

CONTRATO DE CONCESSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE MEDIA

Entre:

O ESTADO PORTUGUÊS, aqui representado pelo Ministro dos Assuntos Parlamentares, Pedro Miguel de Azevedo Duarte, e pelo Secretário de Estado do Tesouro e das Finanças, João Alexandre da Silva Lopes, adiante designado por «Estado»;

e

A RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, S.A., sociedade anónima de capitais públicos, com o número de pessoa coletiva e de matrícula 500225680, matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa, com sede na Av. Marechal Gomes da Costa, n.º 37, em Lisboa, com o capital social de €1.432.773.340,00, aqui representada pelo Presidente do Conselho de Administração, Nicolau Fernando Ramos dos Santos, pelo Vogal do Conselho de Administração, Hugo Graça Figueiredo, e pela Vogal do Conselho de Administração, Sónia Cristina Mourão Alegre, na qualidade de administradores com poderes para o ato, adiante designada por «RTP» ou «Concessionária»;

Considerando:

- (A) Que é imperativo do Estado assegurar a existência e o funcionamento de um serviço público de rádio e de televisão, conforme decorre, no plano nacional, do n.º 5 do artigo 38.º da Constituição da República Portuguesa e, no plano europeu, nomeadamente (i) do Protocolo interpretativo anexo ao Tratado de Amsterdão, hoje incorporado nos Tratados da União Europeia (Protocolo n.º 29), que sustenta o serviço público na União Europeia; (ii) da Resolução do Parlamento Europeu, de 3 de maio de 2018, sobre o pluralismo e a liberdade dos meios de comunicação social na União Europeia; e fundamentalmente (iii) do Regulamento Liberdade dos Meios de Comunicação Social ("*European Media Freedom Act*"), em concreto, do disposto no seu artigo 5.º quanto às garantias para o funcionamento independente dos fornecedores de serviços públicos de comunicação social;
- (B) Este imperativo, o Estado deve assegurar os meios necessários, suficientes e apropriados à prestação do serviço público, garantindo, designadamente, a sua liberdade e independência perante o poder político e o poder económico, assim como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião;

- (C) Que o n.º 1 do artigo 52.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua redação atual (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), bem como o n.º 2 do artigo 50.º da Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio) preveem a celebração de contratos reguladores da concessão do serviço público e que, nos termos do n.º 1 do artigo 1.º e do n.º 2 do artigo 2.º da Lei n.º 8/2007, de 14 de fevereiro, na sua redação atual, a Rádio e Televisão de Portugal, S.A., é a titular das concessões dos serviços públicos de rádio e de televisão, tendo, por objeto a prestação do serviço público de rádio e de televisão, bem como de outros serviços de media, conforme previsto no artigo 3.º dos seus Estatutos, aprovados em anexo a esta lei;
- (D) Que tanto a Lei da Rádio, como a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, determinam que o contrato de concessão deve ser revisto no final de cada período de quatro anos, sem prejuízo das alterações que, entretanto, ocorra fazer;
- (E) Que o contrato de concessão do serviço público de rádio e televisão está em vigor desde março de 2015, nunca tendo sido revisto desde então;
- (F) As transformações tecnológicas que, nos últimos anos, têm alterado significativamente as formas de consumo de media, e considerando os grandes desafios que daí advêm para o serviço público, em especial a manutenção da sua relevância para os cidadãos, implicando a correspondente modernização e inovação, reafirmando a necessidade de garantir a sua sustentabilidade, conforme reconhecido pela Resolução do Conselho da União Europeia e dos Representantes dos Estados-Membros nele reunidos, de 25 de janeiro de 1999 e a Resolução do Parlamento Europeu, de 2013, sobre a Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, mas também as Recomendações do Conselho da Europa sobre a matéria, incluindo a Recomendação CM/Rec (2012)1 do Conselho de Ministros aos Estados-membros sobre a Governação do Serviço Público de Média;
- (G) A necessidade de acompanhar a modernização da prestação do serviço público, a evolução das tecnologias, das plataformas de distribuição e os novos padrões de consumo mediático;
- (H) A reflexão do grupo de trabalho que elaborou o Livro Branco do Serviço Público de Media, apresentado em maio de 2023;

é acordada entre o Estado e a Concessionária a revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, celebrado em 6 de março de 2015, doravante designado como Contrato de Concessão do Serviço Público de Media, que se rege pelas cláusulas seguintes, as quais devem ser interpretadas em conformidade com a Carta de Princípios e Missões do Serviço Público de Media:

PARTE I
Disposições gerais

Cláusula 1.ª
Objeto

O presente contrato tem por objeto regular a concessão dos serviços públicos de rádio e de televisão, doravante, em conjunto, designados serviço público de media, definindo os direitos e obrigações do Estado e da Concessionária, os objetivos a alcançar e os critérios qualitativos e quantitativos que asseguram a sua concretização, bem como as respetivas formas de avaliação, de acordo com o previsto no n.º 2 do artigo 5.º e nos n.ºs 1 e 6 do artigo 52.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, aprovada pela Lei n.º 27/2007, de 30 de julho, na sua redação atual (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido), assim como nos n.ºs 2 e 3 do artigo 50.º da Lei da Rádio, aprovada pela Lei n.º 54/2010, de 24 de dezembro, na sua redação atual (Lei da Rádio).

Cláusula 2.ª
Âmbito do serviço público de media

1. O serviço público de media compreende a produção e oferta ao público de conteúdos audiovisuais e sonoros, nomeadamente através da prestação de serviços de programas televisivos, de serviços de programas radiofónicos e de serviços audiovisuais a pedido, bem como de outros serviços de comunicação social de distribuição digital, doravante designados serviços digitais, nos termos previstos nas cláusulas seguintes, qualquer que seja a plataforma de disponibilização.
2. Com respeito pelas disposições legais, a Concessionária colocará o enfoque do desenvolvimento do serviço público de media no aumento da oferta, designadamente, de serviços ou conteúdos ou funcionalidades nos serviços audiovisuais a pedido e outros serviços digitais.
3. Com respeito pelas disposições legais aplicáveis e obtido o parecer não vinculativo do Conselho de Opinião, a Concessionária está autorizada a proceder ao lançamento e ao encerramento de serviços de programas televisivos e radiofónicos.
4. O lançamento de novos serviços de programas de rádio e de televisão deve ser precedido da projeção dos objetivos a atingir e de uma análise financeira de despesas, custos e benefícios que permitam verificar se esses serviços satisfazem adequada e proporcionalmente as necessidades democráticas, sociais e culturais da sociedade,

devendo, para o efeito, ter-se em conta, designadamente, o valor, em termos de interesse público, que o serviço em causa é suscetível de acrescentar à oferta existente.

Cláusula 3.ª

Princípios de atuação aplicáveis ao serviço público de media

1. A Concessionária garante, nos termos do n.º 2 do artigo 50.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, bem como do n.º 2 do artigo 48.º da Lei da Rádio, que a prestação do serviço público ocorre na estrita observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade, da diferenciação e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, da isenção e da independência da informação, bem como do princípio da inovação, tal como densificados na Carta de Princípios e Missões do Serviço Público de Media, constante do anexo I ao presente contrato e do qual faz parte integrante.

2. O serviço público de media deve seguir uma ética especialmente exigente, nomeadamente adotando especiais cuidados, regras claras e procedimentos rigorosos para tornar evidentes e identificáveis as distinções entre informação jornalística, programas e conteúdos de entretenimento e publicidade.

3. Sem prejuízo do cumprimento das obrigações concretamente previstas no presente contrato, a correspondência da programação difundida pela Concessionária às exigências de serviço público deve ser avaliada de forma global, tendo em conta o conjunto de conteúdos e a programação dos diferentes serviços de programas de cada meio de comunicação social e atenta a especificidade de cada serviço de programas.

PARTE II

Obrigações de oferta

Secção I

Serviços, programas e conteúdos

Cláusula 4.ª

Serviços de programas, serviços audiovisuais a pedido e serviços digitais

1. Integram o serviço público de media os serviços de programas, os programas e os demais conteúdos previstos na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, podendo, também, compreender:

- a) Um serviço de programas temático informativo televisivo destinado à prestação especializada de informação que aborde o país, o mundo, a lusofonia, os temas políticos, económicos, sociais, culturais e desportivos, além da informação de

proximidade regional e local, devendo incluir os diferentes géneros de conteúdo informativo, designadamente documentários, reportagens, noticiários e debates, acerca de temas, ideias e protagonistas não representados habitualmente na comunicação social, fornecendo uma informação de referência e alternativa face à oferta do mercado;

b) Um serviço de programas histórico e documental televisivo, com base nos arquivos audiovisuais da Concessionária e de acordo com uma lógica de programação inovadora e coerente.

2. Nos termos da Lei da Rádio, o serviço público de media integra:

a) Um serviço de programas nacional de carácter generalista, com opções diversificadas e uma forte componente informativa e de entretenimento, destinado a servir a generalidade da população, atento às realidades regionais e à divulgação de música portuguesa, seus intérpretes e compositores, bem como às manifestações culturais, desportivas e outras, de interesse do grande público;

b) Um serviço de programas nacional de índole cultural, respeitando padrões exigentes de qualidade em termos de estética, de conteúdo e tecnológicos, vocacionado para a transmissão de programas de música erudita, jazz, etnográfica e contemporânea, atento às suas manifestações mais significativas a nível nacional e internacional, interessado em fomentar o conhecimento e o gosto pela música, aberto à temática das letras, das artes e das ciências e sensível à modernidade;

c) Um serviço de programas nacional vocacionado para a música e cultura urbanas, nas suas múltiplas expressões, que promova novas ideias e projetos, com especial atenção à música portuguesa atual e à descoberta de talentos, inovador nos formatos, capaz de atrair diferentes públicos e com uma presença forte nas plataformas digitais;

d) Dois serviços de programas especialmente destinados às Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira que, dentro dos princípios gerais enunciados no presente contrato, reflitam os interesses, aspirações e cultura daquelas regiões;

e) Um serviço de programas vocacionado para as comunidades portuguesas e para os portugueses residentes no estrangeiro, destinado a manter e a estreitar a ligação afetiva e cultural a Portugal, a promover a afirmação, valorização e defesa da imagem de Portugal e a contribuir para a promoção económica e cultural de Portugal no estrangeiro; e

f) Um serviço de programas vocacionado para os países africanos de língua oficial portuguesa e, através de frequência própria, para as comunidades africanas residentes na Grande Lisboa, Grande Porto, Coimbra e Faro, ou noutras áreas

geográficas, desde que tal se justifique e exista disponibilidade espectral, sem prejuízo de novos concursos de atribuição de espectro, que promova a valorização da língua e do património histórico comum, assim como dos aspetos culturais específicos de cada país.

3. A oferta de serviço público de media compreende ainda:

a) Um serviço audiovisual a pedido de conteúdos diversificados de natureza informativa, educativa e de entretenimento, em que além da disponibilização dos programas difundidos pelos serviços lineares, são também disponibilizados programas especificamente concebidos para este serviço;

b) Um serviço audiovisual a pedido ou um serviço digital, de natureza educativa, designadamente de natureza lúdico-pedagógica, estabelecendo para o efeito parcerias com entidades que possam contribuir para a valorização do serviço e relação com os respetivos públicos;

c) Um serviço audiovisual a pedido ou um serviço digital que disponibilize os documentos sonoros e audiovisuais de relevante valor histórico, sociológico, científico, educativo, desportivo ou artístico e que promova a salvaguarda da memória coletiva.

4. Adicionalmente, a Concessionária:

a) Alargará de forma progressiva a oferta de serviços, conteúdos ou funcionalidades nos serviços audiovisuais a pedido ou de serviços digitais, sempre que economicamente viável;

b) Desenvolverá uma estratégia de conteúdos, bem como da sua oferta, que seja diferenciadora e inovadora, recorrendo para o efeito aos meios de difusão e às plataformas de distribuição digital, que se mostrem mais adequadas a alcançar os diversos públicos;

c) Procurará assegurar que os seus serviços audiovisuais a pedido são disponibilizados através dos dispositivos, plataformas e interfaces dos operadores de distribuição de serviços de programas a que se refere o artigo 25.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, em posição que lhes garanta elevada visibilidade pelos respetivos utilizadores;

d) Nas plataformas em que seja técnica e economicamente viável, a Concessionária disponibilizará funcionalidades que permitam aos utilizadores passarem dos serviços lineares para serviços a pedido.

Cláusula 5.ª

Obrigações da Concessionária aplicáveis ao serviço público de media

1. Para além do cumprimento das obrigações gerais dos operadores de televisão e dos operadores de rádio, previstas no artigo 34.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, bem como no artigo 32.º da Lei da Rádio respetivamente e das obrigações específicas enquanto Concessionária previstas no artigo 51.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, bem como no artigo 49.º da Lei da Rádio, a Concessionária deve ainda apresentar uma programação e conteúdos sonoros ou audiovisuais que promovam a formação cultural e cívica do público, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade, de acordo com os princípios referidos na Carta de Princípios e Missões do Serviço Público de Media.
2. O serviço de programas referido no artigo 53.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido deve dedicar pelo menos 75% das suas emissões, com exclusão do tempo consagrado à publicidade, à difusão de programas originariamente em língua portuguesa.
3. A Concessionária promove a divulgação do acervo documental dos arquivos audiovisuais da RTP nos seus serviços de programas, nomeadamente no serviço de programas referido na alínea b) do n.º 1 da cláusula 4.ª, bem como no serviço de programas previsto no artigo 54.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.
4. Nos termos do artigo 46.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, os serviços de programas televisivos de cobertura nacional devem assegurar que pelo menos 10% da respetiva programação, com exclusão dos tempos consagrados aos noticiários, manifestações desportivas, concursos, publicidade, televenda e teletexto, sejam preenchidos através da difusão de obras criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, produzidas há menos de cinco anos.
5. Nos serviços de programas televisivos generalistas, a referida difusão deve corresponder a pelo menos metade do tempo da percentagem da programação referida no número anterior.
6. A Concessionária reserva à produção europeia parte considerável do seu tempo de emissão, devendo tendencialmente dedicar-lhe percentagens superiores às exigidas na lei a todos os operadores, atenta a missão de cada um dos seus serviços de programas.

7. A Concessionária assegura as obrigações de emissão legalmente previstas no artigo 51.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, bem como no artigo 49.º da Lei da Rádio, nomeadamente:

a) Garantir o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política, nos termos constitucional e legalmente previstos;

b) Emitir as mensagens cuja difusão seja solicitada pelo Presidente da República, pelo Presidente da Assembleia da República ou pelo Primeiro-Ministro e, nas emissões de âmbito regional especialmente destinadas às Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, pelos presidentes das respetivas Assembleias Legislativas e Governos Regionais;

c) Ceder tempo de emissão à Administração Pública, com vista à divulgação de informações de interesse geral, nomeadamente em matéria de saúde, proteção civil e segurança públicas;

d) Promover a emissão de programas que aconselhem e estimulem os cidadãos para a prática adequada de exercício físico e de uma boa nutrição, no caso de dever coletivo de permanência em residência, por período alargado, devido a declaração de estado de exceção ou por necessidade de isolamento social.

8. A Concessionária cede ainda tempo de emissão às confissões religiosas, nos termos do artigo 25.º da Lei n.º 16/2001, de 22 de junho, na sua redação atual (Lei da Liberdade Religiosa).

9. Desde que tal aquisição se enquadre nos limites orçamentais e contribua para a diversificação da oferta, deve a Concessionária assegurar a transmissão de eventos, nacionais e internacionais, que sejam objeto de interesse generalizado do público, nos termos da lista prevista no n.º 4 do artigo 32.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

Cláusula 6.ª

Informação

1. A programação de informação destina-se à prestação especializada de informação nos seus diferentes géneros de conteúdo informativo, tais como reportagens, serviços noticiosos, entrevistas e debates acerca de temas, ideias e protagonistas da atualidade.

2. Os serviços noticiosos asseguram a cobertura jornalística, devidamente contextualizada, dos principais acontecimentos de âmbito nacional, regional e internacional.

3. A par da informação nacional e internacional, deverá a Concessionária procurar ter uma vocação de proximidade, concedendo especial atenção, através de uma cobertura territorial adequada, a temas, ideias e protagonistas com interesse para regiões e comunidades específicas, tendencialmente e sempre que possível através de janelas de programação com este propósito.

4. A Concessionária deve em permanência procurar identificar as necessidades informativas dos vários setores sociais, bem como os hábitos de consumo de conteúdos mediáticos dos diversos públicos, disponibilizando novas formas de oferta informativa para ir ao encontro de tais necessidades e especificidades.

5. A Concessionária assegura também a difusão regular, nos seus serviços de programas de âmbito nacional, de conteúdos informativos produzidos pelos serviços de programas de âmbito internacional e pelos serviços de programas de âmbito regional.

6. Os serviços de programas televisivos e radiofónicos de âmbito nacional incluem programas diários em que são noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais, regionais e internacionais, à frequência de, pelo menos, três vezes por dia, entre as 7 e as 24 horas, no caso de cada um dos serviços de programas generalistas, e uma vez por dia, em horário de maior audiência, no caso do segundo serviço de programas televisivo generalista.

7. Os serviços de programas televisivos e radiofónicos de âmbito nacional, em conjunto, incluem:

a) Programas regulares ou espaços de debate aprofundado com intervenção de personalidades representativas da vida política, cultural, científica, económica, desportiva e social portuguesa ou internacional, num mínimo anual de 208 (duzentos e oito) programas em estreia;

b) Programas regulares ou espaços de entrevista a personalidades que se destaquem na sua atividade profissional ou cívica, num mínimo anual de 208 (duzentos e oito) programas em estreia;

c) Programas regulares ou espaços de debate e entrevista sobre a atividade política nacional, regional e local que garantam o pluralismo e deem expressão às posições das instituições e forças políticas, entre elas as representadas nos órgãos

parlamentares, num mínimo anual de 104 (cento e quatro) em estreia, com periodicidade tendencialmente semanal;

d) Programas regulares ou espaços de grande reportagem, num mínimo anual de 52 (cinquenta e dois) programas em estreia;

e) Espaços adequados, tendencialmente diários, de cobertura jornalística dos períodos eleitorais e referendários.

8. Adicionalmente ao previsto no número anterior, os serviços de programas televisivos e radiofónicos de âmbito nacional devem em conjunto incluir programas regulares ou espaços, tendencialmente diários, dedicados ao combate à desinformação, reforçando os mecanismos de verificação de factos.

9. Nos serviços audiovisuais a pedido e nos serviços digitais, a Concessionária assegura que os conteúdos informativos:

a) Estão presentes através de um serviço digital específico, incluindo conteúdos originais e conteúdos produzidos e difundidos ao abrigo dos n.ºs 7 e 8 da presente cláusula;

b) Serão objeto de estratégias de presença e promoção cruzada dos referidos conteúdos nas plataformas digitais direcionadas aos diferentes públicos;

c) Tendo como parâmetro a transição digital, os conteúdos em estreia representarão parte significativa da oferta informativa;

d) Têm uma frequência de atualização dos conteúdos informativos tendencialmente em permanência.

Cláusula 7.ª

Cultura

1. Em matéria de cultura, os serviços de programas televisivos e radiofónicos de âmbito nacional incluem, no seu conjunto:

a) A difusão de informação cultural, tendencialmente diária, nos primeiros serviços de programas generalistas de televisão e rádio;

b) Programas regulares ou espaços de divulgação de obras, criadores e instituições culturais portuguesas, num mínimo anual de 208 (duzentos e oito) em estreia;

c) Programas regulares ou espaços destinados a promover a língua portuguesa, a história e a literatura, num mínimo anual de 50 (cinquenta) em estreia;

d) Difusão regular de grandes espetáculos de artes performativas, nomeadamente peças teatrais e bailados, num mínimo anual de 12 (doze) em estreia, dos quais metade de produção portuguesa;

e) Difusão regular de espetáculos musicais, incluindo de ópera e de música portuguesa, num mínimo anual de 50 (cinquenta);

f) Difusão regular de documentários originais para televisão ou documentários cinematográficos, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística com relevância para Portugal, num mínimo anual de 75 (setenta e cinco) em estreia, com um mínimo de 15 (quinze) de produção nacional.

2. Os serviços de programas radiofónicos generalistas promovem a divulgação de música portuguesa tal como definida no n.º 2 do artigo 41.º da Lei da Rádio, bem como dos seus intérpretes, comprometendo-se a inserir na programação uma percentagem mínima de 60% de música portuguesa no seu primeiro serviço de programas generalista e de 50% no serviço de programas previsto na alínea c) do n.º 2 da cláusula 4.ª.

3. Visando contribuir para o efeito referido no número anterior, a Concessionária divulga, por iniciativa própria ou em conjunto com outras entidades, espetáculos, festivais ou iniciativas similares, visando a divulgação da música de autores portugueses e de expressão portuguesa e a sua afirmação internacional.

4. Nos serviços audiovisuais a pedido e nos serviços digitais, a Concessionária procura assegurar:

a) A difusão dos conteúdos previstos no n.º 1 da presente cláusula;

b) No mínimo, uma produção específica para estes serviços de entre as categorias previstas nas alíneas a), b) e c) do n.º 1 da presente cláusula.

5. No caso dos serviços audiovisuais a pedido e dos serviços digitais, a Concessionária procura garantir os direitos de difusão dos conteúdos previstos no n.º 1 da presente cláusula.

Cláusula 8.ª

Ficção

1. Em matéria de ficção, os serviços de programas televisivos de âmbito nacional incluem, no seu conjunto:

a) A difusão regular de obras cinematográficas de longa-metragem, no mínimo de 104 (cento e quatro) por ano, das quais, no mínimo:

i) 25 (vinte e cinco) produzidas há menos de cinco anos; e

ii) 30 (trinta) de produção nacional, das quais 15 (quinze) em estreia nos serviços de programas generalistas de âmbito nacional de acesso não condicionado livre;

b) A difusão regular de obras cinematográficas portuguesas de curta-metragem;

c) A difusão regular de obras audiovisuais, nomeadamente séries e minisséries, num mínimo de 10 (dez) em estreia.

2. A Concessionária assegura a transmissão, nos seus serviços de programas televisivos, das obras cinematográficas e audiovisuais por si financiadas através de contratos e protocolos de colaboração por si subscritos, designadamente no âmbito da relação com o Instituto do Cinema e Audiovisual, I. P. (ICA, I. P.), e de outras iniciativas congéneres.

3. No caso dos serviços audiovisuais a pedido e dos serviços digitais, a Concessionária procura garantir os direitos de difusão dos conteúdos previstos no n.º 1.

4. A Concessionária assegura ainda uma produção específica para os serviços referidos no número anterior da presente cláusula, em que valoriza o experimentalismo e o novo talento audiovisual, no mínimo anual de 4 (quatro) projetos no ano de entrada em vigor da alteração ao presente contrato, obrigando-se a partir de então a aumentar a sua produção em pelo menos mais 1 (um) projeto face ao ano anterior, no prazo de vigência do presente contrato.

Cláusula 9.ª

Entretenimento

1. Em matéria de entretenimento, os serviços de programas televisivos e radiofónicos de âmbito nacional incluem, nomeadamente, programas regulares com preocupação lúdica ou formativa que contribuem para a diversão dos públicos, promoção da cultura geral e do conhecimento, bem como da valorização da língua e cultura portuguesas e da coesão

nacional, com um mínimo, no seu conjunto, de 600 (seiscentos) programas por ano, estimulando a presença de novos talentos.

2. Com vista a explorar novas formas de interação com os seus públicos, a Concessionária procura, nos formatos de entretenimento adequados, uma presença nos serviços audiovisuais a pedido e serviços digitais, que complemente os conteúdos previstos no número anterior.

Cláusula 10.ª

Desporto

1. Nos serviços de programas televisivos e radiofónicos, a Concessionária deve promover a divulgação e a transmissão de provas e competições desenvolvidas nas diferentes modalidades desportivas, quer em Portugal quer no estrangeiro, abrangendo ainda o desporto escolar, o desporto universitário e o desporto para pessoas com deficiência, dando especial atenção aos eventos que envolvam a participação coletiva ou individual de seleções nacionais principais tuteladas por federações detentoras do estatuto de utilidade pública desportiva, com um mínimo de 250 (duzentos e cinquenta) por ano.

2. Nos serviços audiovisuais a pedido e nos serviços digitais, a Concessionária assegura, na medida do possível:

a) A transmissão e a cobertura jornalística das participações desportivas das seleções nacionais, femininas e masculinas, pelo menos daquelas com representatividade internacional;

b) A transmissão de competições desportivas de outras modalidades, femininas e masculinas, para além do futebol;

c) A difusão de conteúdos nas diversas modalidades desportivas, incluindo o desporto escolar e o desporto universitário, sob a forma de géneros informativos, como a reportagem, o debate e a entrevista;

d) A promoção de hábitos de vida saudáveis através da prática desportiva, bem como da ética e integridade no desporto, mediante o desenvolvimento de espaços próprios, fomentando a participação ativa das diferentes organizações da sociedade civil.

3. No caso dos serviços audiovisuais a pedido e dos serviços digitais, a Concessionária procura garantir os direitos de difusão dos conteúdos previstos no n.º 1.

Cláusula 11.ª
Infantis e juvenis

1. A Concessionária apresenta uma programação diversificada e regular de índole lúdica, informativa e educativa dirigida aos públicos infantis e juvenis que reflita nos seus conteúdos os interesses dos diferentes segmentos etários, com o objetivo de satisfazer as suas necessidades formativas.
2. A referida programação será disponibilizada através de um misto de oferta linear televisiva e de rádio, e de oferta não linear nos serviços audiovisuais a pedido ou serviços digitais, incluindo, no mínimo, 1 (um) programa diário de informação destinado aos públicos infantis e juvenis.
3. Adicionalmente ao estipulado no n.º 1 da cláusula 8.ª, a Concessionária difunde diariamente obras cinematográficas ou audiovisuais especificamente dirigidas aos públicos infantis e juvenis.
4. A difusão dos programas referidos nos números anteriores deve ter em conta os horários e calendários escolares e respeitar a periodicidade e regularidade da sua emissão.
5. Nos serviços audiovisuais a pedido e nos serviços digitais, a Concessionária procura assegurar:
 - a) A disponibilização dos conteúdos oferecidos nos serviços lineares, salvaguardados os direitos de difusão;
 - b) A disponibilização de conteúdos lúdicos, informativos e educativos, designadamente aqueles por si produzidos, valorizando a interação com os públicos a que se destina e a diversificação de formatos.
6. A Concessionária procura assegurar ainda uma produção específica destinada aos públicos infantis e juvenis, em diversos géneros de programas.

Secção II

Públicos e coesão territorial

Cláusula 12.ª
Acessibilidades

Constitui obrigação da Concessionária:

a) Garantir a possibilidade de acompanhamento das emissões de carácter cultural, lúdico, formativo e informativo por pessoas com necessidades especiais, nomeadamente através do recurso à legendagem, à interpretação por meio da língua gestual, à audiodescrição ou a outras técnicas que se revelem adequadas, com antecedência em relação às condições definidas para os serviços de programas disponibilizados pelos operadores privados e acordo com a calendarização definida no plano plurianual previsto n.º 2 do artigo 34.º-A e na alínea j) do n.º 2 do artigo 51.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, a qual tem em conta as especiais responsabilidades de serviço público;

b) Emitir programas ou espaços sobre temáticas do interesse específico das pessoas com deficiência, com um mínimo anual de 52 (cinquenta e dois) em estreia, com periodicidade tendencialmente semanal;

c) Prestar cooperação técnica aos operadores privados ou outros atores do setor nesta matéria, nomeadamente através da partilha de boas práticas.

Cláusula 13.ª

Descentralização e coesão territorial

1. O serviço público de media deve refletir a diversidade do país e da sua criação audiovisual, nomeadamente através:

a) De conteúdos produzidos e emitidos pelos diferentes centros de produção e delegações da Concessionária, sendo que pelo menos um dos serviços de programas televisivos de âmbito nacional deverá ficar sediado no Centro de Produção do Norte da RTP;

b) Da visibilidade conferida a temas, ideias e protagonistas locais.

2. Os serviços de programas televisivos e radiofónicos especialmente destinados às Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira devem atender às respetivas realidades políticas, sociais, culturais, desportivas, valorizando a produção regional e assegurando uma adequada cobertura informativa da diversidade dos arquipélagos.

3. Os serviços de programas televisivos e radiofónicos especialmente destinados às Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira asseguram:

a) Programas diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais, regionais e internacionais, à frequência de, no mínimo, 1 (uma) vez por dia, em horário de maior audiência, no caso dos serviços de

programas televisivos e no mínimo de 3 (três) por dia, entre as 7 e as 24 horas, no caso dos serviços de programas radiofónicos;

b) Espaços regulares de debate sobre matérias de natureza política, económica ou social, com periodicidade tendencialmente semanal; e

c) Espaços informativos regulares de acompanhamento da atividade das Assembleias Legislativas Regionais, abrangendo a intervenção e a opinião dos diferentes partidos políticos nelas representados, com periodicidade tendencialmente semanal.

4. Os conteúdos referidos no número anterior são disponibilizados nos serviços audiovisuais a pedido ou serviços digitais, sempre que possível.

5. A Concessionária e os Governos Regionais dos Açores e da Madeira podem estabelecer acordos específicos que prevejam o financiamento de obrigações complementares específicas do serviço público de media, como tal definidas pelas Assembleias Legislativas Regionais, nos termos do artigo 56.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

6. Constitui obrigação da Concessionária, no que se refere aos serviços de programas de âmbito nacional, assegurar a integral cobertura do território nacional, quer através da sua rede de difusão de rádio, quer procurando assegurar o referido objetivo junto da entidade responsável pela difusão do sinal de televisão.

7. A Concessionária deve, em articulação com os serviços de distribuição, procurar garantir a continuidade de transmissão de uma emissão nacional em caso de emergência ou de catástrofe, promovendo sempre a necessária articulação com as autoridades competentes em matéria de proteção civil.

Cláusula 14.ª

Comunidades

1. Nos termos da lei, a Concessionária oferece serviços de programas televisivos e radiofónicos internacionais com o objetivo de promover a ligação entre Portugal e as comunidades de língua portuguesa residentes no estrangeiro, designadamente através da emissão de programas que valorizem a língua e a cultura portuguesas.

2. A Concessionária difunde conteúdos especificamente produzidos para estes serviços de programas, em géneros diversificados, que totalizem, no mínimo, 21 (vinte e uma) horas semanais de emissão, das quais, pelo menos, 3 (três) horas no serviço de programas televisivo.

3. A Concessionária assegura ainda, no mínimo, nos serviços referidos no número anterior:

a) Programas diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos da realidade portuguesa nacional e regional, assim como das comunidades portuguesas de maior expressão no estrangeiro;

b) Um programa semanal informativo, vocacionado para o aprofundamento de temas especialmente relevantes para as comunidades portuguesas de maior expressão no estrangeiro.

4. O serviço de programas televisivo vocacionado para os telespectadores de língua portuguesa residentes no estrangeiro, a que se refere o artigo 55.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, deve incluir programas nacionais legendados em língua portuguesa, no mínimo semanal de 21 (vinte e uma) horas no ano da entrada em vigor do presente contrato.

5. Quando a especificidade do público de cada área geográfica o justifique, o serviço de programas referido no número anterior pode ainda incluir programas nacionais em versão legendada em língua estrangeira.

6. Para o cumprimento do disposto nos números anteriores, a Concessionária pode celebrar protocolos de cooperação com operadoras de televisão ou de rádio que transmitam serviços de programas televisivos ou radiofónicos generalistas, com outros produtores de conteúdos e plataformas de distribuição, assim como com os organismos e serviços públicos com atividade relevante no domínio internacional e da diáspora.

7. Os conteúdos referidos nos números anteriores devem, na medida do possível, também ser disponibilizados nos serviços audiovisuais a pedido ou serviços digitais, podendo estes disponibilizar conteúdos originais, bem como conteúdos que promovam a aprendizagem da língua portuguesa como segunda língua ou como língua estrangeira.

Cláusula 15.ª

Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa

1. Nos termos da lei, a Concessionária oferece serviços de programas televisivos e radiofónicos com o objetivo de reforçar as ligações entre Portugal e os países africanos de língua oficial portuguesa, nomeadamente tendo em conta os objetivos a que Portugal se obriga no quadro de instrumentos de cooperação celebrados com estes países.

2. A oferta referida no número anterior compreende, entre outros serviços e conteúdos, conforme determinado nos números seguintes, um serviço de programas radiofónico vocacionado para os países africanos de língua oficial portuguesa e para as comunidades africanas e afrodescendentes residentes em Portugal, transmitido por satélite e com distribuição terrestre local ao abrigo de acordos firmados ou a firmar com os respetivos Estados, bem como no território nacional através de difusão hertziana terrestre, para as áreas onde essas comunidades residam, desde que a disponibilidade espectral o permita.

3. A Concessionária difunde conteúdos de géneros diversificados que sejam do interesse das comunidades africanas de língua oficial portuguesa e das comunidades africanas e afrodescendentes em Portugal.

4. A Concessionária assegura nos serviços referidos no n.º 1 programas de informação diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos dos países africanos de língua oficial portuguesa.

5. Quando se justifique, os conteúdos podem ser legendados em língua portuguesa.

6. Para cumprimento do disposto nos números anteriores, a Concessionária pode celebrar protocolos de cooperação com operadoras de televisão ou de rádio que transmitam serviços de programas televisivos ou radiofónicos generalistas, com outros produtores de conteúdos e plataformas de distribuição, assim como com os organismos e serviços públicos com atividade relevante no domínio internacional e da diáspora.

7. Os conteúdos referidos nos números anteriores devem, na medida do possível, também ser disponibilizados nos serviços audiovisuais a pedido ou serviços digitais.

Cláusula 16.ª

Literacia mediática

1. Em matéria de literacia mediática, a Concessionária cumpre o disposto na alínea f) do n.º 2 do artigo 51.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, bem como na alínea f) do n.º 2 do artigo 49.º da Lei da Rádio e obriga-se a produzir conteúdos a difundir nos serviços lineares, bem como nos serviços audiovisuais a pedido e nos serviços digitais, destinados aos diferentes públicos, designadamente infantis, juvenis e seniores.

2. Para os efeitos previstos no número anterior, a Concessionária difunde conteúdos originais, especificamente produzidos para serviços televisivos, serviços radiofónicos,

serviços audiovisuais a pedido e serviços digitais, com periodicidade tendencialmente semanal.

3. A Concessionária colabora estreitamente com a estrutura responsável pelo Plano Nacional para a Literacia Mediática, prestando-lhe cooperação técnica para a concretização das medidas a executar e cedendo espaço de divulgação.

PARTE III

Obrigações de produção e de investimento

Cláusula 17.ª

Produção interna

1. A Concessionária deve organizar a sua estrutura interna de produção de forma a garantir o cumprimento das obrigações de serviço público, de acordo com o objetivo de assegurar a efetivação do seu papel regulador e potenciador de um mercado de produção diversificado e competitivo.

2. A Concessionária deve constituir e manter um núcleo de editores de conteúdos especialistas por géneros de programação e um núcleo de criatividade para o desenvolvimento de novas ideias e formatos audiovisuais, atendendo também à especificidade dos públicos, designadamente os infantis e juvenis.

Cláusula 18.ª

Obrigações de investimento em produção cinematográfica e audiovisual e em produção independente

1. O investimento mínimo obrigatório da Concessionária, em cumprimento dos artigos 14.º-A e 14.º-B da Lei n.º 55/2012, de 6 de setembro, na sua redação atual (Lei do Cinema e do Audiovisual), em desenvolvimento, produção e promoção de obras europeias e em língua portuguesa, bem como de obras de produção independente, originariamente em língua portuguesa, realiza-se nos termos previstos na referida lei e no Decreto-Lei n.º 74/2021, de 25 de agosto, em especial nos seus artigos 16.º a 28.º, 30.º e 34.º a 39.º, bem como nos termos da presente cláusula.

2. O investimento mínimo obrigatório da Concessionária nos termos das normas legais referidas no número anterior, no valor anual de 10% do produto da Contribuição para o Audiovisual, líquido do montante afeto ao serviço de rádio, é realizado nas seguintes modalidades:

a) Financiamento de trabalhos de escrita e desenvolvimento de projetos de obras cinematográficas e audiovisuais criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, não se aplicando o requisito da língua portuguesa no caso de coproduções com participação nacional ao abrigo dos tratados aplicáveis;

b) Participação no financiamento da produção de obras cinematográficas e audiovisuais criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, não se aplicando o requisito da língua portuguesa no caso de coproduções com participação nacional ao abrigo dos tratados aplicáveis, mediante:

i) Aquisição de direitos de difusão em fase de projeto («pré-compra»);

ii) Coprodução;

iii) Associação à produção, sem compropriedade;

c) Aquisição de direitos de difusão, transmissão e disponibilização de obras cinematográficas e audiovisuais criativas de produção independente europeias, originariamente em língua portuguesa, não se aplicando o requisito da língua portuguesa no caso de coproduções com participação nacional ao abrigo dos tratados aplicáveis;

d) Promoção de obras cinematográficas e audiovisuais europeias;

e) Aquisição de obras por encomenda ou investimento em outras obras europeias.

3. Sempre que o investimento em obras for realizado na modalidade de participação no financiamento da produção (pré-compra, coprodução ou associação à produção, sem compropriedade), a Concessionária deverá proceder ao pagamento de 20% do valor total da pré-compra ou da sua participação no momento da celebração do respetivo contrato com o produtor independente.

4. Para além do limiar de 30% previsto no n.º 2 do artigo 14.º-B da Lei do Cinema e do Audiovisual, a Concessionária procurará aumentar o investimento nas modalidades previstas nas alíneas a) e b) do n.º 1 do artigo 14.º-B da referida lei, salvaguardando a sua liberdade de escolha na realização do investimento.

5. Nos termos da lei, em especial do artigo 30.º do Decreto-Lei n.º 74/2021, de 25 de agosto, o mínimo de 25% do investimento obrigatório da Concessionária, destinado a

obras cinematográficas realiza-se em qualquer das diferentes modalidades e formas de investimento em obras.

6. O investimento na modalidade de promoção deve repartir-se de forma equilibrada entre a promoção de obras cinematográficas e a promoção de obras audiovisuais.

7. A Concessionária deve procurar realizar o seu investimento obrigatório explorando as sinergias financeiras com os regimes de apoio público existentes, nomeadamente os programas de apoio do ICA, I.P., previstos no artigo 6.º da Lei do Cinema e do Audiovisual, o incentivo à produção cinematográfica e audiovisual no âmbito do Fundo de Apoio ao Turismo e ao Cinema, previsto no Decreto-Lei n.º 45/2018, de 19 de junho, na sua redação atual, o incentivo à grande produção previsto no artigo 17.º-A da Lei do Cinema e do Audiovisual, ou outros apoios públicos que venham a existir.

8. Em aplicação do número anterior, a Concessionária deve diversificar o seu investimento em obras, incluindo diferentes tipos, géneros e durações, nomeadamente:

a) Tendo em particular atenção os tipos de obras que dependem particularmente, para a sua viabilização, da participação de um operador de serviço público, nomeadamente curtas-metragens, primeiras obras, obras de animação e documentários, bem como, em geral, as obras cinematográficas, sem prejuízo de contribuir igualmente para a viabilização de obras que visem audiências mais alargadas e, sobretudo, a conquista de novas audiências para o cinema e a ficção nacionais;

b) Explorando ativamente a coprodução com produtores independentes, não só a coprodução internacional como também a coprodução a nível nacional, incluindo as sinergias possíveis com outros operadores importantes com atividade em Portugal, com vista a viabilizar projetos de maior orçamento e potencial internacional.

9. No caso específico do investimento em obras cinematográficas, a Concessionária deve considerar como parte integrante e importante da realização do seu investimento a participação no financiamento de obras em coprodução internacional oficial em que a parte portuguesa seja minoritária.

10. Após parecer prévio do Conselho Geral Independente, a Concessionária elaborará e divulgará, anualmente, um documento informativo estratégico que incluirá o montante, as metodologias, os critérios e os processos de seleção para o investimento direto na produção cinematográfica e independente adotados pela Concessionária.

Cláusula 19.^a

Obrigações de inovação e desenvolvimento tecnológico

1. A Concessionária recorre a tecnologias, técnicas e equipamentos inovadores que proporcionem a diversificação dos modos de oferta, bem como a melhoria da qualidade e eficiência do serviço público de media, tendo em conta, para o efeito, as recomendações ou decisões das organizações internacionais de que seja membro, nomeadamente da União Europeia da Radiodifusão.
2. As inovações a que se refere o número anterior não conferem à Concessionária o direito de reclamar indemnizações ou compensações especiais não expressamente previstas no presente contrato.

PARTE IV

Obrigações de arquivo e obrigações museológicas

Cláusula 20.^a

Arquivos sonoros e audiovisuais

1. A Concessionária obriga-se a manter em arquivo, nas melhores condições de conservação e utilização, os registos sonoros e audiovisuais que, de acordo com a política arquivística interna adotada e tendo em conta os critérios definidos pelos responsáveis pelas áreas da programação e de informação, possuam valor histórico, sociológico, científico, educativo ou artístico, sem prejuízo das disposições legais aplicáveis em matéria de arquivos de interesse público ou de depósito legal.
2. A manutenção em arquivo, para além do prazo exigido por lei ou decisão judicial no que respeita à gravação e guarda temporária das emissões, de uma obra para a qual não detenha direitos de difusão deve ser comunicada pela Concessionária aos titulares dos respetivos direitos de autor.
3. A Concessionária organiza e mantém atualizado um inventário do material em arquivo.
4. A Concessionária faculta, a requerimento de qualquer interessado e mediante comprovação da utilização pretendida, o acesso aos arquivos sonoros e audiovisuais nas condições definidas na presente cláusula e na tabela de preços em vigor.
5. A Concessionária pode recusar a disponibilização de material não editado mantido em arquivo e de material já exibido, caso a sua utilização seja suscetível de colidir com

normas legais que diretamente a vinculem, tendo de fundamentar por escrito tal decisão.

6. Na elaboração da tabela referida no n.º 4, a Concessionária tem em conta a natureza das consultas e utilizações, distinguindo, designadamente, as que prossigam fins diretamente comerciais, as que se destinem à produção de obras cinematográficas ou audiovisuais e as que prossigam objetivos exclusivamente culturais, educativos ou de investigação.

7. A referida tabela é submetida a homologação dos membros do Governo responsáveis pelas áreas das finanças e da comunicação social, ficando sujeitas a idêntico procedimento as alterações que extravasem a sua mera atualização por aplicação do Índice de Preços no Consumidor, sem habitação, para Portugal continental, publicado pelo Instituto Nacional de Estatística, I.P., para o ano anterior.

8. A Concessionária mantém a tabela referida nos números anteriores permanentemente atualizada no seu sítio eletrónico.

9. Qualquer utilização das obras em arquivo respeitará integralmente as disposições legais em matéria de direitos de autor e de direitos conexos, assim como os direitos, liberdades e garantias das pessoas que por ela possam ser afetadas, devendo a Concessionária notificar os titulares de direitos sobre as obras disponibilizadas de qualquer utilização abusiva de que tenha conhecimento.

Cláusula 21.ª

Obrigações museológicas

A Concessionária obriga-se a manter uma coleção museológica visitável, que cumprirá as normas estabelecidas no quadro legal, recorrendo ao contributo da rede portuguesa de museus sempre que se mostre necessário.

PARTE V

Obrigações institucionais e de cooperação

Cláusula 22.ª

Obrigações institucionais

1. A Concessionária está vinculada às seguintes obrigações institucionais:

a) Garantir a colaboração dos órgãos sociais e dos responsáveis pelas áreas da programação e da informação com o Conselho de Opinião na prossecução das suas competências;

b) Conceder ao Conselho Geral Independente e ao Conselho de Opinião os meios administrativos e técnicos para que possam exercer devidamente as suas funções;

c) Conceder aos Provedores do Serviço Público de rádio e de televisão os meios administrativos e técnicos necessários ao desempenho das suas funções, no âmbito do serviço público de media, devendo os respetivos órgãos, estruturas e trabalhadores, e, em especial os diretores de programas e de informação, colaborar com os Provedores nos termos legalmente estabelecidos;

d) Colaborar e fornecer os meios administrativos e técnicos indispensáveis para o funcionamento dos órgãos consultivos representativos dos parceiros da Administração Pública e dos agentes culturais e da sociedade civil previstos no n.º 3.º do artigo 54.º e n.º 3 do artigo 55.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido;

e) Promover a cooperação, o intercâmbio e a troca de experiências com outras entidades prestadoras de serviço público de televisão e de rádio, em particular na União Europeia.

2. Para efeitos do cumprimento da alínea c) do número anterior, os serviços audiovisuais a pedido e os serviços digitais são equiparados, consoante a sua natureza, a serviços televisivos ou a serviços radiofónicos.

3. A Concessionária mantém um sítio na Internet que aglutina toda a informação relevante sobre a sua missão, constituição, funcionamento e atividades, assim como o seu código de conduta e ética e a restante informação exigida pela legislação aplicável, disponibilizando um canal direto de contacto com os Provedores do Telespectador e do Ouvinte.

4. O custo associado às obrigações institucionais da Concessionária relativas ao funcionamento dos órgãos descritos no número anterior deverá integrar o orçamento da Concessionária, considerando os recursos disponíveis para o efeito e atendendo às fontes de financiamento disponíveis em cada exercício.

5. A Concessionária deve, além de cumprir rigorosa e atempadamente as decisões da Entidade Reguladora para a Comunicação Social que se lhe dirijam, ter em devida conta o conteúdo das recomendações daquela.

Cláusula 23.ª

Cooperação

1. A Concessionária deve manter, dentro do quadro da política externa do Estado, relações de cooperação e intercâmbio com a União Europeia de Radiodifusão e outras organizações internacionais, bem como com as entidades estrangeiras ligadas à radiodifusão, negociando os necessários acordos e privilegiando as entidades dos países de língua portuguesa, designadamente com vista a divulgar a música de autores portugueses, recorrendo a ações de intercâmbio que proporcionem a sua audição em rádios estrangeiras.

2. Constitui obrigação da Concessionária desenvolver a cooperação com os países de língua portuguesa, designadamente ao nível da informação, da produção e do intercâmbio de programas, da formação e apoio técnico, bem como da produção e difusão de emissões internacionais suscetíveis de distribuição naqueles países, de acordo com os programas financiados pelas instâncias competentes da cooperação portuguesa e ao abrigo de protocolos firmados com os respetivos Estados e, bem assim, desenvolver a cooperação com Macau, no quadro dos acordos estabelecidos.

3. Para o cumprimento da obrigação referida no número anterior, a Concessionária pode realizar acordos de colaboração com operadores públicos e privados de televisão e de rádio que transmitam serviços de programas generalistas, assim como com fornecedores de serviços audiovisuais a pedido e serviços digitais.

Cláusula 24.ª

Parcerias

1. A Concessionária promove formas de colaboração com entidades da sociedade civil, designadamente fundações e associações, com vista a fomentar a participação e intervenção dos cidadãos no espaço público.

2. A Concessionária colabora com os serviços e organismos da Administração Pública, nomeadamente os das áreas governativas responsáveis pelas políticas públicas da cultura, educação, ensino superior, desporto e comunicação social com o intuito de assegurar a difusão de atividades e eventos de interesse educativo e cultural, designadamente aqueles desenvolvidos no âmbito do Plano Nacional das Artes e do Plano Nacional de Literacia Mediática.

PARTE VI

Financiamento e cumprimento do contrato de concessão

Cláusula 25.^a

Financiamento do serviço público

1. O Estado assegura o financiamento do serviço público de media, comprometendo-se, de acordo com a Constituição, a lei e as disposições do presente contrato, a financiar esse serviço público em termos adequados de eficácia, plurianualidade, proporcionalidade, rigor e transparência, sem prejuízo de a Concessionária dever procurar obter, nas condições do mercado, outras fontes de financiamento comercial.
2. São fontes de financiamento do serviço público de media a Contribuição para o Audiovisual e as receitas comerciais da Concessionária, nos termos do modelo de financiamento legalmente previsto.
3. Com vista a garantir a independência e a permitir uma adequada e eficaz gestão de recursos, e de acordo com a evolução previsível da conjuntura económica e social, os custos ocasionados pelo cumprimento do serviço público de media, bem como os encargos com o seu financiamento, serão previstos num horizonte plurianual com a duração de quatro anos, conforme o anexo II ao presente contrato e do qual faz parte integrante, devendo identificar, além da totalidade dos custos, a parcela anual daqueles encargos.
4. O financiamento do Estado pressupõe uma gestão eficaz de todos os custos e proveitos, sujeita às boas práticas decorrentes dos usos internacionais, designadamente em matéria de transparência, respeito pela concorrência e pelos agentes do mercado, assim como a prestação de informação necessária para apreciar a aplicação dos princípios referidos.
5. Todas as atividades comerciais da Concessionária têm de ser exercidas nas condições do mercado, estando impedida de adotar práticas não justificadas pelas regras do mercado que conduzam ao incremento de custos ou à redução de proveitos e devendo, nomeadamente, qualquer exploração comercial de programas ser efetuada a preços de mercado, sem prejuízo do disposto no n.º 4 da cláusula 26.^a.
6. Verifica-se sobrecompensação financeira sempre que os resultados operacionais de cada exercício excederem 10% do montante total de proveitos decorrentes da Contribuição para o Audiovisual, havendo lugar ao reembolso desse montante através da redução do montante de sobrecompensação apurado, nos valores da Contribuição

para o exercício imediatamente subsequente ao ano em que a auditoria externa anual prevista na cláusula 30.^a tenha verificado a sobrecompensação.

7. O montante de sobrecompensação apurado nos termos do número anterior que decorra de ganhos de eficiência suplementares que não prejudiquem a qualidade do serviço público, verificados na auditoria externa anual prevista na cláusula 30.^a poderá, contudo, ser mantido pela Concessionária, devendo ser destinado a investimento em inovação e desenvolvimento tecnológico, sem prejuízo de tal sobrecompensação vir a ser considerada em momento de cálculo futuro do valor da Contribuição para o Audiovisual pelo Estado.

Cláusula 26.^a

Publicidade

1. O serviço de programas referido no artigo 53.^o da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido deve ser tendencialmente não financiado por publicidade televisiva comercial, não podendo esta, em qualquer circunstância, exceder 12 (doze) minutos em cada período de 2 (duas) horas, sendo aplicáveis a este limite as exceções constantes das alíneas a) a f) do n.^o 2 do artigo 40.^o da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido.

2. Adicionalmente ao previsto no número anterior, é admitida publicidade nos serviços de programas televisivos internacionais e regionais, bem como nos serviços de programas previstos nas alíneas a) e b) no n.^o 1 da Cláusula 4.^a.

3. Nos restantes serviços de programas não pode existir publicidade comercial.

4. A Concessionária emite, nos seus diversos serviços de programas, serviços audiovisuais a pedido e serviços digitais, publicidade institucional, relativa à promoção de produtos, serviços, iniciativas ou fins de manifesto interesse público ou cultural, a qual beneficiará de um desconto não inferior a 90% do custo comercial do espaço, sendo identificada como tal.

5. A Concessionária emite, também, nos serviços referidos no número anterior, publicidade institucional a título gratuito, em conformidade com critérios editoriais e procedimentos definidos por esta, ou que resulte de acordos ou das parcerias previstas na cláusula 24.^a.

6. A publicidade institucional referida nos números anteriores será emitida, no seu conjunto, nos seguintes termos:

a) A concessionária, nos serviços televisivos e radiofónicos de âmbito nacional, disponibilizará uma média diária mínima de 3 (três) minutos por hora, nos períodos compreendidos entre as 6 e as 18 horas e entre as 18 e as 24 horas; e

b) Nos serviços audiovisuais a pedido, 5% do espaço de visualização mensal, apurado com base nas visualizações do mês anterior.

7. Nos limites do quadro legal aplicável e da ética espectável no serviço público de media, bem como com respeito pelos mais elevados padrões de proteção dos consumidores, são admissíveis o patrocínio e a colocação de produto nos serviços explorados pela Concessionária.

Cláusula 27.ª

Planos de atividades e investimentos e orçamento

1. A Concessionária submete à aprovação dos membros do Governo responsáveis pelas áreas das finanças e da comunicação social, até 30 de novembro de cada ano, os planos de atividades e investimentos e o orçamento, relativos à prestação do serviço público no ano seguinte, os quais serão sujeitos a pareceres não vinculativos do Conselho Fiscal e do Conselho de Opinião e remetidos às entidades que aprovam os planos.

2. Os planos de atividades e investimentos e o orçamento deverão refletir o cumprimento das obrigações previstas no presente contrato e no projeto estratégico da Concessionária aprovado pelo Conselho Geral Independente, de acordo com um alto padrão de rigor, de eficácia e de eficiência de gestão, bem como incorporar progressivamente ganhos de produtividade, e respeitar as orientações de natureza financeira, empresarial e macroeconómica sobre o cumprimento daquelas obrigações contratuais, estabelecidas pelo membro do Governo responsável pela área das finanças e pelo Conselho Geral Independente no âmbito das suas respetivas competências.

Cláusula 28.ª

Relatórios

1. Até 31 de março de cada ano, a Concessionária apresenta aos membros do Governo responsáveis pelas áreas das finanças e da comunicação social o relatório, o balanço e as contas referentes ao ano anterior.

2. Até 31 de maio de cada ano a Concessionária deve igualmente submeter um relatório onde seja divulgada informação pormenorizada sobre o cumprimento do orçamento e das obrigações de serviço público impostas pela lei e pelo presente contrato, bem como

sobre o cumprimento do projeto estratégico aprovado pelo Conselho Geral Independente.

3. O relatório referido no número anterior mencionará circunstanciadamente os indicadores e os critérios que permitem aferir os princípios de rigor, boa gestão, proporcionalidade e transparência, assim como a observância dos objetivos e das obrigações de serviço público, de acordo com os critérios de avaliação acordados, no cumprimento do orçamento e das missões a que ele se reporta.

4. Os relatórios referidos na presente cláusula são obrigatoriamente acompanhados dos pareceres do Conselho Fiscal e do Conselho de Opinião.

Cláusula 29.ª

Competência para a fiscalização e controlo do cumprimento do contrato

1. A fiscalização e o controlo do cumprimento do presente contrato são da responsabilidade do Estado, através dos membros do Governo responsáveis pelas áreas das finanças e da comunicação social, sem prejuízo das competências estatutariamente atribuídas ao Conselho Geral Independente.

2. Tendo em vista o cabal cumprimento do presente contrato e considerando os resultados da auditoria e a pronúncia ou recomendações da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, assim como da aplicação dos demais critérios de avaliação previstos na cláusula 31.ª, o Estado pode emitir recomendações, orientações ou aplicar as sanções previstas no presente contrato.

3. No plano financeiro, a fiscalização referida no n.º 1 é exercida pela Inspeção-Geral de Finanças, com a qual a Concessionária celebra um protocolo sujeito à aprovação dos membros do Governo referidos no mesmo preceito, o qual deverá identificar as obrigações de informação e os procedimentos de recolha e elaboração que permitam a esta última o exercício eficaz da competência que lhe é atribuída por via do presente contrato.

Cláusula 30.ª

Auditoria externa

1. A Entidade Reguladora para a Comunicação Social promove, de acordo com o disposto na alínea n) do n.º 3 do artigo 24.º da Lei n.º 53/2005, de 8 de novembro, que cria a Entidade Reguladora para a Comunicação Social, a realização e a posterior publicação integral de uma auditoria anual à Concessionária, bem como verifica a boa execução do presente contrato.

2. A auditoria referida no número anterior deverá necessariamente incluir, nos termos do n.º 7 do artigo 57.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, bem como do n.º 3 do artigo 51.º da Lei da Rádio, a verificação do cumprimento da missão do serviço público, a transparência e proporcionalidade dos fluxos financeiros associados e a conformidade da atuação da Concessionária com as melhores práticas de mercado, nomeadamente na aquisição de fatores de produção ou na formação dos proveitos comerciais.

3. O relatório da auditoria externa deverá analisar o cumprimento dos objetivos de atividade e financeiros definidos no presente contrato, cabendo à Entidade Reguladora para a Comunicação Social pronunciar-se globalmente sobre o cumprimento da missão de serviço público e emitir as recomendações que entenda necessárias.

4. A auditoria é efetuada por uma entidade especializada, a indicar pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social até 31 de dezembro do ano anterior àquele a que reporta, sendo o respetivo custo suportado pela Concessionária.

Cláusula 31.ª

Critérios de avaliação do cumprimento do contrato de concessão

1. A avaliação do cumprimento do presente contrato deverá ter em conta os seguintes critérios, sem prejuízo de quaisquer outros que o Estado venha a considerar necessários:

a) O cumprimento das obrigações quantitativas mínimas a que a Concessionária se vincula, nomeadamente nos termos do disposto nas cláusulas 5.ª a 16.ª;

b) O cumprimento, nos diferentes serviços de programas e atentas as respetivas missões, das exigências qualitativas do serviço público de media, de acordo com fatores que considerem o valor acrescentado pela sua programação à oferta audiovisual e a promoção da formação cultural e cívica dos cidadãos, bem como a perceção pelos diferentes públicos da sua capacidade de transmitir informação e conhecimento.

2. A avaliação do cumprimento das obrigações mínimas deve ter em conta, sem prejuízo do princípio da liberdade de programação:

a) A contribuição do conteúdo de cada programa emitido para um ou vários géneros e tipologias de programação exigidos;

b) A adequação do horário de emissão dos programas aos diferentes públicos a que, na perspetiva do serviço público, desejavelmente se destinam;

- c) A obtenção de níveis de regularidade adequados, aferida em termos médios anuais;
- d) A conjugação das exigências de serviço público e das estratégias de programação prosseguidas; e
- e) A necessidade de adaptação da grelha de programas ao período estival ou a épocas festivas.

3. Para a aferição dos critérios referidos nos números anteriores, deverão ser tidos em conta, designadamente:

- a) Os resultados da auditoria externa e subsequente deliberação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social;
- b) As demais decisões, diretivas, recomendações e relatórios da Entidade Reguladora para a Comunicação Social que digam respeito à Concessionária;
- c) As avaliações, recomendações, pareceres e demais pronúncias emitidos e publicamente divulgados pelo Conselho Geral Independente no âmbito das suas competências estatutárias;
- d) Os relatórios e pareceres dos Provedores do Serviço Público de rádio e televisão; e
- e) Os pareceres e deliberações do Conselho de Opinião.

4. Sem prejuízo do disposto no número anterior, poderão ainda ser tidos em conta:

- a) Os trabalhos, estudos e pesquisas feitos por especialistas de reconhecido mérito relativamente às programações da responsabilidade da Concessionária;
- b) Os prémios, distinções e outros louvores que recaiam sobre os programas e conteúdos difundidos pela Concessionária;
- c) A opinião dos diferentes públicos sobre a qualidade e o valor social da programação e respetivos índices de satisfação, apurados, designadamente, através de estudos levados a cabo por entidades independentes e de reconhecido mérito;
- d) Os comentários, análises e reações publicados na comunicação social acerca dos conteúdos e programação exibida nos serviços de programas da Concessionária; e
- e) As audiências dos programas transmitidos.

5. Cada serviço de programas da Concessionária deve semestralmente efetuar uma autoavaliação do cumprimento, por esse serviço, dos princípios e regras orientadores da programação estabelecidos no presente contrato e no Código de Conduta e Ética, bem como do cumprimento do projeto estratégico da Concessionária, a qual será obrigatoriamente enviada ao Conselho Geral Independente.

6. O Conselho Geral Independente procede, com base nas autoavaliações enviadas nos termos do número anterior, e através de um relatório divulgado publicamente, à avaliação intercalar do cumprimento do projeto estratégico da Concessionária pelos respetivos serviços de programas.

Cláusula 32.ª

Acompanhamento parlamentar

1. O Conselho de Administração deverá manter a Assembleia da República informada sobre o cumprimento do serviço público, designadamente através do envio anual dos planos de atividades e orçamento, bem como dos relatórios de atividades e contas.

2. A Assembleia da República pode, a todo o tempo, convocar os membros do Conselho de Administração e do Conselho Geral Independente, bem como os Provedores do Serviço Público, para a prestação de esclarecimentos respeitantes ao funcionamento do serviço público que considere necessários.

Cláusula 33.ª

Responsabilidade contratual

1. No caso de incumprimento do presente contrato pela Concessionária, o Estado pode aplicar-lhe sanções, com o propósito de assegurar o cumprimento dos seus deveres contratuais e acautelar a regularidade e a continuidade da prestação do serviço público.

2. As sanções aplicadas pelo Estado no âmbito da fiscalização e controlo do cumprimento do presente contrato podem revestir a forma de sanções pecuniárias, nos termos da cláusula 35.ª.

Cláusula 34.ª

Indemnizações a terceiros

São da inteira responsabilidade da Concessionária as indemnizações que, por via de disposição legal ou de decisão judicial, venham a ser devidas a terceiros em sequência da atividade da Concessionária.

Cláusula 35.^a
Sanções pecuniárias

1. A Concessionária poderá ser punida pelo incumprimento das obrigações assumidas no presente contrato com uma sanção de 10 000 (dez mil) a 500 000 (quinhentos mil) euros, de acordo com a sua gravidade, a qual será aferida em função dos riscos para a regularidade e continuidade da prestação do serviço público e dos prejuízos resultantes.
2. A violação dos limites impostos na cláusula 26.^a à emissão de publicidade será punida com multa correspondente à receita indevidamente obtida através da infração verificada, acrescida de 50%.
3. A Concessionária poderá ser dispensada da sanção referida no número anterior quando o respetivo incumprimento ocorrer pontualmente e por motivos de carácter excecional devidamente justificados, designadamente o atraso ou prolongamento imprevisto da emissão, e se se verificar que no conjunto desse espaço horário, do anterior e do seguinte, foi respeitado o limite acumulado da publicidade legalmente previsto.

PARTE VII
Disposições finais

Cláusula 36.^a
Produção de efeitos e revisão do contrato

1. O contrato, nos termos da revisão ora aprovada, cessa os seus efeitos em 5 de março de 2031, data do termo da concessão do serviço público de media.
2. O processo de revisão do presente contrato deve considerar a avaliação do cumprimento do serviço público e contemplar uma consulta pública sobre os objetivos e critérios de referência para o quadriénio seguinte.
3. A Concessionária dispõe de um prazo de 90 (noventa) dias a partir da data da assinatura do presente contrato para adaptar a sua programação e outros aspetos com esta relacionados às disposições do mesmo.

Celebrado em Lisboa aos sete dias do mês de março de 2025, em três exemplares, destinando-se dois ao Estado, respetivamente, ao Ministro dos Assuntos Parlamentares e ao Secretário de Estado do Tesouro e das Finanças, e um à Concessionária.

Pelo Estado:

O Ministro dos Assuntos Parlamentares

O Secretário de Estado do Tesouro e das Finanças

Pela Concessionária:

O Presidente do Conselho de Administração

O Vogal do Conselho de Administração

A Vogal do Conselho de Administração

ANEXO I

(a que se refere o n.º 1 da cláusula 3.ª)

Carta de Princípios e Missões do Serviço Público de Media

PREÂMBULO

O Estado assegura a existência e o funcionamento de um serviço público de rádio e de televisão, de acordo com a Constituição, devendo a estrutura e o funcionamento da Concessionária do serviço público de rádio e de televisão garantir a sua independência perante o Governo, a Administração Pública e os demais poderes públicos e privados, através de financiamento adequado, sustentável e previsível, em conformidade com o seu mandato de serviço público, assim como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião.

O serviço público de media observa os princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, objetividade e independência da informação, bem como o princípio da inovação, nos termos da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, bem como da Lei da Rádio. De acordo com aqueles princípios, a Concessionária deve apresentar uma programação que promova a formação cultural e cívica dos telespectadores e ouvintes, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.

Os princípios e as finalidades que presidem à existência, funcionamento e financiamento do serviço público de media encontram igualmente expressão inequívoca nos textos de direito internacional a que o Estado português se encontra vinculado. O Tratado de Amsterdão, assinado em 10 de novembro de 1997, salienta que a *“radiodifusão de serviço público nos Estados-Membros se encontra diretamente associada às necessidades de natureza democrática, social e cultural de cada sociedade, bem como à necessidade de preservar o pluralismo nos meios de comunicação social”*. Nas décadas seguintes, a par com o reafirmar da importância do serviço público de radiodifusão na construção das sociedades democráticas modernas, foi sendo destacada a necessidade de se definir claramente os objetivos, as missões e as responsabilidades dos seus operadores, bem como de os Estados assegurarem as necessárias condições para que os princípios orientadores do serviço público sejam postos em prática, designadamente através de modelos de financiamento seguros e apropriados.

Na conceção de serviço público consagrada internacionalmente é incontornável o princípio da diversidade cultural e linguística. A Convenção da UNESCO sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, ratificada pelo Estado Português, reconhece o direito soberano dos Estados a adotar políticas e medidas para proteger e promover a diversidade das expressões culturais no seu território, incluindo as destinadas a estimular a diversidade dos meios de comunicação social.

O serviço público deve constituir uma referência para a população e assentar numa oferta que garanta o acesso universal, constituindo-se como um fator de coesão e integração de todos os indivíduos, grupos e comunidades sociais, devendo:

- a) Garantir a imparcialidade e a independência da informação;
- b) Garantir o pluralismo do comentário;
- c) Assegurar a disseminação de conteúdos audiovisuais inovadores e diversificados, de acordo com padrões éticos e qualitativos elevados;
- d) Assumir-se como um fórum de discussão plural e um meio de promoção da participação democrática alargada dos cidadãos;
- e) Contribuir para a criação e produção audiovisual, assegurando a divulgação da diversidade da herança cultural nacional e europeia.

Os textos do direito internacional atribuem também particular relevância à garantia de uma transição para o ambiente digital. Nessa matéria, destaca-se a Recomendação 1878 (2009), de 25 de junho de 2009, da Assembleia Parlamentar do Conselho da Europa, que considera que, com as alterações nos mercados de comunicação social e nos comportamentos e expectativas dos públicos, os operadores de serviço público de radiodifusão devem diversificar os seus serviços através de canais temáticos, de serviços de media a pedido, de suportes gravados e de serviços de comunicação social baseados na Internet, bem como aumentar a acessibilidade destes serviços, de modo a atingir todas as audiências, e em especial os jovens.

Referência obrigatória deve ser feita ao Regulamento Liberdade dos Meios de Comunicação Social (*“European Media Freedom Act”*), em concreto, ao disposto no seu artigo 5.º quanto às garantias para o funcionamento independente dos fornecedores de serviços públicos de comunicação social, que devem dispor de recursos financeiros adequados e estáveis para o cumprimento da sua missão de serviço público. Estes recursos devem permitir salvaguardar a independência editorial e proteger das pressões externas e do mercado.

A presente Carta reúne os princípios que estruturam o edifício do serviço público de media e identifica o conjunto de missões que, na atual conjuntura, a Concessionária deve

prosseguir. É incontornável a influência que o Livro Branco do serviço público de media, publicado em maio de 2023, teve na proposta de contrato de concessão que agora se valida. Como explicado no Livro Branco relativamente à nova realidade da transformação digital e aos acrescidos desafios que o serviço público enfrenta, *“é necessário um novo serviço público: o serviço público de media, que herda o essencial das missões, princípios e valores dos serviços públicos de rádio e televisão, mas que os transcende, reclamando um posicionamento de charneira no atual espaço público, para que este continue a contribuir para sociedades livres, abertas, tolerantes, participadas e democráticas”*.

De entre as missões do serviço público de media, nunca é excessivo destacar a centralidade ocupada pela informação no catálogo da oferta, sublinhando-se os valores de sempre, rigor, pluralismo e independência. A informação isenta, associada a uma programação diferenciadora relativamente à oferta dos operadores privados, deverá garantir ao serviço público de media as condições para ser indispensável. A revisão do contrato de concessão ambiciona elevar a um novo patamar a prestação deste serviço, assumindo o impacto da transformação digital e a inovação daí decorrente e adaptando a oferta para se aproximar dos cidadãos. As plataformas são agora múltiplas e não se esgotam nas clássicas transmissões radiodifundidas. O serviço público de media deve adaptar os seus conteúdos, a forma como são produzidos e os meios de distribuição, para proporcionar aos públicos experiências alternativas de fruição desses conteúdos.

O serviço público de media tem futuro, e não apenas porque tem os seus alicerces na ordem constitucional. Tem futuro porque continua a ser um garante da coesão social, essencial ao funcionamento das sociedades democráticas. Tem futuro porque é instrumental para concretizar a liberdade de expressão e informação, cultivando a confiança dos cidadãos nas notícias e no valor da informação, assumindo-se como referência no combate à desinformação e favorecendo uma cidadania ativa e responsável.

Em linha com este enquadramento, no cumprimento da sua missão, a RTP utilizará as melhores práticas tendentes à sustentabilidade, de acordo com o direito nacional, europeu e internacional.

PRINCÍPIOS

O serviço público de media obedece aos seguintes princípios:

- Independência perante o Governo, a Administração Pública e demais poderes;
- Pluralismo;

- Diversificação;
- Universalidade, coesão nacional e proximidade;
- Acessibilidade;
- Qualidade, diferenciação e indivisibilidade da programação;
- Rigor, isenção e independência da informação;
- Inovação e adaptação.

A Concessionária assegura o respeito por estes princípios, também na sua estrutura e organização interna, no pressuposto da sua sustentabilidade financeira.

MISSÕES

Em respeito pelos princípios acima enunciados, bem como da vinculação aos fins da atividade de televisão e de rádio a que se referem os artigos 9.º da Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido, e 12.º da Lei da Rádio, dispondo de financiamento adequado, sustentável e previsível, em conformidade com o seu mandato de serviço público, a Concessionária prossegue as seguintes missões:

1. Informar e dar a conhecer, de modo rigoroso, com isenção, independência e pluralismo, o que é relevante para a sociedade portuguesa, entendida num contexto europeu e inserida no espaço de língua portuguesa.

- Ser um referencial de credibilidade para todo o jornalismo português, pautado pelos mais elevados padrões deontológicos e independente perante quaisquer poderes públicos ou privados.

- Garantir que os trabalhos de natureza jornalística são da responsabilidade de jornalistas e das respetivas direções de informação, independentemente da janela de programação, do meio de difusão ou dos públicos a que se dirijam.

- Ancorar a informação numa agenda própria, criando tematizações alternativas e valorizando o jornalismo de investigação rigoroso e aprofundado, bem como assegurando o acompanhamento e a atenção continuada a assuntos que, pela sua importância social, devem ser mantidos na agenda.

- Ajudar a compreender os conflitos internacionais mais significativos, as suas causas e os processos e oportunidades de construção da paz.

- Chegar aos públicos que baseiam os seus consumos informativos em plataformas digitais e apps de notícias, fortalecendo a presença da informação nas plataformas digitais, através de géneros informativos inovadores e apelativos.

- Garantir uma linha editorial coerente nos conteúdos informativos produzidos para televisão, para rádio e para as plataformas digitais, assim como desenvolver estratégias de promoção cruzada.

2. Promover o conhecimento, fortalecendo o espírito crítico e os valores democráticos.

- Adotar uma programação de referência, qualitativamente exigente e que procure a valorização cultural e educacional dos cidadãos.

- Garantir a emissão de programas que valorizem a economia e a sociedade portuguesa na perspetiva do seu desenvolvimento.

- Convocar os cidadãos para as matérias de relevância geral, numa ótica de compromisso permanente com o interesse público, com a compreensão do exercício do poder democrático e estimulando a participação cívica.

- Conceder, de forma transversal, atenção aos conteúdos que contribuam para o conhecimento e gosto pela cultura e história portuguesas, divulgando a atualidade, os atores, as especificidades e as histórias das diferentes realidades territoriais do Continente e Regiões Autónomas.

- Alimentar o diálogo com fontes de conhecimento científico e técnico especializado, designadamente esclarecendo os cidadãos sobre as alterações climáticas e as suas consequências sobre a biodiversidade e a sustentabilidade do planeta.

3. Divertir e atingir os diferentes públicos, através de conteúdos diferenciados e de qualidade.

- Adotar uma programação de entretenimento com padrões de criatividade, acessibilidade, responsabilidade ética, respeito pela dignidade humana e pelas minorias, que possa assumir-se como elemento regulador da programação da televisão generalista.

- Privilegiar uma programação capaz de promover a coesão social e familiar, através de dinâmicas lúdicas intergeracionais, e de criar comunidades de interesse em torno de grandes eventos.

- Valorizar a língua e a cultura portuguesas, fomentando a coesão entre os portugueses e os falantes de português, em todo o território nacional e fora de Portugal.
- Garantir o acesso do público às manifestações culturais e autores portugueses e a sua cobertura informativa adequada.
- Promover a ligação entre Portugal e os países africanos de língua oficial portuguesa e fomentar a produção audiovisual em língua portuguesa.
- Promover a integração das gerações e grupos sociais, favorecer o contacto entre cidadãos residentes nas diferentes regiões do território nacional e entre eles e as comunidades de língua portuguesa residentes no estrangeiro.
- Materializar a criação de novos formatos a partir dos arquivos RTP, que potenciem a apresentação e apropriação por novas gerações de portugueses desse património audiovisual com grande importância histórica e cultural.

4. Promover a coesão territorial e a cidadania, e refletir a diversidade que compõe a sociedade portuguesa em todas as suas dimensões, de acordo com uma visão universalista, aberta aos diferentes contextos civilizacionais e promotora dos direitos fundamentais.

- Privilegiar o diálogo entre diferentes quadrantes da sociedade, respeitando a diversidade de pontos de vista.
- Garantir que os espaços de informação contribuem para a coesão territorial, privilegiando a proximidade e a descentralização da produção da informação, e dando visibilidade aos territórios de baixa densidade.
- Garantir que a atual diversidade da sociedade portuguesa se espelha na diversidade de protagonistas do serviço público de media, na informação e no entretenimento, e de igual modo em todas as plataformas, incluindo vozes de franjas etárias sub-representadas e das minorias invisíveis, como as pessoas com deficiência.
- Sensibilizar os públicos para questões de integração e coesão social, igualdade de género e não-discriminação.

5. Dinamizar as indústrias criativas nacionais nas suas várias dimensões.

- Ser uma referência de inovação, experimentalismo criativo e renovação de talento.

- Desenvolver uma estratégia de inovação aberta, na produção informativa, nas narrativas ficcionais e no entretenimento, que reforce o posicionamento do serviço público de media junto de novas gerações de cidadãos, incluindo-os na conceção e testagem dos protótipos desenvolvidos.

- Contribuir ativamente para a generalização de boas práticas, respeitadoras do mercado e transparentes para os produtores independentes, em matéria de negociação de direitos, em especial, no que toca à justa remuneração dos detentores de direitos.

6. Servir todos os cidadãos e ser responsável perante eles, desenvolvendo processos de tomada de decisão transparentes.

- Seguir uma ética especialmente exigente, adotando especiais cuidados, regras claras e procedimentos rigorosos para tornar evidentes as distinções entre informação jornalística, opinião, entretenimento e publicidade.

- Aprovar e divulgar na sua página eletrónica na Internet um código de conduta e ética que reflita as orientações de serviço público, a respeitar na organização interna da empresa e na produção e exibição dos seus programas e conteúdos e que preveja o modo de avaliação do respetivo cumprimento.

- Cumprir a lei e as decisões da ERC, bem como conduzir toda a sua atividade de acordo com a especial responsabilidade de que se encontra investida enquanto operadora do serviço público de media.

- Reforçar a intervenção dos provedores, incluindo no digital, e assegurar linhas de comunicação eficazes para todos os que contactam com a RTP, dos seus fornecedores aos cidadãos.

7. Fomentar um diálogo com os públicos para responder às suas necessidades e expectativas.

- Aproximar-se à sociedade civil, recebendo e dialogando com todos, e estabelecer parcerias com outros meios de comunicação social, em especial órgãos de proximidade, e com outras entidades que tenham o bem público como centro de interesse, assim reforçando o vínculo dos cidadãos.

- Assumir a participação cívica como valor estruturante, quer em antena, quer em espaços de debate promovidos fora de emissões lineares ou não lineares.

- Fomentar a literacia mediática e a educação para um uso responsável dos media, respondendo às carências específicas dos cidadãos mais vulneráveis à desinformação.
- Assegurar a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento, destinados aos públicos infantis e juvenis e que contribuam para a sua formação.
- Segmentar os públicos infantis e juvenis com uma sustentação técnica sólida, fomentando uma adequação da programação a cada faixa etária, em respeito pelos respetivos interesses e necessidades formativas.
- Criar uma relação precoce com o seu público, oferecendo serviços digitais e oferta multimédia de qualidade adequados para crianças a partir de um ano.

8. Ser motor de inovação e de transformação digital, assumindo-se como referência de experimentalismo em termos de evoluções técnicas.

Nesse sentido, é missão do serviço público de media:

- Desenvolver um plano de investimento tecnológico adaptado ao ambiente de transformação digital, atendendo de modo particular à garantia de robustez, usabilidade, fiabilidade, disponibilidade e segurança.
- Apostar na formação de jornalistas e dos restantes profissionais.
- Articular os diferentes meios e plataformas de distribuição, como forma de garantir que todos os cidadãos conhecem os conteúdos com a chancela de qualidade RTP, sem subalternizar os meios digitais.
- Adotar uma estratégia de metadados que permita um aproveitamento algorítmico e desenvolvimento de sistemas transparentes de recomendação, personalização e controlo parental.

ANEXO II

(a que se refere o n.º 3 da cláusula 25.ª)

DESCRIÇÃO	2025	2026	2027	2028
				un: 1000 €
CAV	195 895	202 533	207 754	212 905
Receitas Comerciais	39 887	40 764	37 765	39 856
Publicidade	23 066	23 613	22 570	24 161
Cabo	11 793	11 181	11 530	11 530
Outros	5 028	5 970	3 665	4 165
Rendimentos	235 782	243 297	245 519	252 761
Grelha	78 277	80 277	78 277	80 277
FSE's	41 669	41 971	42 788	43 858
Gastos com Pessoal	118 363	103 364	106 907	110 451
Amortizações	7 750	8 000	8 250	8 500
Outros Gastos e Perdas	3 000	3 000	3 000	3 000
Gastos	249 059	236 611	239 222	246 085
Rendimentos - Gastos	(13 277)	6 686	6 297	6 676
Provisões (aumentos/ reduções)	-	-	-	-
Imparidades	-	-	-	-
Outros operacionais	-	-	-	-
Resultado operacional	(13 277)	6 686	6 297	6 676
Juros e gastos similares suportados	-4 501	-4 910	-4 561	-4 561
Juros e rendimentos similares obtidos				
Resultado Financeiro	-4 501	-4 910	-4 561	-4 561
Imposto	-463	-463	-463	-463
Resultado Líquido	-18 241	1 313	1 273	1 651