersos”** com a RTVE e **“Auga Seca – 2ª temporada”**, em coprodução com HBO.

Para além disso, foi também produzida uma série de 4 episódios com a France Télévisions intitulada **“A Odisseia de Fernão de Magalhães”**, que se inseriu nas comemorações dos 500 anos da viagem de circunavegação, e a série **“Chegar a Casa”** fruto das sinergias estabelecidas com a Televisión de Galicia.

No âmbito das séries desenvolvidas no universo da RTP Lab, destaca-se a coprodução luso-brasileira **“iMLove”**, escrita e produzida por Rodrigo Zanchini e Victor Lemos.

### Análise Comparativa

Tempo de emissão de coproduções internacionais por país (hh:mm:ss) | 2022



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

### Resultado 2022

Ao longo de 2022 foram vários os conteúdos que surgiram do âmbito de novas parcerias com produtoras nacionais. Ao todo, **a RTP registou um total de 401 horas de transmissão de conteúdos fruto de coproduções com entidades portuguesas.**

Tendo a RTP um papel de grande importância na potencialização da ficção portuguesa original, a mesma recorre anualmente a uma consulta de conteúdos que está aberta a candidaturas de todos os produtores nacionais. Após uma análise das candidaturas, são selecionados diferentes projetos para os quais a RTP considera relevante o seu investimento, surgindo um conjunto de conteúdos das mais diversas tipologias: histórico, *thrillers*, policiais, dramas, comédias, entre outros. Entre os principais destaques encontram-se projetos como os documentários “A Alma de um Povo”, “Sobrevoar Portugal”, “Mar Maior”, “Vera, a Beleza do Erro” ou séries de ficção como “Álvaro e Mário, Homens de Honra”, “Médium”, “Os Bravos” e “O Último Lusitano” que surgem de um processo de contratação direta pela RTP.

Para além disso, também na dimensão da música são estabelecidas várias parcerias no sentido de apoiar e divulgar o que melhor se faz nesta área. A título de exemplo, destaca-se o evento dos Prémios Play, que resulta de uma parceria com a GuestMusic e a Audiogest, ou ainda o **NOS Alive**, um evento que requer bastantes recursos técnicos e humanos da RTP por não se cingir exclusivamente à transmissão de conteúdo, mas também à produção do mesmo, que surge da sinergia estabelecida com a Everything is New.

No âmbito de conteúdos para os mais jovens, foram lançados novos episódios do programa “**Põe mais alto!**” em parceria com a WWF, intitulados “Minha Pilar - 2.1” e “Defensores da Natureza”.

Por fim, também o programa de *daytime* “**Chefs da Nossa Terra**” e o concurso “**Porquinho Mealheiro**” surgem de parcerias com a Coral e a Freemantle, respetivamente.

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

### Resultado 2022

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.

Ainda que em 2022, não tenham sido observados progressos tangíveis no desenvolvimento de parcerias relacionadas com a criação da plataforma, foram tomadas medidas significativas na elaboração de um plano de ação relativo ao tema, que poderá conhecer uma evolução em 2023, sendo este também dependente de um acordo com a SIC e a TVI.

Neste sentido, classifica-se o indicador como "Não Avaliado".



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

---

### Resultado 2022

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 2022

A RTP tem como uma das suas principais obrigações assegurar a difusão da música portuguesa em Portugal. Neste sentido, a mesma deve cumprir diferentes obrigações estabelecidas na Lei da Rádio e no Contrato de Concessão. No ano de 2022, os serviços de programas de rádio da RTP **cumpriram na totalidade** as suas obrigações em termos de quotas de difusão da música portuguesa e, à semelhança de anos anteriores, a avaliação é realizada na base de 2 períodos distintos de análise – 07h às 20h (período 1) e 20h às 07h (período 2).

A Antena1, que acentuou o seu compromisso com a diversidade, emitiu todos os géneros de música portuguesa, desde a ligeira à popular, com aposta no pop urbano, mas mantendo o seu dever de divulgação do fado. No total, transmitiu **72%** de música portuguesa no **período 1** e **91%** no **período 2**. Ao nível da música composta ou interpretada em língua portuguesa, alcançou a quota de **93%** numa perspetiva 24horas e, no que se refere a música recente, a mesma representou **44%** do total de música portuguesa transmitida, superando, assim, os seus requisitos de forma significativa.

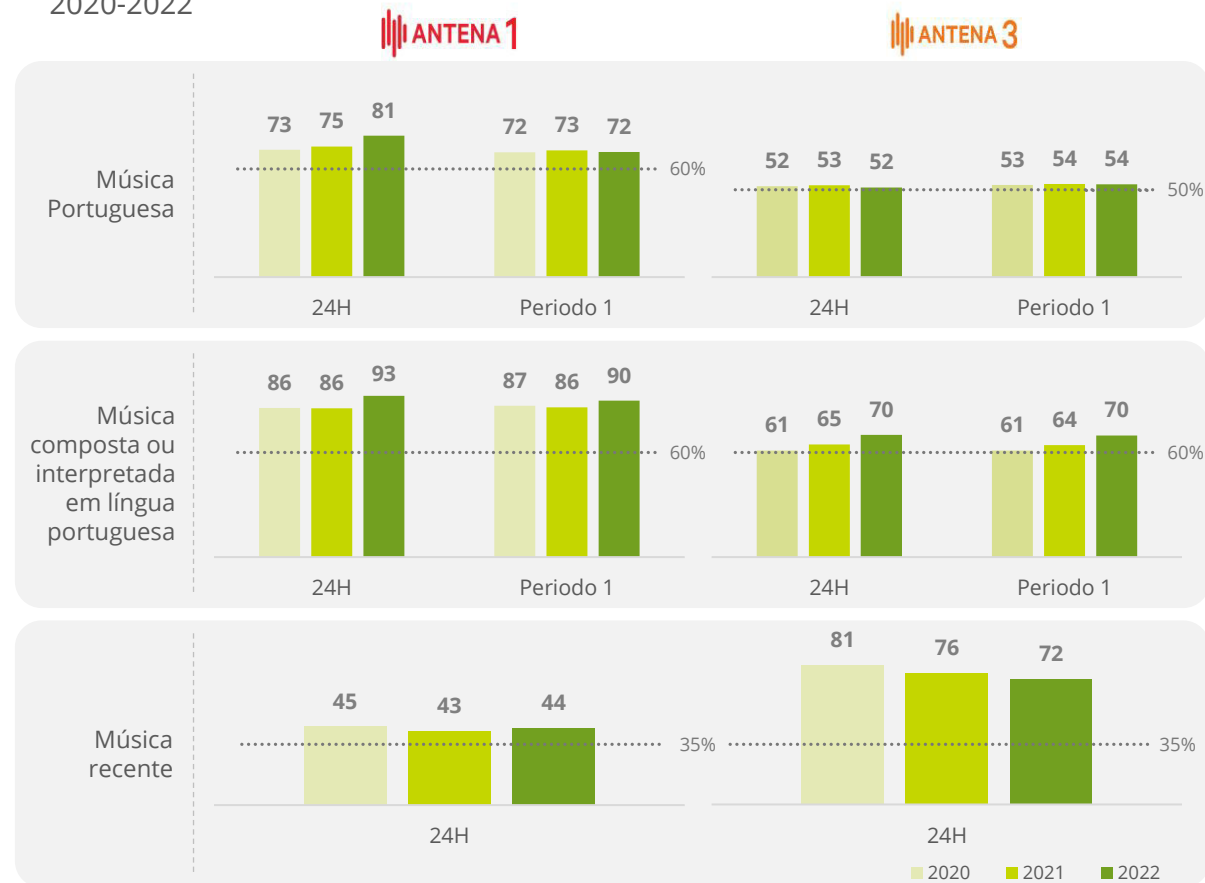
Já a Antena3, no âmbito da divulgação e apoio à música e artistas nacionais, com a missão de revelar novos talentos nos mais diversos géneros, transmitiu, durante 2022, **54%** de música portuguesa no **período 1** e **49,9%** no **período 2**.

### 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) | 2020-2022



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

### Resultado 2022

Após um ano 2021 marcado pelas restrições de uma pandemia de escala mundial, no qual o contacto físico ficou bastante limitado e a criação de eventos de larga escala se tornou inexecutável, 2022 possibilitou o regresso ao ativo de uma das classes profissionais mais afetadas pela COVID-19, os artistas, afetando os concertos. Desta forma, os vários serviços de programas da RTP retomaram, de igual forma, a cobertura deste tipo de eventos.

Entre os principais espetáculos emitidos, destacou-se o concerto de homenagem a Simone de Oliveira, que marcou 65 anos de canções e o anúncio de fim da carreira artística da cantora. O mesmo teve cobertura em diferentes meios da RTP, com destaque para a transmissão na **RTP1** e **Antena1**.

Na **RTP1** foram emitidos mais de vinte concertos ao vivo de música portuguesa, dos quais se destacam os espetáculos de Carolina Deslandes, Bárbara Tinoco, Bonga, Nuno da Câmara Pereira, Salvador Sobral e Miguel Araújo. No âmbito da solidariedade, foram transmitidos dois concertos em respeito aos acontecimentos na Ucrânia, **“Concerto pela Ucrânia”**, e, ainda, o **“Concerto Solidário Novo Futuro – “Tozé Brito (De) Novo”** com a instituição Particular de Solidariedade Social Novo Futuro. Para além disso, emitiu, ao vivo, o **Concerto de Ano Novo** da prestigiada sala de concertos Musikverein, em Viena, que se revelou um dos conteúdos com maior nível de audiências em vários países e, ainda, os concertos de André Rieu, um dos maiores compositores e maestros da atualidade.

No que respeita à música erudita e aos grandes eventos performativos, os mesmos tiveram lugar na programação da **RTP2**, com destaque para o **“Festival ao Largo”**, **“Concerto da Filarmónica de Viena na Basílica da Sagrada Família em Barcelona”** e, ainda, **“Uma Noite no Vale”**.

Também a **RTP Açores** transmitiu concertos, nomeadamente o **“Concerto - Tempos e Lugares”**, concerto **“Intercontinental do duo Augusto Baschera”** e o festival **“Música**

**no Colégio”**, e, ainda, a **RTP Madeira**, cuja transmissão incluiu o **“Concerto de Carnaval”** e o **“Concerto Dia da Assembleia”**. Por fim, a **RTP África** incluiu na sua programação vários espetáculos musicais como o **“Concerto Patché Di Rima no Teatro Tivoli”** ou o **“Anselmo Ralph e Amigos vs Gilmário Vemba”**.

Na **Antena1** há registos de que foi transmitido o **“Concerto - Centenário Saramago: Teatro São Luiz”**, e na **Antena3**, com o regresso da maioria dos concertos e festivais ao vivo, regressou a cobertura dos mesmos, mantendo o privilégio pelos eventos de destaque à nova música portuguesa, nomeadamente o **“Festival Tremor”**, o **“Rock Nordeste”**, o **“Iminente”** ou o **“FNAC Live”**.

A **Antena2**, um serviço de programas nacional de índole cultural, foi também palco de concertos com transmissão nos conteúdos **“Concerto Aberto”** ou o **“Grande Auditório”**. Esteve também envolvida na produção e organização do **Festival Antena2**, no Teatro Nacional de São João, o qual contou com seis concertos de diferentes estilos musicais – música sinfónica, música de câmara, música antiga, música coral, jazz e música para banda filarmónica –, e ainda, do **Festival de Jazz Robalo**, em parceria com a Associação Robalo, que consistiu na transmissão em direto de 10 concertos e em vídeo *streaming*, na busca de partilhar o jazz contemporâneo criado em Portugal e difundir os novos projetos e talentos.

No que respeita à **Antena3**, a sua programação contou com concertos e atuações ao vivo de diversas bandas e artistas e apoiou também na transmissão de festivais como são exemplo o Bons Sons, Rock Nordeste, MED, Paredes de Coura, Iminente, Westway Lab e FNAC Live.

Na **RDP África** foram transmitidas apresentações artísticas como o concerto de Don Kikas no Capitólio, em Lisboa e o Concerto de Maio Coopé e Amigos no Estádio Lino Correia, e na **Antena1 Açores** passaram o concerto de **“Clássicos de Natal”** da Orquestra da Câmara Municipal da Horta e o especial de Natal **“Histórias de Natal da Nossa Avozinha”**.

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

### Resultado 2022

Ao longo de 2022, a RTP continuou a assegurar o seu investimento na diversidade de conteúdos, mantendo e estreando programas no domínio da música e respetivas vertentes.

Na **Antena1** foi registada a transmissão de todos os géneros de música portuguesa, ainda que o domínio de **“Programas de Música”** tenha ocupado apenas 5,38% da programação. Entre os vários programas transmitidos destacam-se o **“Alma Lusa”** ou **“Fado Cravo”**, dois conteúdos autónomos, dedicados à divulgação da música. Verificou-se uma aposta no domínio dos espetáculos e festivais de música de autores portugueses com um registo de 97 concertos e *showcases*, realizados no segundo semestre do ano em análise, com destaque para grandes nomes como Simone de Oliveira, Pedro Abrunhosa, Dulce Pontes ou José Cid. Destacam-se ainda a transmissão de diversos festivais e das **“Sessões Antena1”** com o regresso de música ao vivo no estúdio, onde se juntaram vários músicos de diferentes géneros e gerações para entrevistas ou atuações. No que se refere a novas estreias, destaca-se o **“Mixtape”**, de Noémia Gonçalves, que consiste num *magazine* semanal sobre lançamentos discográficos, com entrevistas e concertos.

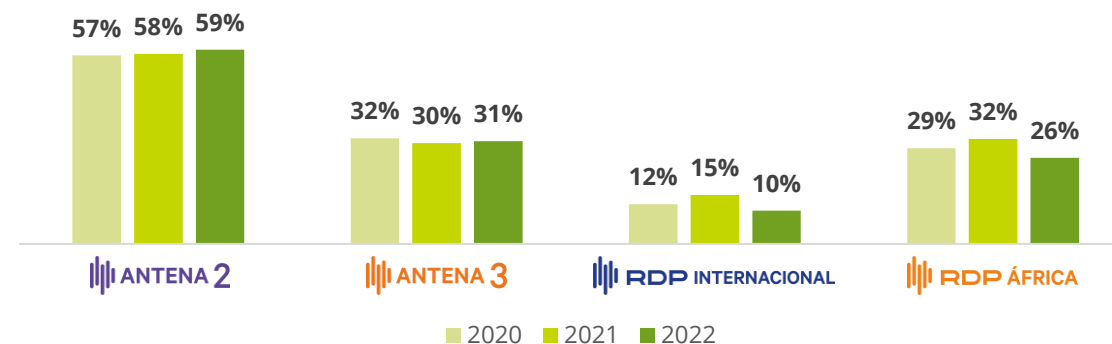
A **Antena2** transmitiu predominantemente programas relativos à macro **“Programas de Música”** representando 58,82% da sua programação. Com foco principal na música erudita e as suas manifestações mais significativas, destacaram-se os programas **“Boulevard”**, **“Vibrato”**, **“Baile de Máscaras”**, **“A Propósito da Música”**, **“Música Aeterna”**, **“O Tempo e a Música”**, **“Geografia dos Sons”**, **“Véu Diáfano”** e **“Música Contemporânea”**. Na categoria de *jazz* e música étnica, a antena cobriu estes estilos com 1 hora diária dos conteúdos **“Jazz a 2”** e **“Raízes”**. Ainda no âmbito de conteúdos regulares, destaca-se o programa **“Concerto Aberto”** dedicado exclusivamente à temática dos concertos e ainda, na esfera os programas de autor, salienta-se o programa **“A Propósito da Música”**. Finalmente, também os concertos Antena2 merecem destaque, com presença maioritária de intérpretes portugueses e com música de compositores portugueses e,

ainda, a cobertura de festivais e eventos relevantes como o **Robalo Jazz Festival**, o **Festival de Música da Primavera de Viseu** e ainda os **Prémios Jovens Músicos**. Em relação à Antena3, destacam-se 2 estreias: **“Mapa do Tesouro”** por Pedro Tenreiro e **“Lado B”** da autoria de Rui Miguel Abreu, com transmissão semanal.

Já na **Antena3**, a marca da cultura *pop* no universo RTP, registou uma importância relativa de 31,2% ao nível de Programas de Música. Ao nível de conteúdos, foram transmitidos mais de 12 programas, dos quais se destacam: **“Alta Tensão”**, **“Caixa de Ritmos”**, **“Coyote”**, **“Índice A3.30”**, **“Indiegente”**, **“MQ3”**, **“Dominio do Mundo”**, **“Portugália”**, **Rimas e Batidas”** e **“Música com pés e cabeça”**.

### Análise comparativa

Percentagem da emissão dedicada a “Programas de Música”  
(%) | 2020 - 2022



Fonte: RCOSPPE,2020; RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022

## B 18.i v) Espaços regulares dedicados à música portuguesa

### Resultado 2022

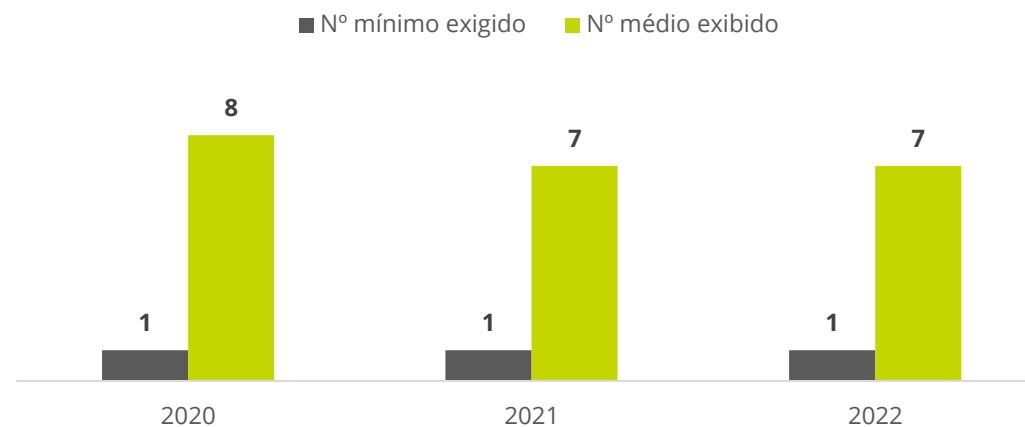
De acordo com o previsto no Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão (CCSPRT), a RTP1 deve cumprir a obrigação de incluir na sua programação mensal pelo menos 1 programa dedicado à música portuguesa.

À semelhança dos anos anteriores, a **RTP volta a superar esta exigência**, registando o **valor médio de 7 programas mensais exibidos neste âmbito**, que se traduzem num total de **84 exibições** (face a 85 exibições registadas em 2021), mantendo a sua performance praticamente inalterada face ao período homólogo.

No plano de espaços regulares dedicados à música portuguesa, destacou-se a transmissão de conteúdos como o “Festival da Canção”, o concerto da Carolina Deslandes no Coliseu e o do Diogo Piçarra no Altice Arena, o programa “Elétrico”, a despedida dos palcos da cantora de renome Simone Oliveira com o conteúdo “Sou Eu Simone”, o “Esta Vida é Uma Cantiga” e, ainda, o “Natal dos Hospitais”.

### Análise comparativa

#### Número médio de programas mensais exibidos | 2020 - 2022



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

### Resultado 2022

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

No que respeita a programas que contemplem aspetos artísticos, nomeadamente música, cinema, literatura, humor, teatro, dança e outras artes, a Antena2 mantém o seu posicionamento com o maior volume de horas emitidas, alcançando o valor de **3.397 horas** totais, com um grande foco na emissão de conteúdos maioritariamente relacionados com a categoria de **Música**. Entre os mais de 22 conteúdos emitidos, salientam-se os programas de autor realizados por personalidades reputadas como é o caso do programa “A Propósito da Música” por Alexandre Delgado ou o “Jazz a 2” por João Moreira Santos.

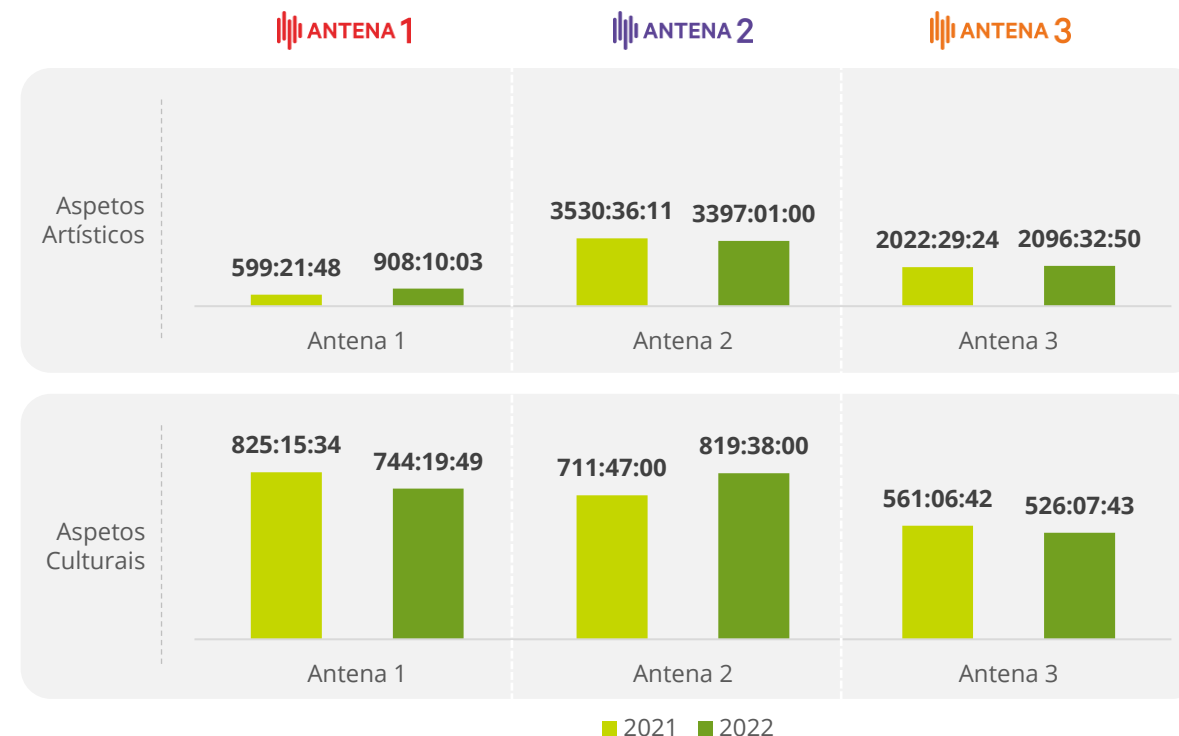
Na Antena1 e Antena 3 foram também emitidos vários conteúdos deste âmbito, com destaque para:

- “Cinco minutos de Jazz”, “Alma Lusa”, “Vozes da Lusofonia”, “David Ferreira a contar” e “Comic Com”, com transmissão na Antena1.
- “Alta Tensão”, “Caixa de Ritmos”, “Coyote”, “Índice A3.30”, “Indiegente”, “MQ3”, “Domingo no Mundo”, “Portugália”, “Rimas e Batidas”, “Música com pés e cabeça”, “Páginas Amarelas” e, ainda, “Precisamos de Falar”, na Antena3.

Ao nível da cobertura de aspetos culturais, ao contrário de 2021, a Antena2 está também na linha da frente relativamente ao volume de horas de emissão deste tipo de programas, ainda que tenha registado um menor número de programas quando comparada com a Antena1.

### Análise comparativa

#### Programas que Contemplam Aspetos Culturais Portugueses nas Antenas1, 2 e 3 (horas) | 2021 - 2022



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

### Resultado 2022

A RTP Palco consiste numa plataforma digital dedicada à aglutinação de conteúdos nas mais diversas áreas performativas, seguindo o mote de “[ter] espetáculos para todos e em todo o lado”. Tendo sido lançada no final de 2020, 2022 representa apenas o 2º ano de completa atividade da plataforma. No ano em análise **foram incluídos 75 novos conteúdos** na plataforma, mantendo relativamente contante o volume disponibilizado em 2021 - de 80 formatos.

Esta plataforma digital procura cobrir a nova realidade de consumo de conteúdos na internet. Desta forma, foram incluídos novos formatos na RTP Palco de forma a manter o seu conteúdo relevante. Este crescimento do portfolio deveu-se, mais uma vez, por via da disponibilização de concertos, programas e conteúdos originais.

Na área dos concertos/espetáculos, a plataforma permanece como local privilegiado de transmissão de eventos em direto da Antena1 e Antena2. A título de exemplo, destacam-se o Festival Jovens Músicos, Festival Jazz em Matosinhos, Festival de Musica dos Capuchos, 10ª edição do TalkFest’22 ou, ainda, o Festival Iminente com transmissão de 3 palcos distintos. Para além disso, foi também desenvolvida uma completa cobertura do Festival Antena2, que, além de ser transmitido em direto na rádio, teve transmissão em vídeo *online*, na plataforma, de 5 concertos, 1 espetáculo de dança, uma estreia de teatro, quatro performances para o público infantil, 3 peças de teatro radiofónico e uma conferência sobre a identidade cultural do Norte.

Na área dos conteúdos, foram lançados novos episódios de **“O Teatro também se lê”**, onde uma série de peças teatrais são interpretadas por diferentes atores e artistas de renome nacional. São exemplo os episódios de Maria João Luis e Irene Lima a interpretar Herberto Hélder, Catarina Avelar a ler Florbela Espanca ou de João Cachola e Inês Realista a ler João Cachola.

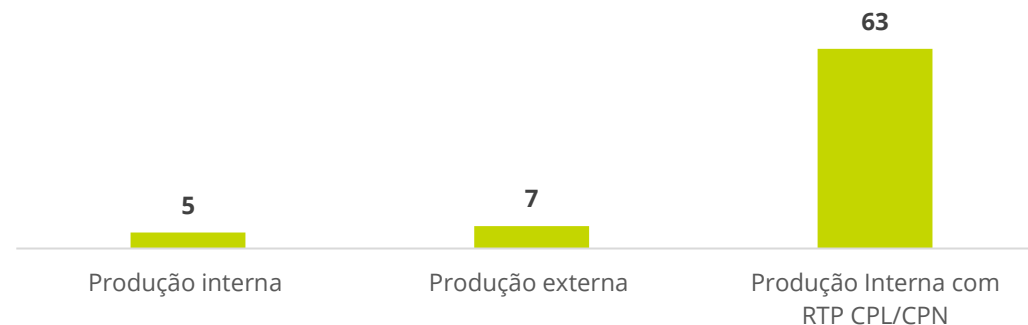
Ainda no ano em análise deu-se a estreia de um novo conteúdo original RTP Play intitulado **“Próxima Dança”**, que consistiu no lançamento de 5 episódios

disponibilizados na plataforma.

Por fim, foi ainda criada uma **área na plataforma dedicada especialmente à temática do circo**, contando com 6 conteúdos disponibilizados no ano em análise.

Concluindo, a RTP Palco conta com novos conteúdos/formatos que a permitem manter-se relevante e assegurar a sua missão de aumentar a visibilidade de eventos artísticos e culturais que contam com uma expressão significativa nas regiões nas quais tomam lugar. Ao todo, 2022, a plataforma adicionou ao seu portfolio **5 conteúdos com origem em produção interna**, **7 conteúdos de produção externa**, isto é, contratualizados, e ainda, **63 conteúdos fruto de uma colaboração de produção interna em conjunto com o Centro de Produção de Lisboa (CPL) e Centro de Produção Norte (CPN)**.

### Origem dos novos conteúdos criados/produzidos pela RTP Palco (#conteúdos) | 2022



Fonte: RCOSPPE, 2022; Fonte Interna RTP

## B 19.ii) Evolução do número de visitas no sítio RTP Palco

### Resultado 2022

Ao longo de 2022, a RTP Placo registou um total de **362 mil visitas**, **1 milhão de pageviews** e cerca de **175 mil visitantes**, contabilizando o universo de plataformas onde se encontra presente, isto é, sítio RTP e APP. Ainda que se trate de valores significativos para uma plataforma com 2 anos de maturidade, verificou-se uma descida de performance nos indicadores supramencionados, justificado em parte pelo alívio das principais restrições impostas pela pandemia no segundo semestre de 2022 que permitiram o regresso do envolvimento presencial por parte do público na grande maioria das manifestações culturais no país. No ano em análise, foi registada uma **redução em 31% no número de visitantes, visitas e visitas de página**, face ao período homólogo.

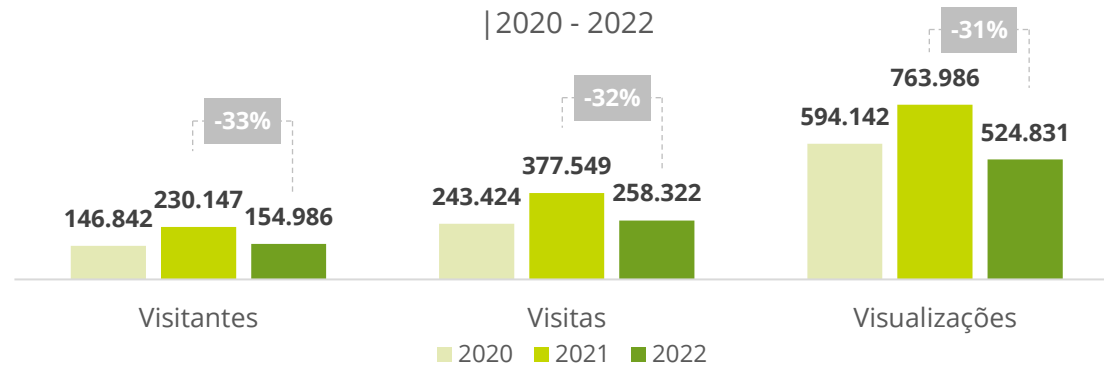
Tal como verificado em anos anteriores, o sítio RTP Palco quando comparado com a APP RTP Palco continua a ser o meio mais utilizado pelos visitantes, tendo representado **71%** das visitas à plataforma.

Ao nível de conteúdos específicos, o episódio da série original “O Teatro Também Se Lê: Maria João Luis e Irene Lima interpretam Herberto Helder”, trata-se do formato que contou maior número de visitas – 22 mil visitas. Atrás deste conteúdo estão também os programas “Anton Bruckner: O Génio Incompreendido” e “Tudo Menos Clássica”, programas incluídos na área “On Demand”, a mais procurada no sítio, sendo responsável por 66% do tráfego, isto é, *pageviews*.

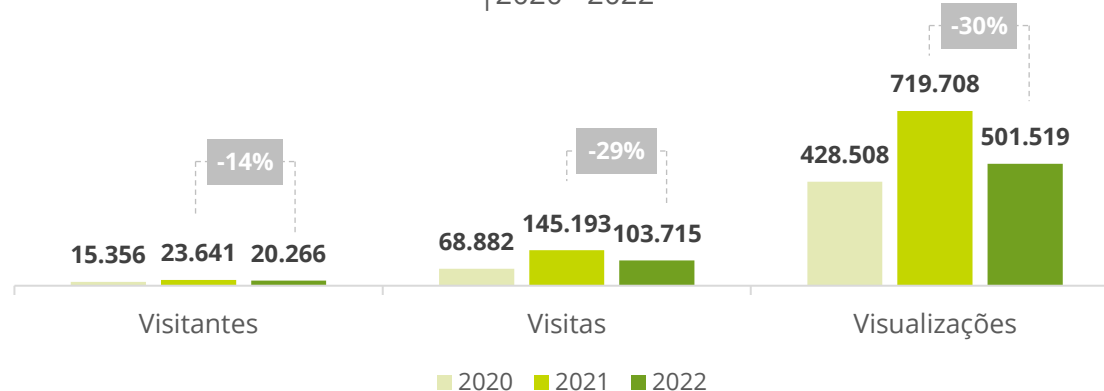
Ao nível de volume de tráfego, setembro representou o mês onde se registaram os melhores valores de 2022, mais especificamente na semana do Festival Iminente que contou com 10 mil visitas no sítio e 4 mil visitas na APP. Estes valores cresceram em 161% e 137%, respetivamente, face à semana anterior.

### Análise comparativa

Visitantes, Visitas e visualizações de páginas do Sítio RTP Palco | 2020 - 2022



Visitantes, Visitas e Visualizações de páginas da APP RTP Palco | 2020 - 2022





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

### Resultado 2022

A RTP Palco tem vindo a desenvolver diferentes parcerias com diversas entidades e organizações relevantes no setor que lhe permitem aumentar o seu portfolio de conteúdos e que asseguram a pertinência dos programas incluídos na plataforma.

Entre as várias sinergias desenvolvidas destacam-se os acordos com o **Teatro Nacional de São Carlos** que disponibiliza alguns dos seus espetáculos na plataforma. Para além disso, em conjunto com o agrupamento **Iberian Ensemble**, foi produzido e transmitido em direto o Concerto do Dia Europeu da Música Antiga, a partir da Igreja do Menino Deus em Lisboa.

Merece, igualmente, destaque o Festival Jovens Músicos, na **Fundação Gulbenkian**, com transmissão de 6 concertos de destaque a laureados e ex-laureados do prémio em questão.

Desta forma, em 2022, foi partilhado que, ao todo, a RTP Palco estabeleceu relações com **68 parceiros diferentes**, na procura de cedência de conteúdos.

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

### Resultado 2022

O ano de 2022, durante o qual o portal RTP Ensina assinalou o seu 8º aniversário, ficou marcado por uma **reestruturação da arquitetura dos conteúdos** presentes na plataforma, como resposta às necessidades e acontecimentos ocorridos ao longo do período analisado.

Em resposta ao conflito emergente na Ucrânia em fevereiro, foi desenvolvida a secção **"Português para Ucrânianos"**, composta por conteúdos de vocabulário português, assim como aulas direcionadas aos estudantes ucranianos presentes em Portugal. Ainda na sequência da guerra, foram lançados **conteúdos relevantes para psicólogos escolares**, visando mitigar as dificuldades de integração dos alunos estrangeiros no sistema de ensino português.

Adicionalmente, o portal RTP Ensina testemunhou um reforço nos conteúdos relacionados com a temática de **Cidadania**, ampliando o acervo de artigos abordando tópicos menos explorados em vídeos de apoio às aulas, tais como o **bem-estar animal, sexualidade e interculturalidade**.

Como resultado do investimento na oferta de conteúdos de Cidadania, destaca-se o artigo **"Recursos de Cidadania"**, que registou 42 mil visualizações, ultrapassando todos os restantes conteúdos da plataforma durante o ano em análise.

É igualmente relevante mencionar os artigos **"Memorial do Convento"**, uma obra de leitura obrigatória, com 37 mil visualizações, e **"Os principais rios de Portugal"**, que acumulou 36 mil visualizações de página.

### 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

	Artigos mais visitados	Visitantes	Visitas	Visualizações
1	/artigo/memorial-do-convento-de-jose-saramago	23 987	30 071	36 942
2	/artigo/os-principais-rios-de-portugal	27 070	29 353	36 003
3	/artigo/recursos-de-cidadania	20 488	28 575	42 048
4	/artigo/as-sereias-existem	25 207	26 171	33 629
5	/artigo/a-revolucao-de-25-de-abril-de-1974	17 967	20 696	26 233
6	/artigo/os-reis-de-portugal	16 872	20 411	24 844
7	/artigo/quando-constantino-criou-o-domingo-para-descanso	17 284	20 355	28 281
8	/artigo/o-que-sao-eleicoes-legislativas	17 613	19 758	23 939
9	/artigo/o-fim-da-ii-grande-guerra	16 458	18 175	23 845
10	/artigo/escreve-se-connosco-ou-conosco	16 516	17 898	20 032

## B20.ii) Parcerias estabelecidas pela RTP Ensina

### Resultado 2022

Durante o ano de 2022, foram reforçadas as parcerias estabelecidas visando a reestruturação da arquitetura de conteúdos no portal RTP Ensina, a fim de responder às necessidades e eventos atuais.

Na esteira do conflito emergente na Ucrânia, estabeleceu-se uma colaboração com a **Ordem dos Psicólogos**, com o objetivo de desenvolver conteúdos pertinentes destinados a psicólogos escolares, com o propósito de atenuar as dificuldades de integração de alunos estrangeiros no sistema de ensino português.

Além disso, foram mantidas parcerias com entidades como o **Ministério de Educação Francês**, contribuindo para o enriquecimento do conteúdo presente no portal RTP Ensina.

Por fim, com o apoio de associações de **professores de Geografia, Filosofia e Geologia**, foram lançados novos explicadores nas áreas mencionadas.

## B20.iii) Evolução da performance do RTP Ensina

### Resultado 2022

No ano de 2022, o portal **RTP Ensina** registou um total de **7 milhões e 680 mil visualizações de páginas**, alcançando o seu melhor desempenho no indicador mencionado, traduzindo-se num aumento de 7% em comparação com o ano anterior.

Apesar deste crescimento, registou-se uma **diminuição de 9%** no que respeita ao **número de visitas**, bem como um **decréscimo de 6%** no **número de visitantes** do portal.

Não obstante tais oscilações, a **RTP Ensina** mantém-se como a **6ª área de maior afluência no sítio da RTP**, observando um aumento em 64% no número de visitas, 49% no volume de visitantes e 102% em visualizações de páginas quando comparando com o período pré-pandemia.

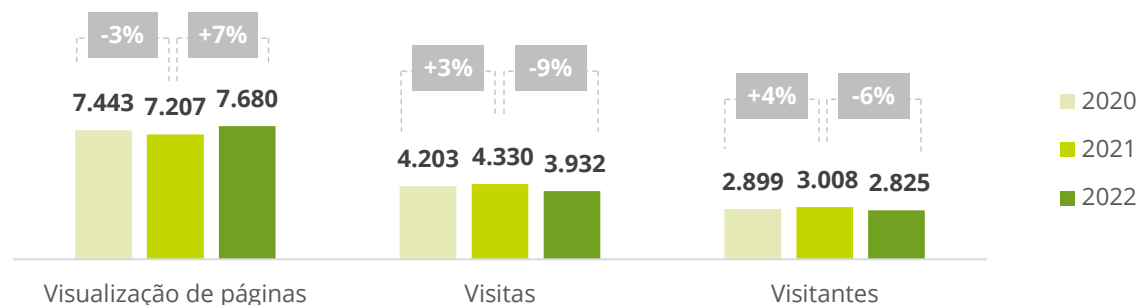
No que diz respeito ao perfil dos visitantes, observa-se que **60%** corresponde ao **género feminino** e, tal como ocorrido no ano de 2021, os visitantes com idades situadas entre os **18 e 34 anos** formam a fatia predominante do público, perfazendo **39%**.

### 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) | 2020 - 2022



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

### Resultado 2022

A RTP Arquivo consiste, por um lado, numa fonte de conteúdos sonoros e audiovisuais que podem servir de base à produção de qualidade de novos formatos para os vários serviços de programa da empresa e, por outro lado, numa plataforma que garante a atualização, preservação, valorização e acesso público do património audiovisual da RTP.

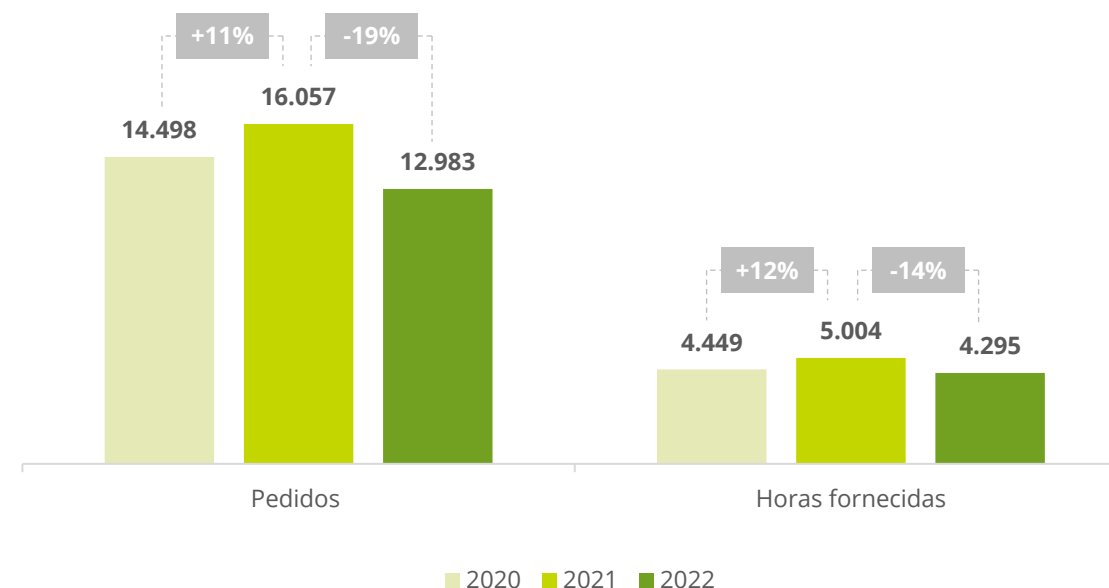
Desta forma, em 2022, a plataforma recebeu **12.983 pedidos internos**, que se traduziram num **fornecimento total de mais de 4 mil horas**. Note-se que a este valores se acrescem os conteúdos utilizados em regime de *self-service* pelos utilizadores internos, de forma a complementar conteúdos para as áreas de informação, programação e produção.

Para além dos pedidos internos, a RTP Arquivo respondeu ainda a **551 pedidos externos de conteúdos**, dos quais 46 surgem para uma finalidade de investigação/ Educação/ Cultura, 394 foram para uso institucional, privado ou do público em geral e, ainda, 111 foram entregues a entidades com fins comerciais. Estes pedidos resultaram num proveito de cerca de 187 mil euros.

Por fim, merece-se destaque a estreita colaboração com a sociedade civil em eventos como exposições, conferências e outros. Ao todo, foram apoiadas 11 diferentes iniciativas, refletidas em horas de conteúdos de arquivo disponibilizados. Entre estas ações destacam-se as realizadas em parceria com o Museu Calouste Gulbenkian, Academia Portuguesa de Cinema, Instituto Camões, Fundação Francisco Manuel dos Santos e MAAT.

### Análise Comparativa

#### Evolução dos pedidos internos de conteúdo realizado à RTP Arquivo (#pedidos, #horas) | 2020 - 2022



## B21.ii) Número de digitalizações de conteúdos do arquivo

### Resultado 2022

A RTP pretende continuar a apostar na RTP Arquivo, no sentido de garantir que todo o acervo fique disponível na plataforma. Desta forma, em 2022 foram asseguradas a conservação e preservação dos registos sonoros e audiovisuais e procedeu-se à atualização dos acervos, materializando-se na atualização do arquivo com mais de **6 mil e 500 horas** de novos conteúdos produzidos e/ou adquiridos em 2022, devidamente catalogados e indexados, dos quais **4.573** representam conteúdos televisivos e **1.985** se tratam de registos sonoros de rádio.

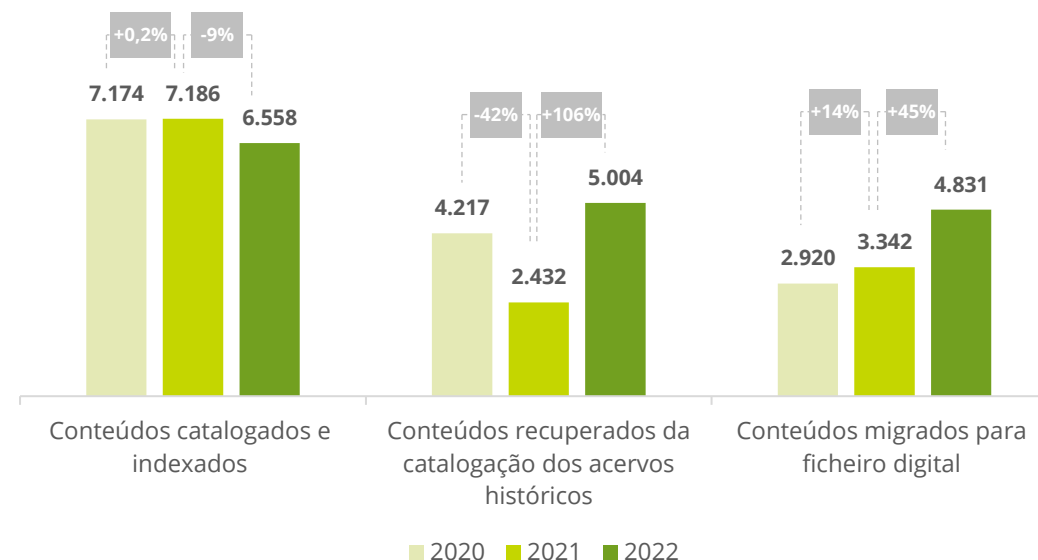
Para além disso, foram catalogados conteúdos dos **Arquivos Históricos da Rádio e da Televisão**, representando um total de **5.004 horas** e, ainda, foram migradas para o formato digital mais de **4 mil e 800 horas** de conteúdos que se encontravam registados em formato de videocassete – 410 horas das quais correspondem ao início da digitalização do episódio da TDM, que contou, em 2022, com a recuperação de 441 suportes.

Desta forma, face ao ano homólogo, apesar de uma redução em 9% do número de conteúdos catalogados e indexados, verificou-se um **aumento de 106% e 45% nos conteúdos recuperados da catalogação dos acervos históricos e dos conteúdos migrados para ficheiro digital**, respetivamente.

De destaque, por fim, que a organização e atualização do inventário do arquivo é garantido pela concessionária.

### Análise Comparativa

**Evolução da conservação e preservação dos registos sonoras e audiovisuais da RTP Arquivo (#horas) | 2020 - 2022**



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

### Resultado 2022

O Portal RTP Arquivos viu o seu portefólio de conteúdos disponíveis **aumentar em 16.983 formatos**, o que representa um aumento de cerca de 16% face a 2021. Desta forma, a plataforma de acesso público *online*, fechou o ano em análise com **um total de 121.098 conteúdos audiovisuais**.

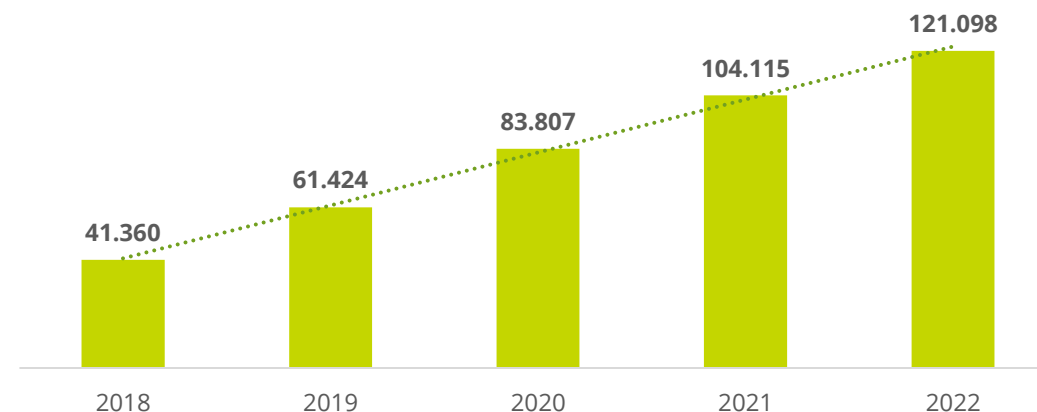
Para além disso, em 2022, foram adicionadas ao todo, 7 coleções especiais e 230 séries de programas que fazem parte da memória coletiva comum ao arquivo. Desta forma, a RTP Arquivo contou no total com uma acesso livre e gratuito a um total de 78 coleções e 859 séries de programas.

Ao todo, os conteúdos disponibilizados refletiram-se em 8.504.600 visualizações de conteúdos e 2.439.924 visitas ao portal feitas por 1.427.918 visitantes. Tais valores representam um aumento de 1% e reduções de 4% e 8%, respetivamente, o que reflete uma estabilização dos valores registados anualmente pela plataforma.

Ao nível de conteúdos que merecem destaque pela grande procura que obtiveram ao longo do ano, encontram-se os programas “Criança desaparecida em Braga” que registou 41 mil *pageviews* e “Fotos de Rui Pedro nas mãos de pedófilos” que alcançou 32 mil visitas de página.

### Análise Comparativa

**Evolução do número de conteúdos disponíveis na RTP Arquivo (#conteúdos) | 2018 - 2022**



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

### Resultado 2022

Ao contrário do que se sucedeu em 2021, onde a RTP esteve 11 meses sem Provedor do Telespectador e 3 meses sem Provedor do Ouvinte, devido a mudança nos titulares dos cargos de provedor, ao longo de 2022, já com o ciclo de mudança concretizado, a RTP assegurou as condições necessárias para a articulação do funcionamento das duas provedorias de Televisão e Rádio.

No ano em análise, a RTP afirma ter garantido a cooperação entre Provedores e as estruturas internas e externas, assim como o bom funcionamento dos canais de comunicação com os telespectadores e ouvintes.

No que se refere à provedoria do telespectador, foi registada a produção e emissão de **44 programas “Voz do Cidadão”** pelos diversos serviços de programas RTP. Por outro lado, foram também emitidas **22 edições do programa “Em nome do ouvinte”** no primeiro semestre do ano.

Além disso, foram ainda adereçados **3.566 contatos** de espectadores que tiveram seguimento e reposta por parte da Provedora Ana Sousa Dias, conjuntamente com a equipa de apoio da Direção Institucional e Arquivo (DIA). Adicionalmente, foram ainda acompanhadas e endereçadas **328 mensagens de ouvintes** pela Provedora do Ouvinte, igualmente apoiada pela DIA.

Por via de recolha de informação interna, foi, ainda, levantado o tema de se ter registado alguma escassez de recursos humanos, ainda que não se tenha verificado um impacto significativo na atividade desenvolvida decorrente desta lacuna.



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

---

### Resultado 2022

Em 2022, a RTP continuou a garantir que eram assegurados os meios administrativos e técnicos para o desenvolvimento regular das atividades do Conselho de Opinião, incluindo a colaboração dos seus órgãos sociais e dos responsáveis pelas áreas de programação e informação, sempre que solicitadas.

Não obstante, 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 2022

À semelhança de 2021, a RTP deu continuidade à sua aposta no lançamento de edições de livros.

Com o olhar na dinamização da leitura em Portugal, a RTP manteve a aposta na **“Coleção Grandes Clássicos da Literatura em BD”**, materializando o lançamento de 8 novos títulos como os sucessos *“20.000 léguas Submarinas”*, *“Sandokan”*, *“Mil e Uma Noites”* ou *“Os Miseráveis”* (volume 1 e 2).

Foi ainda lançada uma nova coleção intitulada **“A Vida privada dos Livros”**, concretizando-se no lançamento dos títulos *“Rei – Sombra”* e *“Peste e Cólera”*. Esta coletânea foi inspirada no programa com o mesmo nome da RTP3, de Ana Daniela Soares e Alberto Manguel, onde se abordam histórias desconhecidas de livros conhecidos.

Por via do estabelecimento de parcerias, foi apresentada a **“Coleção Biblioteca da Censura”**, numa colaboração com o Público, de onde surgem 9 novos títulos, nomeadamente: *“10 Dias que Abalaram o Mundo”*, *“Alma Russa”*, *“Cerro maior”*, *“Comunicação”*, *“A condição Humana”* e *“Romances do Mar”*. Destaca-se, de igual forma, o relançamento dos 5 primeiros títulos da coleção que se encontravam esgotados, incluindo *“A Volta ao Mundo em 80 dias – Júlio Verne”*, *“Alice no País das Maravilhas – Lewis Carroll”* ou *“Odisseia – Homero”*. Também em parceria com a Fundação Calouste Gulbenkian, foi desenvolvido um livro fruto do programa **“Conversas sobre o Futuro”**, com o mesmo nome, abordando temas como a justiça, a religião, as cidades e os novos movimentos sociais.

Por fim, foi ainda publicado o livro **“Venezuela: As Estórias por detrás da História”** do jornalista Helder Silva e, ainda, o livro **“Teorias da Conspiração”** relativo à rubrica da Antena1.

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

### Resultado 2022

O ano de 2022 foi um ano novamente marcado pelo compromisso contínuo da RTP em promover ativamente os conteúdos emitidos em todos os seus serviços de programas.

À semelhança de anos anteriores, a **Comic Com** surge como um dos principais eventos em que a RTP está presente e no qual foram desenvolvidas diversas ativações, tais como debates com as séries "Pôr do Sol", "Codex 362", sobre Telefilmes RTP, Séries RTP Lab, ou ainda painéis de conversa como o painel "Taskmaster" ou painel de *gaming*, com RTP Arena.

Ao longo do ano de 2022, a RTP1 manteve o seu foco na **divulgação de múltiplas estreias de filmes portugueses**, que contaram com a participação de realizadores, guionistas, atores e produtores, **em programas regulares** como "Cá Por Casa" com Herman José, "Faz Faísca", "Janela Indiscreta", "Nossa Tarde" e "Praça da Alegria". Além disso, desenvolveu conteúdos exclusivos para a divulgação do programa "Histórias ZigZásticas".

Assim, no ano em análise, destaca-se o esforço significativo na **promoção de conteúdos diversos** por parte da RTP1, desde divulgação de **séries de ficção e eventos desportivos**, até a **coleções de livros** como "A Vida Privada dos Livros" e a **cerimônia da semifinal** dos "Emmy's International Awards" em Lisboa.

Relativamente ao serviço de programas RTP2, destaca-se o esforço para a promoção de **conteúdos infantojuvenis**.

A Antena1 lançou um **novo website**, oferecendo uma plataforma melhorada para a promover dos seus conteúdos e programas. Além disso, a rádio investiu nas **redes sociais** para alcançar seu público-alvo de maneira dinâmica.

A RDP África introduziu novos formatos em sua programação, com **teasers diários** para melhorar a performance da emissão e autopromoções específicas para programas

semanais.

Por fim, destaca-se ainda a promoção do conteúdo produzido pela **Rádio Online Zig Zag**, em parceria com o Pavilhão do Conhecimento, através do programa "**Um Minuto de Ciência por Dia, Não Sabes o Bem que te Fazia**".

## 5 PILARES ESTRATÉGICOS

PILAR

01

Rigor, pluralismo e  
modernidade na  
informação

PILAR

03

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

PILAR

05

Organização em  
sintonia com a  
**atualidade**

PILAR

02

Mais **qualidade e  
inovação** nos  
conteúdos

PILAR

04

Investir em  
**tecnologia digital**  
multiplataforma

## 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 Antena1, reforçar a informação e manter como a rádio da música portuguesa, da palavra e das grandes transmissões desportivas; na Antena2 manter o seu perfil atual, com reforço das gravações ao vivo e promoção do talento nacional; na Antena3 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 Antena1 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 11

 Baixo 0%

 Moderado 0%

 Elevado 100%

### Classificação por tipo de indicador

Indicadores Críticos Não Recorrentes 3 | Medidos 1

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Críticos Recorrentes 7 | Medidos 7

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 100%; tendo sido avaliados 11 indicadores de um total de 15 (73%).

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, no qual foi dado por terminada a migração de toda a componente técnica de SD para HD.

Adicionalmente, e complementando o forte investimento na renovação tecnológica das delegações da Madeira, Açores e Centro de Produção Norte, destaca-se ainda a aposta na formação dos colaboradores da RTP, com vista à qualificação das suas equipas, quer através de ações formação, formal ou *on-job*.

Para além disso, ainda que de não tenha sido desenvolvido nenhum modelo de partilha de conteúdos, a Antena1 aproximou-se das rádios locais, maioritariamente por via dos programas “Portugal em Direto” e “Maré Alta”.

Por fim, foco ainda para a aposta no incremento de horas de programação com legendagem em teletexto, audiodescrição e língua gestual portuguesa, reforçando a componente inclusiva da RTP e tornando os seus serviços de programas mais acessíveis para todos os públicos.

#### | Oportunidades de melhoria







Sugere-se a criação de um modelo de monitorização do volume de conteúdo produzido nos centros nacionais e regionais, de forma a garantir um melhor acompanhamento deste indicador, potenciando o cumprimento com o objetivo estratégico de aumentar o número de conteúdo produzido nestas delegações.

## LISTAGEM DE INDICADORES (1/III)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>1   NOVO MODELO DE AQUISIÇÃO, PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS; ABORDAGEM TEMÁTICA E MULTIPLATAFORMA</b>				
B24.i)	Criação de um modelo organizativo de aquisição, produção e distribuição de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●
<b>2   FAZER A ANÁLISE E AJUSTE DOS SERVIÇOS DE PROGRAMAS RTP</b>				
B25.i)	Ajuste do perfil dos serviços de programas da RTP	Crítico	Não Recorrente	●
<b>3   CONTINUAR OS PROGRAMAS DE FORMAÇÃO NO CRA, E O INVESTIMENTO EM RENOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO CPN E CRM</b>				
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	●
<b>4   AUMENTAR A PRODUÇÃO DAS DELEGAÇÕES NACIONAIS E INTERNACIONAIS</b>				
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	●



## LISTAGEM DE INDICADORES (II/III)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>5   REVER AS GRELHAS DA RTP ÁFRICA E DA RTP INTERNACIONAL, AJUSTANDO ÀS NECESSIDADES ESPECÍFICAS</b>				
<b>B28.i)</b>	Evolução do número de subscritores de serviços de programas RTP Internacionais e principais distribuidoras, por geografia	Crítico	Recorrente	
<b>B28.ii)</b>	Nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP	Relevante	Recorrente	
<b>B28.iii)</b>	Principais programas estreados na RTP África e RTP Internacional	Relevante	Recorrente	
<b>6   PROMOVER UMA MAIOR APROXIMAÇÃO DA ANTENA1 ÀS RÁDIOS LOCAIS</b>				
<b>B29.i)</b>	Existência de um modelo de afiliação e partilha de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	
<b>B29.ii)</b>	Volume de conteúdos partilhados entre Antena1 e rádios locais	Relevante	Recorrente	
<b>7   INCENTIVAR A EXPERIMENTAÇÃO E LANÇAR PROGRAMAS NO ÂMBITO DE MAIOR DIVERSIDADE ÉTNICA E DE GÉNERO</b>				
<b>B30.i)</b>	Diversidade Cultural Face a Minorias (horas)	Crítico	Recorrente	

## LISTAGEM DE INDICADORES (III/III)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>8   AUMENTAR A LEGENDAGEM, ÁUDIO DESCRIÇÃO E LINGUAGEM GESTUAL</b>				
<b>B31.i)</b>	Evolução da percentagem de legendagem em teletexto e de horas de programação com audiodescrição	Crítico	Recorrente	●
<b>B31.ii)</b>	Evolução do total de horas de programação com língua gestual Portuguesa	Crítico	Recorrente	●
<b>B31.iii)</b>	Formação de parcerias com empresas dedicadas à legendagem automática	Relevante	Recorrente	●

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

### Resultado 2022

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 âmbito da criação de um modelo organizativo de aquisição, produção e distribuição de conteúdos, foi criado um grupo de trabalho interno para a avaliação, desenvolvimento e recomendação de novos processos de planeamento que incidissem nestas vertentes, e cujo o principal objetivo é fomentar a transformação da RTP para uma organização multiplataforma com processos transversais a todos os serviços de programas.

No entanto, não estando este processo finalizado, e sendo que a existência de um modelo organizativo de aquisição, produção e distribuição de conteúdos é algo que deve ser desenvolvido pelo Conselho de 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 2022

No decorrer do ano de 2022, e à semelhança do que ocorreu no período de avaliação anterior, a RTP apresentou uma oferta amplamente diversificada, contando com conteúdos nos mais variados formatos e cobrindo os mais diversos temas, atendendo às necessidades e preferências de todos os públicos, transmitidos por via dos seus serviços de programas.

Deste modo, a segmentação dos serviços de programação da RTP constitui uma atividade com o propósito de promover um entendimento mais aprofundado das preferências do público para cada serviço de programação. No entanto, esta atividade esteve ainda em desenvolvimento no ano de 2022.

Assim, considerando que esta ação deverá ser concluída ao longo do período de três anos compreendidos entre 2021 e 2023, não se encontrando ainda totalmente finalizada, o indicador é classificado como "Não Avaliado".

## B 26.i) Número de horas para formação de colaboradores do Centro Regional dos Açores

### Resultado 2022

No ano de 2022, as ações de formação no Centro Regional dos Açores foram, em grande parte de carácter genérico, abordando temas como línguas e outros assuntos de natureza mais generalista.

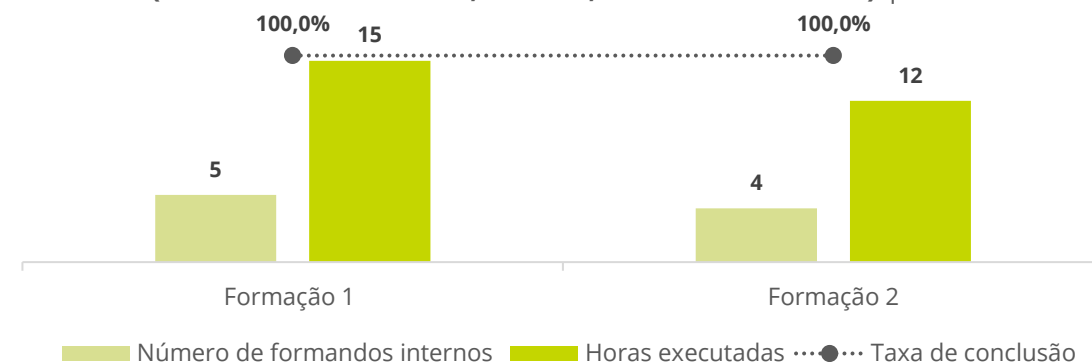
Isto deve-se ao facto de as alterações técnicas planeadas, como a transição para a tecnologia HD e as mudanças nos estúdios de rádio, terem sido executadas no final do ano em análise.

Não obstante, é digno de nota que se realizaram **2 blocos de formação**, promovidos de forma autónoma pelos colaboradores do CRA. Nesse contexto, foram planeadas e efetivamente completadas 27 horas de formação, envolvendo um total de **9 Formandos**, com uma **taxa de conclusão de 100%**.

Tendo em conta o contexto de avanço tecnológico e a adaptação pós-pandemia, é significativo que, embora o volume de horas de formação tenha registado uma diminuição no período em análise, o CRA conseguiu, apesar de tudo, uma busca contínua de desenvolvimento profissional.

### Análise Comparativa

#### Formações Realizadas pelo Centro Regional dos Açores (#formandos internos, #horas, taxa de conclusão) | 2022



#### Horas planeadas para formações no Centro Regional dos Açores | 2020 - 2022



## B26.ii) Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais

### Resultado 2022

O ano de 2022 foi um período de condução de algumas renovações técnicas nos centros regionais e delegações. O **investimento realizado em 2022 nos Centros e delegações regionais foi de 2.019 mil €**, valor superior ao registado em 2021 em cerca de 1.098 mil euros, o que reflete um aumento do investimento em 119%. Para além disso, este valor é superior ao valor orçamentado em 115%.

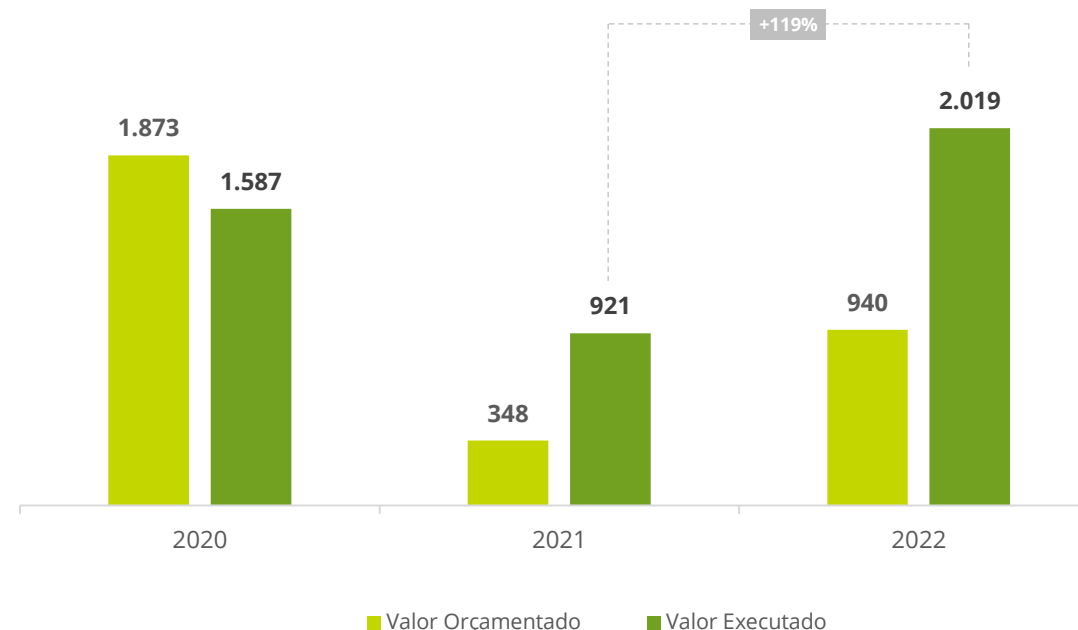
No **Centro Regional dos Açores**, as principais ações consistiram na aquisição de um novo carro de exteriores e novas câmaras para a RTP Açores e Antena1 Açores. Para além disso, foram ainda adquiridos novos equipamentos de áudio que permitem operar com tecnologia IP. Adicionalmente, um dos principais investimentos incidu na renovação dos estúdios da rádio com um novo Visual Radio, acompanhado da implementação de novos emissores em algumas ilhas.

Já no **Centro Regional da Madeira**, o principal projeto de renovação realizado foi a migração das emissões da RTP Madeira para HD (Alta definição), processo este que estará concluído em 2023 e que incluirá a evolução do estúdio de produção e de informação para HD, assim como do sistema de servidores e do sistema de automação de processos. De forma antecipada, foi implementada uma solução de servidores para gravação e reprodução com capacidade HD, mantendo-se a funcionar em SD (Definição standard) até conclusão da migração para HD. Adicionalmente, foram ainda realizados investimentos no aumento da potência e redesenho técnico do Pico do Facho, Ribeira Brava, Ponta do Pargo e foi feita uma reformulação integral das estações da Ribeira Brava e Ponta do Pargo. Por fim, merece referencia o aumento da capacidade em Achadas da Cruz, representando uma nova emissão da Antena2.

Por fim, também se registou um investimento na delegação de **S. Tomé e Príncipe** por via do melhoramento da emissão da rádio e televisão por via da montagem de antenas parabólicas e ainda, ao nível das **delegações**, foram realizadas intervenções em Coimbra, Viseu e Faro.

### Análise Comparativa

#### Investimento na renovação técnica dos centros regionais e delegações (mil€) | 2020 - 2022



## B 27.i) Número total de conteúdo produzido nos centros regionais e nacionais

### Resultado 2022

Em 2022, foram **emitidos 423 programas de produção própria nos vários serviços de programas da RTP**, mantendo constante aquilo que se tinha verificado em 2021 – emissão de 422 programas. Estes conteúdos de produção própria consistem em conteúdos produzidos num dos centros regionais – Centro Regional da Madeira e Centro Regional dos Açores – ou no Centro de Produção Norte.

A RTP Memória contou com 107 conteúdos emitidos, sendo 73% dos mesmos incluídos na categoria de “Documentais e Divulgação Cultural”. Já a RTP1 surge de seguida com a emissão de 104 programas, com uma programação diversificada, onde os programas recreativos são os que mais peso têm neste âmbito, seguidos dos conteúdos “Religiosos, Direitos de Ant., Tempos de Ant.”.

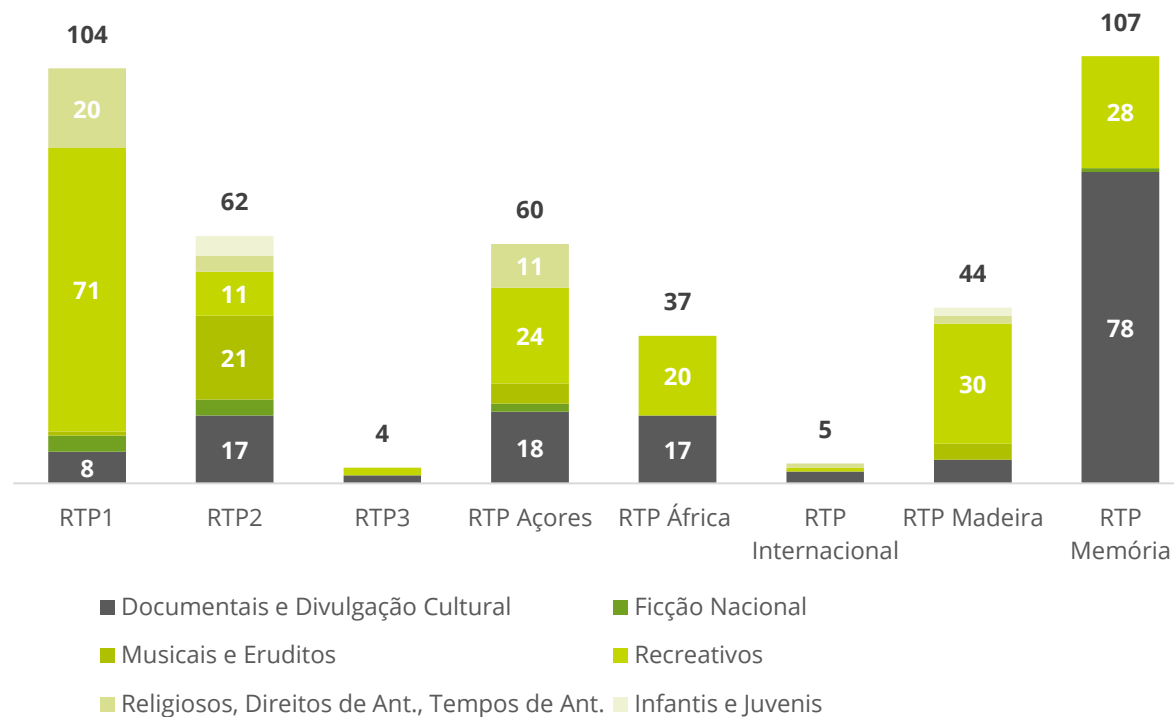
De acordo com a informação obtida interações junto dos vários intervenientes da RTP, constatou-se que não existe uma agregação dos conteúdos produzidos nos centros regionais e nacionais.

Desta forma, ainda que seja possível verificar o número de programas emitidos com produção própria, recomenda-se o desenvolvimento de um método para contabilizar esta produção, de modo a acompanhar a sua evolução e a facilitar a análise deste indicador

<sup>1</sup> O gráfico inclui programas que foram emitidos ao longo de 2022, excluindo programas de informação diária, não diária e programas de desporto. Note-se que se trata de uma análise ao número de conteúdos emitidos em 2022, estando incluídos programas produzidos em anos anteriores ao ano em análise. Por fim, apesar de um mesmo programa poder ter sido emitido por vários serviços de programas, os conteúdos apenas aparecem alocados ao serviço de programa para o qual o programa foi produzido inicialmente.

### Análise Comparativa

Número de programas de produção própria emitidos pelos vários serviços de programa (#programas)<sup>1</sup> | 2022



## B27.ii) Relação com parceiros locais das delegações nacionais e internacionais

### Resultado 2022

A relação da RTP com as suas várias delegações nacionais e internacionais, bem como seus parceiros, revela uma sinergia que permeia não apenas os programas, incluindo a informação emitida. Este relacionamento estratégico revela-se como um pilar fundamental para o alcançar dos objetivos da RTP e para a sua missão de levar conteúdos de qualidade aos seus diversos públicos .

No âmbito dos programas, a RTP mantém uma colaboração próxima com delegações nacionais e internacionais, traduzindo-se na inclusão de conteúdos produzidos por essas delegações na sua programação.

No que diz respeito à Informação, as delegações e correspondentes internacionais desempenham um papel fundamental na cobertura de notícias e eventos dos países nos quais estão localizados. A **RTP África**, por exemplo, é responsável por produzir programas de informação diária, como o **"Repórter África"**, que mantém os espetadores atualizados sobre os cinco PALOPS, numa produção local que é realizada em estreita colaboração com as delegações .

Além disso, programas como o **"Portugal em Direto"** e o **"Eixo Norte Sul"** contam com reportagens personalizadas e de proximidade às comunidades locais, realizadas pelas delegações nacionais da RTP. Através deste tipo de formato, a RTP assegura a cobertura de histórias que de outra forma não seriam abordadas, destacando-se assim a relevância das delegações na promoção da pluralidade informativa.

No âmbito da Rádio, a Antena1 nacional e as delegações regionais também desempenham um papel ativo na produção de noticiários, aproveitando ao máximo os recursos que têm disponíveis. Ações como a descentralização das emissões do programa **"Portugal em Direto"**, a participação das equipas da **Antena1 Açores** e **Antena1 Madeira**, ou até o trabalho de edição de conteúdos noticiosos transmitidos

pela Antena1 nacional realizados por jornalistas da delegação de Coimbra fortalecem a presença da RTP em todo o território nacional.

Ainda no âmbito da rádio, e de modo a afirmar a sua presença nos PALOPS e a fortalecer a relação com as comunidades africanas, a RTP explora em conjunto com a RDP África iniciativas como **"Hoje é Notícia"**, um formato que conecta para além de **100 rádios locais e comunitárias** dos PALOPS.

Por fim, de destacar ainda o esforço contínuo na manutenção das parcerias com **jornais** em África, não apenas para divulgar notícias de diferentes regiões, mas também para promover a literacia e o acesso à imprensa nos diversos países, representando não só uma oportunidade para o reforço da relação da RTP com os PALOPS, mas também para promoção do serviço de programas RDP África em novos mercados.



## B28.i) Evolução do número de subscritores de serviços de programas RTP Internacionais e principais distribuidoras, por geografia

### Resultado 2022

No que diz respeito ao número de subscritores dos serviços de programas internacionais da RTP, em 2022 verificou-se um ligeiro **acréscimo nas subscrições de cerca de 1%**, bem como uma **subida da faturação global, em 3,2%**, relativamente a 2021.

No **continente americano**, em comparação com o ano anterior, notou-se uma **diminuição** de aproximadamente **3% no número de subscritores na América**. No entanto, a receita global manteve-se relativamente constante, representa ainda 61,8% do total no ano de 2022. Ainda no que concerne à faturação, é importante ressaltar que os distribuidores americanos continuam a ser os principais distribuidores internacionais dos serviços de programas RTP, ocupando as quatro posições de liderança, listados de seguida em ordem decrescente: Comcast Cable Communications, Cox Communications, EchoStar Satellite e Globecast North America.

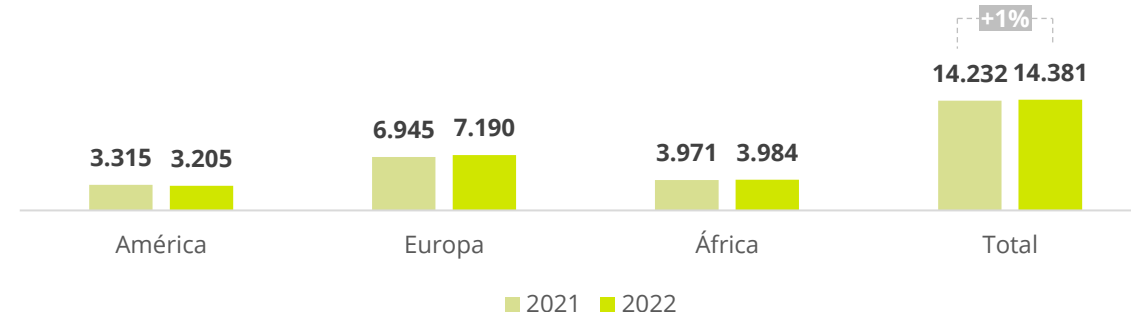
Relativamente ao **mercado europeu**, impulsionado em parte pela assinatura do contrato com a Agile/Espanha, verificou-se um **aumento** de cerca de **3,5% no número de subscritores**, atingindo a marca dos 50% no ano em análise. Em termos de contribuição para a receita global, a Europa manteve-se estável, representando os mesmos 33% observados em 2021.

Por outro lado, em 2022, África destaca-se por contribuir com **7% da faturação global**, 1% abaixo do período homólogo, diminuindo o valor bruto faturado em cerca de 5,4% em comparação com o ano homólogo, e por representar **28% do total de subscritores**.

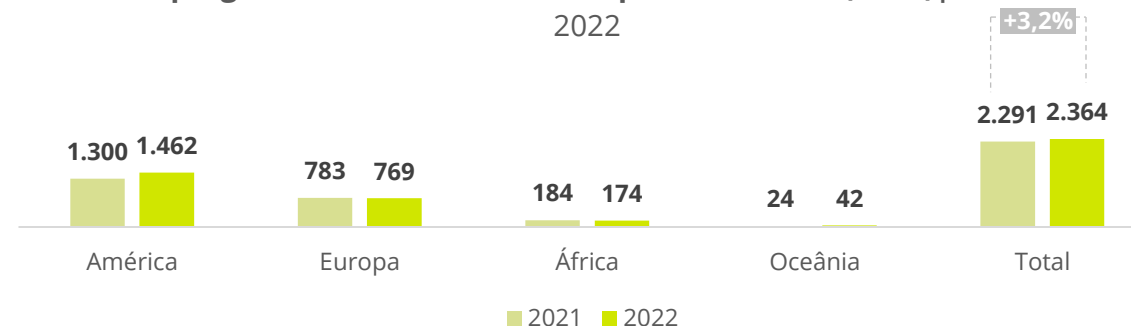
Quanto à análise serviço de programas a serviço de programas, não foram observadas disparidades significativas, com a RTP Internacional mantendo a posição dominante, contando com 81% dos subscritores totais e contribuindo com cerca de 90% da receita.

### Análise Comparativa

#### Evolução do número de subscritores de serviços de programas internacionais RTP por continente (mil) | Dez'21 – Dez'22



#### Valores brutos faturados (Acum.Dez) p/ distribuição de serviços de programas internacionais RTP por continente (mil €) | 2021 – 2022



## B 28.ii) Nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP

### Resultado 2022

A ligação à diáspora é vista com um aspeto de grande relevância para a RTP, tendo esta um papel crucial na aproximação destas comunidades ao seu país de origem através do acesso dos emigrantes às últimas notícias, acontecimentos e conteúdos decorridos e produzidos em Portugal.

De forma a avaliar o nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP, a Ipsos APEME conduz anualmente um estudo de **“Monitorização do cumprimento percetivo da missão de serviço público da RTP”**, focado na opinião da comunidade emigrante. No entanto, a última vaga de análise deste estudo (6ª vaga) foi publicada a 9 de junho de 2022, incluindo resultados apenas até 2021, pelo que o ano de 2022 não foi incluído na avaliação.

Ainda que tenha sido partilhado pelas direções da RTP que os resultados deste estudo não refletem, habitualmente, variações significativas quer mensais, quer semestrais, concluiu-se que a RTP não conta com nenhuma análise realizada neste âmbito, para o ano específico de 2022.

Desta forma, para o ano de 2022 não foi possível medir o “Nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP”, sendo o indicador considerado “Não Avaliado”.

## B28.iii) Principais programas estreados na RTP África e RTP Internacional

### Resultado 2022

No que diz respeito à **RTP Internacional**, o ano de 2022 foi marcado por um investimento significativo na **qualidade e diversidade dos conteúdos** da sua programação através da colaboração entre os vários serviços de programas RTP, e com o objetivo de fortalecer a relação entre a organização e as numerosas comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo, promovendo assim a língua, economia e cultura portuguesa junto dos seus telespectadores.

Com este objetivo em mente, a **RTP Internacional** assegurou a adaptação da sua emissão aos diferentes fusos horários das suas três grelhas – Europa/África, Américas e Ásia – ajustando-a de acordo com os conteúdos desejados pelo seu público.

Após um ano repleto de desafios impostos pela pandemia, a RTP Internacional conseguiu reintroduzir o programa "**Portugal no Mundo**" na sua agenda, celebrando eventos relevantes para o povo Português como o **Dia de Portugal, de Camões e das Comunidades Portuguesas**, que se realizaram a partir de Braga e Londres.

Além disso, e com o intuito de incluir grandes formatos apreciados pelo público em geral, a RTP Internacional adicionou à sua programação em 2022 programas como "**Got Talent**", "**The Voice Portugal**", "**Porquinho Mealheiro**" ou até as meias-finais e final do concurso musical "**Eurovisão**", garantindo a permanência da componente familiar e educativa na sua agenda.

Por último, destaca-se também a estreia da terceira temporada do programa "**Missão 100% Portugêses**", que promove o consumo de produtos portugueses e que completa assim uma oferta vasta na área do Entretenimento da RTP Internacional.

No que diz respeito à **RTP África**, 2022 foi um ano de grande aposta na **Informação**, e no qual se verificou um grande impulsionamento na produção de documentários, estreando-se programas como "**Tito Paris M'nine da Sóncente**", focado no artista cabo-verdiano Tito Paris, e no revisitar dos locais da sua infância, adolescência e idade adulta.

Ainda na dinâmica dos documentários relacionados com personalidades e cultura africana, estrearam-se programas como "**Sinfonia de Babe**", referente ao festival de músicas do mundo Mediterrâneo, e "**Mano a Mano**" que, em jeito de entrevista, abordou as personalidades Mário Lúcio e Princezito.

Na ótica de dar destaque ao tema da desigualdade de género, incluíram-se na grelha da RTP África os documentários "**Passos de Coragem**", focado na condição das mulheres na Guiné-Bissau, e "**As Rebeldes**", um relato de 3 mulheres que romperem com o *status quo* num país onde ainda se assistem a práticas como mutilação genital feminina, o casamento precoce e o impedimento à educação escolar da Mulher.

No domínio dos *talk shows*, estrearam-se 2 formatos – "**Juro que aconteceu**", apresentado pelo humorista Carlos Pereira, e "**Canto da Casa**", um formato inovador em jeito de conversa informal partilhada à mesa pela cantora Karyna Gomes e os seus convidados.

Relativamente ao Desporto, a RTP África incluiu na sua programação 2 novos conteúdos, "**Vamos a Jogo**", de sua produção em Cabo Verde, e "**Aqui Desporto**", produzido em Moçambique, fomentando a partilha de informação referente à atividade desportiva em ambos os países.

Por fim, destaca-se ainda a estreia do programa "**Mindelo Convida**", dedicado à música cabo-verdiana da atualidade, em jeito de concertos intimistas, e gravado na baía do Mindelo, em Cabo Verde.

## B 29.i) Existência de um modelo de afiliação e partilha de conteúdos

### Resultado 2022

No que diz respeito ao reforço das relações entre a Antena1 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 (APR)**, ao qual várias rádios de diferentes locais do 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 novas adesões de rádios ao protocolo no ano sobre análise, o modelo de afiliação e partilha de conteúdos continuou em atividade em 2022.

## B29.ii) Volume de conteúdos partilhados entre Antena1 e rádios locais

### Resultado 2022

A RTP reconheceu a importância de promover uma maior proximidade e colaboração entre a Antena1 e as rádios locais. Nesse sentido, a empresa pública inclui este objetivo no seu projeto estratégico, na procura de fomentar uma maior partilha de conteúdo que fortaleça a relação pré-estabelecida por meio do Protocolo de Cooperação entre a RTP e a Associação Portuguesa de Radiodifusão, assinado em junho de 2011, que conta com 14 rádios assinantes.

No contexto de programas concretos, em 2022, destacou-se o programa **“Portugal em Direto”** que convida vozes das rádios e imprensa locais e regionais a dirigirem-se à Antena1. Por meio das várias conversas realizadas com as direções da RTP, foi ainda mencionado o programa **“Maré Alta”**, um formato de verão, onde se desafiam as rádios locais de cada um dos espaços visitados a juntarem-se à Antena1, onde o mote é a partilha de contributos sobre a forma como cada uma conta as histórias e as vivências da sua região.

Por fim, foi ainda destacado que existem convénios com a Associação Portuguesa de Radiodifusão (APR) que permitem que rádios locais partilhem conteúdos, especialmente informativos, com a Antena1.

## B30.i) Diversidade cultural face a minorias

### Resultado 2022

Durante o ano de 2022, e à semelhança de anos anteriores, a RTP produziu uma variedade de conteúdos com o intuito de apoiar e promover a criatividade de autores, músicos, atores e outros artistas.

No âmbito das **Artes**, além da continuação de programas já conhecidos, como "**Janela Indiscreta**", dedicado ao cinema, a RTP introduziu novos conteúdos na sua programação, tais como "**Casa das Artes**", um programa semanal sobre cultura, "**Terminal M**", que destaca figuras relevantes em Portugal nesta temática e revisita o seu trabalho, e "**Fotobox**", dedicado à arte da fotografia, alocando um total de **1773 horas** ao bloco artístico.

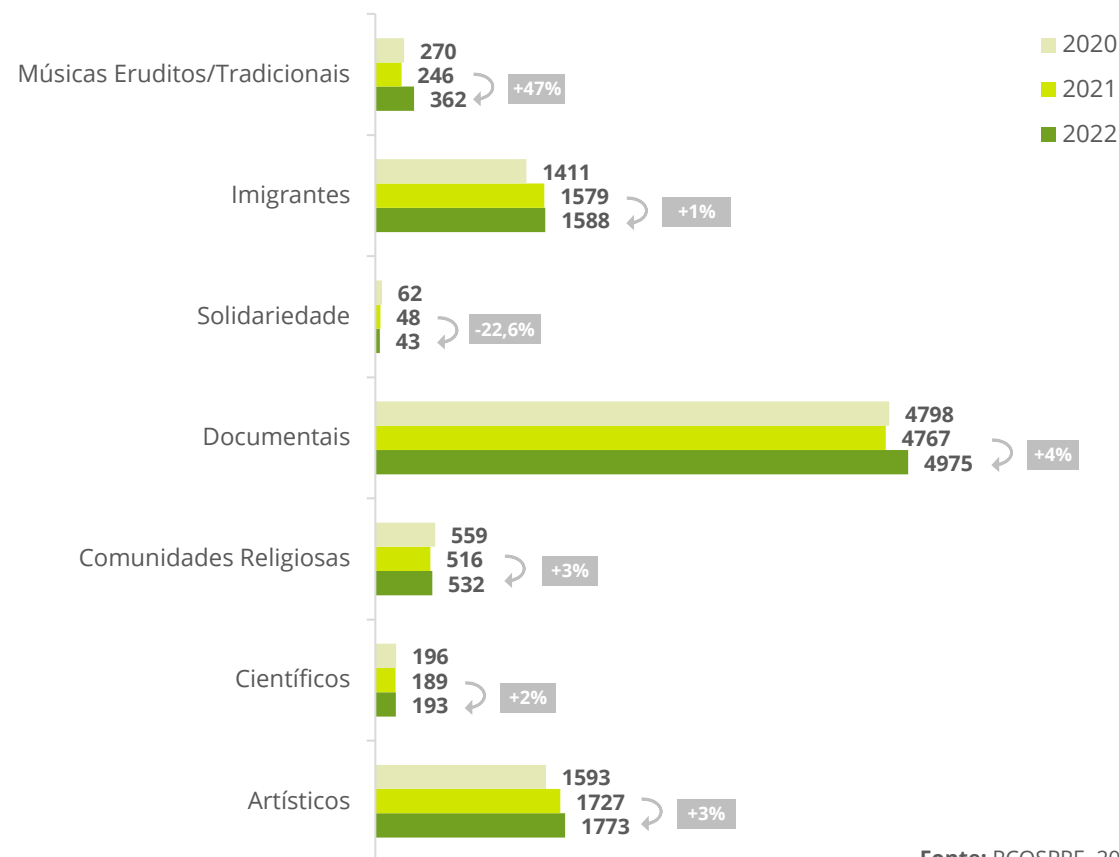
No campo da **Ciência**, foram alocadas **193 horas** a diversos formatos que exploram o mundo científico, incluindo a série "**100 Segundos de Ciência**" e o documentário "**O Futuro da Mente**". Além disso, a RTP estabeleceu parcerias para a produção de conteúdos, como o programa "**UMa Investiga**", em colaboração com a Universidade da Madeira, que destaca o trabalho de investigadores e alunos, bem como o documentário de 7 episódios "**AHH Ciência nos Açores**", dedicado aos Centros de Ciência da região.

Na área da **Religião**, a RTP continuou a apresentar o programa semanal "**70x7**" e inseriu outros conteúdos na sua agenda como "**Caminhos**", um programa informativo que aborda diversas igrejas portuguesas, e "**Procissão das Velas**", que cobriu a jornada da Virgem de Fátima acompanhada por milhares de peregrinos.

Quanto aos **Musicais Eruditos/Tradicionais**, a RTP transmitiu uma variedade de concertos abrangendo diferentes géneros, desde música clássica e religiosa até música tradicional e festivais de jazz e música popular. Por sua vez, a produção de **Documentários** abordou uma ampla gama de temas, incluindo artes, biografias, ciência, história, questões humanas e sociais, educação, música tradicional portuguesa, natureza, política, religião e sociedade.

### Análise Comparativa

#### Diversidade cultural face a minorias (horas) | 2020 - 2022



Fonte: RCOSPPE, 2022

## B31.i) Evolução da percentagem de legendagem em teletexto e de horas de programação com audiodescrição

### Resultado 2022 (1/3)

A capacidade de disponibilizar conteúdo preparado para pessoas com necessidades especiais é uma das grandes preocupações da RTP, para o triénio em análise. Desta forma, na procura de chegar a todos os públicos sem discriminação, a RTP ambiciona estar na linha da frente da defesa da diversidade, igualdade e inclusão, desenvolvendo uma estratégia para a exibição e adaptação dos seus conteúdos, nas várias plataformas, aumentando o número de horas de legendagem, áudio descrição e linguagem gestual portuguesa.

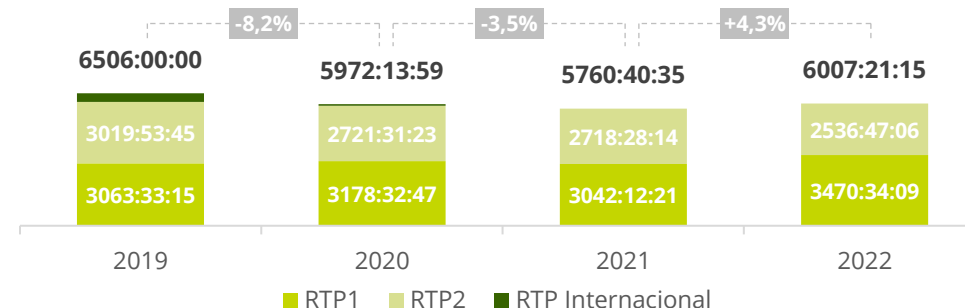
Ao longo de 2022, a RTP registou um total de **6.007 horas de transmissão de programas que incluíram legendagem através de teletexto**, compreendendo legendagem automática e legendagem preparada. Este valor aumentou em 4,3% face a 2021, cujo registo foi de 5.760 horas. Este aumento deveu-se maioritariamente ao acréscimo do número de horas emitidas pela RTP1, que registou um total de 3.470 horas. Tal evolução representou um crescimento de 14% face ao ano homólogo. Já na RTP2 verifica-se uma redução no número de horas emitidas em 6,6%, que se traduziu num total de 2.536 horas em 2022.

É ainda de notar que 2022 foi considerado um ano excecional ao nível do acompanhamento de programas emitidos com acessibilidades nos serviços de programas de televisão, uma vez que a ERC aprovou um plano plurianual no qual estão definidas um conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais e que entraria em vigor a 1 de janeiro de 2022. A RTP, SIC, TVI e Cofina, promoveram uma ação administrativa de impugnação e a concomitante providência cautelar de suspensão de eficácia da referida Deliberação da ERC, propondo alterações ao Plano. Desta forma, o plano foi suspenso até a aprovação da sua alteração, concretizando-se por via da Deliberação ERC/2022/261 (OUT-TV), de 24 de agosto de 2022.

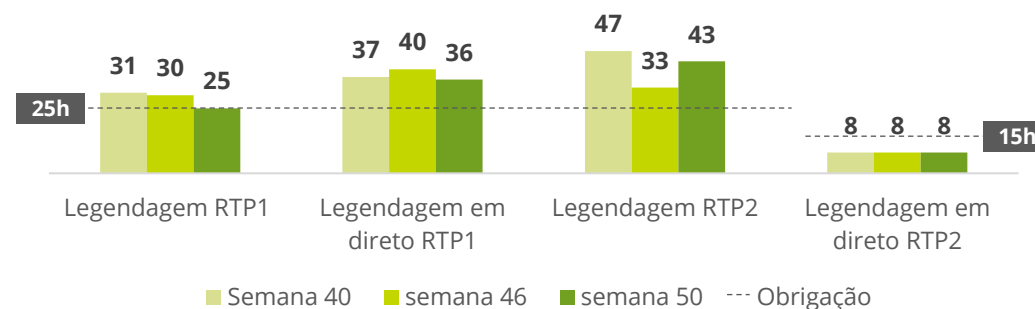
Desta forma, a partir desta data a RTP1 passou a ser obrigada a garantir 25 horas

### Análise Comparativa

#### Tempo de transmissão de programas com legendagem teletexto (#horas) | 2019 - 2022



#### Horas de legendagem transmitidas ao longo de 3 semanas exemplo do ano (horas) | 2022



Fonte: RCOSPPE, 2019; RCOSPPE, 2020; RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022; Acessibilidade dos serviços de programas televisivos, ERC, 2022

## B31.i) Evolução da percentagem de legendagem em teletexto e de horas de programação com audiodescrição

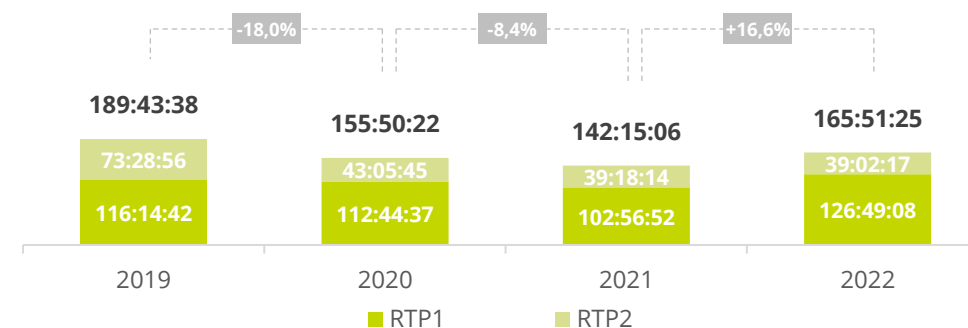
### Resultado 2022 (2/3)

semanais de programas com legendagem especificamente destinada a pessoas com deficiência auditiva, exigindo-se que, no mínimo, 60% da obrigação seja no horário compreendido entre as 08h00 e as 24h00. Nas semanas analisadas, a RTP1 cumpriu na totalidade as suas obrigações. Contrariamente, ainda que seja um período muito recente face à implementação das novas obrigações, a RTP2 fica abaixo do mínimo de 15 horas de legendagem em direto nas três semanas em análise, bem como numa percentagem abaixo dos 60% no que toca ao horário entre as oito da manhã e a meia-noite. É de salientar que os programas exibidos com legendagem em programas em direto na RTP são, habitualmente, programas de natureza informativa, tendo sido considerados para apuramento na grelha de programação da RTP2 os únicos programas emitidos em direto e que utilizaram a técnica de legendagem de programas em direto, o “Jornal 2” e o “Sociedade Civil”. Neste caso, e não existindo suficiente programação em direto para cumprir a obrigação exigida, habitualmente a ERC considera que seja considerado o princípio da liberdade de programação, de acordo com o estipulado no ponto 27.3 do Capítulo V. “Regra Complementares”, do Plano Plurianual.

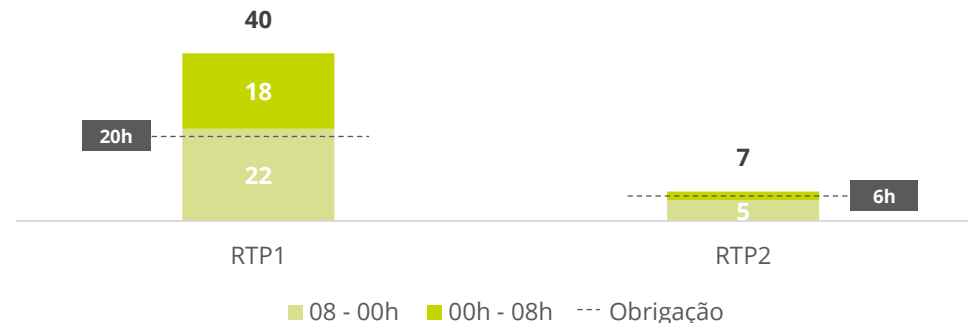
No que se refere à temática da **audiodescrição**, o Plano Plurianual definiu um limite mínimo de 20 horas emitidas por trimestre de programas que beneficiem de audiodescrição na RTP1. Complementarmente, este valor é de 6 horas por trimestre para a RTP2. Em 2022, a RTP1 e RTP2 registaram um valor de 126 horas e 39 horas de emissão. Ao todo, **reuniu-se um total de 165 horas neste âmbito**, refletindo um **aumento de 16,6% face a 2021**. Tal como na legendagem em teletexto, o aumento deve-se maioritariamente à RTP1 que viu o seu valor aumentar em 2022, 23% face ao ano homólogo. No que respeita ao 4º trimestre do ano, onde o Plano Plurianual estava já em vigor, registou-se um valor de 40 horas de emissão na RTP1, acompanhadas por mais 8 horas na RTP2. Ambos os valores tiveram maior expressão no horário das 8h às 24h – para o qual a RTP tem a obrigação de concentrar pelo menos 60% da emissão de audiodescrição -, tendo o primeiro e segundo serviços de programas generalista

### Análise Comparativa

#### Tempo de transmissão de programas com audiodescrição (#horas) | 2019 - 2022



#### Horas de programas com audiodescrição emitidas ao longo de 3 semanas exemplo do ano (horas) | 2022



Fonte: RCOSPPE, 2019; RCOSPPE, 2020; RCOSPPE, 2021; RCOSPPE, 2022; Acessibilidade dos serviços de programas televisivos, ERC, 2022



## B31.i) Evolução da percentagem de legendagem em teletexto e de horas de programação com audiodescrição

---

### Resultado 2022 (3/3)

registado percentagens a rondar os 108,9% e 89,3% de cumprimento da obrigação, respetivamente.

Para concluir, ao longo do período em análise, a RT1 cumpriu integralmente as obrigações que lhe foram impostas, contrariamente à RTP2 que, em alguns casos, não conseguiu cumprir na totalidade as suas obrigações. Neste âmbito, deve ser feito um maior investimento na procura de novas soluções, apoiadas na tecnologia, incluindo experiências com legendagem automática, que permitam à RTP ser um exemplo no setor.

## B31.ii) Evolução do total de horas de programação com língua gestual Portuguesa

### Resultado 2022 (1/2)

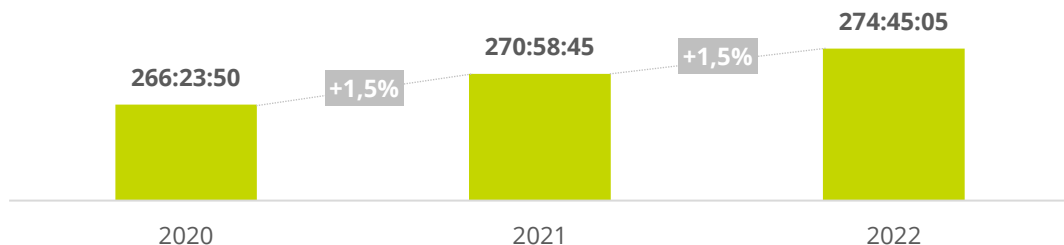
Relativamente às horas de programação com interpretação por meio de língua gestual portuguesa (LGP), a RTP trabalha para garantir a **disponibilização nos seus serviços de programas** de conteúdos com esta componente de acessibilidade, tornando-o num dos operadores de serviço público de referência a nível europeu nesta área.

Tal como observado nos anos anteriores, a tendência crescente no aumento da média semanal de horas de programação de LGP voltou a verificar-se em 2022, **incrementando cerca de 4 horas em média** semanalmente, transpondo-se num **incremento de 1%** no total de horas de programas com LGP (**14.287 horas** em 2022).

Adicionalmente, em 2022 a RTP preza por ter visto a duração dos programas emitidos com LGP aumentar em todos os seus serviços de programas de Televisão face ao ano homólogo, com exceção da RTP Memória, que assinala um decréscimo acentuado nesta métrica.

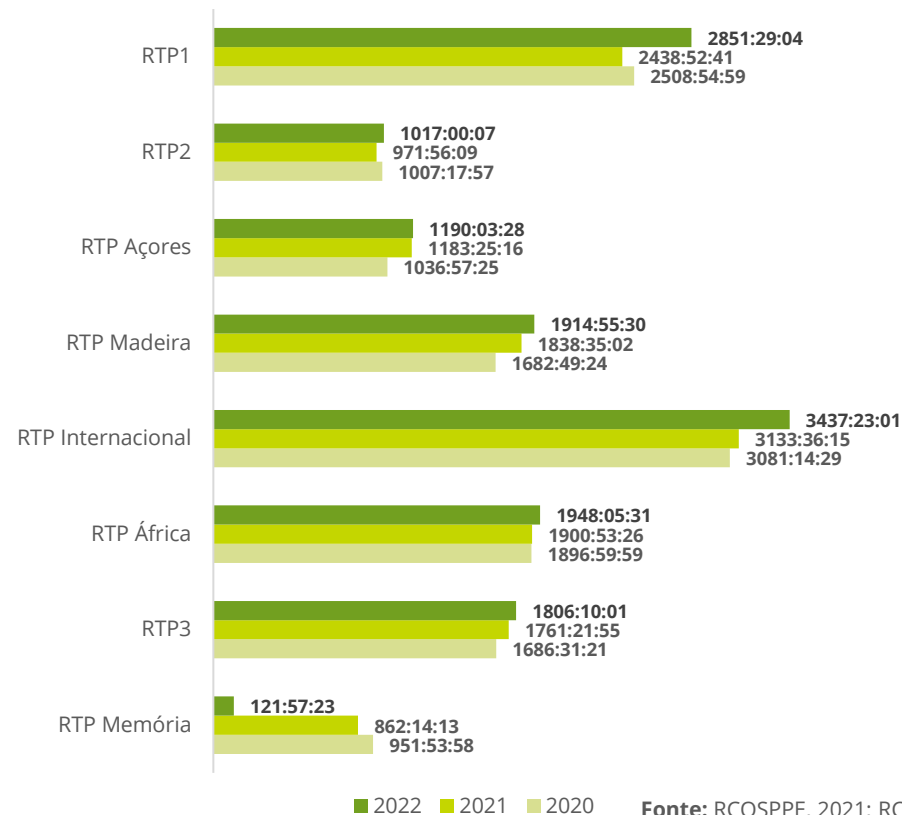
### Análise Comparativa (I/III)

Média semanal de horas de programação com língua gestual portuguesa (#horas) | 2020 - 2022



### Análise Comparativa (II/II)

Duração dos programas emitidos com Língua Gestual Portuguesa (#horas) | 2020 - 2022



## B31.ii) Evolução do total de horas de programação com língua gestual Portuguesa

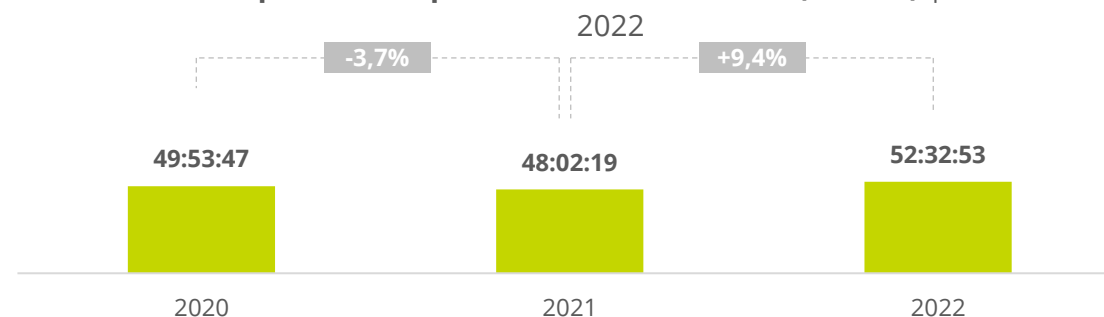
### Resultado 2022 (2/2)

A RTP assegura ainda uma programação com LGP transversal a todos os seus serviços de programas para além do tradicional (Televisão), incorporando o sistema de duplo-ecrã no **sítio 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 via Internet.

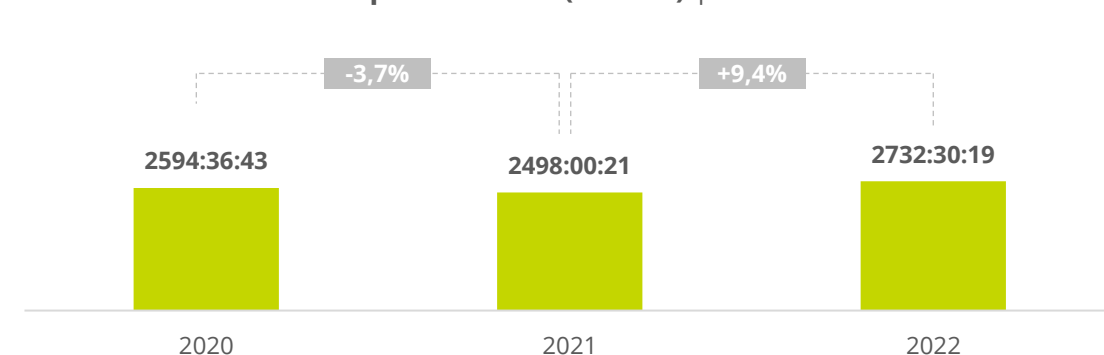
Com efeito, no ano em análise, observou-se um **aumento em cerca de 8,3% na média semanal de horas de programas emitidos em duplo ecrã para o intérprete de LGP na Internet** em 2022. À semelhança, a RTP registou ainda o seu **maior valor de duração total dos programas emitidos em duplo ecrã para o intérprete de LGP** quando comparando com os 2 anos antecedentes – **2.732 horas** – registando um aumento em cerca de 9% relativamente a 2021.

### Análise Comparativa (III/III)

#### Média semanal de horas de programas emitidos em duplo ecrã para o intérprete de LGP na internet (#horas) | 2020 - 2022



#### Duração dos programas emitidos em duplo ecrã para o intérprete de LGP (#horas) | 2020 - 2022



## B31.iii) Formação de parcerias com empresas dedicadas à legendagem automática

### Resultado 2022

O objetivo referente ao desenvolvimento de parcerias com entidades dedicadas à legendagem automática deve ser considerado no horizonte dos 3 anos de Projeto Estratégico.

Com base no *feedback* recolhido através de interações com diversas áreas da RTP, não houve indicação de que se tenha estabelecido alguma parceria neste âmbito ao longo de 2022, pelo que, sendo este indicador não recorrente, considera-se como “Não Avaliado” devendo ser adereçado ao longo de 2023.

## 5 PILARES ESTRATÉGICOS

PILAR

01

Rigor, pluralismo e  
modernidade na  
informação

PILAR

03

Estar mais perto e ser  
mais relevante para  
todos os públicos

PILAR

05

Organização em  
sintonia com a  
atualidade

PILAR

02

Mais qualidade e  
inovação nos  
conteúdos

PILAR

04

Investir em  
tecnologia digital  
multiplataforma

# 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 *smart*, 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 *média* 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 *middleware*, 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 (*mobile journalism*). Adquirir computadores portáteis para as funções de suporte.

## VISÃO GLOBAL

## Classificação global

Indicadores Totais 20 | Medidos 16

Baixo 0%

Moderado 12%

Elevado 88%

## Classificação por tipo de indicador

Indicadores Críticos Não Recorrentes 3 | Medidos 1

Baixo	Moderado	Elevado
0%	100%	0%

Indicadores Críticos Recorrentes 11 | Medidos 9

Baixo	Moderado	Elevado
0%	11%	89%

Indicadores Relevantes Recorrentes 6 | Medidos 6

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

## Observações

Em 2022, a grande maioria das ações estratégicas delineadas no Projeto Estratégico 2021-2023 apresentaram um desempenho elevado.

No ano de 2022, merece destaque o contínuo investimento nas plataformas da RTP Play, que continuam a demonstrar uma tendência positiva nos indicadores que avaliam o seu desempenho.

Durante o período em análise, a RTP manteve o foco na promoção da sua plataforma OTT interna, RTP Play, não apenas aprimorando suas funcionalidades, por meio do lançamento de novas versões melhoradas da aplicação, mas também através de iniciativas de ativação de marca em eventos de renome internacional como a Comic Con, e promoção de conteúdos nas redes sociais e publicidade outdoor.

No que diz respeito à modernização tecnológica, é digno de destaque o investimento na melhoria das condições das emissões de rádio, com a instalação e recuperação de novos emissores em todo o país e no continente africano. Além disso, merece menção a conclusão da migração da componente técnica dos estúdios da RTP para alta definição (HD).

## | Oportunidades de melhoria

No que respeita à ambição de desenvolvimento de um plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas, acompanhado de formação e equipamento técnico adequado, tal ainda não foi possível, devendo ser concluído no decorrer do último ano de vigência do Plano Estratégico. Adicionalmente, no âmbito do desenvolvimento de um plano de renovação tecnológica das delegações e centros regionais, destaca-se que, em 2022, o volume de ações de formação realizadas no Centro Regional dos Açores esteve abaixo do desejado, não acompanhado o investimento feito na atualização de tecnologias utilizadas.







## LISTAGEM DE INDICADORES (1/III)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>1   DESENVOLVER A USABILIDADE DA RTP PLAY E DAS SUAS INSTÂNCIAS</b>				
<b>B32.i)</b>	Evolução da performance das apps RTP Play e do Ensina RTP	Crítico	Recorrente	●
<b>B32.ii)</b>	Número de versões/atualizações lançados de aplicações RTP	Crítico	Recorrente	●
<b>B32.iii)</b>	Existência de um mecanismo de recomendações adaptado a cada utilizador	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B32.iv)</b>	Evolução do índice de satisfação do <i>website</i> da RTP Play	Crítico	Recorrente	●
<b>2   COLOCAR A RTP PLAY E AS SUAS INSTÂNCIAS NAS PRINCIPAIS LOJAS DE APLICAÇÕES, DISTRIBUIDORES E APARELHOS DE TELEVISÃO SMART</b>				
<b>B33.i)</b>	Presença das apps RTP Play nas principais lojas de aplicações, distribuidores e aparelhos de televisão <i>smart</i>	Crítico	Recorrente	●
<b>B33.ii)</b>	Investimento em ações de marketing e comunicação focadas na promoção da RTP Play	Relevante	Recorrente	●
<b>3   INSTALAR A CAPACIDADE DE EMITIR EM HD</b>				
<b>B34.i)</b>	Investimento no reequipamento das infraestruturas de produção, estúdios, redações e emissores	Crítico	Recorrente	●
<b>B34.ii)</b>	Cobertura de estúdios e de carros exteriores com capacidade de produzir/transmitir em HD	Crítico	Recorrente	●
<b>B34.iii)</b>	Criação de uma nova arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●

Legenda: ● Não Avaliado ● Performance Elevada ● Performance Moderada ● Performance Baixa



## LISTAGEM DE INDICADORES (II/III)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>4   DESENVOLVER O PLANO DE RENOVAÇÃO TECNOLÓGICA DAS DELEGAÇÕES E CENTROS REGIONAIS</b>				
<b>B35.i)</b>	Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais	Crítico	Recorrente	
<b>B35.ii)</b>	Número de horas de formação técnica realizadas no CRA	Crítico	Recorrente	
<b>B35.iii)</b>	Investimento na reconfiguração do CPN	Relevante	Recorrente	
<b>5   CONTINUAR O PLANO DE RENOVAÇÃO TECNOLÓGICA DOS ESTÚDIOS DE RÁDIO E DAS ESTAÇÕES EMISSORAS FM</b>				
<b>B36.i)</b>	Investimento em equipamento para a renovação tecnológica dos estúdios de rádio	Crítico	Recorrente	
<b>B36.ii)</b>	Evolução do número de emissores	Relevante	Recorrente	
<b>6   DESENVOLVER SOLUÇÕES DE MIDDLEWARE, QUE PERMITAM SIMPLIFICAR OS PROCESSOS TRANSVERSAIS DE GESTÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS</b>				
<b>B37.i)</b>	Investimento em soluções de <i>middleware</i>	Crítico	Recorrente	

## LISTAGEM DE INDICADORES (III/III)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>7   ELABORAR UM PLANO PARA AUMENTAR A FLEXIBILIDADE E EFICIÊNCIA DAS EQUIPAS, ACOMPANHADO DE FORMAÇÃO E EQUIPAMENTO ADEQUADO</b>				
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	●
<b>8   APETRECHAR AS EQUIPAS COM CAPACIDADE RÁPIDA DE AÇÃO, USANDO TECNOLOGIA E FORMAÇÃO PARA MOJO</b>				
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	●

## B 3 2 . i ) Evolução da performance das apps RTP Play e do Ensina RTP

### Resultado 2022

Com o olhar numa visão holística do universo das várias apps RTP, o ano de 2022 foi um ano de estabilização positiva dos resultados, registando ligeiras melhorias na sua performance.

Relativamente à **APP RTP Play**, registou-se um total de **757 mil visitantes**, **15.760 mil visitas** e **78.057 mil visitas de página**. Fazendo uma comparação com o ano homólogo, estes indicadores melhoraram a sua performance em 10%, 2% e 1%, respetivamente. Tal como em 2021, a maior afluência à plataforma digital surge aquando de um campeonato desportivo, neste caso o Mundial de Futebol no Catar, registando 250 mil visualizações em novembro e 240 mil visitantes em dezembro. Ao nível da distribuição da % de visitas por sistema operativo, o Android destaca-se com 62% das visitas, sendo as restantes 38% realizadas por meio de dispositivos IOS.

Complementarmente, a **APP RTP Play TV** registou **459 mil visitantes**, que representou um aumento de 65% face a 2021, **5.593 mil visitas** que se refletiu num crescimento de 75% e **28.681 mil pageviews** (+74% face a 2021). Destaca-se que o número de visitas da plataforma cresceu em 15% do 1º para o 2º semestre de 2022, tendo agosto registado 542 mil visitas, marcando a estreia da 2ª temporada de Pôr do Sol.

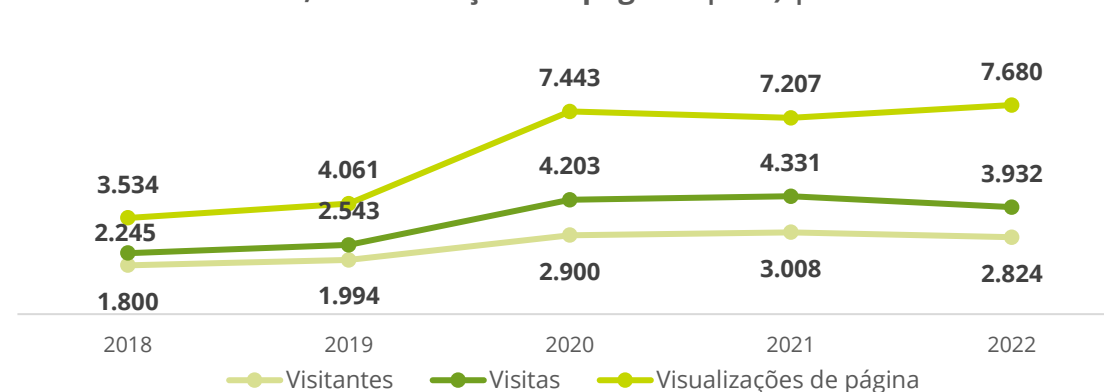
Já no âmbito do Portal **Ensina RTP**, foram registados um total de **2 milhões e 825 mil visitantes** (-6% face a 2021), **3 milhões e 932 mil visitas** (-9% face a 2021) e **7 milhões e 680 mil visitas de página** (+7% face a 2021). Ao nível de conteúdos de destaque salientam-se os artigos “Recursos de Cidadania” com 42 mil *pageviews*, “Memorial do Convento”, de José Saramago com 37 mil *pageviews* e “Os principais rios de Portugal” com 36 mil *pageviews*.

### Análise Comparativa

**Evolução da performance da APP RTP Play (#visitas, #visitantes, #visualizações de páginas | mil) | 2020 - 2022**



**Evolução da performance do Portal Ensina RTP (#visitas, #visitantes, #visualizações de páginas | mil) | 2018 - 2021**



Fonte: Relatório de Audiências, 2021; Relatório de Audiências, 2022

## B32.ii) Número de versões/atualizações lançados de aplicações RTP

### Resultado 2022

A RTP pretende, ano após ano, melhorar e desenvolver as suas plataformas digitais no sentido de as tornarem mais relevantes e *user friendly*. Em 2022, reforçou o investimento na melhoria contínua das apps da empresa com um investimento que totalizou **40 atualizações** que deram origem a novas versões das plataformas RTP.

Desta forma, foram lançadas novas versões das apps RTP Play, Zig Zag Play, RTP Palco, RTP Notícias e RTP Play TV.

À semelhança do ano anterior, a RTP Play foi a app que lançou mais versões, contando com um total de 17 novas versões lançadas, refletidas em 8 atualizações para dispositivos iOS e 9 para Android. Para além disso, a versão disponível para TV foi também alvo de várias atualizações – 8 no total – impactando os dispositivos SmartTV LG, NOS e Vodafone.






Adicionalmente, a app Zig Zag Play, direcionada aos mais novos, sofreu 2 atualizações, uma para cada sistema operativo.

Por fim, a APP RTP Palco registou 10 lançamentos de novas versões e a RTP Notícias registou 3 atualizações.

Assim, **as aplicações RTP foram alvo de diversas atualizações**, o que se traduz num investimento contínuo da melhoria das plataformas digitais feito pelo serviço público de rádio e televisão.

### Análise Comparativa

#### Listagem de novas versões lançadas para apps RTP | 2022

		Dispositivo	#Novas versões
	RTP Play	iOS	8
		Android	9
	Zig Zag Play	iOS	1
		Android	1
	RTP Palco	iOS	1
		tvOS	4
	RTP Notícias	Android TV	5
		iOS	1
	RTP PLAY TV	Android	2
		SmartTV LG	4
		NOS STB	2
		VODAFONE STB	2

Fonte: Fonte Interna RTP

## B32.iii) Existência de um mecanismo de recomendações adaptado a cada utilizador

### Resultado 2022

De acordo com as múltiplas interações estabelecidas com as direções da RTP, em 2022 a RTP Play conta já com uma funcionalidade de recomendações adaptado a cada utilizador.

No entanto, foi em 2022 desenvolvido um plano para a melhoria deste mecanismo, com vista a implementar um novo sistema de recomendações na aplicação da RTP Play, permitindo a congregação dos padrões de utilização de cada utilizador nas várias aplicações RTP, possibilitando um maior grau de personalização da experiência dos consumidores em várias dimensões.

Assim, sendo esta uma atividade a considerar no horizonte dos 3 anos de Projeto Estratégico e não tendo ainda sido realizada a implementação do novo mecanismo de recomendações, considera-se o indicador como “Não Avaliado”.

## B32.iv) Evolução do índice de satisfação do *website* da RTP Play

### Resultado 2022

No ano de 2022, a RTP Play concentrou-se em aprimorar a experiência dos seus utilizadores, com a clara intenção de elevar os níveis de satisfação, um compromisso evidenciado através de várias medidas implementadas ao longo do ano.

Na ótica da melhoria da experiência do utilizador, a RTP introduziu um conjunto relevante de novas funcionalidades na RTP Play, como a possibilidade de receber legendas, tornando o serviço mais inclusivo e acessível a um público mais amplo; a criação de novas áreas, como a secção de Desporto em direto, demonstra um compromisso em oferecer uma variedade de conteúdos para atender às diversas preferências dos utilizadores ou até a introdução de uma secção de perguntas frequentemente colocadas por utilizadores.

Este esforço constante para aprimorar a RTP Play resultou num aumento da **média da satisfação global dos utilizadores** no primeiro trimestre de 2022 para **8,5**, atestando o sucesso da RTP Play em alcançar os seus objetivos como uma plataforma OTT de alta qualidade.

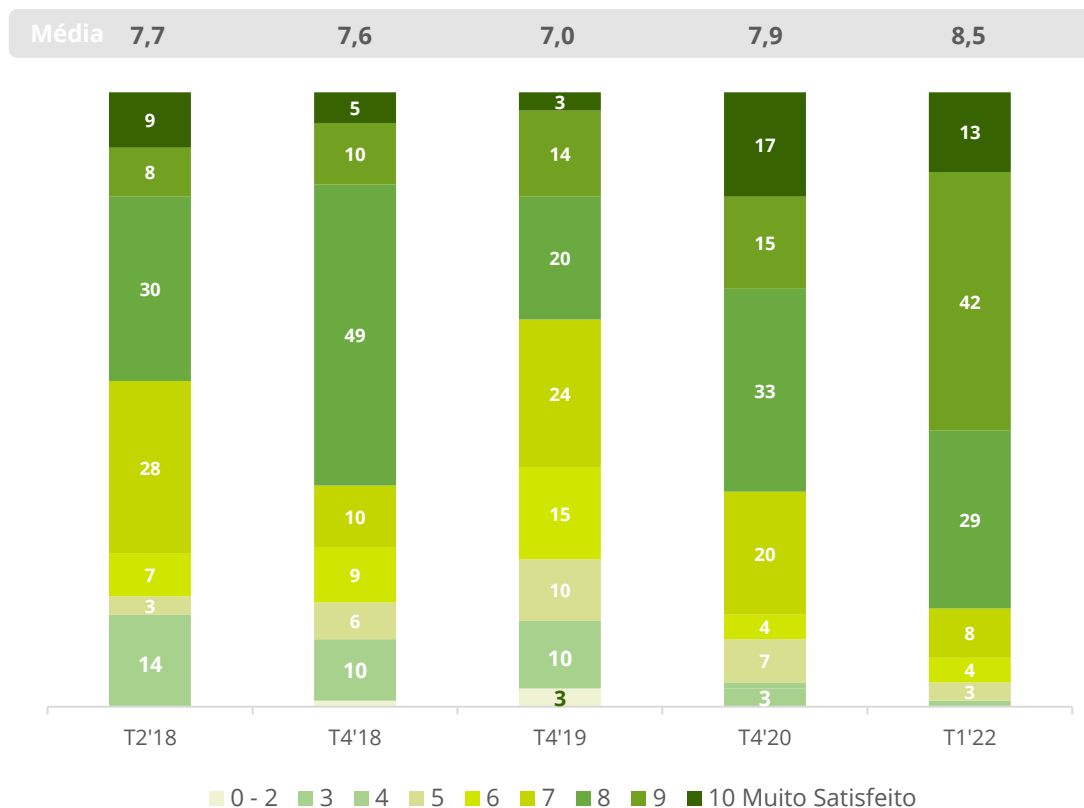
Contudo, destaca-se que apenas foi possível recolher informação relativa ao primeiro trimestre de 2022, limitando, a análise realizada. Será desejável que a RTP assegure mais regularmente recolha dos dados, no sentido de assegurar que consegue medir de forma recorrente a satisfação do público.

### 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 sítio RTP Play (%) | T2'18 – T1'22



## B33.i) Presença das apps RTP Play nas principais lojas de aplicações, distribuidores e aparelhos de televisão *smart*

### Resultado 2022

Ao longo de 2022, manteve-se a política de distribuição do serviço RTP Play. À semelhança de 2021, este serviço encontra-se disponível não só por via do *site*, como também por via app nas lojas de dispositivos móveis (app RTP Play) e televisão (app RTP Play TV). Desta forma, a RTP difunde através das duas aplicações mais de 20 serviços de programas de Rádio e Televisão em direto e um catálogo de programas para assistir *on demand*.

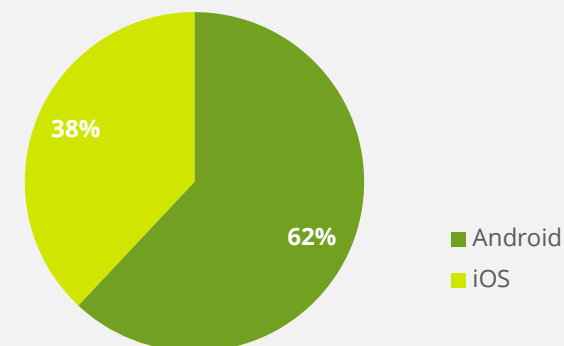
No ano em análise, foram disponibilizadas novas versões da APP em plataformas como a Apple Store, Google Play Store, Huawei APP Gallery, Amazon e LG Store, com o objetivo de atualizar o serviço e SDKs que incluíam correções de segurança, melhorias de desempenho e novas funcionalidades dos serviços.

Ao nível da disponibilização da **APP RTP Play** para *smartphones*, o serviço encontra-se acessível nas lojas de aplicações de dispositivos Apple (iOS), Tablets e Androids, sendo que dispositivos Android geram cerca de 62% das visitas, e dispositivos iOS à volta de 38%. Face a 2021, a distribuição mantém-se contante, tendo a Android absorvido 1% do peso do sistema iOS.

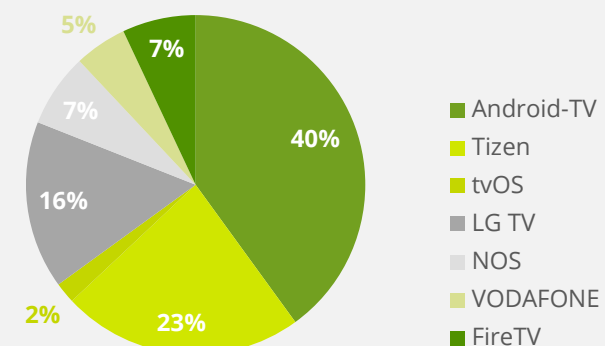
No que se refere à APP RTP Play TV, esta encontra-se presente nos mesmos sistemas operativos de 2021, nomeadamente na Amazon Fire TV, Android TV, Apple TV (tvOS), Samsung (Tizen) e LGTV (webOS); sendo também distribuída pelas operadoras NOS, MEO e Vodafone. A maioria das visitas à app permanecem com origem nos dispositivos Android-TV (40%), ainda que o mesmo tenha reduzido a sua quota em 5pp. A Tizen assegura a segunda posição (23%), seguida da LGTV com 16%, que subiu de 4º para 3º na relevância de sistemas operativos onde a app se encontra disponível, face a 2021.

### Análise Comparativa

Distribuição de visitas da app RTP Play por sistema operativo (%) | 2022



Distribuição de visitas da app RTP Play TV por sistema operativo (%) | 2022



## B33.ii) Investimento em ações de marketing e comunicação focadas na promoção da RTP Play

### Resultado 2022

Em 2022, a RTP Play assumiu primordial destaque na comunicação do serviço público de média, tendo-se a RTP focado em promover a marca e as suas instâncias sobretudo em grandes eventos.

Neste sentido, foram realizadas várias ações de promoção e comunicação digital com foco na RTP Play, como por exemplo a disponibilização de conteúdos RTP nas redes sociais, ou até parcerias com os principais operadores de telecomunicações portuguesas (MEO, Vodafone e NOS), na ótica da promoção da agenda e aplicação da RTP Play nestas *set-top-boxes*.

No que diz respeito a ativações de marca, a RTP Play marcou a sua presença nos maiores eventos que decorreram ao longo do ano e que aglutinam pessoas, como são exemplo o **Meo Marés Vivas**, o **Sol da Caparica**, ou até o evento internacional **Comic Con**, ao qual a RTP Play levou a sua marca por meio de uma ativação no local. Destaque ainda para o **NOS Alive** sobre o qual foi realizado uma transmissão de concertos de 5 palcos e uma emissão especial exclusiva na plataforma.

Adicionalmente, foram levadas a cabo ativações de promoção da RTP Play em eventos **B2B**, dos quais são exemplo o **QSP SUMMIT**, um evento de Marketing europeu, ou o **Congresso da APDC**, um evento realizado em formato híbrido, a partir de Lisboa e *online*, e contou com a participação de vários oradores, tanto nacionais como internacionais.

Além disto, 2022 contou também com iniciativas de promoção da marca RTP Play através de **campanhas de outdoor**, com anúncio das estreias de séries de ficção nacional contempladas na plataforma.

Por fim, e contribuindo noutra vertente para a ativação da marca RTP Play, foram cobertos grandes eventos internacionais como a **WebSummit**, um evento de grande dimensão focado na Tecnologia, ou até dos **Óscares 2022**, o maior evento internacional

do mundo do cinema.



## B34.i) Investimento no reequipamento das infraestruturas de produção, estúdios, redações e emissores

### Resultado 2022

Embora o primeiro semestre de 2022 se tenha caracterizado como um período de adaptação a novos métodos de trabalho e de elaboração do **Plano Estratégico Técnico e Operacional 2022-2024** e dos seus eixos de atuação, foram levadas a cabo, no ano em análise, iniciativas para o reequipamento das infraestruturas de produção, estúdios, redações e emissores.

Desde o início de 2022, está em curso o **projeto de migração para HD** das emissões da RTP Madeira, com previsão de conclusão em março de 2023, incluindo a evolução do estúdio, sistemas de servidores e automação de processos, envolvendo as estruturas locais. Também foram realizadas melhorias como a **instalação de legendagem HD** na Informação, a substituição do formato de arquivo digital, a implementação de um sistema de gravação legal, a migração do estúdio de Língua Gestual de Lisboa para HD, ou renovação de monitorização de áudio do Estúdio de Produção 2.

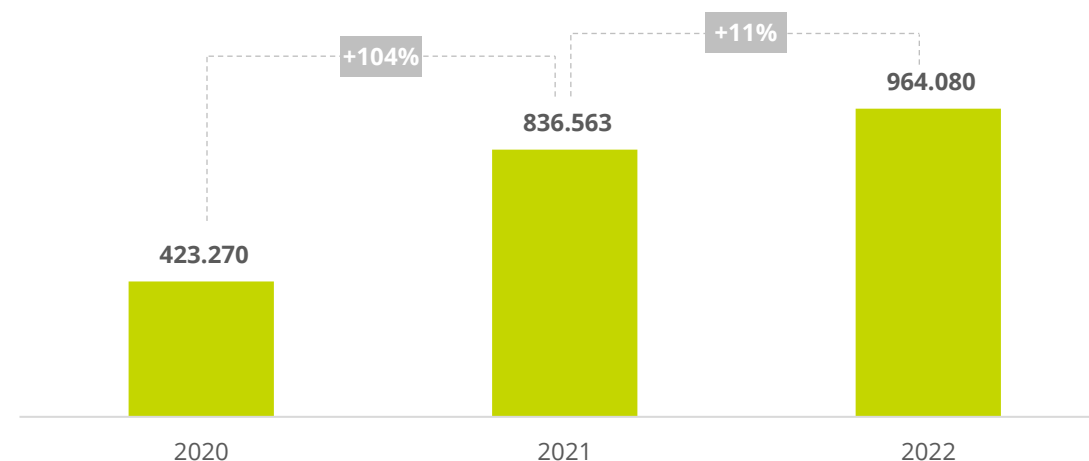
Destaca-se ainda para a **conclusão do processo de upgrade do sistema de Grafismo, VizRT**, em todos os sistemas que desempenham um papel direto na emissão nos Estúdios e Continuidades de Lisboa e Porto.

No contexto do veículo UHD, a capacidade das câmaras foi incrementada de 6 para 7, tendo sido também adquiridas microcâmaras para serem utilizadas em situações específicas.

Por fim, e focando na Rádio, foram adquiridas 5 unidades Quantum para apetrechar as Antenas, dotando-as de autonomia em relação aos equipamentos da DI, permitindo uma gestão mais racional de meios e uma maior disponibilidade.

### Análise Comparativa

#### Renovação dos estúdios e sistemas de produção, emissão e distribuição de Rádio (€) | 2020 - 2022



## B34.ii) Cobertura de estúdios e de carros exteriores com capacidade de produzir/transmitir em HD

### Resultado 2022

Atualmente as empresas incluídas na indústria de *media* estão cada vez mais dependentes das mudanças tecnológicas e da sua integração nos seus sistemas produtivos. Tal processo incide não só na fase de produção, como na distribuição e transmissão. Desta forma, uma das apostas da RTP para o triénio em análise é o de acelerar o processo de migração para alta definição (HD) nas operações de televisão.

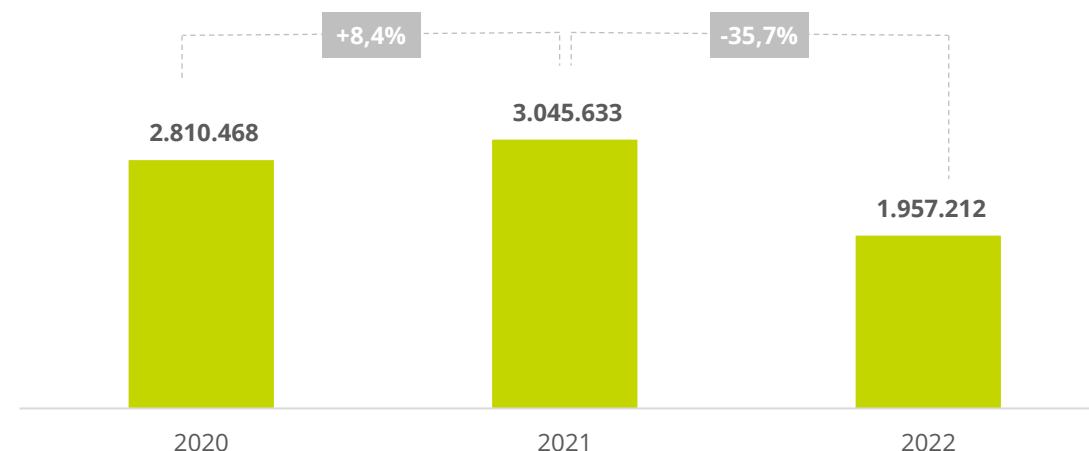
Ao longo de 2022, por via das diversas interações realizadas com as direções da RTP, destacou-se o arranque do projeto de **migração das emissões da RTP Madeira para HD**, a qual terá final previsto apenas em 2023. Tal transformação incluirá um *upgrade* do estúdio de produção e de informação para HD, assim como do sistema de servidores e do sistema de automação de processos. De forma complementar, antecipando esta transformação, foi também instalada uma solução de servidores para gravação e reprodução com capacidade HD, mantendo-se a funcionar em SD até conclusão da migração para HD do centro regional.

Adicionalmente, foram conduzidas outras ações essenciais no que respeita a este desenvolvimento tecnológico em outras áreas, como é exemplo a Informação, na qual foi instalada a solução de legendagem HD, ou ainda a migração do estúdio de Língua Gestual em Lisboa, para HD e a instalação de um novo sistema de gravação legal para os serviços de programa de TV e de Rádio, abrangendo já todos aqueles que foram objeto de migração para HD.

Desta forma, em Lisboa, a RTP permanece 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, sendo o estúdio B apenas virtual, e nos Açores há 1 estúdio também virtual HD acompanhadas de 3 salas de edição vídeo HD Adobe Premiere. No que toca aos carros de exterior, foram adicionados 2 novos carros de exteriores HD aos 2 já existentes, sendo um atribuído ao CRM e outro ao CRA.

Concluindo, o valor de investimento na migração da televisão para HD ascendeu aos 1.957 mil €. Ainda que este valor represente uma redução de 35,7% face a 2021, destaca-se, todavia, que a necessidade de investimento em HD se vai esgotando ao longo dos anos com a conversão gradual dos diferentes meios. De momento, apenas o Centro Regional da Madeira não conta ainda com nenhum estúdio HD, aspeto este que está já a ser considerado e deverá ficar concluído no último ano de ação do Plano Estratégico vigente.

Investimento na migração da televisão para HD (€) | 2020 - 2022



## B34.iii) Criação de uma nova arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos

---

### Resultado 2022

Ainda que tenham sido realizadas algumas ações de renovação tecnológica ao longo de 2022, 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, apenas avançar durante o último ano de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023. Com efeito, não tendo ainda sido desenvolvido na sua totalidade, o indicador é considerado “Não Avaliado”.

## B35.i) Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais

### Resultado 2022

O ano de 2022 foi um período de condução de algumas renovações técnicas nos centros regionais e delegações.

O **investimento realizado em 2022 nos Centros e delegações regionais foi de 2.019.093,52 €**, valor superior ao registado em 2021 em cerca de 1.098 mil euros, o que reflete um aumento do investimento em 119%. Para além disso, este valor é superior ao valor orçamentado em 115%.

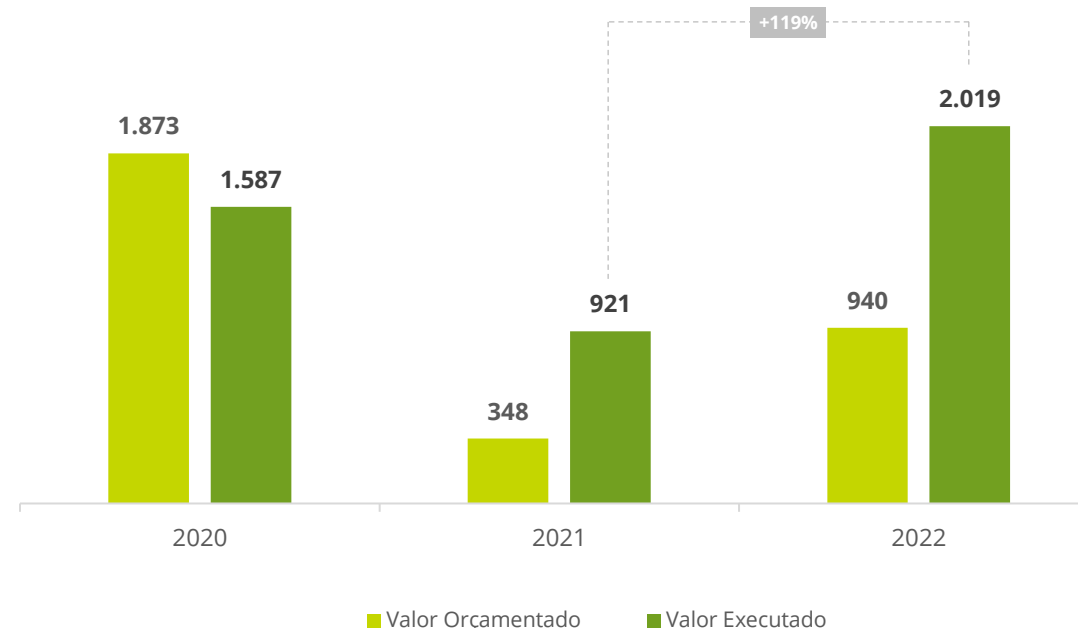
No **Centro Regional dos Açores**, as principais ações consistiram na aquisição de um novo carro de exteriores e novas câmaras para a RTP Açores e Antena1 Açores. Para além disso, foram ainda adquiridos novos equipamentos de áudio que permitem operar com tecnologia IP. Adicionalmente, um dos principais investimentos incidu na renovação dos estúdios da rádio com um novo Visual Radio, acompanhado da implementação de novos emissores em algumas ilhas.

Já no **Centro Regional da Madeira**, o principal projeto de renovação realizado foi a migração das emissões da RTP Madeira para HD, processo este que se prevê concluído em 2023 e que incluirá a evolução do estúdio de produção e de informação para HD, assim como do sistema de servidores e do sistema de automação de processos. De forma antecipada, foi implementada uma solução de servidores para gravação e reprodução com capacidade HD, mantendo-se a funcionar em SD até conclusão da migração para HD. Adicionalmente, foram ainda realizados investimentos no aumento da potência e redesenho técnico do Pico do Facho, Ribeira Brava, Ponta do Pargo e foi feita uma reformulação integral das estações da Ribeira Brava e Ponta do Pargo. Por fim, merece referência o aumento da capacidade em Achadas da Cruz, representando uma nova emissão da A2.

Por fim, ainda ao nível das **delegações nacionais**, foram realizadas intervenções em Coimbra, Viseu e Faro.

### Análise Comparativa

#### Investimento na renovação técnica dos centros regionais e delegações (mil €) | 2020 - 2022



## B35.ii) Número de horas de formação técnica realizadas no CRA

### Resultado 2022

O ano de 2022, marcou os primeiros passos da renovação tecnológica dos Centro Regional dos Açores. Entre várias ações, apostou-se na aquisição de novos carros de exterior, novas câmaras, novos equipamentos de áudio e meios que permitem operar com “tecnologia IP”. Para além disso, deu-se início à renovação dos estúdios da Rádio, que se prolongou até 2023 e que incluiu um novo “Visual Radio” e foram implementados emissores em algumas ilhas.

De forma a complementar estas reestruturações técnicas, devem ser feitas ações de formação que permitam aos trabalhadores ser capazes de interagir de forma plena com os novos recursos.

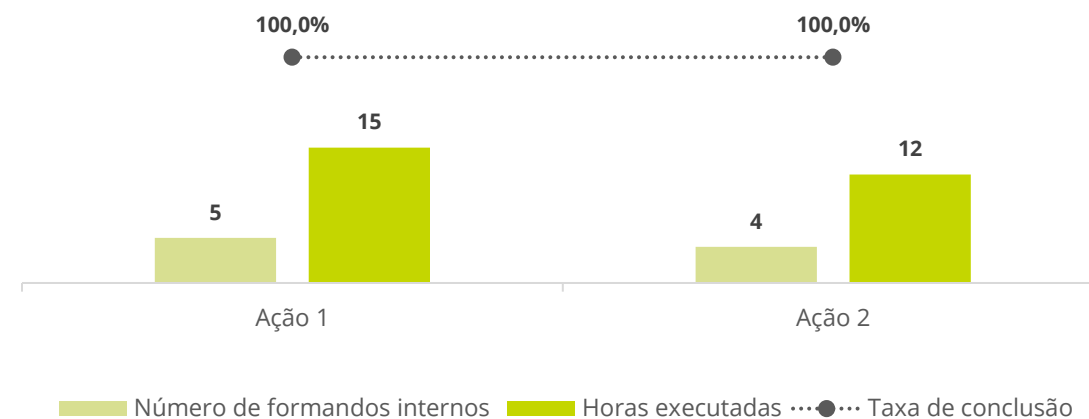
Ao longo do ano em análise, foi conduzida apenas uma formação que se refletiu em duas ações para a aplicação **keyusers de ENPS 9**. Posteriormente, foi assegurada a formação dos restantes trabalhadores deste Centro Regional, nesta mesma aplicação.

As duas ações de formação foram conduzidas ao longo no mês de fevereiro e contaram com um total de **9 formandos internos** – 5 formandos internos na primeira ação aos quais se adicionam 4 formandos internos na segunda ação. Cada ação teve uma duração de 3 horas, o que se reflete num volume de horas executado de 27 horas. Este valor corresponde ao valor planeado para esta formação.

Por fim, destaca-se que, para o ano de 2022, o Centro Regional dos Açores realizou **38 pedidos de formação à área de Recursos Humanos**, representando a terceira estrutura da empresa com mais pedidos registados, a seguir à direção de informação TV e direção de produção. Ainda assim, apenas foi registada uma formação no centro regional, revelando que existe margem de progressão a fazer neste âmbito. Desta forma, no ano de 2023, devem ser asseguradas ações de formação que assegurem o correto acompanhamento das inovações tecnológicas desenvolvidas entretanto.

### Análise Comparativa

**Ações de Formação Realizadas pelo Centro Regional dos Açores (#formandos internos, #horas, taxa de conclusão) | 2022**



## B35.iii) Investimento na reconfiguração do CPN

### Resultado 2022

Tendo o ano de 2021 sido de extrema importância para a reconfiguração do CPN, e tendo a RTP alcançado objetivos significativos, como a migração dos estúdios para alta definição, o ano de 2022 foi dedicado à consecução dos restantes objetivos traçados para este centro de produção.

Assim, em 2022, deu-se início ao processo de reformulação e transição dos estúdios de rádio do CPN para o conceito de **Visual Radio**. Destaca-se também a instalação de **três novas salas de Edição e Pós-Produção de Vídeo**, bem como a garantia do reequilíbrio acústico numa dessas salas, que foi especialmente ajustada para a visualização.

Por fim, assinala-se no CPN a **atualização do VIZ** (sistema de grafismo), dos **servidores da Quantel** e a **migração da rede core** de 1Gbit para 10Gbit, bem como e a melhoria da iluminação do Estúdio B.

Concluindo, a RTP investiu em 2022 um total de **184.529,2 €** na reconfiguração do CPN, um projeto que se encontra num estágio avançado, com notáveis progressos no ano em análise, demonstrando o compromisso contínuo da RTP em modernizar suas instalações e adaptá-las às demandas atuais e futuras.

## B36.i) Investimento em equipamento para a renovação tecnológica dos estúdios de rádio

### Resultado 2022

Tendo a RTP a ambição de modernizar as suas estações de rádio, ao longo do ano de 2022, foram realizadas várias ações no âmbito da renovação tecnológica dos estúdios de Rádio da RTP.

No universo rádio, registou-se um **investimento total de 964 mil euros** na renovação tecnológica dos estúdios, ultrapassando o valor registado em 2021 em 15%.

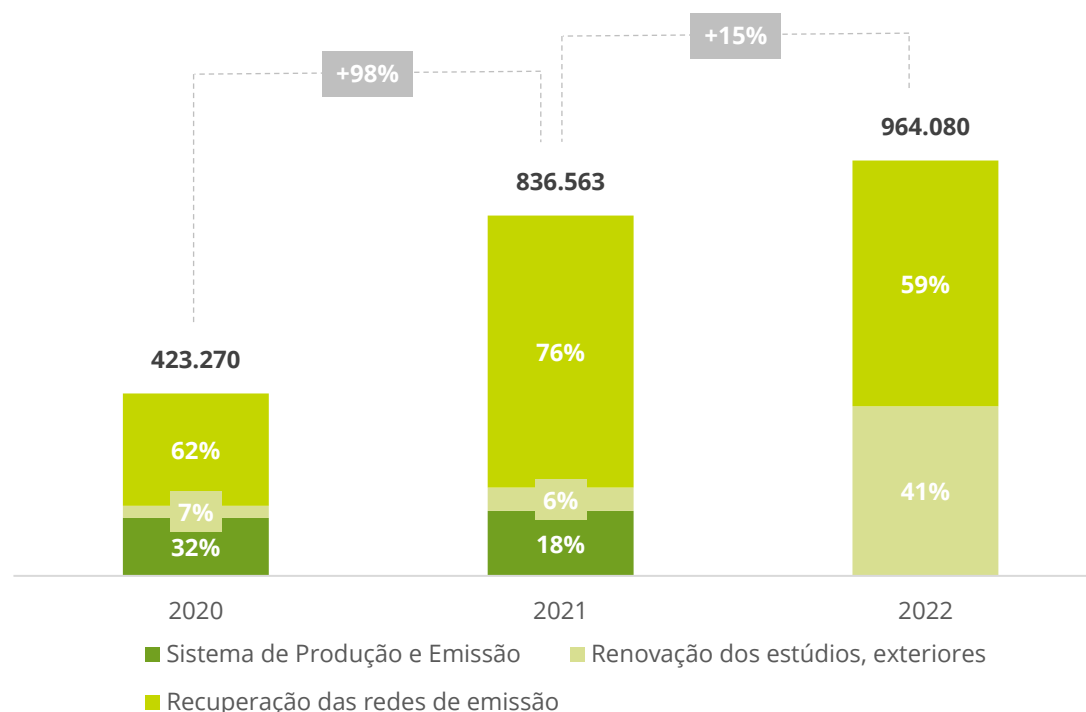
Ao contrário do que se tinha vindo a registar nos últimos anos, apesar da “Recuperação das redes de emissão” ser a ação para a qual foi atribuído maior volume de investimento, a “Renovação dos estúdios e exteriores” aumenta a sua relevância em 35pp, sendo uma das principais preocupações da área no ano em análise. Já os “Sistemas de produção e emissão”, que representaram 32% e 18% do valor investido em 2020 e 2021 respetivamente, representam em 2022, apenas 1% do valor investido.

No seguimento do que foi mencionado anteriormente, a ação mais relevante parece ter sido a **reformulação e transição dos estúdios de Rádio para o conceito de Visual Radio**, permitindo às antenas adicionar recursos visuais às suas transmissões áudio. Desta forma, foi possível concluir esta ação no Estúdio 4 em Lisboa e deu-se ainda início a esta renovação no Estúdio 3. Adicionalmente, também o Estúdio de Rádio do CPN e do CRA ficarão concluídos no último ano de vigência do plano estratégico, 2023. Tal ação tratou-se de um grande marco para a direção da Rádio da RTP.

Para além disso, procedeu-se ainda à renovação técnica de 2 estúdios e da central técnica do Centro Regional dos Açores, ficando ainda a RDP África à espera de que o seu estúdio de emissão seja modernizado.

### Análise Comparativa

Investimento na renovação tecnológica dos estúdios de rádio  
RTP (€) | 2020 - 2022



## B36.ii) Evolução do número de emissores

### Resultado 2022

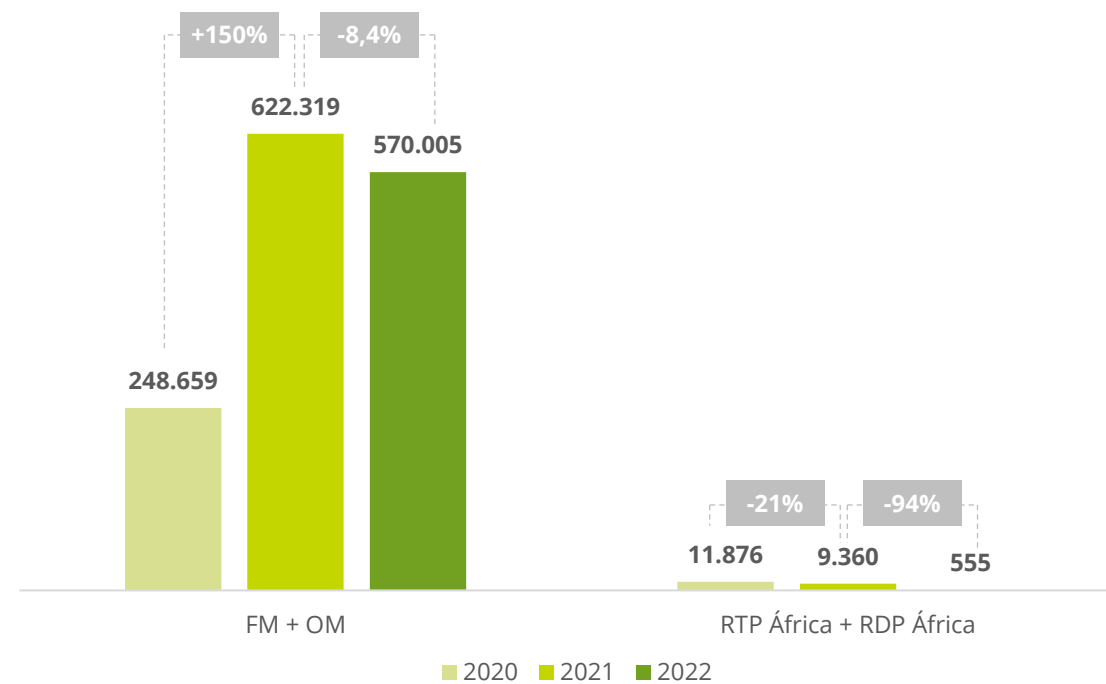
No que diz respeito à cobertura geográfica das estações de rádio da RTP, em 2022, o enfoque centrou-se na melhoria da cobertura das estações emissoras através de várias intervenções destinadas a aprimorar a **qualidade dos emissores e antenas**, resultando em transmissões de maior qualidade e disponibilidade para os ouvintes, mas não foi disponibilizado nenhum estudo técnico sobre a evolução da qualidade..

Neste contexto, a RTP implementou diversas iniciativas em Portugal Continental, nas Ilhas e no continente Africano, visando o redesenho técnico, a instalação de novos emissores e o aumento da potência dos já existentes nestes locais. Destacam-se as seguintes ações:

- Em **Portugal Continental**, destacam-se o **redesenho técnico e o aumento da potência dos emissores** a 5, 10 e 15 KW em locais como a Lousã, Monsanto, Bornes e Grândola, bem como a substituição e reorientação da antena de emissão em Monte da Virgem.
- Nas **Regiões Autónomas**, destaca-se a **reformulação completa de várias estações na Madeira** e a criação de uma nova emissão A2 em Achadas da Cruz. No que diz respeito aos **Açores**, foram **instalados novos emissores** nas zonas de Lages das Flores e Ponta Ruiva, bem como a instalação de **novas emissões** A2 e A3 nas Furnas de São Miguel, entre outras ações realizadas em diferentes áreas da ilha.
- Por último, em **África**, procedeu-se à melhoria da emissão de rádio de São Tomé e Príncipe.

### Análise Comparativa

Investimento na recuperação das Redes de Emissão RTP (€) | 2020 - 2022





## B37.i) Investimento em soluções de *middleware*

### Resultado 2022

À semelhança do sucedido em 2021, constatou-se através das interações com colaboradores da RTP que em 2022 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 que trata da integração de funcionalidades sem necessitar de aplicações terceiras.

Com efeito, não tendo ainda tido evolução o investimento em soluções de *middleware*, o indicador é considerado “Não Avaliado”.

## B38.i) Existência de um plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas

### Resultado 2022

O ano de 2021 havia sido irreversivelmente marcado pelo contexto pandémico e consequentes ações fundamentais que permitissem à empresa assegurar a continuidade das suas ações no decorrer do mesmo. Contrariamente, o ano de 2022 surge num contexto mais estável, onde estas condições adversas não impactaram a atividade da RTP de igual forma.

Assim, o plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas, deveria, em 2022, ir além das ações realizadas no âmbito do contexto pandémico sentido em 2021, sendo que, tal como mencionado no Projeto Estratégico, esta medida deve ser acompanhada de formação e equipamento adequado. Por via das várias interações realizadas com diversas áreas da empresa, ainda que se tenham realizado algumas ações de formação que se adequem a esta esfera de ação, nenhum avanço significativo foi feito ao nível do desenvolvimento de um plano formal que acompanhe o efeito, pelo que deve ser algo a ter em conta pela empresa no ano de 2023.

## B38.ii) Número de horas de formação dedicados ao cumprimento do plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas

### Resultado 2022

Ainda que não tenha sido desenvolvido um plano formal que acompanhe o objetivo de aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas, ao longo de 2022, ocorreram diversas ações de formação com o objetivo de potenciar esta ação.

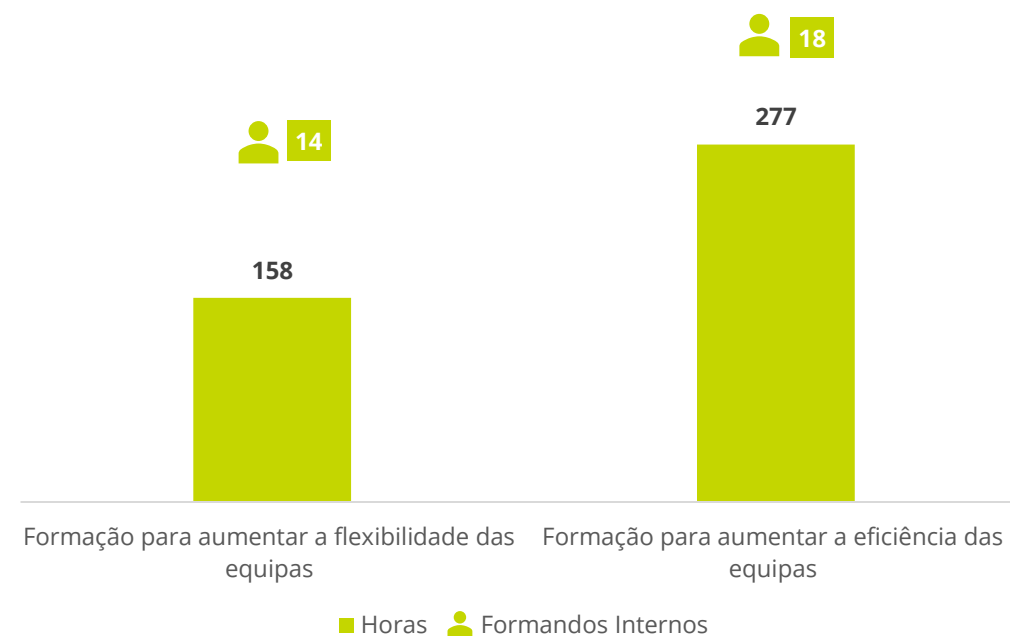
Ao todo, foi registado um **volume total de 296 horas de formação** realizadas. Este valor engloba **112 horas de formação** realizadas por **27 colaboradores**.

Ao nível da **Eficiência** foram realizadas **5 formações diferentes**, traduzindo-se em 8 ações de formação. No total, foi atingido um volume de 158 horas de formações – 42 horas de formação para 14 formandos.

No que toca à **Flexibilidade**, totalizou-se um volume de 277 horas de formação, distribuídas por 7 ações de formação (4 formações distintas). Formaram-se 18 colaboradores nesta dinâmica, com 98 horas de formação. Entre as formações partilhadas pelos colaboradores RTP, destaca-se a formação em MOJO, HEAT - Hostile Environment Awareness Training e em edição de imagem com a tecnologia Edius Canopus.

### Análise Comparativa

#### Formações realizadas para aumentar a flexibilidade e eficiências das equipas (#horas, #formandos internos) | 2022



## B39.i) Investimento em equipamento e tecnologia para MOJO

### Resultado 2022

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. Tal metodologia é já utilizada por diversas empresas de média no mundo, pelo que a RTP deve procurar manter-se atualizada e capacitada para seguir as inovações do mercado. Para que este desígnio seja concretizado, é necessário investimento ao nível de equipamentos e formação.

Ao longo de 2022, há registo da criação de um projeto de apetrechamento técnico das equipas de jornalismo com equipamentos mais ligeiros. Estes tipos de recursos são considerados mais adequados para trabalhos que requerem uma nova linguagem de captação e tratamento de imagem. Considerando que já foi ultrapassada a fase de requisitos, foi dado início ao processo de aquisição de equipamentos, mas esperasse que os meios estejam operacionais apenas em 2023.

Dado que não foi possível ainda finalizar o processo de criação de conteúdos e, considerando que o processo de apetrechamento não estar ainda concluído, a avaliação desta ação fica adiada para o último ano de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, pelo que o indicador se considera como “Não Avaliado”.

## B39.ii) Número de horas de formação dedicada a MOJO

### Resultado 2022

O *Mobile Journalism* (MOJO) surge no Plano Estratégico 2021-2023, no sentido de alinhar a RTP com as mais recentes práticas do mercado e de potenciar uma maior adaptabilidade dos colaboradores ao novo contexto digital. Desta forma, o MOJO que recorre a dispositivos móveis para a produção de conteúdo jornalístico, no registo de imagem, áudio e vídeo, e que rapidamente podem ser produzidos, editados e distribuídos para diversas plataformas e servidores diretamente do dispositivo, fornece uma capacidade de registo audiovisual rápida e eficiente, mas com menor qualidade dos conteúdos produzidos quando comparado com os meios profissionais.

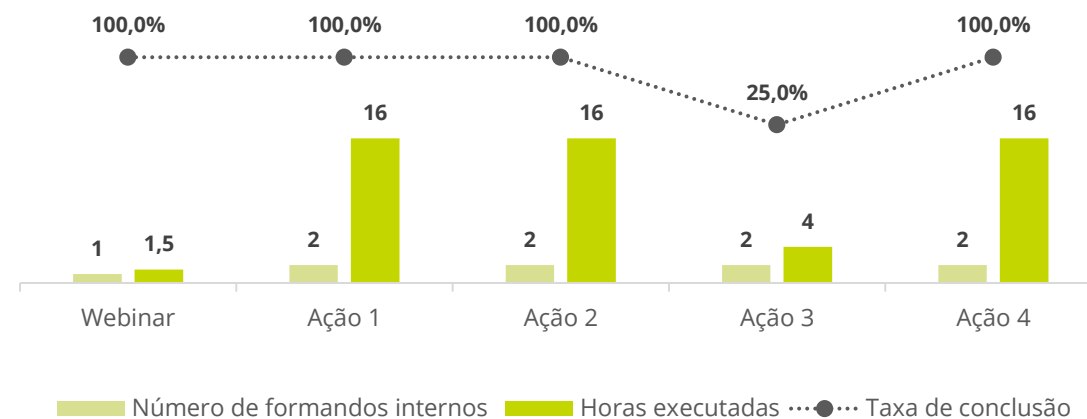
Neste sentido, ao longo do ano de 2022, foram conduzidas **4 ações de formação** que pretenderam familiarizar 8 diferentes trabalhadores nesta forma inovadora de ver e fazer jornalismo. A RTP conta com uma pessoa nos seus quadros que se especializou especificamente nesta temática e que tem a responsabilidade de assegurar a passagem de conhecimento por via destas ações formativas numa base *ongoing*. Desta forma, todas estas ações de formação têm uma duração prevista de 8 horas, tendo apenas a ação número 3 registado 4 horas de formação executada com uma taxa de conclusão dos formandos de 25%. Destaque-se ainda que estes tipos de formação se realizam num formato de 1 *shot*, não havendo ações de reforço posteriores, desde que haja prática e utilização por parte dos formandos. Para além disso, uma vez que cada vez mais pessoas estão a ser formadas nesta temática, o número de colaboradores a necessitar desta ação vai-se esgotando, pelo que é espetável que o número de formações não aumente substancialmente no futuro.

Adicionalmente, foi ainda conduzido **um webinar** de 1 hora e meia, por um trabalhador RTP.

Concluindo, no ano em análise foi feito um reforço na área formativa da RTP ao nível da preparação dos seus colaboradores para operarem com esta nova metodologia de criação de conteúdos, que é o *Mobile Journalism*. Ainda assim, a área de Recursos Humanos deve dar continuidade às ações alargando-as aos Centros Regionais.

### Análise Comparativa

**Ações de Formação Realizadas dedicadas a MOJO**  
(#formandos internos, #horas, taxa de conclusão) | 2022



## B39.iii) Percentagem de pessoas em função de suporte com/ sem computador

### Resultado 2022

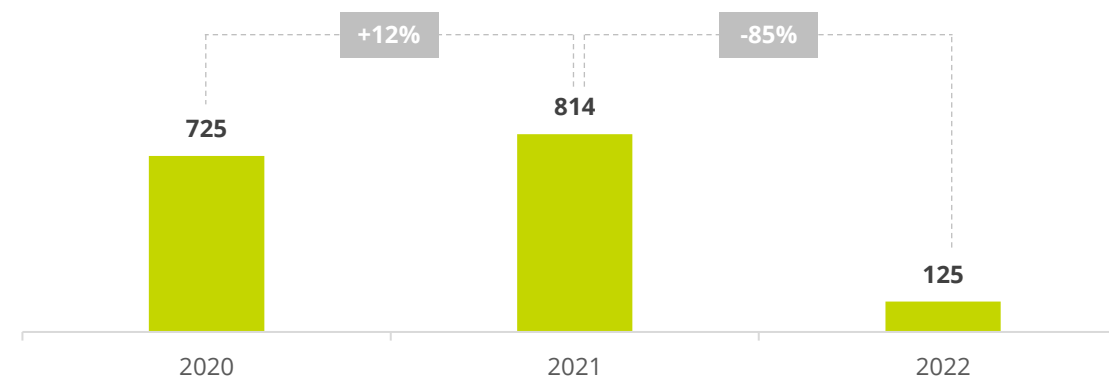
No ano de 2022, prosseguiu-se com o processo de modernização do parque informático dos utilizadores, substituindo os computadores de secretária por computadores portáteis. Esta decisão não só foi impulsionada pela necessidade de proporcionar mobilidade aos colaboradores, mas também decorreu da pandemia global, que exigiu a implementação do trabalho remoto e consequentemente um investimento significativo para a implementação do mesmo.

Ainda que não exista um indicador concreto para a medição da percentagem de colaboradores em função de suporte com e sem computador, constata-se, através da análise do Relatório e Contas de 2022, que o investimento na **“aquisição de computadores portáteis, periféricos e software para suportar os níveis de teletrabalho”** foi de 125 mil euros.

Embora o investimento realizado em 2022 seja 85% inferior ao do ano anterior, o enfoque na melhoria da eficiência operacional manteve-se constante e adaptado às circunstâncias do ano em análise – um período pós-pandemia e de regresso à normalidade.

### Análise Comparativa

Investimento em aquisição de computadores portáteis, periféricos e software para suportar os níveis de teletrabalho (mil€) | 2020 - 2022



## 5 PILARES ESTRATÉGICOS

PILAR

01

Rigor, pluralismo e  
modernidade na  
informação

PILAR

03

Estar mais perto e ser  
mais relevante para  
todos os públicos

PILAR

05

Organização em  
sintonia com a  
atualidade

PILAR

02

Mais qualidade e  
inovação nos  
conteúdos

PILAR

04

Investir em  
tecnologia digital  
multiplataforma

## 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 média 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 24

Baixo 0%

Moderado 0%

Elevado 100%

## Classificação por tipo de indicador

Indicadores Críticos Não Recorrentes 11 | Medidos 6

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

Indicadores Críticos Recorrentes 10 | Medidos 6

Baixo	Moderado	Elevado
0	0%	100%

Indicadores Relevantes Recorrentes 13 | Medidos 12

Baixo	Moderado	Elevado
0%	0%	100%

## Observações

No ano de 2022, a RTP não só foi novamente reconhecida pela Randstad Employer Brand Research como uma das 10 melhores empresas para trabalhar em Portugal, como foi também distinguida através de diversos prémios que destacam a excelência da organização e dos seus colaboradores, refletindo e incentivando a crescente confiança do público na empresa. Além disso, de acordo com o Estudo de Monitorização do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público, o Grupo RTP logrou manter o seu nível de notoriedade, ainda que considerando apenas o primeiro trimestre de 2022 para a análise. Registou-se uma melhoria na avaliação do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público, com um aumento de 0,2 p.p. em relação ao 4º trimestre de 2020 e 0,3 p.p. em relação ao 4º trimestre de 2019. No que diz respeito a iniciativas internas, a organização continuou a investir na formação técnica dos colaboradores e promoveu práticas de trabalho que incentivam um equilíbrio entre a vida profissional e pessoal. Adicionalmente, foram conduzidas diversas ações com vista ao destaque da importância da saúde mental, tendo a RTP oferecido apoio constante aos seus colaboradores nesse sentido. Por último, é relevante sublinhar a sustentabilidade dos resultados da RTP, uma vez que a obtenção de resultados líquidos positivos demonstra a manutenção de uma gestão equilibrada.

## | Oportunidades de melhoria

O Pilar Estratégico 5 é composto por diversas ações transformacionais e transversais à empresa, a serem executadas no período dos 3 anos de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, sendo 10 dos 34 indicadores são classificados como “Não Recorrentes”. Deste modo, ainda que se tratem de ações estratégicas complexas, deve ser assegurado o seu cumprimento no último ano do ciclo de avaliação, 2023. As ações estratégicas ainda por cumprir referem-se ao lançamento de programa de reconhecimento para aumentar a notoriedade externa da RTP, ao lançamento de uma estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital e ao lançamento de uma plataforma OTT. No âmbito dos Recursos Humanos, deve ser garantida a ligação do modelo de carreiras à avaliação do desempenho dos colaboradores até ao final de 2023, bem como o desenvolvimento de um índice de satisfação global dos trabalhadores. Por fim, deve assegurar-se a atualização do Organograma da RTP e a definição de métricas para avaliação do serviço público de média.

## LISTAGEM DE INDICADORES (I/V)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>1   LANÇAR PROGRAMA DE RECONHECIMENTO PARA ATIVIDADES QUE MAIS CONTRIBUÍRAM PARA AUMENTAR A NOTORIEDADE EXTERNA DA RTP</b>				
<b>B40.i)</b>	Lançamento de programa de reconhecimento para aumentar a notoriedade externa da RTP	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B40.ii)</b>	Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando a RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B40.iii)</b>	Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>2   AUMENTAR A COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA</b>				
<b>B41.i)</b>	Índice de notoriedade da marca institucional RTP	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B41.ii)</b>	Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B41.iii)</b>	Número de campanhas de comunicação reforçando a força de cada marca RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B41.iv)</b>	Centralização de competências de marketing e gestão da comunicação digital	Crítico	Não Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (II/V)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>3   LANÇAR UMA NOVA ESTRUTURA PARA O DESENVOLVIMENTO DE CONTEÚDOS NA ÁREA DIGITAL</b>				
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	●
<b>4   REFORÇO DA ÁREA DE INOVAÇÃO PARA CRIAÇÃO DE BASES PARA UM NOVO MODELO DE DESENVOLVIMENTO DE CONTEÚDOS</b>				
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	●
<b>5   ATUALIZAR O ORGANOGRAMA</b>				
B44.i)	Atualização do Organograma	Crítico	Não Recorrente	●







## LISTAGEM DE INDICADORES (II/V)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>6   IMPLEMENTAR O PROGRAMA MOVE</b>				
<b>B45.i)</b>	Número de trabalhadores impactados pelo programa MOVE	Relevante	Recorrente	●
<b>B45.ii)</b>	Número de reenquadramentos e reclassificações à luz do modelo de carreiras	Crítico	Recorrente	●
<b>B45.iii)</b>	Ligação do modelo de carreiras à avaliação do desempenho	Crítico	Recorrente	●
<b>7   LANÇAR PROJETO DE FORMAÇÃO PARA ATUALIZAÇÃO DE CONHECIMENTOS PROFISSIONAIS E TÉCNICOS</b>				
<b>B46.i)</b>	Número de horas e trabalhadores com formações na área do digital e nos formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento	Crítico	Recorrente	●
<b>B46.ii)</b>	Número de horas de formação para atualização de conhecimentos profissionais e técnicos	Crítico	Recorrente	●
<b>8   LANÇAR PROGRAMA DE PARIDADE DE GÉNERO E DIVERSIDADE NOS POSTOS DE RESPONSABILIDADE</b>				
<b>B47.i)</b>	Distribuição de trabalhadores por género por postos de responsabilidade editorial, administrativo e técnico	Crítico	Recorrente	●
<b>B47.ii)</b>	Remuneração auferida por género	Crítico	Recorrente	●
<b>B47.iii)</b>	Monitorização do programa através de gabinete específico, apresentador, etc.	Relevante	Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (IV/V)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>9   ALARGAR E PROFUNDAR PARCERIAS COM ENTIDADES RELEVANTES</b>				
B48.i)	Número de parcerias com entidades relevantes que fomentem a implementação de políticas e partilha de melhores práticas	Crítico	Não Recorrente	●
<b>10   LANÇAR UM PROJETO TRANSVERSAL DE OBTENÇÃO DE EFICIÊNCIAS OPERACIONAIS</b>				
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	●
<b>11   ATUALIZAR AS MÉTRICAS DE AVALIAÇÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE média</b>				
B50.i)	Métricas definidas para avaliação do serviço público de média	Crítico	Não Recorrente	●
B50.ii)	Número de programas específicos avaliados quanto à adequação aos valores da RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>12   CRIAR PROCESSO INTERNO DE COMUNICAÇÃO</b>				
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 (IV/V)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>13   PROMOVER INICIATIVAS RECORRENTES DE PARTILHA DE INFORMAÇÃO ENTRE A GESTÃO E OS TRABALHADORES</b>				
<b>B52.i)</b>	Número de iniciativas recorrentes de partilha de informação entre a gestão e os trabalhadores	Relevante	Recorrente	
<b>B52.ii)</b>	Índice da satisfação global dos trabalhadores	Crítico	Recorrente	
<b>B52.iii)</b>	Número de sessões com trabalhadores para promoção de temas relacionados com satisfação no trabalho	Relevante	Recorrente	
<b>14   MANTER GESTÃO EQUILIBRADA DAS CONTAS, DIVULGAR AS ATIVIDADES DE GESTÃO E PREPARAR CENÁRIOS PARA NOVO CONTRATO CONCESSÃO</b>				
<b>B53.i)</b>	Evolução das Receitas, Custos e Investimento	Crítico	Recorrente	
<b>B53.ii)</b>	Divulgação das atividades de gestão e tornar facilmente acessíveis os respetivos indicadores e relatórios	Relevante	Recorrente	
<b>B53.iii)</b>	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	

## B40.i) Lançamento de programa de reconhecimento para aumentar a notoriedade externa da RTP

### Resultado 2022

A projeção externa da RTP é um aspeto saliente no âmbito do Projeto Estratégico 2021-2023, revelando-se fundamental para garantir a contínua sintonia da organização com a atualidade. Para que este objetivo seja concretizado, torna-se imperativo empreender ações internas, como a possível criação de um Programa de Reconhecimento pela RTP, sugerido no plano em análise.

Com base no feedback obtido através de diversas interações com colaboradores da empresa, ao longo do ano em análise foram efetuadas várias iniciativas, particularmente pela equipa de marketing da RTP, com vista à promoção e ao reconhecimento da marca perante o público. Com efeito, tanto a nível nacional como internacional, a RTP tem recebido reconhecimento, não apenas sob a forma de prémios, nomeações e menções honrosas, mas também através da presença dos seus conteúdos em plataformas de *streaming* de grande alcance, como a Netflix.

No entanto, o lançamento deste programa não foi efetivado no período em análise. Visto que esta é uma iniciativa que se estende ao longo dos três anos de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, o indicador é classificado como "Não Avaliado".



## B40.ii) Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando a RTP

### Resultado 2022

À semelhança de anos anteriores, 2022 foi mais um ano em que a RTP volta a destacar-se em diversas áreas, refletindo-se na participação em diversos concursos que resultaram no premiar da empresa pública pelo desenvolvimento de diversos projetos realizados ao longo do tempo.

Ao nível de prémios atribuídos à RTP destaca-se o reforço da confiança na marca, refletido no 16º prémio concedido pela revista Seleções da Reader's Digest premiando a RTP como **Marca de Confiança dos Portugueses**. Para além disso recebeu pela décima vez, o Prémio Marca de Excelência em Portugal, numa iniciativa promovida pela Superbrands e foi considerada uma das **10 empresas mais atrativas para trabalhar em Portugal** pela Randstad Employer Branding Research.

Relativamente a **prémios atribuídos a programas específicos**, destaca-se o separador de Pedro Cabrita Reis que terminou o ano com variadíssimos prémios como o International Eyes & Ears Awards, o Prémio Design M&P 2022 e o Prémio Criatividade em Autopromoções e Inovação M&P'22. Além disso, as marcas "Praça da Alegria" e a Antena1 foram distinguidas nos Prémios Escolha do Consumidor 2022. Adicionalmente, foi atribuído o Prémio de Melhor Programa de Ficção e melhor Programa de Entretenimento atribuído pela Sociedade Portuguesa de Autores (SPA) às séries "Até Que a Vida nos Separe" e "Cá Por Casa", respetivamente. Por fim, um outro exemplo foi também a atribuição do Prémio Movimento de Arte Contemporânea que distinguiu o programa "Portugal em Direto", pela terceira vez.

Desta forma, a **RTP recebeu ao todo 11 prémios**, acompanhados de **19 outros prémios e menções honrosas atribuídas a programas específicos**.

### Exemplos de Prémios atribuídos à RTP

- 16º **Prémio Marca de Confiança**, pela revista Seleções da Reader's Digest
- **Prémio "Marca de Informação mais confiável em Portugal"**, pelo no Digital News Report, do Reuters Institute da Universidade de Oxford
- 10º **Prémio Marca de Excelência em Portugal**, numa iniciativa promovida pela Superbrands

### Exemplos de Prémios atribuídos a programas RTP

- **Prémios Design M&P 2022**, no âmbito de criatividade e design, foram distinguidos na categoria de "Curadoria de Imagem" os separadores RTP2: Separador da Moda Lisboa por Valentim Quaresma e Separador de Pedro Cabrita Reis
- **International Eyes & Ears Awards**, onde o separador RTP2 de Pedro Cabrita Reis foi distinguido com bronze
- **Globo de Ouro Melhor Projeto Ficção SIC** para a série "Glória"
- **Prémios Criatividade em Autopromoções e Inovação M&P'22**, destacando-se 2 ouros para: Série "Pôr do Sol", na categoria de Campanha de Ficção Nacional e o separador RTP2 de Pedro Cabrita Reis

### Exemplos de Nomeações RTP

- **34.º Grande Prémio Internacional de Rádio da URTI** com a nomeação de reportagem da Antena1, "Marco" de Rita Colaço

## B40.iii) Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP

### Resultado 2022

Para além dos prémios atribuídos à RTP e respetiva programação, os trabalhadores da empresa pública foram também merecedores de diversas distinções ao longo de 2022. 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.

Desta forma, há registo de um total de **9 trabalhadores galardoados** ao longo do período, com reconhecimento do seu trabalho em áreas como a informação, desporto, jornalismo ou entretenimento.

Entre os diversos prémios, encontra-se o reconhecimento de Cândida Pinto pelo trabalho desenvolvido no âmbito da cobertura da Guerra na Ucrânia distinguida pela Sociedade Portuguesa de Autores com o Prémio Mário Mesquita. Adicionalmente, o Prémio de Jornalismo de Excelência pelo Movimento de Arte Contemporânea distinguiu o trabalho feito por Dina Aguiar no programa “Portugal em Direto” e José Rodrigues dos Santos foi condecorado com o Prémio Jornalismo de Confiança 2022, pela revista Seleções Reader’s Digest.

Um dos grandes destaques do ano em análise vai para a área desportiva com a entrega de prémios como Prémio Jornalismo Desportivo e o Prémio de Jornalismo - Igualdade, Inclusão e Excelência Desportiva, ambos atribuídos a João Miguel Nunes, atribuídos pelo Comité Paralímpico de Portugal. Também o prémio internacional “Patrocina Un Deportista” foi atribuído a João Pedro Mendonça, sendo distinguido em Madrid pela carreira ímpar na divulgação das modalidades olímpicas.

Por fim, também Vasco Palmeirim foi merecedor de um Globo de Ouro na área de entretenimento, sendo distinguido como Personalidade do ano na 26.ª edição dos Globos de Ouro da SIC.

### Exemplos de Prémios atribuídos a trabalhadores RTP

- **Prémio Mário Mesquita**, atribuído a Cândida Pinto pela Sociedade Portuguesa de Autores
- **Globo de Ouro Entretenimento** relativo a personalidade do Ano SIC na 26.ª edição dos Globos de Ouro da SIC atribuído a Vasco Palmeirim
- **Prémio Jornalista de Confiança 2022**, atribuído a José Rodrigues dos Santos pela Revista Seleções Reader’s Digest
- **Prémio de Jornalismo de Excelência** pelo Movimento de Arte Contemporânea atribuído a Dina Aguiar
- **Prémio de Jornalismo - Igualdade, Inclusão e Excelência Desportiva**, atribuído pelo Comité Paralímpico de Portugal a João Miguel Nunes

## B 4 1 . i) Índice de notoriedade da marca institucional RTP

### Resultado 2022

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) e referente apenas ao primeiro trimestre do ano em análise, **o Grupo RTP, manteve o seu nível de notoriedade** relativamente constante face aos anos anteriores a 2022. Para além disso, a área do grupo RTP que teve maior notoriedade continuou a ser a área da televisão, seguido pelo 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% declarou ter estabelecido contacto no “último dia” (dia anterior à realização do inquérito).

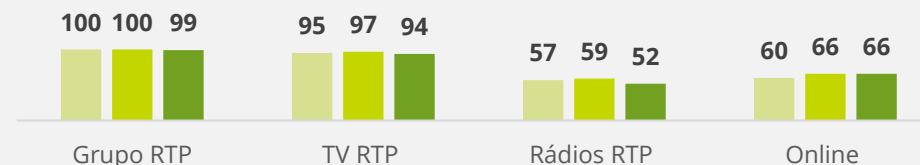
No que respeita a **Televisão**, os níveis de notoriedade mantêm-se relativamente constantes (94%), e foi mencionado que 65% e 44% dos indivíduos teve contacto com este universo na “última semana” e no “último dia”, respetivamente. Na **Rádio**, apesar de uma redução pouco significativa em 7p.p. na notoriedade, 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%.

Contudo, destaca-se que apenas foi possível recolher informação relativa ao primeiro trimestre de 2022, limitando, de certa forma, a análise realizada. Desta forma, a RTP deve assegurar a continuidade e uniformização dos métodos da recolha dos dados, no sentido de assegurar que consegue medir de forma recorrente a notoriedade da marca institucional RTP.

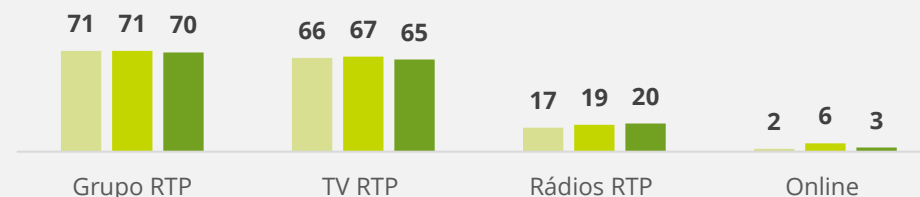
Fonte: Monitorização do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP, Ipsos Apeme, 9º vaga

### Análise Comparativa

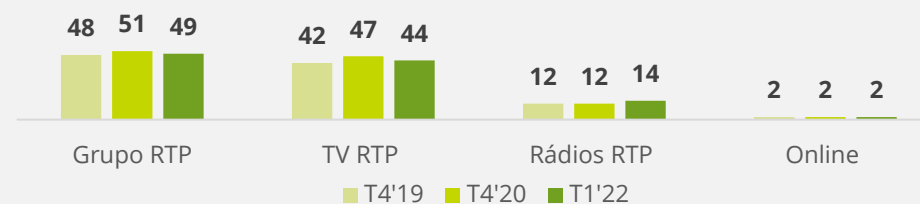
Notoriedade (%) | T4'19 - T1'22



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 2022

O Estudo de Monitorização do Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP, conduzido pela Ipsos Apeme e lançado em 2022 (9º vaga), entre outros objetivos, tem como finalidade a análise de satisfação global da oferta RTP. Em 2022, os resultados dizem no entanto respeito apenas ao primeiro trimestre do ano em análise, dada a falta de uma segunda vaga do Estudo.

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.

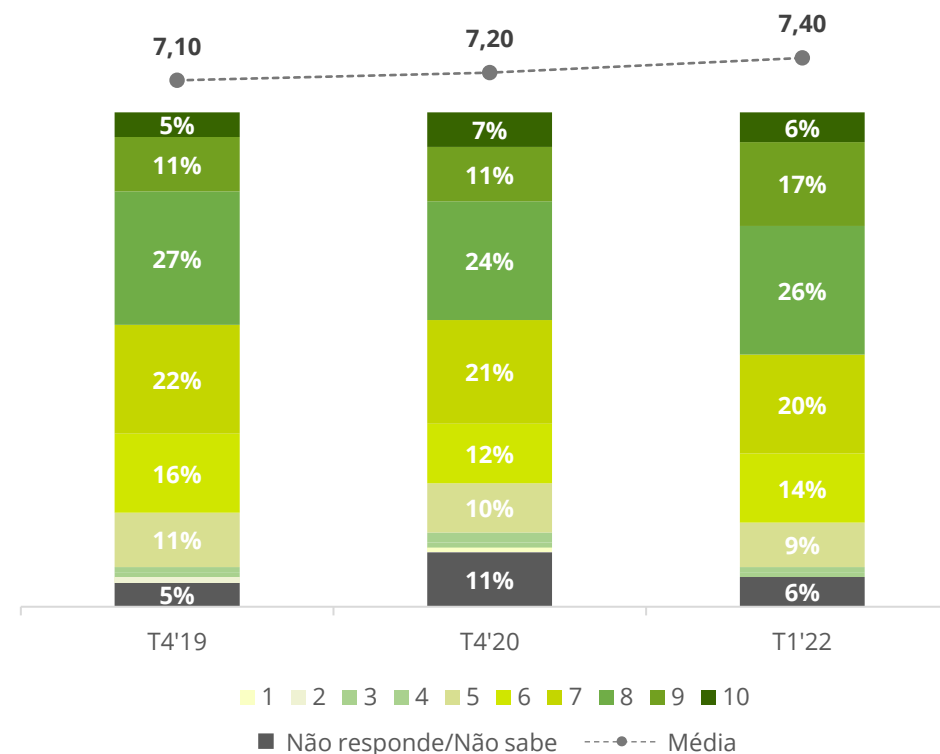
Para além disso, no primeiro trimestre de 2022, 23% dos inquiridos avaliaram este critério com uma classificação entre 9 e 10, tendo esta proporção alcançado os valores de 16% e 18% em 2019 e 2020, respetivamente.

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. As restantes áreas, **Rádio** e **Internet**, registaram ambas 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.

Contudo, destaca-se que não foi possível recolher informação relativa ao ano de 2021, e que relativamente ao ano de 2022 apenas se agregou informação referente ao primeiro trimestre, limitando, de certa forma, a análise realizada. Desta forma, a RTP deve assegurar a continuidade e uniformização dos métodos da recolha dos dados, no sentido de assegurar que consegue medir de forma recorrente a perceção do nível de cumprimento da missão de serviço público.

### 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 2022

A promoção da marca RTP é percebida como um aspeto basililar para o processo de maximização do potencial das diversas áreas da empresa, incluindo televisão, rádio e digital. Desta forma, esta preocupação deve ser endereçada de forma a assegurar a sua notoriedade e reconhecimento externo.

Ao longo de 2022 foram conduzidas várias campanhas incluindo a celebração dos 65 anos da RTP e 50 anos da RTP Madeira. As marcas **RTP1** e **RTP Play** foram objeto de grande investimento com a promoção das mesmas por via de campanhas de *outdoor*, promovendo grandes estreias de séries de ficção nacional, acompanhadas de presenças em diferentes festivais de música.

Já a **RTP2** marcou presença em escolas na ambição de promover a inclusão e igualdade com o projeto #shayhi. Para além disso, a **RTP Ensina** desenvolveu uma campanha de promoção do novo sítio e esteve presente com ativações da marca em eventos orientados à temática da educação e formação como são exemplo o Futurália e a Qualifica e contou, ainda, com o apoio da promoção na televisão, rádio e nas plataformas digitais.

Já na Rádio, a **Antena1** marcou presença em grandes eventos como a Santa Casa Alfama, Festival Músicas do Mundo e o Festival Bons Sons. A **Antena2** esteve envolvida na edição do Prémio Jovens Músicos e no Festival Antena2 e, por fim, a **Antena3** comemorou o seu aniversário, lançou o documentário dos The Weasel e tomou presença nos mais diversos festivais de música, também na procura de promover a sua marca.

Para além disso, destaca-se a presença da marca na Comic Con, onde, por meio de uma ação de promoção cruzada se criou uma ativação no local com grande destaque para a RTP Play e o programa "Taskmaster". Neste sentido, foram desenvolvidos diversos painéis de conversa e debate com as séries RTP1, Pôr do Sol, Codex 362, Telefilmes RTP, Séries RTP Lab, painel "Taskmaster" e Painel RTP Arena dedicado especialmente à

temática do *gaming*.

Foram, ainda, desenhadas campanhas 360, isto é, transversais aos vários meios de comunicação, incluindo meios internos e externos, como redes sociais, como forma de promoção das várias séries. A título de exemplo foram promovidos os programas "Rainha e a Bastarda", "Crimes Submersos", "Da Mood" e "Maré Negra". Adicionalmente, também o festival da canção surge como um grande marco na promoção da marca RTP, contando com várias campanhas de comunicação que se estendem até ao Festival Eurovisão da Canção que no ano de 2022 se realizou em Turim e que contou com de *merchandising* para divulgação de apoio à canção portuguesa.

O ano de 2022 representou também uma forte aposta no reforço da mensagem da diversidade e da complementaridade das marcas e dos conteúdos dos 3 universos da marca. Desta forma, foram feitas publicações semanais da *Newsletter* Imperdível, que conta com sugestões de programação dirigida ao grande público.

Para concluir, podemos realçar que a **RTP Play** foi a marca prioritária a ser comunicada no ano em análise, tendo tido um grande destaque e fortes ativações de marca em eventos como MEO Marés Vivas, NOS Alive e Sol da Caparica. Adicionalmente, a promoção da mesma contou inclusivamente com presença em eventos B2B, como o QSP SUMMIT e o Congresso da APDC.

## B41.iv) Centralização de competências de marketing e gestão da comunicação digital

### Resultado 2022

Para o triénio 2021-23, a RTP pretende aumentar e melhorar não só a comunicação externa, direcionada ao público em geral, como também a interna, que garantam a uniformização intra organizacional, ambas suportadas pelo desenvolvimento de competências de *marketing* e gestão que garantam uma comunicação digital centralizada e coerente.

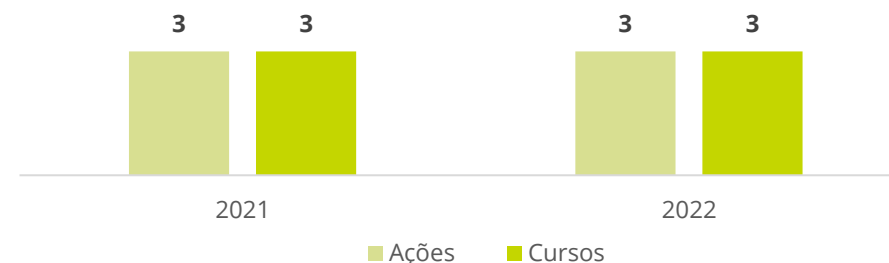
No que se refere à **comunicação interna**, em 2022, houve um registo de publicações internas diárias na intranet de conteúdo relativo a informações, estreias e iniciativas da RTP, acompanhadas da publicação mensal da *Newsletter @RTP*, onde se divulgaram ações, investimentos e iniciativas mais relevantes levadas a cabo pela empresa, destacando diversos projetos nas mais variadas áreas, assegurando e potenciando a partilha de informação de forma transversal. Para além disso, em novembro 2022, foi realizado um Encontro de Quadros, que abordou a “A Transformação e o Futuro do Serviço Público de Média” e que contou com uma transmissão via *streaming* no sítio da Intranet RTP, com o objetivo de garantir que todos os colaboradores fossem capazes de acompanhar o evento e respetivas intervenções dos convidados externos e do Conselho de Administração.

Ao nível da **comunicação externa**, a RTP apostou nas mais diversas campanhas digitais. Além das campanhas comemorativas de celebração dos 60 anos da RTP, 50 anos da RTP Madeira e 25 anos da RTP África, apostaram, de igual forma, no desenvolvimento criativo e produtivo de ativações que promovessem os vários conteúdos dos diferentes meios. Destaca-se a promoção das séries de ficção de vários serviços de programas, com especial atenção à RTP1, que contou com campanhas para diversos outros programas, entre os quais se destacam “DaMood”, “Taskmaster”, “Rainha e a Bastarda”, “Viagem a Portugal”, “Cuba Libre”, “Abandonados”, “Crime do Padre Amaro”, “Masterchef Portugal”, “Sou Menino Para Ir” ou “3 Mulheres”. Houve espaço para a promoção de atividades desportivas como o “Campeonato Europeu de Futebol Feminino” ou, ainda, da coleção de livros “A Vida Privada dos Livros”, editada a

partir do programa da RTP3 com o mesmo nome, apresentado por Ana Daniela Soares e Alberto Manguel. As mais variadas ações contaram com spots de televisão, comunicação em rádio, anúncios de imprensa, redes de *mupis* e campanhas *online*, seja redes sociais ou peças *web*.

Por fim, na área formativa, a direção de Marketing Estratégico e Comunicação (MEC), realizou cerca de **5 pedidos de formação à direção de Recursos Humanos** para o ano de 2022. O número de ações e cursos permanece inalterado face a 2021, tendo sido **registadas 22 horas de formação na categoria de “Marketing e Publicidade”**, resultantes de 3 cursos que contaram, ao todo, com 14 formandos em 2022. Entre as várias ações, salienta-se a sessão direcionada a Google Ads (Marketing digital) e um módulo de “Introdução à Comunicação Digital”.

Número de ações e cursos realizados na área de “Marketing e Publicidade” | 2021 - 2022



Fonte: RCOSPPE, 2022; Relatório Academia, 2022; Fonte Interna RTP

## B42.i) Lançar uma nova estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital

### Resultado 2022

De acordo com o Projeto Estratégico 2021-2023 e as ações delineadas nele, a RTP tem como objetivo estabelecer uma nova estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na esfera digital. Nesse sentido, o ano de 2022 representou um progresso significativo rumo à concretização desse objetivo, embora a ação em si não tenha sido implementada no ano em análise. Como resultado, a criação de conteúdos digitais permaneceu uma atividade segregada, organizada por serviço de programas.

Contudo, uma vez que esta é uma ação não recorrente abrange a ser realizada ao longo dos 3 anos de vigência do Projeto Estratégico 2021-2023, o indicador é designado como "Não Avaliado".

## B42.ii) Número de pessoas alocadas a desenvolvimento de conteúdos na nova estrutura na área digital

---

### Resultado 2022

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 2022

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 2022. 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 2022

Em 2022 foi **desenvolvido um grupo de trabalho denominado RE7**, cujo objetivo seria o de iniciar o processo de reorganização interna da empresa. Este grupo contou com a colaboração de mais de 150 pessoas da empresa, oriundas propositadamente das segundas linhas das hierarquias. Desta forma, uma das linhas de ação deste projeto consiste na revisão do modelos de desenvolvimento e produção de conteúdos, incluindo uma análise e diagnóstico da estratégia da aquisição, produção e consequente distribuição, com incidência transversal a todos os serviços de programas. O principal foco surge na capacidade multiplataforma dos conteúdos, uma vez que o digital será a base da transformação organizacional.

Assim, este projeto consistiu na avaliação, desenvolvimento e recomendação de novos processos de planeamento, aquisição de conteúdos, organização de produção e eficiência, de onde surgiram mais de 100 recomendações de curto médio e longo prazo e contou com o apoio da EBU e vários dos seus técnicos. Tais recomendações estão de momento em fase de avaliação pelas chefias das estruturas impactadas e serão implementadas de forma faseada, consoante a sua complexidade.

Destaca-se, ainda, que foram conduzidas diversas reuniões com entidades europeias de serviço público de média, onde foram abordados os mais recentes modelos organizativos e levantados os diferentes desafios transformacionais decorrentes dos novos hábitos de consumo dos espectadores, que devem ser endereçados, de forma a garantir a relevância do serviço público de média.

Concluindo, 2022 ficou marcado pelo arranque do projeto supramencionado que se espera ter um grande impacto no futuro da RTP. Por via da fase de análise e diagnóstico realizadas, foram criadas as primeiras bases para a criação do novo modelo de desenvolvimento de conteúdos.

## B 43.ii) Número de parcerias com universidades, institutos politécnicos e outras organizações relevantes no domínio da inovação

### Resultado 2022

Em 2022, a RTP continuou a fortalecer as suas parcerias com diversas instituições académicas e entidades da sociedade civil, colaborações essas que foram fundamentais para promover o conhecimento, a cultura e a divulgação de conteúdo relevante junto do público.

Nesta ótica, manteve-se a ligação a instituições de renome, como a **Nova SBE**, a **Universidade de Coimbra** e a **Universidade do Minho**, fomentando a partilha de conhecimentos e recursos, enriquecendo a programação e os conteúdos produzidos pela RTP.

Relativamente à **Antena2**, mantiveram-se as parcerias com a **Universidade de Aveiro**, a **Universidade Nova de Lisboa**, a **Universidade de Évora** e a **Universidade da Beira Interior**, entre outras. Este serviço de programas de rádio estabeleceu também colaborações com diversas **associações profissionais e cívicas**, cujas parcerias permitiram, adicionalmente, a divulgação de iniciativas e conteúdos produzidos em conjunto com as entidades mencionadas, enriquecendo assim a oferta cultural da RTP.

No final de 2022, a **Informação Rádio** estabeleceu um protocolo com a **Universidade Nova de Lisboa** para a **produção de uma série de 10 pequenos documentários** sobre investigações científicas relacionadas com a alimentação sustentável, abordando pesquisas realizadas em várias universidades de Portugal continental e ilhas.

No campo da **Multimédia**, a RTP manteve a sua parceria com a **Universidade de Aveiro** para o ano letivo de 2022/2023, com vista ao desenvolvimento do **Projeto Transversal do Mestrado em Comunicação Audiovisual Para Novos Média (MCANM)**, que consiste num trabalho temático de elaboração de projetos narrativos, abrangendo ficção, documentários e outras formas de narrativa ao longo do ano letivo.

Destacam-se também programas como **"UMA Investiga"** em colaboração com a **Universidade da Madeira**, e **"Giro 78, Viagens Sonoras em Goma-Laca"** em parceria com a **Universidade de Aveiro**, que também contou com a transmissão de investigações sobre satélites na rubrica **"Fez-se por Cá"**, apresentando o trabalho realizado por esta instituição.

Por fim, a RTP continuou a apoiar atividades culturais e de investigação científica, incluindo dissertações de mestrado, teses de doutoramento, elaboração de artigos e monografias, concertos, entre outras iniciativas, em colaboração com instituições como a **Universidade Aveiro**, o **Instituto de História Contemporânea da FCSH da Universidade Nova de Lisboa**, a **Universidade de Lisboa**, o **Instituto de Etnomusicologia-INET-md**, a **Universidade dos Açores** e a **Universidade de Évora**.

### Programas emitidos na área da Educação para os Meios Audiovisuais

Programas	Duração 2021	Duração 2022	Varição
Escola Superior da Comunicação Social - E2	45:45:50	43:29:08	▼ 02:16:42
Escola Superior de Educação de Coimbra - ESEC TV	41:42:25	43:01:32	▲ 01:19:07
Intituto Politécnico do Porto	02:41:27	01:44:47	▼ 00:56:40
Universidade Aberta	08:22:47	12:22:49	▲ 04:00:02
Universidade de Aveiro - A Química das Coisas	14:36:05	49:23:51	▲ 34:47:46
Universidade do Porto - As novas viagens philosophicas	29:14:47	37:23:37	▲ 08:08:50
Universidade Lusófona de Lisboa - Um Natal Especial	00:25:57	00:51:54	▲ 00:25:57

Fonte: RCOSPPE, 2022; Fonte Interna RTP

## B44.i) Atualização do Organograma

### Resultado 2022

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 nacional e internacional, e desporto. Deste modo, é objetivo do serviço público de média clarificar o seu organograma, de modo a alocar responsáveis a áreas temáticas.

Como resultado, a RTP empreendeu um projeto estratégico abrangente para reorganizar a empresa, englobando todas as áreas da organização, tendo sido ao longo do ano sob análise implementadas iniciativas que contribuíram para o progresso na atualização do Organograma da RTP.

Contudo, e ainda que tenha existido uma reestruturação do organograma na área de **Conteúdos** em setembro de 2023, uma vez que este processo não foi concluído no ano em análise (2022), pelo que o indicador é designado como "Não Avaliado".

## B 45 . i) Número de trabalhadores impactados pelo programa MOVE

### Resultado 2022

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.

Este programa garante que se realize, primeiramente, um concurso interno aquando da abertura de uma nova posição, e apenas posteriormente, caso a posição não tenha sido ocupada, é que se pode recorrer a um concurso externo.

Ao longo de 2022, foram criadas várias oportunidades de carreira e mobilidade para o desenvolvimento profissional, tendo sido lançados, no total, **33 concursos internos**, que se traduziram em 53 candidaturas a concursos internos recebidas pela direção de Recursos Humanos, que envolveram 46 trabalhadores, sendo que alguns trabalhadores se candidataram a mais do que um concurso interno.

No âmbito da mobilidade enquanto fator de motivação, de desenvolvimento e de evolução, constata-se que o **número de trabalhadores impactados foi de 84** sendo que destes, **14 decorreram de concursos internos**, sendo os restantes relativos a transferências de outros processos.

## B45.ii) Número de reenquadramentos e reclassificações à luz do modelo de carreiras

### Resultado 2022

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.

À luz do que se tinha verificado em 2021, no que respeita ao processo de reenquadramentos e respetivas sugestões recolhidas, foi elaborado um novo Regulamento do Processo de Reenquadramentos, de forma que este passasse a incluir o parecer das chefias diretas dos colaboradores como fator de fundamentação das propostas.

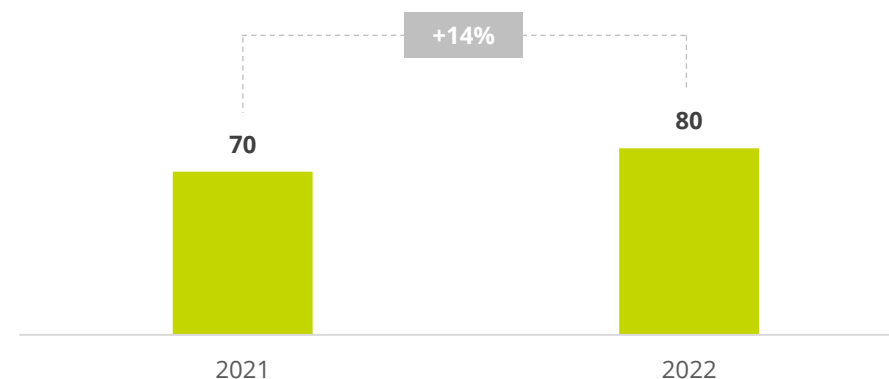
Para além disso, por via de uma estreita colaboração com as várias direções da RTP, foi possível concluir o processo de reenquadramentos para 2022, sendo feito um diagnóstico da adequação da categoria e nível de desenvolvimento com as funções exercidas pelos trabalhadores.

Em 2022, procedeu-se ao **processo de reenquadramento e reclassificação de um total de 80 trabalhadores**. Este processo ocorreu maioritariamente da necessidade de atribuir novas funções decorrentes da saída de trabalhadores da Empresa ou a processos de reorganização estrutural ou operacional. Traduz, ainda, a aplicação da política de mobilidade interna da Empresa (Programa MOVE) e colocação dos trabalhadores em outras posições funcionais.

Note-se que, tal como foi destacado por via das entrevistas realizadas com diferentes colaboradores da RTP, estes reenquadramentos não parecem ter decorrido ainda por via de questões meritocráticas, sendo esta ainda uma questão aparentemente limitativa deste processo na empresa.

### Análise Comparativa

Número de reenquadramentos realizados (# colaboradores) |  
2021 - 2022



## B45.iii) Ligação do modelo de carreiras à avaliação do desempenho

### Resultado 2022

No ano de 2022, a RTP prosseguiu à negociação da revisão do Modelo de Carreiras com as associações sindicais, um modelo que visa a tipificação da atividade dos colaboradores e o respetivo nível de *expertise* e que, por isso, se encontra na base de informação para o desenvolvimento de um Método de Avaliação de Desempenho.

Não obstante, apenas será possível estabelecer uma ligação entre a avaliação do desempenho de cada colaborador e o Modelo de Carreiras uma vez que este esteja atualizado.

Assim, o processo de alinhamento entre o Modelo de Carreiras e a Avaliação de Desempenho deverá ficar concluído em 2023, o último ano 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 2022

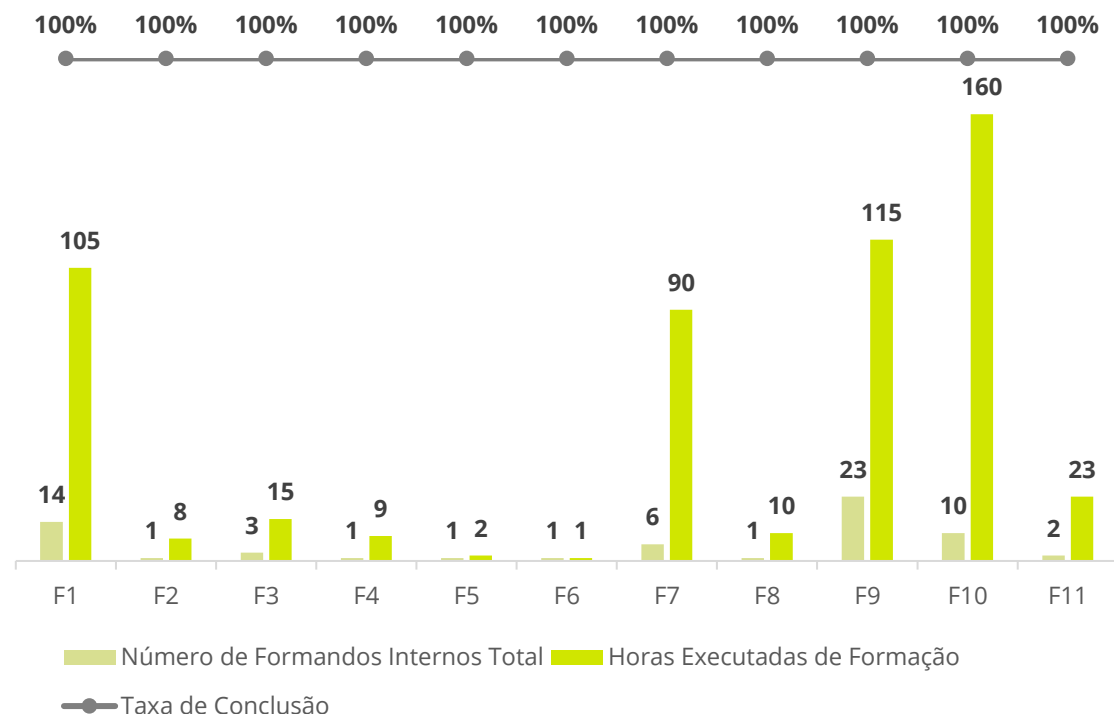
Em 2022, realizaram-se **11 blocos de formação na área do digital e dos formatos atualizados de consumo de informação e de entretenimento**, mais 5 do que no ano homólogo, sendo estes: (1) *Advanced Podcasts*; (2) *Customer Journey*; (3) EBU: *E-workshop - Improving Your Coverage of Women in Sport*; (4) EBU: *Making Creative Use of Archive Content*; (5) EL: *BYOD e os dispositivos móveis*; (6) EL: *Introduction to Virtual Sets and Augmented*; (7) EL: *Storytelling in the workplace*; (8) Google ADS (Marketing Digital); (9) *Produção de Podcasts*; (10) *Produção em ambiente Live IP* e (11) *Workshop: EU Digital Services ACTS Package*.

De entre estes 11 blocos de formação conduzidos no ano em análise, merece destaque o curso "**Produção de Podcasts**", que contou com a participação de 23 colaboradores, que dedicaram um total de 115 horas para completar o curso.

Assim, ao longo do ano de 2022, foram registadas um total de **538 horas de formação**, com todos os formandos a cumprirem as horas estipuladas para cada curso, resultando numa **taxa de conclusão de 100%**.

### Análise Comparativa

Formações realizadas na área do digital e nos formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento | 2022



## B46.ii) Número de horas de formação para atualização de conhecimentos profissionais e técnicos

### Resultado 2022

Com o final do ano de 2021, um ano parcialmente marcado pela pandemia, a RTP conseguiu em 2022 apostar em mais iniciativas e horas de formação dos seus colaboradores em conhecimentos técnicos e profissionais.

Neste âmbito, estão incluídos cursos com conteúdos em configuração, operação e manutenção de sistemas e *software* da áreas de audiovisuais e eletrónica. Para além disso, foram ainda realizadas formações técnicas com as áreas do Marketing e Jornalismo, uma vez que incluíram aquisição de conhecimentos fora da sua área normal de atuação, como é exemplo do Direito ou *Search Engine Optimization* (SEO), para cada uma das áreas, respetivamente.

Desta forma, foram efetuados **26 blocos de training de âmbitos distintos**, distribuídos ao longo do ano num número total de **2.241 horas**.

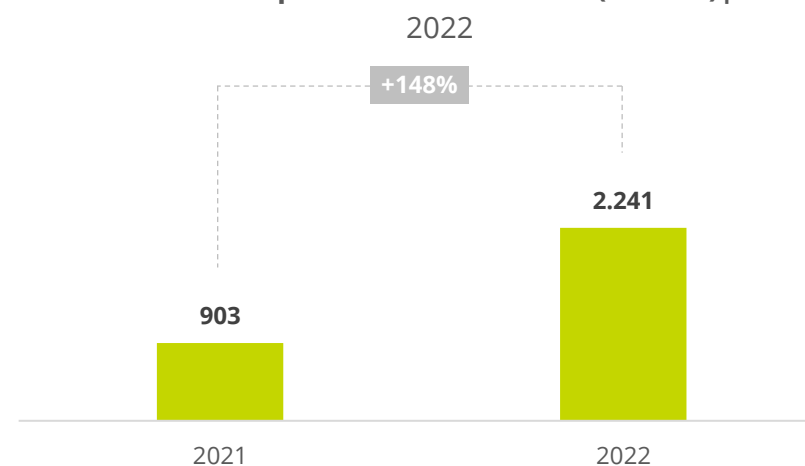
A título de exemplo, de entre estas formações podem-se listar:

- Configuração e administração do *software* médiaREC, que contou com 3 horas de formação a 3 formandos;
- Curso HDTV - *High Definition* (SD) - *Serial Digital Interface* (SDI), que incluiu análise e medidas com instrumentação HDTV, que contou com 4 ações de formação que impactaram um total de 34 colaboradores, num total de 30 horas;
- Formação de Jornalistas na área de justiça;
- Gold Workshop – SteadyCam que numa ação de 40 horas formou 1 colaborador RTP;
- ENPS 9 - *Lead Users*, com 11 formandos a realizar 24 horas de formação;

Desta forma, face a 2021, a RTP  **aumentou o volume de horas de formação nesta área em 148%**, reforçando a sua aposta na atualização dos conhecimentos técnicos e profissionais dos seus colaboradores.

### Análise Comparativa

#### Número de horas realizadas para a atualização de conhecimento profissional e técnico (#horas) | 2021-2022



## B 47. i) Distribuição de trabalhadores por género por postos de responsabilidade editorial, administrativo e técnico

### Resultado 2022 (1/2)

A RTP tem como pilar basilar para o Projeto Estratégico em análise a procura do desenvolvimento de uma “Organização em sintonia com a atualidade”. Neste âmbito, um dos principais focos é o de prestar o seu serviço público com a linha do olhar sob a promoção da igualdade e diversidade, não apenas com expressividade nos conteúdos transmitidos, mas também nas formas de gestão.

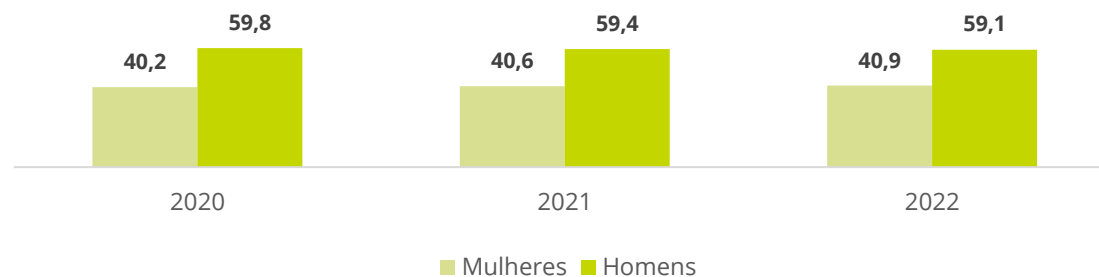
Em 2022, a distribuição da totalidade de colaboradores por género na RTP mantém bastante semelhante comparativamente ao verificado no ano de 2021, com um aumento da percentagem de mulheres nos seus quadros de 0,3pp. Ainda que o sexo masculino continue a ser percentualmente o mais elevado, verificou-se que tem havido um avanço para o desenvolvimento de um quadro mais homogéneo, com esforços realizados no sentido de alcançar uma representatividade mais igualitária entre mulheres e homens ao longo dos últimos anos. Desta forma no ano em análise, registou-se na empresa uma representação relativamente mais equitativa dos dois géneros, com uma percentagem de 40,9% de mulheres e 59,1% de homens a desempenharem 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. De acordo com o *feedback* recebido, esta situação deve-se maioritariamente ao facto de a RTP ser refém de um contexto histórico muito marcado, visto que 41% dos trabalhadores que constituem os seus quadros, trabalham na RTP há pelo menos 30 anos, sendo que desta parcela, 56% dos colaboradores são do sexo masculino, levando a que ainda seja visível a herança daquilo que eram as práticas comuns de outros tempos.

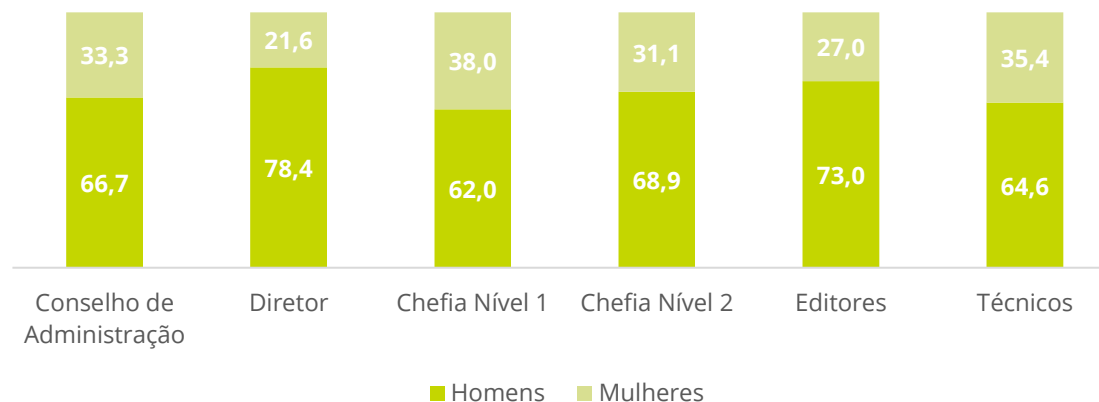
Tal como em 2021, em nenhuma das áreas sob análise – Conselho de Administração, Diretor, Chefia Nível 1, Chefia Nível 2, Editores e Técnicos – se deixa de verificar a predominância de trabalhadores do género masculino, sendo que, em todas as categorias, pelo menos 62% dos colaboradores são do sexo masculino.

### Análise Comparativa (I/II)

#### Total de colaboradores por género (%) | 2020 - 2022



#### Categorias profissionais por género (%) | 2022



Fonte: Relatório para a Igualdade de Género, RTP 2022

## B 47 . i ) Distribuição de trabalhadores por género por postos de responsabilidade editorial, administrativo e técnico

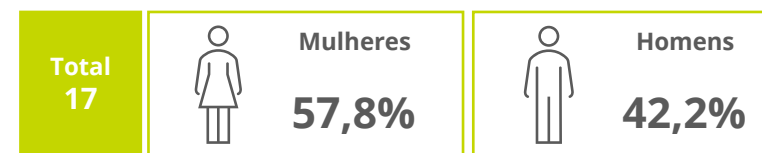
### Resultado 2022 (2/2)

Não obstante, é de realçar que, ao observar as contratações realizadas nos últimos 4 anos, conclui-se que cerca de **58% 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.

Para concluir, ainda que sejam apresentadas várias limitações para o efeito, são claros os esforços da RTP em tentar que a igualdade de género seja alcançada.

### Análise Comparativa (II/II)

#### Distribuição de género dos profissionais com antiguidade entre 0 e 4 anos | 2022



## B47.ii) Remuneração auferida por género

### Resultado 2022

No que respeita à remuneração auferida por género, os valores médios para o sexo masculino são superiores na generalidade dos indicadores.

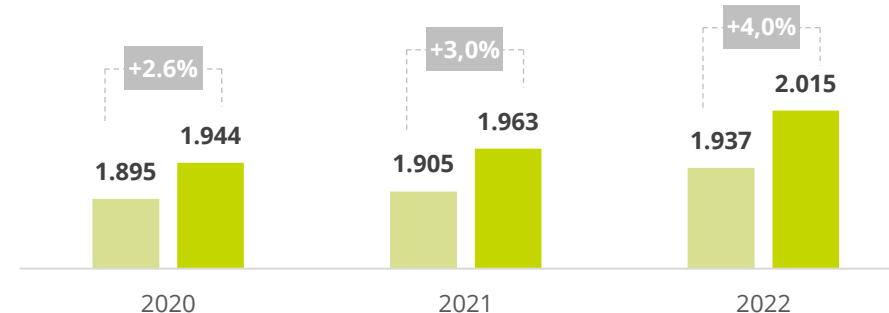
Ao nível da **remuneração média base mensal**, verifica-se que o sexo masculino recebe cerca de 4% mais do que o sexo feminino. Ainda que de forma muito pouco significativa, os dois valores não se têm vindo a aproximar desde 2020, tendo-se registado um aumento de 1p.p. nesta diferença, face a 2021.

Esta diferença aumenta quando analisamos a **remuneração média total**, que é superior em cerca de **8,1%** 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.

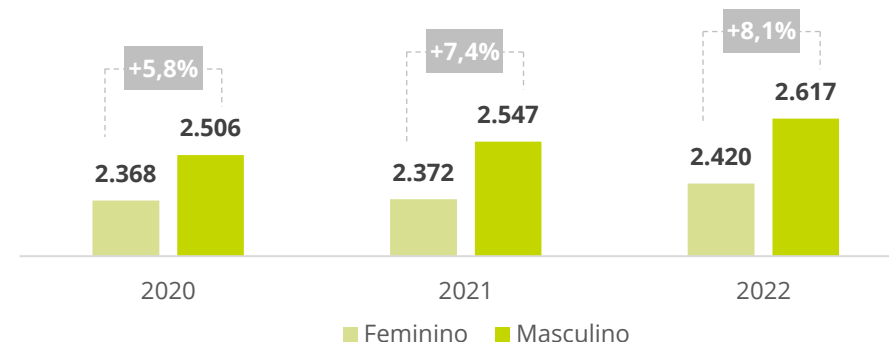
Para concluir, ainda que o diferencial não seja extremamente significativo e seja maioritariamente justificado pelo contexto histórico da empresa, deve-se ter em consideração que os valores remuneratórios têm seguido uma tendência de se tornarem cada vez mais diferenciados e não homogêneos, pelo que deve ser dada particular atenção por parte da RTP a evolução deste indicador.

### Análise Comparativa

#### Remuneração Média Base (€) | 2020 - 2022



#### Remuneração Média Total (€) | 2020 - 2022



## B47.iii) Monitorização do programa através de gabinete específico, apresentador, etc.

### Resultado 2022

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.

À semelhança do realizado em anos anteriores, com a ambição de assumir um papel proativo neste âmbito da responsabilidade, é elaborado anualmente 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. O ano de 2022 não foi exceção, tendo sido publicado o **“Plano para a Igualdade de Género, Cidadania e Não Discriminação 2022”** visando a partilha das metas alcançadas ao longo os últimos anos nesta esfera, incluindo um particular olhar sobre o projeto RTP - Pela Igualdade e Inclusão.

De igual modo, e de forma a executar a monitorização dos progressos ou regressos nos objetivos estabelecidos no Plano para a Igualdade de Género, foi também elaborado pela área dos Recursos Humanos o **Relatório para a Igualdade de Género**.

Desta forma, ainda que não haja nenhum programa formalmente definido e devidamente acompanhado, há uma clara preocupação interna no âmbito da procura da igualdade de género dentro da RTP, sendo inclusivamente realizado um controlo de indicadores numa base anual para o efeito.

## B48.i) Número de parcerias com entidades relevantes que fomentem a implementação de políticas e partilha de melhores práticas

### Resultado 2022

O desenvolvimento de parcerias que alavanquem a implementação de políticas e a partilha de melhores práticas surge como um dos objetivos da RTP para o triénio em análise descritos no Projeto Estratégico.

Ao longo do ano de 2022, tal como em 2021, a RTP colaborou com o **Grace**, uma empresa sem fins lucrativos que atua nas áreas da responsabilidade social e sustentabilidade, no sentido de desenvolver iniciativas de responsabilidade social, tais como prover ações de voluntariado com a Comunidade Vida e Paz, ENTREAJUDA e Banco Alimentar. Adicionalmente, manteve-se a parceria com a **Associação Portuguesa para a Diversidade e Inclusão** (APPDI), tendo sido divulgados *webinars* com temáticas relevantes como “LGBTQI+ nas organizações: Partilha de boas práticas” e “como conciliar a Parentalidade com a Carreira Profissional?” ao longo do mês Europeu da Diversidade.

Para além disso, relativamente à temática da igualdade de género, mantiveram-se no leque de parcerias do serviço público de média a **Professional Women Network** e a **iGen**. Com esta última, foi elaborada a 1ª edição da “Revista Igual” e foram desenvolvidas 4 *newsletters* partilhadas trimestralmente. Foi, de igual forma, assegurada a continuidade do trabalho realizado com a **Carta Portuguesa para a Diversidade**, sensibilizando contra todos os tipos de discriminação.

À semelhança do que tem feito em anos anteriores, a RTP foi procurando atuar no sentido de participar ativamente nas organizações internacionais que acompanham o funcionamento do Serviço Público de Média, 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.

Por fim, de forma complementar, é ainda de destacar que a área de Melhoria Contínua desenvolveu a sua atividade no sentido de procurar fomentar uma melhoria dos

processos de trabalho e simplificação dos processos de decisão. Adicionalmente, procedeu-se à identificação de oportunidades de investimento externo, bem como de oportunidades de redução de custos e a implementação de soluções. Entre as principais ações destacam-se a gestão de projeto e reporte a um aviso da Comissão Europeia, no âmbito do programa “From Lisbon to Stockholm”, Candidatura a um aviso da Comissão da Comissão Europeia, no âmbito do programa “Do Alentejo à Lapónia” ou ainda a análise de possíveis candidaturas a avisos do PRR.

Para concluir, ainda que não se tenha verificado a criação de novas parcerias, foram reforçadas as já existentes com o desenvolvimento de ações relevantes nesta esfera de análise.

## B49.i) Lançamento de um projeto transversal de obtenção de eficiências operacionais

### Resultado 2022

Em 2022, o objetivo 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 manteve-se.

À luz deste objetivo, a RTP continuou a promover a transversalidade na produção de conteúdos, alinhando-se com a estratégia de aquisição, produção e distribuição multiplataforma, através de um grupo de trabalho interno (**Re7**), criado para avaliar, desenvolver e recomendar novos processos de planeamento, aquisição de conteúdos e organização de produção. 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 média – o lançamento de uma plataforma convergente na área digital em prol da adaptação às tendências do mercado em que opera.

De destacar, também, o desenvolvimento de uma nova ferramenta de planeamento e registo de horários e atividades dos recursos humanos, que foi já implementada em setembro de 2023, um passo significativo na redução da carga administrativa e na melhoria da comunicação interna. Esta ferramenta promete simplificar a gestão de horários e permitir uma comunicação mais eficaz com todas as equipas, contribuindo para eficiências operacionais significativas.

Além disso, a RTP investiu no desenvolvimento do **PORTAL RTP PRODUÇÃO**, dotando-o de novas funcionalidades que facilitam a troca de informações entre os intervenientes no processo de produção. Isso não só aumentará a eficiência das equipas, mas também agilizará a organização e produção de projetos de conteúdos de médio e longo prazo, bem como nas áreas de engenharia e emissão.

Por fim, a RTP tem estado ativamente envolvida na partilha de conhecimento com outras empresas europeias de serviço público de média, para além da **EBU**,

um intercâmbio que tem como objetivo identificar os modelos organizativos mais recentes e enfrentar os desafios transformacionais necessários para manter a relevância do serviço público num ambiente de consumo de média em constante evolução.



## B49.ii) Custo/hora médio para a exibição de conteúdos em cada tipo de programa

### Resultado 2022

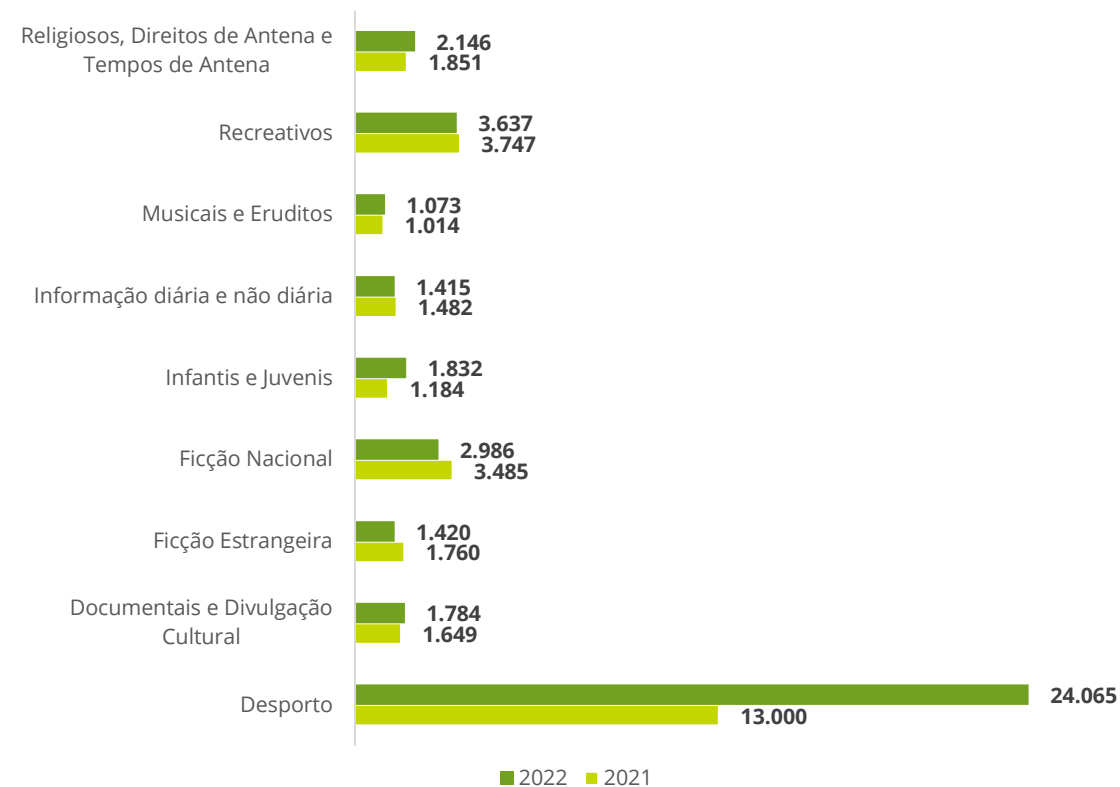
No que respeita ao custo/hora médio transmitida por tipo de programa e para todo os serviços de programas da RTP, comparativamente a 2021, assiste-se a uma **diminuição em quatro tipologias de programas** (Ficção Nacional; Ficção Estrangeira; Informação Diária e Não Diária e Recreativos) e um **aumento em outras cinco** (Desporto; Infantis e Juvenis, Documentais e Divulgação Cultural; Religiosos, Direitos de Antena e Tempos de Antena; Musicais e Eruditos).

Dentro destas variações, e à semelhança do ano anterior, destaca-se o **aumento no custo médio por hora de exibição de conteúdo desportivo**, com uma variação percentual de **85%**. Também os conteúdos **Infantis e Juvenis** viram o seu custo médio por hora de exibição aumentar significativamente, crescendo cerca de **55%**.

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 (€) | 2021-2022



## B50.i) Métricas definidas para avaliação do serviço público de média

### Resultado 2022

Em 2022, e em linha com o sucedido no ano homólogo, não tendo ainda sido revisto o Contrato de Concessão (CCSPRT) não se verificaram atualizações de métricas de avaliação do serviço público de média, 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, se tal for possível.

## B50.ii) Número de programas específicos avaliados quanto à adequação aos valores da RTP

### Resultado 2022

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**. Em 2022, a RTP transmitiu diversos programas que surgem como a resposta ao trabalho desenvolvido nestas cinco áreas distintas.

Ao nível da **Universalidade**, a RTP pretende ter uma programação relevante para todos os portugueses, incluindo os que se encontram fora do país, oferecendo uma solução de média com presença multiplataforma que permita chegar a mais públicos. A capacidade de captar o público jovem surge como um dos principais desafios da RTP, tendo sido desenvolvidos programas como a 2ª temporada a série “Pôr do sol” ou o *talk show* juvenil “Scroll” para o efeito. Para além disso, destaca-se a cobertura reforçada de festivais de verão como é o caso do NOS Alive, Primavera Sound, Vodafone Paredes de Coura, Iminente ou Bons Sons com transmissão nos diversos meios – rádio, televisão e digital. O concurso musical “The Voice” reflete, de igual forma, o caráter de universalidade da RTP, sendo um programa agregador de pessoas de várias gerações e contando com presença multiplataforma significativa. Relativamente à comunidade emigrante, a RTP leva com grande seriedade a responsabilidade de chegar à diáspora por meio de informação e programas relevantes, tendo desenvolvidos programas como “Portugal no Mundo”, “Aqui Portugal” ou “Portugueses pelo Mundo”.

No que respeita ao valor da **Independência**, a RTP foca-se em oferecer informação credível, rigorosa e isenta, regendo-se sempre pelo profissionalismo, competência e ética. Neste âmbito, além dos serviços de informação diária como “Bom dia Portugal”, “Jornal 2”, ou o “Telejornal”, destacam-se os programas “Consulta Pública” ou “Antena Aberta”. Também o programa “Europa Minha” merece destaque, ou ainda o programa “A cor do beijo”, uma grande reportagem sobre o ensino do português a crianças e adultos ucranianos na Madeira. Trabalho este que recebeu um prémio nacional de Jornalismo.

Com base na temática da **Excelência**, há uma forte ambição por parte do serviço público de fornecer uma grelha com diversidade que inclua programas da cultura à música, da língua à cidadania, do entretenimento à informação. Nesta esfera, destacam-se os programas “Alma Lusa”, “Tempo fatal” ou “O amor é”. Paralelamente, o “Grande Debate” consiste num programa dedicado aos grandes temas que marcam a sociedade ao nível político, social, económico, cultural, entre outros. A RTP Açores e RTP Madeira contam também com programação relevante neste valor, como é o caso do “Histórias da Terra e da Gente” que ao longo de 22 programas, percorreu todas as ilhas do arquipélago dos Açores ou do *talk show* diário “Madeira Viva”, que consiste num programa com duração de 90 minutos, onde se dá espaço a eventos, cultura, promoção de novos talentos sobretudo na área da música e com rubricas específicas sobre a saúde, justiça, seguros, causa animal, gastronomia, entre outros.

Em matéria de **Inovação**, esta prende-se não só com a utilização de novas tecnologias como também no desenvolver de formatos criativos e diferentes dos fornecidos pelos serviços de programas generalistas privados. Neste sentido, destacam-se os programas “Contado por mulheres”, uma produção de 10 telefilmes, com guiões adaptados de obras literárias portuguesas e realizados por 10 mulheres diferentes, muitas delas a dirigir um filme pela primeira vez, a série “3 Caminos” em coprodução com a Amazon Prime e, ainda, o novo formato de humor “Taskmaster”. Paralelamente, também os programas “REC – Repórteres em Construção” e “Terra Média” merecem destaque. O primeiro trata-se de um projeto colaborativo que reúne jornalistas, professores e estudantes de jornalismo, com o objetivo de promover a formação dos futuros jornalistas. O segundo explora diversos temas globais como os Novos Média, os universos virtuais, a Inteligência Artificial, entre outros.

Por fim, ao nível da **Accountability**, pretende-se que, de forma transversal, a gestão seja feita de forma competente e eticamente correta, promovendo sempre a transparência. Tal aspeto foi adereçado de forma holística em todos os programas supramencionados.

## B51.i) Criação do processo interno de comunicação e acompanhamento da aplicação do código de ética e conduta e da transparência

### Resultado 2022

De acordo com o CCSPRT, o serviço público de média 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.

Aliados à fomentação de uma prática ética pelos seus colaboradores, a RTP desenvolve, publica e rege-se por 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”**, mantendo-se assim inalterado desde o ano homólogo.

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.

Adicionalmente, foi redigido o **“Plano para a Igualdade de Género, Cidadania e Não Discriminação 2022”**, à semelhança do sucedido nos anos antecedentes, e 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.

Por fim, deu-se continuidade à elaboração do Código de Assédio Laboral iniciado em 2021, 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 já estabelecidas no ano anterior, 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 2022

No ano de 2022, a RTP reafirmou o seu compromisso em promover uma comunicação tanto interna quanto externa que destacasse a importância da diversidade e da complementaridade das marcas e dos conteúdos que compõem o universo da Rádio, Televisão e Digital.

Com o intuito de alcançar este objetivo, a RTP continuou a disponibilizar diariamente informações, estreias e iniciativas através da **Intranet**, garantindo a acessibilidade destes recursos e comunicações a todos os seus colaboradores.

Além disso, a RTP manteve a publicação semanal na *newsletter* interna denominada "**@RTP**". Neste espaço, procurou-se disseminar informações sobre as ações, investimentos e iniciativas mais relevantes realizadas pela organização, com enfoque colocado nos diversos projetos em curso em várias áreas, promovendo assim uma abordagem transversal no quotidiano da empresa.

Por último, a RTP fortaleceu a comunicação recorrente com entidades como sindicatos e a Comissão de Trabalhadores. Através deste diálogo contínuo com a Comissão de Trabalhadores, foram tomadas medidas que visaram adaptar os postos de trabalho para acomodar colaboradores com necessidades especiais.

Em resumo, a RTP em 2022 demonstrou um compromisso com a promoção da diversidade, a comunicação eficaz com os seus colaboradores e a melhoria das condições de trabalho, fortalecendo assim a sua missão de oferecer conteúdos de qualidade através de uma equipa inclusiva e bem informada.

## B52.ii) Índice da satisfação global dos trabalhadores

### Resultado 2022

No que respeita à medida da satisfação global dos trabalhadores RTP, não existe ainda uma métrica oficial que permita quantificar o nível de contentamento geral dos colaboradores.

No entanto, a RTP manteve a sua aposta no fomentar de uma cultura e ambiente de trabalho positivos, através de diversas iniciativas focadas maioritariamente na temática da saúde mental, que tem vindo a ganhar uma relevância crescente. Assim, através de iniciativas como a realização de ações de sensibilização e promoção do tema, a condução de sessões *online* de *mindfulness*, ou o aumento da carga horária semanal das consultas de psicologia no Serviço Clínico de Lisboa, a RTP visou garantir um apoio contínuo aos seus colaboradores, paralelamente incentivando o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal.

Adicionalmente, em 2022, a RTP foi cotada pelo relatório da Randstad Employer Brand Research como uma das 10 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 2022

O ano de 2022 assinalou o regresso à normalidade após dois anos marcados pela pandemia mundial, que impôs desafios significativos a todas as áreas da RTP, em que se manteve o compromisso em cultivar uma relação positiva com os seus colaboradores.

Entre as várias iniciativas implementadas, destaca-se a continuação das reuniões regulares mensais do **Conselho de Administração** com a Comissão de Trabalhadores, promovendo uma maior proximidade e entendimento.

No âmbito da **saúde mental**, uma área que tem uma crescente relevância nos dias de hoje, a RTP tomou medidas significativas, como o aumento da carga horária semanal de atendimento nas **consultas de psicologia** no Serviço Clínico de Lisboa, garantindo um apoio contínuo aos seus colaboradores. Além disso, a organização expandiu os recursos de apoio psicológico, incluindo **chat** e **vídeo-consultas**, bem como a realização de **ações de sensibilização e promoção** de temas como "Entender a Depressão," "Psicologia Positiva," "Inteligência Emocional," "Gestão de Conflitos e Assertividade" e "Gestão de Ansiedade e do Stress."

Ainda no contexto da saúde mental, foi também desenvolvido o projeto "**Quartas às Quatro**", que consistiu em **sessões de mindfulness online** durante três meses. A RTP agiu com sensibilidade no que diz respeito às condições de trabalho, ao teletrabalho e ao apoio social, com foco na promoção de um equilíbrio saudável entre a vida profissional e pessoal, e fomentando o bem-estar psicológico dos colaboradores.

Desta forma, a RTP continuou a demonstrar o seu compromisso com o bem-estar dos seus colaboradores, implementando diversas ações e iniciativas para a promoção de um equilíbrio saudável na vida profissional de todos os envolvidos.

## B53.i) Evolução das Receitas, Custos e Investimento

### Resultado 2022 (1/2)

Em 2022, pela existência de resultados líquidos do exercício positivos considera-se que se manteve uma gestão equilibrada, conforme o exigido no Projeto Estratégico 2021-2023 sendo a performance deste presente indicador é elevada.

Estes resultados devem-se essencialmente ao facto de não se terem registado alterações significativas face a 2021. Destaca-se o crescimento das receitas da Contribuição para o Audiovisual (CAV) em cerca de 2% e ainda das receitas comerciais que aumentaram em 9,3% face a 2021, aspeto justificado nomeadamente pela venda parcial dos direitos do Mundial de Futebol. Do lado dos custos, o Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas (CMVMC) aumentou em quase 9%, devido ao reconhecimento integral do custo do Mundial de Futebol.

Ainda assim, a margem EBITDA voltou a baixar, passando de 6,3% para 5,5% em 2022, uma vez que o crescimento da receita (+3,3%) não conseguiu compensar o aumento dos custos (+4,2%).

Apesar do crescimento do mercado publicitário em 8,4% no ano de 2022, a RTP registou um decréscimo das suas receitas em cerca de 1%. Saliente-se que apesar da incerteza demonstrada no ano de 2021 relativamente à forma como este mercado iria evoluir, em 2022, este voltou a crescer reforçando a sua importância. A área digital surge como a área que mais cresce em 2022, a seguir as salas de cinema que com o final da pandemia seria já espectável que aumentasse. No total, o mercado publicitário digital cresce em cerca de 13%, o que contrasta com o crescimento das receitas de publicidade digital da RTP que aumentaram em apenas 2%.

Desta forma, tal como verificado em 2021, a prazo, existem desafios na sustentabilidade das contas da RTP.

As receitas da RTP continuam a ser suportadas essencialmente pela Contribuição Audiovisual (CAV), que representou 80% do total de receitas no ano de 2022. Esta

### Análise Comparativa

	Distrib. Receitas e Custos 21	2022	2021	Var. 22-21
<b>Receitas</b>	<b>100%</b>	<b>230.626</b>	<b>223.212</b>	3,3%
CAV	80%	185.070	181.533	1,9%
Publicidade	9%	21.350	21.500	-0,7%
Distribuição	6%	12.313	12.274	0,3%
Outros	5%	11.893	7.906	50,4%
<b>Custos</b>	<b>100%</b>	<b>217.848</b>	<b>209.119</b>	4,2%
CMVMC	40%	86.357	79.337	8,8%
FSE	17%	37.173	36.468	1,9%
Pessoal	42%	91.471	90.499	1,1%
Outros	1%	2.848	2.815	1,2%
<b>EBITDA</b>		<b>12.778</b>	<b>14.093</b>	-9,3%
Margem EBITDA		5,5%	6,3%	
Outros Resultados (Amortizações, Provisões e Financeiros)		12.011	13.108	-8%
<b>Resultado Líquido</b>		<b>767</b>	<b>985</b>	-22,1%



## B53.i) Evolução das Receitas, Custos e Investimento

### Resultado 2022 (2/2)

percentagem continua a crescer (+2%), traduzindo-se essencialmente o aumento do número de lares que contribuem para o pagamento desta taxa, uma vez que o valor nominal da se tem mantido inalterado desde 2016.

Por outro lado, a maior rúbrica de custo são os Custos com Pessoal que representaram 42% do total de custos, mas que verificou o menor aumento do ano (1,1% face ao ano anterior).

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 Vendidas, que representa o custo dos programas, seja gerido de forma eficaz sem prejudicar a qualidade dos conteúdos emitidos.

**O investimento ficou 42% abaixo do orçamentado para 2022 no Plano de Atividades e Orçamento.**

Todas as rúbricas com exceção da “Migração da Televisão para Alta Definição” estiveram significativamente abaixo dos valores orçamentados para o ano de 2022, o que pode ser parcialmente justificado pela crise internacional decorrente da Guerra na Ucrânia, que impactou não só a disponibilidade e os preços de equipamentos, como também provocou o incremento de prazos de entrega.

### Análise Comparativa

#### Mapa de Investimentos (€) | 2021 - 2022

Rubrica de investimento	2021	2022		
	Executado	Executado	PAO	Desvio
Migração da Televisão para Alta Definição	3.045.633	1.957.212	1.915.000	2%
Renovação dos meios de exterior	766.863	208.315	378.000	-81%
Renovação dos estúdios e sistemas de produção, emissão e distribuição de Radio	836.563	964.080	2.002.000	-108%
Atualização tecnológica Digital	42.899	32.432	555.000	-1611%
Otimização operacional	814.127	702.458	1.676.000	-139%
Infraestruturas, obras de reparação, mobiliário, frota e outros	277.255	175.043	474.000	-171%
<b>Total</b>	<b>6.705.020</b>	<b>4.039.539</b>	<b>7.000.000</b>	<b>-42%</b>

## B53.ii) Divulgação das atividades de gestão e tornar facilmente acessíveis os respectivos indicadores e relatórios











---

### Resultado 2022 (1/2)

No ano de 2022 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 2022, 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 2022 (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
	Plano para a Igualdade de Género	Resolução do Conselho de Ministros	Estabelecimento de ações que ambicionem introduzir mudanças organizacionais no âmbito da igualdade	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 média 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 2022**

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 2022

*O presente estudo tem como objetivo partilhar a análise e avaliação do cumprimento das obrigações de serviço público, efetuada pela RTP, em 2022, 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/2021/317 (OUT-TV), de 10 de novembro de 2021, alterada pela Deliberação ERC/2022/261(OUT-TV), de 24 de agosto de 2022, da Entidade Reguladora para a Comunicação Social).*

---

# VISÃO GLOBAL

Classificação global	Classificação global	Observações
C.1. Quotas de difusão de obras audiovisuais – Televisão	 "Cumpre" <b>75%</b>	A avaliação efetuada pela RTP revela que esta cumpriu totalmente 75% 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
C.2. Quotas de difusão de música portuguesa – Rádio	 "Cumpre Parcialmente" <b>25%</b>	
C.3. Plano Plurianual ERC - Acessibilidades	 "Não Cumpre" <b>0%</b>	

# VISÃO GLOBAL

## Classificação global

---

Indicadores Totais 6 | Medidos 6

 Baixo 0%

 Moderado 17%

 Elevado 83%

## Classificação por tipo de indicador

---

**Não aplicável:**

*No contexto do Estudo C, não existem diferentes tipos de indicadores*

## Observações

---

De acordo com a análise realizada, no que respeita à temática da difusão das obras audiovisuais, a RTP cumpriu, na sua maioria, as obrigações legais para as quais a mesma era elegível em 2022.

Face a 2021, a RTP2 destacou-se pelo trabalho feito no cumprimento da quota de transmissão de pelo menos 50% de programas originariamente em língua portuguesa, obrigação que não havia sido cumprida no ano anterior. No entanto, o serviço de programas em questão permanece com um nível de incumprimento no que toca à quota mínima (20%) de transmissão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa de 4,4p.p..

## LISTAGEM DE INDICADORES

Performance

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 2022

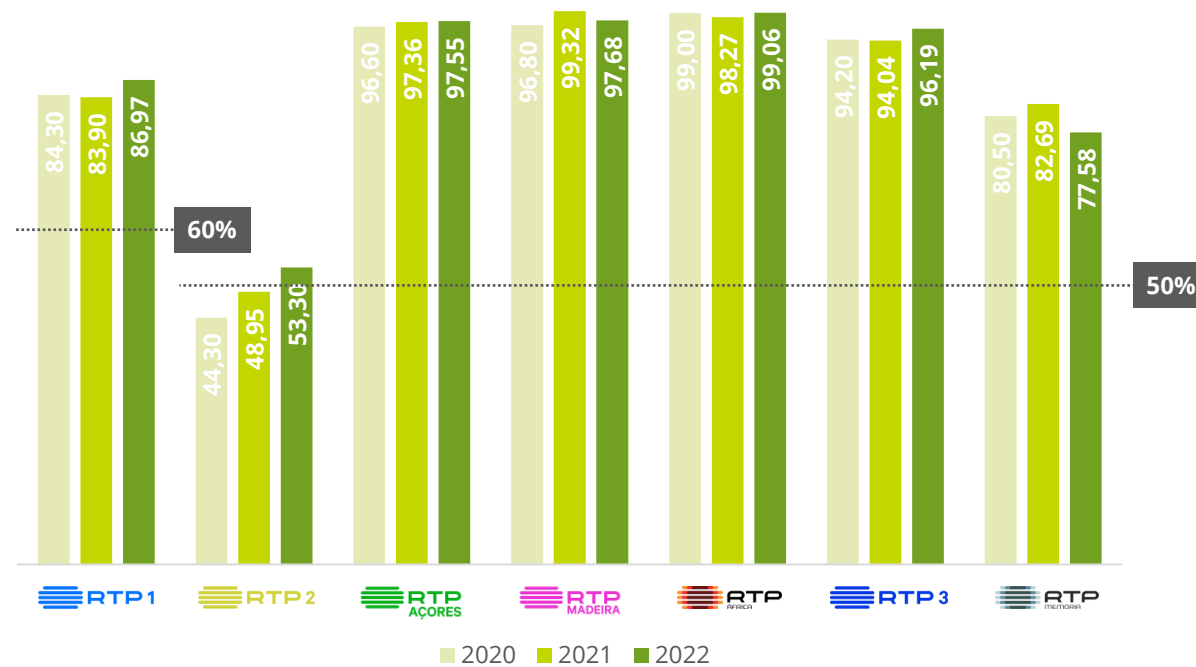
No que diz respeito às obrigações de quotas de difusão de obras audiovisuais, todos os serviços de programas da RTP têm a obrigação de emitir pelo menos 50% de programas originariamente em língua portuguesa de acordo com o previsto no CCSPRT, com exceção da RTP1, que deve cumprir com uma quota de 60%, de acordo com o previsto no CCSPRT.

Em 2022, todos os serviços de programas televisivos da RTP cumpriram com as suas obrigação, excedendo até a obrigação de transmissão imposta. Desta forma, constatou-se que, **em média, 88% da emissão dos serviços de programas RTP foi produzida em língua portuguesa**, um valor que excede a obrigação legal.

Por fim, destaca-se que a RTP2 conseguiu pela primeira vez em três anos cumprir o valor mínimo da obrigação, tendo superado a obrigação dos 50% em 3,3p.p..

### Análise Comparativa

Programas originariamente em língua portuguesa (%) | 2020 - 2022



## C1.2 Obras criativas de produção originária em língua portuguesa

### Resultado 2022

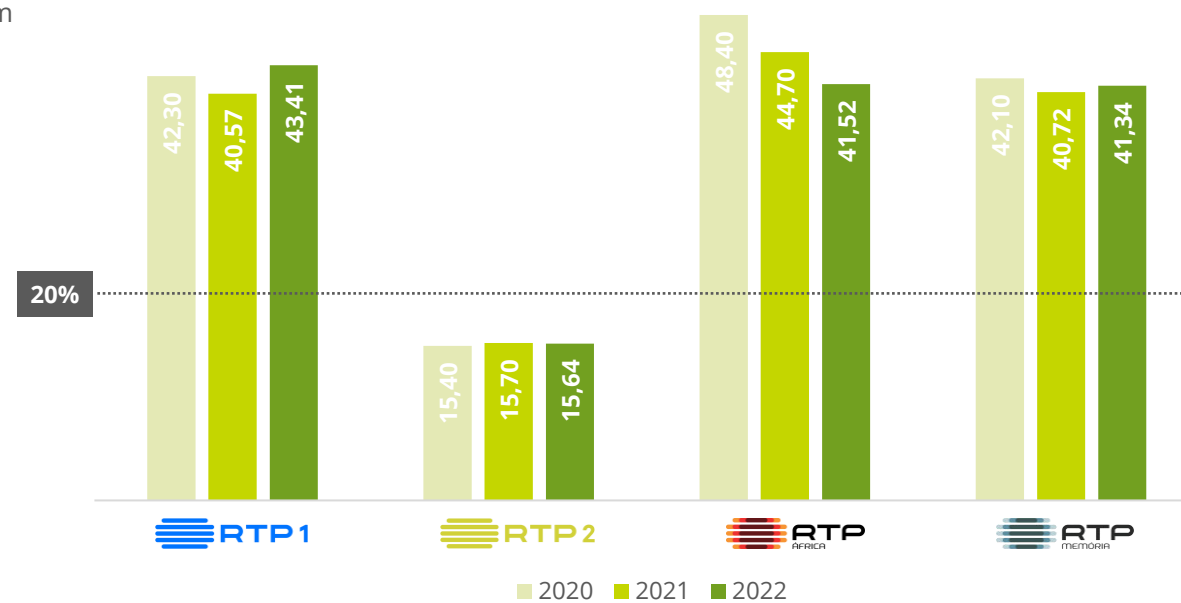
No que diz respeito às obrigações de emissão de obras criativas de produção originária em língua portuguesa, conteúdos deste cariz devem ocupar pelo menos 20% das agendas dos serviços de programas RTP1, RTP2, RTP África e RTP Memória.

Tal como verificado em 2021, todos os serviços de programas televisivos do serviço público de média cumpriram com a obrigação em questão em 2022, com exceção da RTP2, que registou uma percentagem abaixo da obrigação legal em 4,36pp.

No ano em análise, a RTP1 foi o serviço de programas que registou uma percentagem mais elevada, com um total de 43,41% da emissão.

### Análise Comparativa

#### Obras criativas de produção originária em língua portuguesa (%) | 2020 - 2022



## C1.3 Produção Europeia

### Resultado 2022

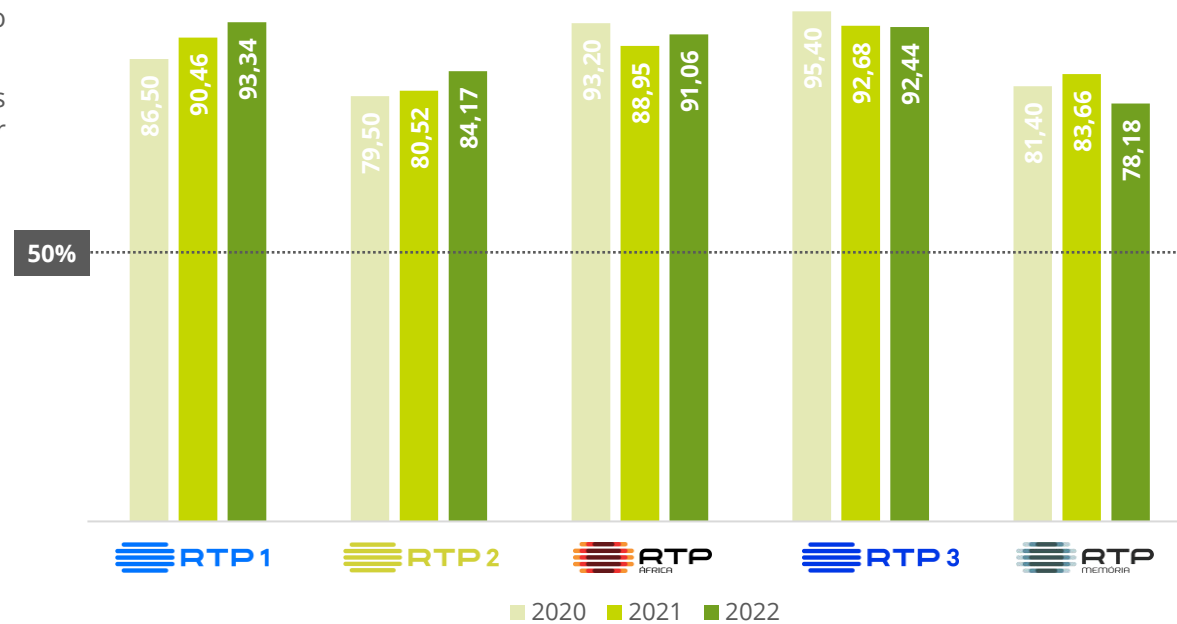
Relativamente à produção Europeia, a obrigação de incluir nas suas programações mais de 50% de conteúdo deste cariz é aplicável aos serviços de programas RTP1, RTP2, RTP3, RTP África e RTP Memória.

Esta obrigação tem vindo a ser cumprida e superada recorrentemente pelos diferentes serviços de programas, não tendo sido 2022 uma exceção. Para o ano em análise, todos os serviços de programas da RTP cumpriram com esta obrigação, com destaque para a RTP1 que regista o uma percentagem de 93,34% da emissão, o valor mais alto registado dos últimos três anos.

Adicionalmente, destaca-se a RTP3, que sendo o segundo serviço de programas televisivo com a maior quota de emissão neste âmbito, nunca registou um valor inferior a 90% nos últimos 3 anos.

### Análise Comparativa

Produção Europeia (%) | 2020 - 2022



## C1.4 Produção independente recente

### Resultado 2022

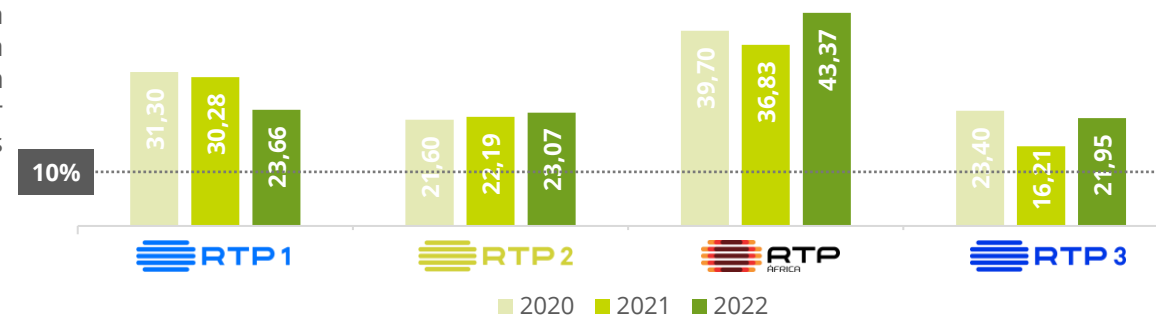
No que diz respeito à produção independente, as quotas desta obrigação devem ser superior a 10% nos serviços de programas RTP1, RTP2, RTP África e RTP3. Desta forma, com base na análise realizada, concluiu-se que esta obrigação foi cumprida pela totalidade dos serviços de programas em análise.

A RTP África permanece como o serviço de programas onde estas produções ocupam uma maior percentagem da agenda, aumentando a sua percentagem em 6,54 pp, face a 2021.

Ao contrário do que havia ocorrido em 2021, onde se tinha verificado uma queda generalizada do peso destas emissões, 2022 registou um aumento de percentagem na maioria serviços de programas, com exceção da RTP1 que viu o seu valor reduzido em 6,62pp. Ainda assim, é de destacar que os valores em análise têm vindo a registar quotas significativamente constantes ao longo dos últimos anos e sempre superiores as obrigações legais.

### Análise Comparativa

#### Produção independente recente (%) | 2020 - 2022



## C1.5 Produção Independente

### Resultado 2022

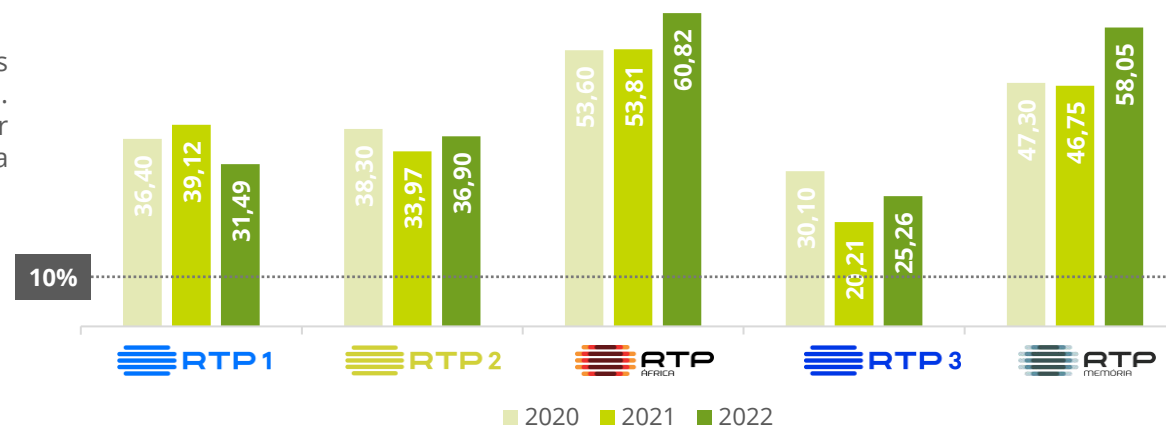
No ano sob análise, os serviços de programas televisivos RTP1, RTP2, RTP África, RTP3 e RTP Memória devem cumprir a um mínimo de 10% de emissão de conteúdo de produção independente.

Com base na análise realizada, é visível o cumprimento generalizado deste indicador por todos os serviços de programas.

A RTP África permanece como o serviço de programas com maior peso relativo das Produções independentes, tendo aumentando o peso relativo de emissão em 7,01p.p. face ao ano homólogo. A RTP2, RTP3 e RTP Memória viram o valor em análise aumentar em 2,93p.p., 5,05p.p. e 11,30p.p. face a 2021, por oposição à RTP1 que reduziu a sua quota de emissão em 7,63pp

### Análise Comparativa

Produção independente (%) | 2020 - 2022



## C1.6 Produção europeia criativa independente recente em língua portuguesa – Serviços de Programas Generalistas

### Resultado 2022

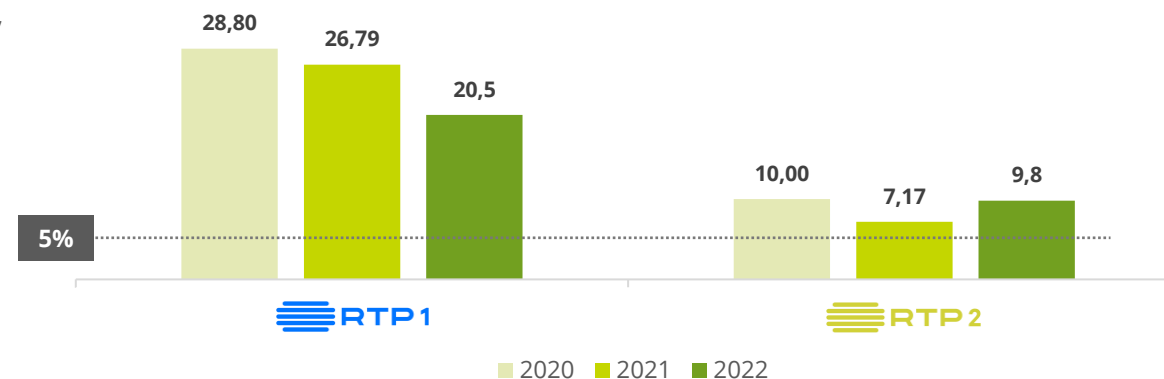
No que respeita à Produção europeia criativa independente recente em língua portuguesa, a RTP1 e RTP2 devem obedecer a uma quota mínima de 5%.

Tal como se tem vindo a registar nos anos anteriores, ambos os serviços de programas cumpriram o requisito estipulado na Lei da Televisão.

Na RTP1 este tipo de produção viu o seu peso na emissão reduzido em 6,29pp, registando um valor de 20,5%. Contrariamente, a RTP2 registou um valor de 9,8%, traduzindo-se num aumento de 2,63p.p. face ao ano homólogo.

### Análise Comparativa

Produção europeia criativa independente recente em língua portuguesa – generalistas (%) | 2020 - 2022



# VISÃO GLOBAL

## Classificação global

---

Indicadores Totais 3 | Medidos 3

 Baixo 0%

 Moderado 0%

 Elevado 100%

## Classificação por tipo de indicador

---

**Não aplicável:**

*No contexto do Estudo C, não existem diferentes tipos de indicadores*

## Observações

---

No ano de 2022, o desempenho da RTP na categoria em análise esteve novamente alinhado com as expectativas estabelecidas para os indicadores que compõem essa categoria.

No que diz respeito à difusão de música portuguesa através das rádios Antena1 e Antena3, ambas cumpriram integralmente com todas as obrigações estipuladas. É importante destacar o notável cumprimento das quotas de difusão de música portuguesa e de música composta ou cantada em língua portuguesa pela Antena1. Além disso, é mais uma vez digno de nota o esforço da Antena3 em promover a diversidade musical em detrimento da repetição de conteúdos, ao mesmo tempo que não negligencia a difusão de conteúdos musicais com um perfil menos contemporâneo.

## LISTAGEM DE INDICADORES

Performance

C2.1.	Música portuguesa	●
C2.2	Música composta ou interpretada em língua portuguesa	●
C2.3.	Música recente	●



## C2.1 Música portuguesa

### Resultado 2022

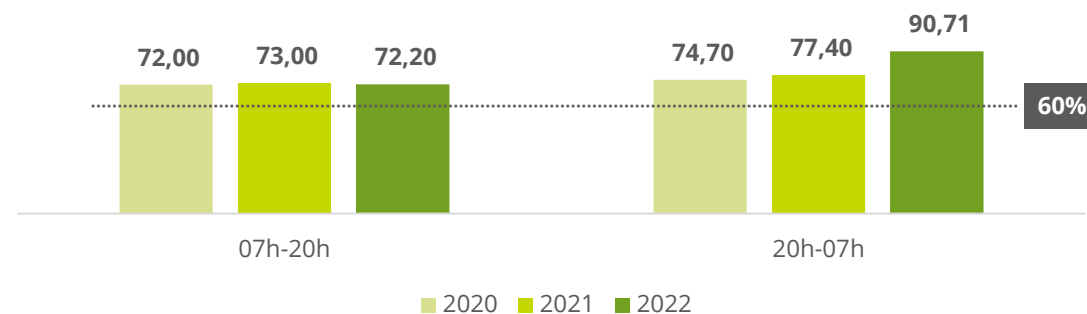
De acordo com a alínea b) da Cláusula 16.<sup>a</sup> do CCSPRT, na difusão de música, a RTP está obrigada pelo CCSPRT a transmitir um mínimo de 60% de música portuguesa no seu primeiro serviço de programas generalista — Antena1 — e 50% no seu serviço de programas vocacionado para o público mais jovem — Antena3.

Em 2022, a Antena1 continuou a cumprir rigorosamente as suas obrigações legais, destacando-se o cumprimento da quota de difusão de música portuguesa durante o período compreendido entre as 20h e as 07h, **excedendo em 30,71% a quota exigida**.

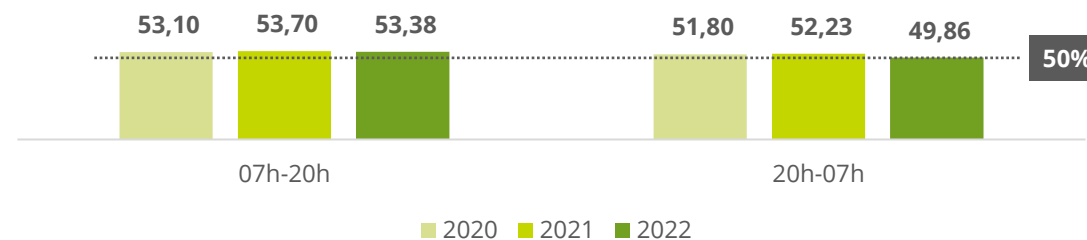
De forma similar, a **Antena3** demonstrou total conformidade com as quotas estabelecidas, **ultrapassando em 3,38% a exigência no horário das 07h às 20h e aproximando-se dos 50%** exigidos durante o período das 20h às 07h.

### Análise Comparativa

Quotas de Difusão Música Portuguesa – Antena1 (%)  
(Período 07H/20H e 20H/07H) | 2020 - 2022



Quotas de Difusão Música Portuguesa – Antena3 (%)  
(Período 07H/20H e 20H/07H) | 2020 - 2022



## C2.2 Música composta ou interpretada em língua portuguesa

### Resultado 2022

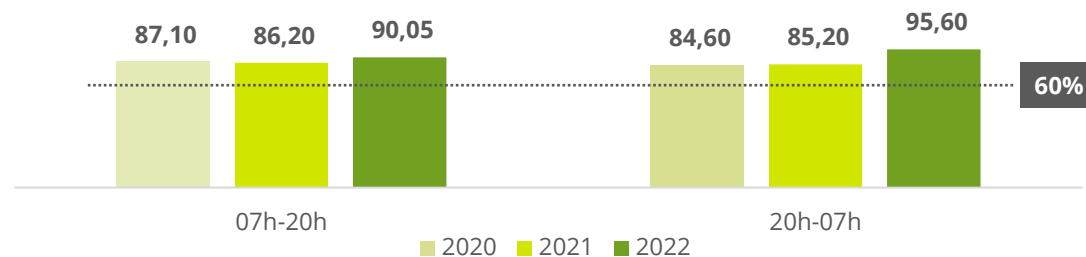
Adicionalmente, ambas as Antenas têm a obrigação de difundir pelo menos 60% de música composta ou interpretada em língua portuguesa.

A Antena1, embora tenha apresentado em 2022 um aumento significativo nas quotas de difusão de música que se enquadra nesta área, continuando assim a **superar a obrigação** no ano em análise, com **90,5%** no período entre as 07h e as 20h e **95,6%** entre as 20h e as 07h.

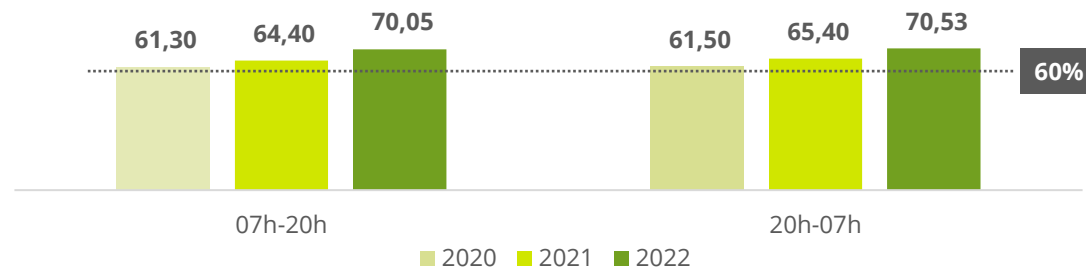
De forma similar, também a Antena3 voltou a **superar a sua obrigação** nesta temática tanto no horário das 07h às 20h, como no horário das 20h às 07h, **por 10,05 p.p. e 10,53 p.p.**, respetivamente.

### Análise Comparativa

Quotas de Difusão de Música composta ou Interpretada em Língua Portuguesa – Antena1 (%) (Período 07H/20H e 20H/07H) | 2020 - 2022



Quotas de Difusão de Música composta ou Interpretada em Língua Portuguesa – Antena3 (%) (Período 07H/20H e 20H/07H) | 2020 - 2022



## C2.3 Música recente

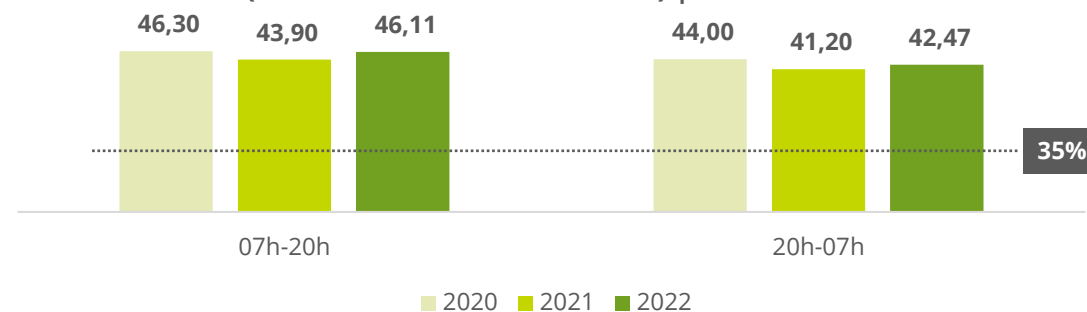
### Resultado 2022

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 produzida à menos de 1 ano.

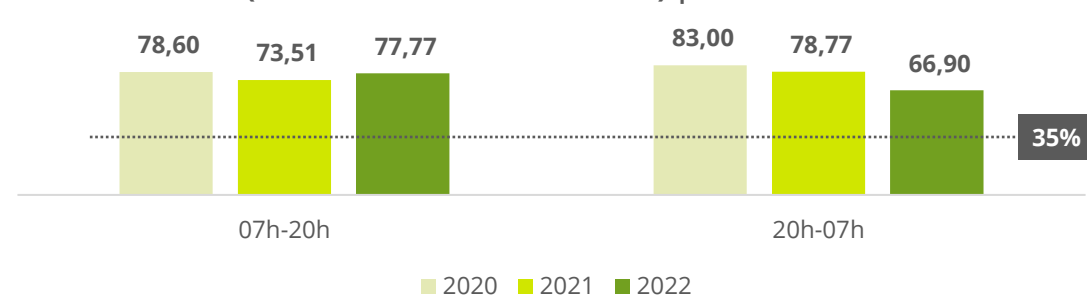
Também nesta temática ambas as Antenas cumpriram com as suas obrigações, tendo a Antena1 superado os valores registados em 2021 em ambos os horários, e a Antena3 no horário das 07h às 20h.

### Análise Comparativa

**Quotas de Difusão de Música Recente – Antena1 (%)**  
(Período 07H/20H e 20H/07H) | 2020 - 2022



**Quotas de Difusão de Música Recente – Antena3 (%)**  
(Período 07H/20H e 20H/07H) | 2020 - 2022



# VISÃO GLOBAL

## Classificação global

Indicadores Totais 3 | Medidos 3



Baixo

0%



Moderado 67%



Elevado

33%

## Classificação por tipo de indicador

### Não aplicável:

*No contexto do Estudo C, não existem diferentes tipos de indicadores*

## Observações

O ano de 2022 foi considerado um ano excepcional em matéria de acompanhamento de acessibilidade na televisão. O Plano Plurianual que estabelece as obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais definido para o período de 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2025, tendo sido conferido pelo Conselho Regulador da ERC um período de adaptação de três meses para a entrada em vigor da generalidade das obrigações, tidas como efetivas a partir de 1 de março de 2022. No entanto, sua implementação foi adiada devido a ações judiciais movidas pelos operadores regulados. A Deliberação ERC/2022/261(OUT-TV), de 24 de agosto de 2022, procedeu à “Alteração ao 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”. A análise de 2022 focou-se então nas áreas de legendagem trabalhada, legendagem de programas em direto, língua gestual portuguesa e audiodescrição, a partir da semana 35 até à semana 52.

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.

À luz das novas obrigações impostas, a RTP1 registou um nível de incumprimento de 6% em tema de obrigação de legendagem em teletexto. Adicionalmente, a RTP2 não conseguiu atingir as 14 horas semanais obrigatórias de emissão de programas com interpretação em língua gestual portuguesa em 5 das 52 semanas do ano.

Por fim, será de destacar que nas semanas analisadas houve necessidade de um período de habituação às novas obrigações pelos diferentes serviços de programas, pelo que se espera que a performance destes indicadores venha a melhorar no futuro.

## LISTAGEM DE INDICADORES

Performance

C3.1. Legendagem em teletexto e legendagem de programas em direto



C3.2. Língua gestual portuguesa



C3.3. Audiodescrição



## C3.1 Legendagem em teletexto e legendagem de programas em direto

### Resultado 2022 (1/2)

Em matéria de legendagem em teletexto, por meio da análise realizada conclui-se que a RTP transmitiu um total de 6.007 horas, traduzindo-se em 3.470 horas transmitidas pela RTP1 e 2.536 horas pela RTP2. Face a 2021, registou-se um aumento de 14% no primeiro serviço de programas generalistas, por oposição à redução de 7% registada na RTP2.

Segundo o Plano Plurianual, que entrou em vigor a 1 de março com incidência apenas no último trimestre do ano, a RTP1 e RTP2 são agora obrigadas a emitir 25 horas de legendagem trabalhada, das quais 60% devem ser cobertas no período entre as 8h e as 00h. O plano inclui ainda obrigações para os dois serviços de programa generalistas relativamente a programas com legendagem em direto, sendo a RTP1 e RTP2 obrigadas a incluir 25 horas e 15 horas de emissão semanais, respetivamente. Adicionalmente a RTP3 deve assegurar a transmissão de 2 horas semanais de legendagem trabalhada ou 4 horas de legendagem em direto, sendo que 60% devem obrigatoriamente ser emitidas no período das 8h as 00h. Por fim, também a RTP Madeira e RTP Açores surgem abrangidos no Plano Plurianual com uma obrigação de emitir, pelo menos, duas horas de legendagem trabalhada ou quatro horas de legendagem em direto, por semana.

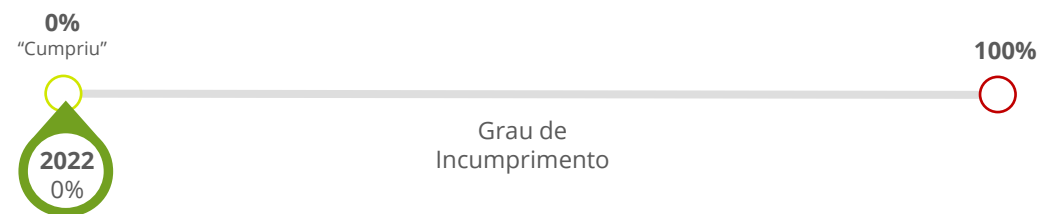
Na RTP1, das 18 semanas em análise, a obrigação foi cumprida em 17 semanas, tendo apenas a semana 47 emitido apenas 19 horas de legendagem através de teletexto. Verifica-se, que a RTP1, na semana 47, transmitiu oito jogos do Campeonato do Mundo 2022 – Qatar, em direto, cerca de 2 horas de emissão em cada jogo, jogos que são objeto de interesse generalizado do público, o que não permitiu ter conteúdos suficientes passíveis de ter legendagem trabalhada. De acordo com princípio aceite anteriormente pela ERC, considera-se observar o princípio da liberdade de programação, de acordo com o estipulado no ponto 27.3 do Capítulo V. “Regra Complementares”, do Plano Plurianual, bem como, o ponto 28 do mesmo capítulo, que refere que “em casos pontuais, devidamente justificados e atendíveis, a verificação das

### Análise Comparativa

#### Grau de incumprimento das obrigações legais de legendagem trabalhada pela RTP1 (%) | 2022



#### Grau de incumprimento das obrigações legais de legendagem trabalhada pela RTP2 (%) | 2022



## C3.1 Legendagem em teletexto e legendagem de programas em direto

### Resultado 2022 (2/2)

obrigações semanais previstas nos Capítulos I e II será feita atendendo à média do trimestre, compreendendo as semanas em análise no referido trimestre”. Assim, no que respeita à média semanal do trimestre verificamos que a RTP1 atingiu 28:38:38 (hh:mm:ss), acima das 25 horas semanais obrigatórias, e a obrigação de pelo menos em 60%, no horário compreendido entre as 08h00m e as 24h00m, a RTP1 atingiu 19:16:19 (hh:mm:ss), representando 77, 09%, acima das 15 horas obrigatórias.

Na RTP2, a totalidade das obrigações relativas à legendagem trabalhada foram cumpridas com uma margem significativa, no entanto, registaram-se 13 semanas de incumprimento em matéria de legendagem de programas em direto. Como os programas exibidos com legendagem em programas em direto na RTP são, habitualmente, programas de natureza informativa, sendo considerados para apuramento os únicos programas emitidos em direto na RTP2 e que utilizaram a técnica de legendagem de programas em direto, o “Jornal 2” e o “Sociedade Civil”, não existindo suficiente programação em direto para cumprir a obrigação exigida, entende-se que deva ser observado o princípio da liberdade de programação, de acordo com o estipulado no ponto 27.3 do Capítulo V. “Regra Complementares”, do Plano Plurianual.

Por fim, na RTP3, RTP Madeira e RTP Açores houve um registo de incumprimento em 13 semanas para os três serviços de programas. Em 2022, estes serviços de programas ainda não tinham adquirido o sistema de legendagem preparada nem o sistema de legendagem de programas em direto. No caso da RTP Açores e RTP Madeira, o Plano Plurianual refere “desde que comportável pelo sistema”, pelo que se ressalva esta obrigação no caso dos serviços de programas regionais.

## C3.2 Programação com língua gestual Portuguesa

### Resultado 2022

Nas 18 semanas analisadas em 2022, todos os serviços de programas (RTP1, RTP3, RTP Açores e RTP Madeira) conseguiram cumprir as horas estabelecidas para acessibilidades, com exceção da RTP2.

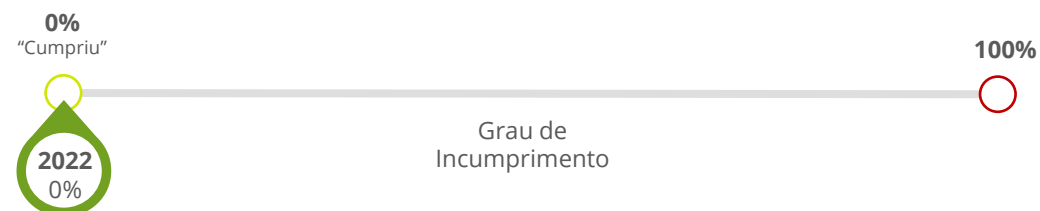
Conforme definido nos critérios do Plano Plurianual da ERC, a RTP2 deveria garantir pelo menos 14 horas semanais de programas com interpretação em língua gestual portuguesa, sendo que 60% desses conteúdos deveriam ser transmitidos entre as 8h e as 00h. Analisando as 18 semanas, verifica-se que a RTP2 não cumpriu o número de horas de programas com língua gestual portuguesa exigidas em 5 das 18 semanas, o que implica um incumprimento de 28%. Verifica-se que a RTP2 não cumpriu pelo menos os 60% da obrigação semanal no horário compreendido entre as 08h00m e as 24h00m em 3 das 18 semanas, o que implica um incumprimento de 17%.

Na RTP2, nos meses de verão (julho, agosto e setembro), bem como nas semanas festivas do Natal, deixam de ser emitidos em grelha alguns dos habituais programas com interpretação por meio de língua gestual portuguesa, nomeadamente o “Sociedade Civil”, não existindo na habitual programação, quantidade suficiente de programas passível de incluir janela com o interprete de língua gestual.

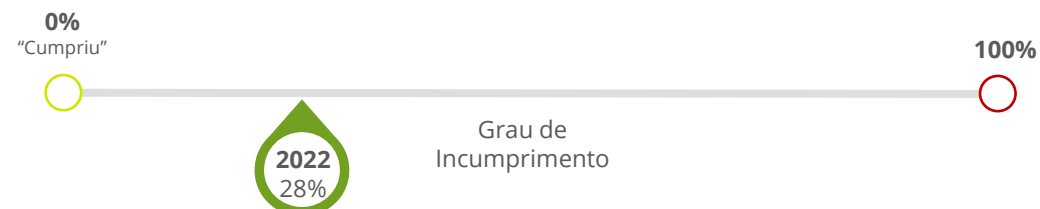
Poderá ser observado o princípio da liberdade de programação, de acordo com o estipulado no ponto 27.3 do Capítulo V. “Regra Complementares”, do Plano Plurianual, bem como, o ponto 28 do mesmo capítulo, que refere que “em casos pontuais, devidamente justificados e atendíveis, a verificação das obrigações semanais previstas nos Capítulos I e II seja feita atendendo à média do trimestre, compreendendo as semanas em análise no referido trimestre”. No que respeita à média semanal do quarto trimestre de 2022 a RTP2 atingiu 20:36:35 (hh:mm:ss), acima das 14 horas semanais obrigatórias, e a obrigação de pelo menos em 60%, no horário compreendido entre as 08h00m e as 24h00m, a RTP2 atingiu 14:38:21 (hh:mm:ss), representando 104, 57%, acima das 8 horas e 24 minutos obrigatórios.

Desta forma, a RTP2 apenas cumpriu parcialmente as suas obrigações em relação à programação com língua gestual portuguesa.

### Grau de incumprimento das obrigações legais de programação com língua gestual Portuguesa pela RTP1 (%) | 2022



### Grau de incumprimento das obrigações legais de programação com língua gestual Portuguesa pela RTP2 (%) | 2022





## C3.3 Audiodescrição

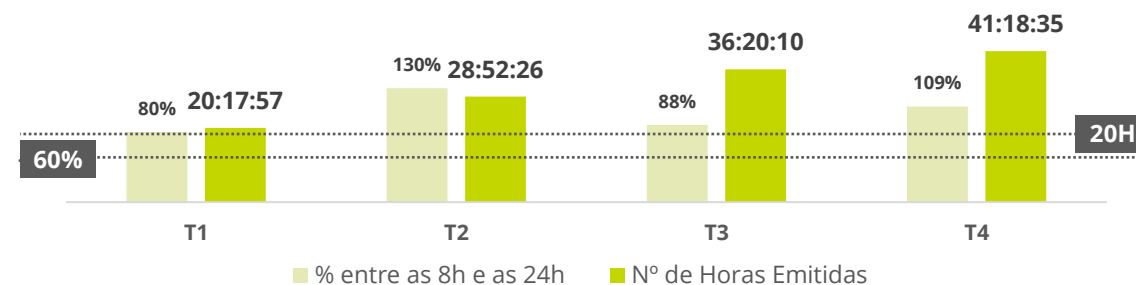
### Resultado 2022

Contrariamente aos anos anteriores, em que o cumprimento das obrigações legais do Serviço de Rádio e Televisão Público era avaliado anualmente, em 2022 as metas para a audiodescrição passaram a ser avaliadas trimestralmente. Desta forma, implicou-se que a RTP1 fosse obrigada a transmitir 20 horas de audiodescrição e a RTP2, 6 horas por trimestre, representando um aumento de aproximadamente 25% em relação às obrigações anteriores.

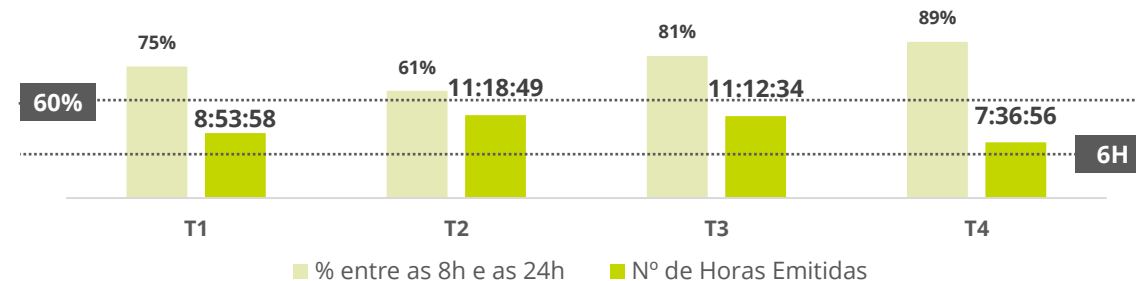
Assim, e atendendo às novas regras estabelecidas pelo Plano Plurianual da ERC, tanto a **RTP1 como a RTP2 cumpriram de forma notável** com as suas obrigações legais relativas à transmissão de conteúdos com audiodescrição.

### Análise Comparativa

#### Programas com audiodescrição na RTP1 (#horas) | 2022



#### Programas com audiodescrição na RTP2 (#horas) | 2022



## LISTAGEM DE INDICADORES (I/XVII)

		Avaliação	Nível de progresso
A1.1.	Investimento direto igual ou superior a 10% das receitas provenientes da contribuição para o audiovisual excluída da receita destinada exclusivamente ao serviço de rádio		59%
A1.2.	Alocação de pelo menos 25% do valor de investimento direto a obras cinematográficas		42%
A1.3.	Alocação de um mínimo de 75% do montante anterior para participar em obras cofinanciadas pelo ICA ou por outros financiadores públicos		48%
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		100%
A1.5.	Apresentação dos conteúdos obrigatórios no documento informativo estratégico e respetiva divulgação		Não Aplicável
A1.6.	Alocação do investimento em especificidades pelo operador de serviço público de televisão – Obras europeias, obras de encomenda e promoções		Não Aplicável
A1.7.	Distinção contratual nos investimentos das contrapartidas da participação da RTP		100%
A1.8.	Disponibilização dos relatórios referentes aos investimentos de 2022 para verificação pelo ICA em colaboração com a ERC		Não Aplicável
A1.9.	Apresentação dos conteúdos obrigatórios nos relatórios		Não Aplicável
A1.10.	Diversidade de empresas de produtores independentes contratadas		100%
A1.11.	Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente		100%

## LISTAGEM DE INDICADORES (II/XVII)

		Avaliação	Nível de progresso
<b>A2.1.</b>	Transmissão de conteúdos coproduzidos com outros países, especialmente europeus e/ou com forte presença das comunidades de língua portuguesa	●	Não Aplicável
<b>A2.2.</b>	Investimento em coprodução internacional	●	Não Aplicável

## LISTAGEM DE INDICADORES (III/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B1.i)</b>	Percepção da qualidade da informação RTP pelos públicos	Crítico	Recorrente	●
<b>B2.i)</b>	Criação de uma agenda mediática e de discussão pública	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B2.ii)</b>	Principais programas de informação transmitidos sobre grandes temas que afetam e moldam a sociedade	Relevante	Recorrente	●
<b>B3.i)</b>	Custo por hora transmitida em programas de informação (informação diária e informação não diária)	Relevante	Recorrente	●
<b>B3.ii)</b>	Custo por hora por ponto de audiência – Antenas 1, 2 e 3	Relevante	Recorrente	●
<b>B3.iii)</b>	Criação de uma metodologia para gestão de espaços, meios técnicos e humanos com sinergias entre Televisão, Rádio e Digital	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B3.iv)</b>	Número de intercâmbios feitos entre serviços de programas televisivos	Crítico	Recorrente	●
<b>B3.v)</b>	Número de intercâmbios feitos entre serviços de programas de rádio	Crítico	Recorrente	●
<b>B3.vi)</b>	Criação de sinergias entre rádio e televisão	Crítico	Recorrente	●
<b>B4.i)</b>	Audiências no serviço de programas RTP3	Relevante	Recorrente	●
<b>B4.ii)</b>	Número de horas nas quais foram transmitidos programas de informação diária e não diária em "primeira passagem"	Relevante	Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (IV/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B4.iii)</b>	Lista de programas desenvolvidos na base de formatos inovadores (na área do vídeo e / ou podcasts)	Crítico	Recorrente	●
<b>B5.i)</b>	Número de parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista à partilha de informação credível e confiável	Crítico	Recorrente	●
<b>B6.i)</b>	Análise dos valores da RTP na perspetiva do público	Relevante	Recorrente	●
<b>B6.ii)</b>	Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando a RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B6.iii)</b>	Prémios pela qualidade da informação reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B6.iv)</b>	Participações em estudos externos para a avaliação da qualidade dos conteúdos	Crítico	Recorrente	●
<b>B7.i)</b>	Número de parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista a adquirir conteúdo direcionado a jovens	Crítico	Recorrente	●
<b>B7.ii)</b>	Exemplos de programas direcionado ao público jovem disponibilizados em formato multiplataforma	Relevante	Recorrente	●
<b>B7.iii)</b>	Criação de uma estrutura e estratégia para desenvolver um plano de conteúdos para jovens	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B7.iv)</b>	Programas Infantojuvenis emitidos em 2021, coproduzidos pela RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B7.v)</b>	Programas Infantis e Juvenis emitidos em 2021, produzidos por produtores externos nacionais	Relevante	Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (V/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B8.i)</b>	Número de horas em direto no RTP Arena	Crítico	Recorrente	●
<b>B8.ii)</b>	Visualizações de conteúdo no RTP Arena	Relevante	Recorrente	●
<b>B8.iii)</b>	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Lab	Crítico	Recorrente	●
<b>B8.iv)</b>	Evolução do número de utilizadores do RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
<b>B8.v)</b>	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina	Crítico	Recorrente	●
<b>B8.vi)</b>	Evolução da performance multiplataforma do programa Zig Zag	Relevante	Recorrente	●
<b>B9.i)</b>	Criação de um plano formativo interno com vista ao desenvolvimento de competências dos trabalhadores na área da inovação	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B9.ii)</b>	Número de programas piloto produzidos no âmbito de desenvolvimento de programas	Relevante	Recorrente	●
<b>B10.i)</b>	Distribuição do tempo de emissão por macro géneros	Crítico	Recorrente	●
<b>B10.ii)</b>	Espaços de entretenimento com preocupação formativa que contribuam para a promoção da cultura geral e da abertura ao conhecimento	Relevante	Recorrente	●
<b>B10.iii)</b>	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	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (VI/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B10.iv)</b>	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	●
<b>B10.v)</b>	Espaços de desporto na RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B11.i)</b>	Espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística com relevância para Portugal	Crítico	Recorrente	●
<b>B11.ii)</b>	Duração total de horas dedicadas a manifestações culturais, em temas como comemorações históricas, património, artes e letras	Crítico	Recorrente	●
<b>B12.i)</b>	Distribuição do tempo de emissão de temas da área da ciência, tecnologia e socioeconómicos	Relevante	Recorrente	●
<b>B12.ii)</b>	Parcerias estabelecidas com entidades relevantes com vista ao lançamento de programas nas temáticas da ciência, tecnologia e socioeconómicos	Crítico	Recorrente	●
<b>B13.i)</b>	Campanhas próprias criadas direcionados a temas relevantes e atuais da sociedade nas variadas temáticas	Crítico	Recorrente	●
<b>B14.i)</b>	Distribuição de tempo de emissão por modalidade	Relevante	Recorrente	●
<b>B14.ii)</b>	Exemplos de conteúdos disponíveis em formato multiplataforma no âmbito da temática desporto	Relevante	Recorrente	●
<b>B14.iii)</b>	Evolução da performance da plataforma digital RTP Desporto	Relevante	Recorrente	●
<b>B14.iv)</b>	Análise comparativa com outros serviços de programas generalistas da percentagem de horas transmitidas na área do desporto	Crítico	Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (VII/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B15.i)</b>	Número de horas transmitidas de jogos de futebol	Relevante	Recorrente	●
<b>B15.ii)</b>	Número de horas transmitidas relativas a conteúdo desportivo na área do futebol	Relevante	Recorrente	●
<b>B16.i)</b>	Distribuição do tempo de emissão por origem de produção – relativo a coproduções	Crítico	Recorrente	●
<b>B16.ii)</b>	Promoção da produção audiovisual e cinematográfica independente	Relevante	Recorrente	●
<b>B16.iii)</b>	Exemplos de iniciativas de promoção externas relacionadas com a promoção do setor audiovisual nacional	Relevante	Recorrente	●
<b>B16.iv)</b>	Definição de uma estratégia para criação de processos internos de controlo da qualidade, incentivo e apoio a produções independentes criados	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B16.v)</b>	Exemplos de coproduções realizadas com produtores internacionais	Relevante	Recorrente	●
<b>B16.vi)</b>	Exemplos de conteúdos realizados no âmbito de novas parcerias (produtoras nacionais)	Relevante	Recorrente	●
<b>B17.i)</b>	Desenvolvimento de uma parceria para criação de um catálogo de conteúdos de ficção nacional	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B17.ii)</b>	Número de conteúdos RTP no catálogo a desenvolver	Relevante	Recorrente	●
<b>B18.i)</b>	Quotas de difusão de música portuguesa	Crítico	Recorrente	●



## LISTAGEM DE INDICADORES (VIII/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B18.ii)</b>	Exemplos de concertos transmitidos nos vários serviços de programas de rádio e televisão	Relevante	Recorrente	●
<b>B18.iii)</b>	Exemplos de programas dedicados à temática da música	Relevante	Recorrente	●
<b>B18.iv)</b>	Espaços regulares dedicados à música portuguesa	Relevante	Recorrente	●
<b>B18.v)</b>	Número e horas de conteúdos que contemplem aspetos culturais portugueses na área da música nas várias Antenas	Crítico	Recorrente	●
<b>B19.i)</b>	Novos conteúdos criados/produzidos pela RTP Palco	Crítico	Recorrente	●
<b>B19.ii)</b>	Evolução do número de visitas no sítio RTP Palco	Relevante	Recorrente	●
<b>B19.iii)</b>	Número de parcerias estabelecidas pela RTP Palco	Relevante	Recorrente	●
<b>B20.i)</b>	Número de novos lançamentos de conteúdo no RTP Ensina	Crítico	Recorrente	●
<b>B20.ii)</b>	Parcerias estabelecidas pela RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
<b>B20.iii)</b>	Evolução da performance do RTP Ensina	Relevante	Recorrente	●
<b>B21.i)</b>	Número de pedidos satisfeitos na RTP Arquivo	Crítico	Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (IX/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B21.ii)</b>	Número de digitalizações de conteúdos do arquivo	Crítico	Recorrente	●
<b>B21.iii)</b>	Evolução da quantidade de conteúdos disponíveis na RTP Arquivo	Crítico	Recorrente	●
<b>B22.i)</b>	Lista de principais projetos criados em conjunto com provedores	Crítico	Recorrente	●
<b>B22.ii)</b>	Desenvolvimento de um modelo de acompanhamento do Conselho de Opinião que promova o número de interações	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B23.i)</b>	Número de edições de livros lançados	Crítico	Recorrente	●
<b>B23.ii)</b>	Número de ações de promoção e divulgação de conteúdos RTP	Crítico	Recorrente	●
<b>B24.i)</b>	Criação de um modelo organizativo de aquisição, produção e distribuição de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B25.i)</b>	Ajuste do perfil dos serviços de programas da RTP	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B26.i)</b>	Número de horas para formação de colaboradores do Centro Regional dos Açores	Crítico	Recorrente	●
<b>B26.ii)</b>	Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais	Crítico	Recorrente	●
<b>B27.i)</b>	Número total de conteúdo produzido nos centros regionais e nacionais	Relevante	Recorrente	●












## LISTAGEM DE INDICADORES (X/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B27.ii)</b>	Relação com parceiros locais das delegações nacionais e internacionais	Crítico	Recorrente	●
<b>B28.i)</b>	Evolução do número de subscritores de serviços de programas RTP Internacionais e principais distribuidoras, por geografia	Crítico	Recorrente	●
<b>B28.ii)</b>	Nível de satisfação dos emigrantes face à oferta de conteúdos da RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B28.iii)</b>	Principais programas estreados na RTP África e RTP Internacional	Relevante	Recorrente	●
<b>B29.i)</b>	Existência de um modelo de afiliação e partilha de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B29.ii)</b>	Volume de conteúdos partilhados entre Antena1 e rádios locais	Relevante	Recorrente	●
<b>B30.i)</b>	Diversidade Cultural Face a Minorias (horas)	Crítico	Recorrente	●
<b>B31.i)</b>	Evolução da percentagem de legendagem em teletexto e de horas de programação com audiodescrição	Crítico	Recorrente	●
<b>B31.ii)</b>	Evolução do total de horas de programação com língua gestual Portuguesa	Crítico	Recorrente	●
<b>B31.iii)</b>	Formação de parcerias com empresas dedicadas à legendagem automática	Relevante	Recorrente	●
<b>B32.i)</b>	Evolução da performance das apps RTP Play e do Ensina RTP	Crítico	Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (XI/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B32.ii)</b>	Número de versões/atualizações lançados de aplicações RTP	Crítico	Recorrente	●
<b>B32.iii)</b>	Existência de um mecanismo de recomendações adaptado a cada utilizador	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B32.iv)</b>	Evolução do índice de satisfação do <i>website</i> da RTP Play	Crítico	Recorrente	●
<b>B33.i)</b>	Presença das apps RTP Play nas principais lojas de aplicações, distribuidores e aparelhos de televisão <i>smart</i>	Crítico	Recorrente	●
<b>B33.ii)</b>	Investimento em ações de marketing e comunicação focadas na promoção da RTP Play	Relevante	Recorrente	●
<b>B34.i)</b>	Investimento no reequipamento das infraestruturas de produção, estúdios, redações e emissores	Crítico	Recorrente	●
<b>B34.ii)</b>	Cobertura de estúdios e de carros exteriores com capacidade de produzir/transmitir em HD	Crítico	Recorrente	●
<b>B34.iii)</b>	Criação de uma nova arquitetura tecnológica e de gestão dos conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B35.i)</b>	Investimento na renovação técnica das delegações e centros regionais	Crítico	Recorrente	●
<b>B35.ii)</b>	Número de horas de formação técnica realizadas no CRA	Crítico	Recorrente	●
<b>B35.iii)</b>	Investimento na reconfiguração do CPN	Relevante	Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (XII/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B36.i)</b>	Investimento em equipamento para a renovação tecnológica dos estúdios de rádio	Crítico	Recorrente	
<b>B36.ii)</b>	Evolução do número de emissores	Relevante	Recorrente	
<b>B37.i)</b>	Investimento em soluções de <i>middleware</i>	Crítico	Recorrente	
<b>B38.i)</b>	Existência de um plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas	Crítico	Não Recorrente	
<b>B38.ii)</b>	Número de horas de formação dedicados ao cumprimento do plano para aumentar a flexibilidade e eficiência das equipas	Relevante	Recorrente	
<b>B39.i)</b>	Investimento em equipamento e tecnologia para MOJO	Crítico	Recorrente	
<b>B39.ii)</b>	Número de horas de formação dedicada a MOJO	Relevante	Recorrente	
<b>B39.iii)</b>	Percentagem de pessoas em função de suporte com/ sem computador	Relevante	Recorrente	
<b>B40.i)</b>	Lançamento de programa de reconhecimento para aumentar a notoriedade externa da RTP	Crítico	Não Recorrente	
<b>B40.ii)</b>	Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando a RTP	Relevante	Recorrente	
<b>B40.iii)</b>	Número de prémios pela participação em concursos reconhecidos por entidades externas premiando trabalhadores da RTP	Relevante	Recorrente	

## LISTAGEM DE INDICADORES (XIII/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B41.i)</b>	Índice de notoriedade da marca institucional RTP	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B41.ii)</b>	Cumprimento Percetivo da Missão de Serviço Público da RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B41.iii)</b>	Número de campanhas de comunicação reforçando a força de cada marca RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B41.iv)</b>	Centralização de competências de marketing e gestão da comunicação digital	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B42.i)</b>	Lançar uma nova estrutura para o desenvolvimento de conteúdos na área digital	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B42.ii)</b>	Número de pessoas alocadas a desenvolvimento de conteúdos na nova estrutura na área digital	Relevante	Recorrente	●
<b>B42.iii)</b>	Valor do orçamento para desenvolvimento de conteúdos para a nova estrutura na área digital	Crítico	Recorrente	●
<b>B42.iv)</b>	Volume de conteúdos desenvolvidos para a nova estrutura na área do digital	Crítico	Recorrente	●
<b>B43.i)</b>	Criação das bases para um novo modelo de desenvolvimento de conteúdos	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B43.ii)</b>	Número de parcerias com universidades, institutos politécnicos e outras organizações relevantes no domínio da inovação	Relevante	Recorrente	●
<b>B44.i)</b>	Atualização do Organograma	Crítico	Não Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (XIV/XVII)











		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B45.i)</b>	Número de trabalhadores impactados pelo programa MOVE	Relevante	Recorrente	●
<b>B45.ii)</b>	Número de reenquadramentos e reclassificações à luz do modelo de carreiras	Crítico	Recorrente	●
<b>B45.iii)</b>	Ligação do modelo de carreiras à avaliação do desempenho	Crítico	Recorrente	●
<b>B46.i)</b>	Número de horas e trabalhadores com formações na área do digital e nos formatos atualizados de consumo de informação e entretenimento	Crítico	Recorrente	●
<b>B46.ii)</b>	Número de horas de formação para atualização de conhecimentos profissionais e técnicos	Crítico	Recorrente	●
<b>B47.i)</b>	Distribuição de trabalhadores por género por postos de responsabilidade editorial, administrativo e técnico	Crítico	Recorrente	●
<b>B47.ii)</b>	Remuneração auferida por género	Crítico	Recorrente	●
<b>B47.iii)</b>	Monitorização do programa através de gabinete específico, apresentador, etc.	Relevante	Recorrente	●
<b>B48.i)</b>	Número de parcerias com entidades relevantes que fomentem a implementação de políticas e partilha de melhores práticas	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B49.i)</b>	Lançamento de um projeto transversal de obtenção de eficiências operacionais	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B49.ii)</b>	Custo/hora médio para a exibição de conteúdos em cada tipo de programa	Relevante	Recorrente	●

## LISTAGEM DE INDICADORES (XV/XVII)

		Relevância	Recorrência	Performance
<b>B50.i)</b>	Métricas definidas para avaliação do serviço público de média	Crítico	Não recorrente	●
<b>B50.ii)</b>	Número de programas específicos avaliados quanto à adequação aos valores da RTP	Relevante	Recorrente	●
<b>B51.i)</b>	Criação do processo interno de comunicação e acompanhamento da aplicação do código de ética e conduta e da transparência	Crítico	Não Recorrente	●
<b>B52.i)</b>	Número de iniciativas recorrentes de partilha de informação entre a gestão e os trabalhadores	Relevante	Recorrente	●
<b>B52.ii)</b>	Índice da satisfação global dos trabalhadores	Crítico	Recorrente	●
<b>B52.iii)</b>	Número de sessões com trabalhadores para promoção de temas relacionados com satisfação no trabalho	Relevante	Recorrente	●
<b>B53.i)</b>	Evolução das Receitas, Custos e Investimento	Crítico	Recorrente	●
<b>B53.ii)</b>	Divulgação das atividades de gestão e tornar facilmente acessíveis os respetivos indicadores e relatórios	Relevante	Recorrente	●
<b>B53.iii)</b>	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	●



## LISTAGEM DE INDICADORES (XVI/XVII)

		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 e legendagem de programas em direto	

## LISTAGEM DE INDICADORES (XVII/XVII)

Cumprimento

C3.2 Língua gestual portuguesa



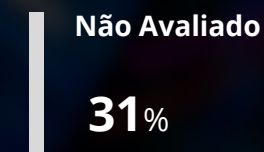
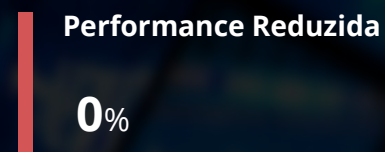
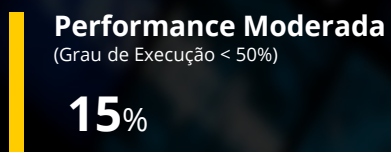
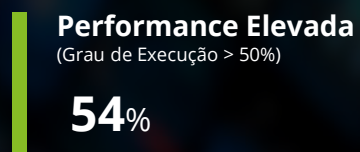
C3.3. Audiodescrição



## 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
<b>Performance Elevada</b>	-	-	-	-	6
Grau de execução >50% <sup>1</sup>	-	-	-	-	1
<b>Performance Moderada</b>	-	-	-	-	0
Grau de execução <50% <sup>1</sup>	-	-	-	-	2
<b>Performance Reduzida</b>	-	-	-	-	0
<b>Não Avaliado</b>	-	-	-	-	4
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	13



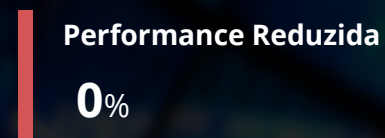
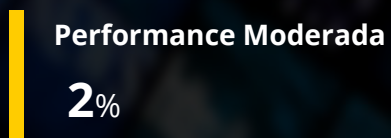
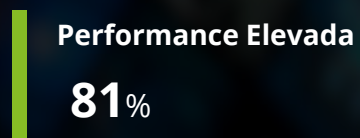
Legenda: ● Não Avaliado em 2022 ● Grau de cumprimento >50% ● Grau de cumprimento <50%

<sup>1</sup> Com base no Decreto Lei n.º 74/2021, 25 de agosto, a avaliação das obrigações de investimento em produção audiovisual e cinematográfica independente passará a ser feita numa base bianual. Assim, a RTP irá realizar a aferição do seu investimento para algumas das suas obrigações legais num período de dois exercícios consecutivos - 2022 e 2023, ficando a avaliação final desses mesmos indicadores adiada para o último ano de análise do Plano Estratégico 2021-2023. Desta forma, em 2022 a análise dos KPIs supramencionados consistiu apenas num parecer relativo ao grau de execução de face ao objetivo bianual.

## SÍNTESE DE INDICADORES (II/III)

### ESTUDO B | AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DO PROJETO ESTRATÉGICO DE 2021-2023

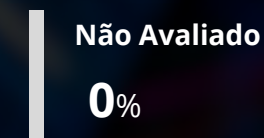
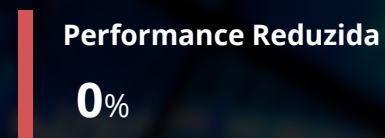
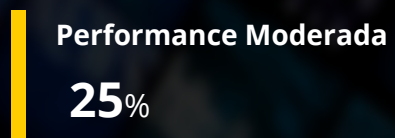
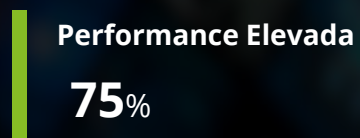
AVALIAÇÃO	INDICADORES CRÍTICOS	INDICADORES RELEVANTES	INDICADORES RECORRENTES	INDICADORES NÃO RECORRENTES	TOTAL DE INDICADORES
Performance Elevada	57	57	105	9	114
Performance Moderada	3	0	2	1	3
Performance Reduzida	0	0	0	0	0
Não Avaliado	20	4	10	14	24
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>61</b>	<b>117</b>	<b>24</b>	<b>141</b>



## SÍNTESE DE INDICADORES (III/III)

### ESTUDO C | AVALIAÇÃO DO CUMPRIMENTO DO PROJETO ESTRATÉGICO DE 2021-2023

AVALIAÇÃO	INDICADORES CRÍTICOS	INDICADORES RELEVANTES	INDICADORES RECORRENTES	INDICADORES NÃO RECORRENTES	TOTAL DE INDICADORES
Performance Elevada	-	-	-	-	9
Performance Moderada	-	-	-	-	3
Performance Reduzida	-	-	-	-	0
Não Avaliado	-	-	-	-	0
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	<b>12</b>



# 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*

**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 média, Informação e Literacia

**MIPCOM** – Marché International des Programmes de Communication

**MSP** – Missão de Serviço Público

**PAO** – 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 Portuguesa de Autores

**TCV** – Televisão de Cabo Verde

**TGB** – Televisão da Guiné-Bissau

**TPA** – Televisão Pública de Angola

**TV** – Televisão

**TVE** – *Televisión Española*

**TVI** – Televisão Independente

# Glossário

---

**TVM** – Televisão de Moçambique

**VOD** – *Video On Demand*