

Conselho de Opinião

Parecer

Para os efeitos da alínea a) do nº 1 do art. 22º dos Estatutos da Rádio e Televisão de Portugal, S.A. conjugada com o art. 5º da Lei nº 8/2007, de 14 de Fevereiro, e o art. 26º do Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão, o Conselho de Opinião (CO) emite o seu Parecer sobre o Plano de Actividades e Orçamento da Rádio e Televisão de Portugal S.A., (RTP, S.A.), para o ano de 2010, o que faz nos termos e com os fundamentos seguintes:

I – Do Enquadramento Estratégico

O Conselho de Opinião (CO) vê com satisfação que o Conselho de Administração (CA) da Empresa Pública de Comunicação Social, RTP, S.A. manifesta grande confiança face aos novos desafios que tem pela frente no próximo ano, apontando como metas, entre outras, o lançamento de “**projectos de reforço da qualidade distintiva de serviço público**” e a “**formação e apoio à aquisição de novas competências para as actividades correntes e novos projecto de serviço público**”.

Trata-se de objectivos que se subscrevem sem reservas e cuja necessidade não deixa dúvidas.

Acresce ressaltar o compromisso, assumido pelo CA, de realizar estes projectos ao abrigo de “...uma gestão específica e uma monitorização cuidadosa...”, como penhor e garantia do indispensável equilíbrio financeiro da Empresa Concessionária desse mesmo Serviço Público.

Na actual situação em que a economia portuguesa se encontra, espera-se e exige-se que as empresas públicas, além de gerirem com rigor e eficácia os meios financeiros e patrimoniais colocados à sua disposição, sejam um exemplo de competência no cumprimento das tarefas e obrigações que legitimaram a sua existência. Trata-se, por isso, de uma orientação estratégica que se subscreve.



Há, contudo, no enquadramento estratégico apresentado alguns outros princípios que não podem deixar de merecer uma especial análise e particular atenção por parte do CO.

Aponta-se no Plano de Actividades (PA), designadamente, que:

“ A plena legitimidade do modelo de serviço público abrangente só será sustentável se conseguir ultrapassar os desafios da redefinição do seu propósito. O propósito da RTP, empresa concessionária do serviço público, inclui um “modelo cultural” de programação e de criação que conduza a uma grelha de programas diversificada, uma credibilidade reforçada, uma capacidade de interacção com a sociedade civil, uma contínua busca da qualidade e da inovação. Este modelo cultural é uma “obrigação” de serviço público, que vai para além das suas obrigações específicas em termos de programação (géneros, origem, horários, frequências), consagradas na lei e nos contratos de concessão”.

Entendemos que a “legitimidade do modelo de serviço público” é, de facto, o cerne, e hoje mais do que nunca, da questão da existência, ou não, de um grupo de comunicação social de capitais públicos.

É legítimo que os Portugueses se interroguem sobre isso.

Como é legítimo que a Sociedade se mostre mais atenta e crítica em relação aos serviços prestados e ao modelo cultural definido.

É igualmente legítimo que se procurem novas vias de acesso ao conhecimento, à cultura ou ao entretenimento, além daquelas que cabe ao serviço público assumir e assegurar.

Se, quanto às antenas de rádio de cobertura nacional, as podemos ver como instrumentos essenciais e imprescindíveis em caso de crise, calamidade ou catástrofe, pela necessidade comunicacional imediata e segura, já haverá fortes dúvidas que a mesma justificação se aplique aos canais de televisão.

Por isso, o Plano de Actividades, ao procurar enquadrar a questão da legitimidade com base no modelo cultural de serviço público, traz a “jogo” uma matéria da maior importância e significado que não pode ficar sem reflexão, ainda que breve.



Será que a Programação e os Conteúdos, enquanto obrigações de serviço público, que nos são submetidos, aqui e agora, para apreciação, se legitimam como modelo cultural de serviço público?;

Ou será que se está apenas a justificar a mera dimensão simbólica para colocar o problema no patamar estratégico da Empresa?;

Será que as antenas e os canais do universo empresarial da RTP, S.A. materializaram na sua programação, em acções sistémicas, esse modelo cultural de serviço público que legitima a sua existência?.

O CO, no acompanhamento que tem feito da actividade da Empresa e, nomeadamente, do esforço de reestruturação financeira e organizativo levado a cabo, sabe que as respostas a estas dúvidas não são simples nem óbvias.

O desenho encontrado de, primeiro, salvar a Empresa económica e financeiramente para, depois, nos concentrarmos nos conteúdos, era, porventura, o único possível.

Mas é chegado o tempo (e isso parece decorrer do enquadramento estratégico apresentado) de se criarem condições para se capitalizar para as antenas e canais uma participação qualitativa dos diversos segmentos culturais da sociedade portuguesa, contribuindo de forma crítica e propositiva para a formulação do novo modelo cultural de serviço público.

A particular dificuldade da comunicação social prende-se com a significativa diferença entre o real e a apreensão do real. O real é substantivo, tem existência por si. Já a sua percepção é um dado social, logo questionável, na medida em que há necessidade de existência de agentes que percebam e interpretem esses dados sociais, transmitindo-os aos demais. Como a comunicação não substitui a realidade, o conhecimento que nos é dado através daquela exige reflexão. A esta luz compreender-se-á que os organismos de regulação e representação da Sociedade Civil, dêem à matéria do "*modelo cultural do serviço público*" particular importância.

Assim sendo, prevendo diferentes níveis de compreensão de experiências e de participação, que também proporcionam diversos graus de percepção da realidade, exige-se, para além da transparência no recrutamento dos recursos humanos, igual transparência na divulgação da listagem das empresas externas produtoras de conteúdos com que se contratualiza. Está-se perante uma obrigação ética.



É necessário que a Sociedade e o Estado tenham a garantia de como se faz bom uso dos recursos públicos, mas é também indispensável que não se faça *tabu* das regras de escolha dos gestores desses recursos, especialmente quando eles se assumem simultaneamente como produtores e ou distribuidores de recursos culturais.

Só a existência de órgãos independentes no interior de Empresa, como é o caso do Conselho de Opinião, legitimado pela sua emanação da Sociedade organizada, podem garantir que não se confunda o modelo cultural da Empresa com a ideia de que ele deverá ser também um modelo cultural único para o País.

Nem o poder público nem as suas empresas concessionárias têm que produzir cultura. Podem ter um papel proactivo frente ao tecido cultural e social, estruturando-se no modelo do diálogo democrático, mas não devem impor-se à Sociedade nesse domínio, devendo limitar-se à distribuição dos bens culturais, para que possam ser usufruídos.

A criação pela Empresa de entidades externas de aferição, monitorização ou verificação das metas financeiras contratualizadas não constitui, por isso, alternativa à necessidade de acompanhamento pela Sociedade, enquanto produtora e destinatária da informação, dos bens culturais e dos conteúdos transmitidos.

O Conselho de Opinião, enquanto órgão independente no seio da concessionária RTP, S.A. incumbido de acompanhar a materialização em conteúdos das obrigações de serviço público, no cumprimento dos poderes que a lei lhe confere, continuará, pois, a sua missão de reflexão sobre a informação e o conhecimento, por ela veiculados, procurando chamar a atenção para a necessidade de respeito pela qualidade, diversidade e pluralidade.

II – Do Plano de Actividades (PA):

1. Informação

A Informação, face à importância que assume nas Antenas e Canais, deveria ter neste PA um tratamento mais afirmativo e clarificador.

A Informação, tanto na rádio como na televisão, continua a ser vista, apreciada, avaliada e medida, quer pela população em geral, quer pelos agentes políticos e



sociais. Em particular, o telejornal das 20H00, na RTP1, constitui uma espécie de janela, de emblema da Empresa. Espera-se, por isso, que a informação da Empresa Pública de Comunicação Social, até pelo contrato existente, assuma o carácter distintivo que a legitima como de serviço público.

No entender do CO, o Plano de Actividades tem que ser um documento de afirmação, pelo que se justifica que seja nele que os diversos responsáveis assumam os compromissos de rigor e pluralidade jornalística, suficientemente densificados para serem credíveis, representando uma mais valia em relação aos lugares comuns que nesta sede se dizem sempre que se aborda o tema informação.

A Informação, em particular a difundida na televisão, tem merecido alguns reparos por diversos sectores da Sociedade. Há desequilíbrios no espaço informativo que importa sejam tratados e corrigidos. Temas como a Europa, a Economia, aliás já reconhecidos no PA como uma necessidade a ser suprida, a Política Internacional e a Cultura nem sempre têm merecido o destaque adequado à sua relevância, e importa suprir essa falta, assegurando-se sempre, e simultaneamente, os valores de transparência, do pluralismo, de equidade, da independência e da utilidade informativa e cultural.

Tais valores têm que ser assumidos por todos como um compromisso decorrente das obrigações contratuais e éticas do serviço público.

É certo que a qualidade da informação não se mede apenas pelos valores da independência, do pluralismo e do respeito pelo contraditório. Ela assenta e mede-se também pela qualidade intrínseca, pela competência, pela qualificação e pela idoneidade de quem serve a Informação, bem como de todos e cada um dos seus agentes, desde os repórteres de imagem aos jornalistas, desde os comentadores, aos entrevistadores e aos consultores especializados.



2. Programação

Neste, como em anteriores, PA continua a manter-se uma certa indefinição na programação.

Fala-se em novas séries de ficção nacional, mas não são reveladas quais, nem as temáticas escolhidas e o porquê dessa escolha.

É absolutamente indispensável que, tendo em conta o próprio contrato de concessão, sejam criadas linhas orientadoras de programação, de médio e longo prazo, que não estejam baseadas em meros tacticismos ou oportunismos de contra/programação. As regras de serviço público são diversas dos modelos comerciais, pelo que é legítimo que se queira saber o que se fará em 2010, mas também as linhas estratégicas de produção de conteúdos a médio e a longo prazo.

Por que não se assume que na ficção se irá privilegiar, por exemplo, episódios da História de Portugal, que parece andar muito abandonada em termos ficcionais, para além das exigências comemorativas?;

Por que não abordar em ficção as questões da interioridade do País, onde problemas como a desertificação, o envelhecimento populacional ou o fenómeno da imigração assumem contornos dignos de registo social?.

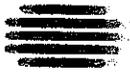
Há muito de repetitivo entre concursos, programas de humor e séries de formato importado que se repetem, repetem e repetem.

Louva-se, porém, o compromisso de exibição de peças de teatro.

Espera-se que tal compromisso não se resuma ao dia mundial do teatro!

Para além disso, faz-se notar que nem a RTP Memória nem os canais ou antenas regionais fazem qualquer alusão a programas comemorativos próprios em referência ao Centenário da República, que não poderão ficar confinados aos Canais/Antenas de âmbito nacional.

Quer o Arquivo da RTP quer o da RDP são suficientemente ricos em registos de época para permitir adequada programação ao extraordinário e significativo momento da história nacional que a implantação da República representou.



De igual modo, seria de esperar que os Canais/Antenas dos Açores e da Madeira investissem em 2010 em programas sobre as grandes figuras republicanas das respectivas Regiões.

A título de exemplo, lembrem-se, para os Açores, Manuel de Arriaga e Teófilo Braga e, para a Madeira, Pestana Júnior. No caso da Madeira, poder-se-ia ainda evocar a Revolta da Madeira de Abril de 1931.

Aguarda-se com expectativa a programação infanto/ juvenil, bem como o que se pretende, efectivamente, realizar na defesa da Língua e da Cultura Portuguesa.

Para além disso, a problemática da juventude, na faixa etária dos 12 aos 18 anos, tem tido falta de tratamento aprofundado no serviço público. Matérias como a educação para o consumo, a promoção do espírito crítico e o debate de ideias sobre o País que somos e que queremos ser, deviam merecer particular atenção e destaque.

Será de esperar que as questões da grave crise social que se vive entre nós não fiquem diluídas nem na retórica dos debates nem na ilusão do entretenimento. De igual modo, o tema do desemprego dos jovens qualificados não deverá ser ignorado, Incentivando-se o empreendedorismo, a educação e a formação e promovendo adequados programas de preparação dos jovens para a vida activa.

Será um desastre nacional que se crie a ideia de que a educação de nada serve.

É no tratamento destas questões que também se avalia a qualidade e a legitimidade do serviço público.

Infelizmente, e pese embora os seus 75 Anos, que importa comemorar, a Rádio também não surge com renovada programação.

No PA, além de se apostar em generalidades referentes ao Centenário da República, aos 75 Anos da Rádio e ao Futebol, nada é dito que nos aponte para um caminho de efectiva inovação e renovação nas Antenas Públicas.

É urgente, neste domínio, dar início à discussão do novo Contrato de Concessão, de modo a estabelecer uma clara definição de objectivos e uma nova dinâmica de programação. Se a renovação não surge internamente, então talvez a pressão externa a isso obrigue.



3. Dos Canais/Antenas Internacionais

Lembramos tudo o que se tem afirmado em Pareceres anteriores: *estes poderosos instrumentos de comunicação com o mundo não estão a servir adequadamente os interesses de Portugal!*

O caso da RTP África é o mais paradigmático. Só a título de exemplo, cita-se que não se encontra qualquer referência à promoção da Língua Portuguesa, ou da implementação do Acordo Ortográfico, sendo esta uma excelente oportunidade para, sem complexos, introduzir uma programação distintiva nesse domínio.

A lógica da multiculturalidade não pode ser pretexto para a não divulgação da Língua e da Cultura Portuguesa.

Estes canais/antenas não são da África em Portugal, mas de Portugal para África.

Por isso, assume-se a dúvida: será que o ano de 2010 irá ser marcado mesmo por uma reformulação do conceito dos Antenas/Canais internacionais e respectivos públicos alvo?

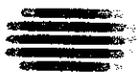
Por aquilo que nos é aqui apresentado para 2010, recomenda-se vivamente a leitura detalhada do Contrato de Concessão para este domínio.

Tem que ser aberta uma discussão, primeiro interna e depois externa, sobre as matérias referentes às Antenas/Canais internacionais, no momento em que se jogam grandes interesses no Mundo. Trata-se de temas demasiado importantes para se continuar numa deriva sem sentido.

4. Dos Canais/Antenas Regionais

O ano de 2010 é definido no PA como o *“ano de adaptação dos canais regionais”*, fugindo à réplica do Canal 1, incrementando a qualidade de produção que permita a sua disponibilização para canais nacionais e internacionais e na rede de cabo.

Consideramos que para alcançar tal objectivo, que apoiamos, é necessária a modernização dos meios técnicos e a requalificação dos meios humanos, o que se



consegue não só através da boa gestão dos recursos disponíveis mas, também, pelo correspondente aumento da dotação de meios financeiros.

Recomendamos que a proposta de Orçamento acompanhe, nesse particular, o reforço desejável para que se atinjam aqueles objectivos.

Recomenda-se igualmente que se sensibilizem os Governos Regionais dos Açores e da Madeira para que os protocolos financeiros que, por exemplo, vêm sendo assinados com a RTP - Açores sejam direccionados para a produção de programas específicos, a título pontual e supletivo, e não para melhoria de cobertura, requalificação técnica e tecnológica ou de aquisição de equipamentos. A obrigação de melhoria de cobertura ou de renovação de equipamentos, absolutamente indispensável, deve competir à RTP, S.A. a quem, enquanto empresa concessionária, é atribuída essa obrigação específica.

Defende-se que, a existir investimento excepcional, ele se aplique prioritariamente a novas produções.

III – Das Outras Obrigações de Serviço Público:

De entre as diversas obrigações de Serviço Público designadas no PA por “outros”, o CO gostaria de destacar a importância que a Empresa Pública de Comunicação Social tem para com a produção independente de conteúdos. Trata-se de uma matéria que deveria merecer um maior detalhe no PA, bem como no Relatório de Actividades. É importante conhecer-se o que foi encomendado, e o que foi adquirido, a quem, e por quanto. Assim o exige o princípio da transparência e do interesse público. A aquisição do já produzido ou de formatos internacionais, ou a encomenda de produtos originais não é indiferente num quadro económico delicado, e na defesa dos criadores nacionais.

Importa fomentar a qualidade, a competitividade e a oportunidade do produzido, especialmente de originais, mas, para isso, será desejável que se definam adequados modelos concursais.



Esta é uma matéria a merecer reflexão.

Destacam-se ainda algumas notas finais: umas positivas, como o trabalho desenvolvido e previsto desenvolver quanto à Museologia. Nesta área tem sido visível o esforço de programação detalhada por metas e objectivos e o seu cumprimento; outra referente à inovação e melhoria tecnológica na Televisão.

Já menos positivo será a não indicação do que irá ser feito para melhorar a qualidade de emissão de Rádio, assim como quais os meios e recursos que irão ser alocados para melhorar esse flagelo que são os erros de português escrito e falado, quer nas Antenas quer nos Canais.

Por último, o PA não avança nenhuma solução para a resolução da situação da *Euronews* que, pesando no orçamento da Empresa, não apresenta uma significativa mais-valia.

IV - ORÇAMENTO

1. Proveitos Operacionais

Dado que cerca de 75% dos proveitos orçamentados têm um cariz administrativo e por isso uma natureza quase rígida (Fundos Públicos), a margem de erro na previsão dos proveitos incide apenas nos de natureza comercial que crescem cerca de 10,2% de acordo com o Orçamento elaborado.

Tal crescimento tem origem no sublicenciamento de alguns dos jogos da fase final do Campeonato Mundial de Futebol de 2010 e na subida das receitas de publicidade. Assim, um crescimento que à primeira vista pareceria agressivo, acaba por tornar-se algo modesto tendo em conta:

- a) O elevado valor comercial dos jogos cujos direitos vão ser (ou já foram) sublicenciados;



- b) A base de comparação excepcionalmente deprimida das receitas de publicidade de 2009, ano de crescimento económico fortemente negativo, ao contrário de 2010 em que se espera um ligeiro crescimento;
- b) O potencial de incremento das receitas publicitárias associado à transmissão do Mundial de futebol.

Finalmente, continua a constatar-se a quase inexpressividade do aumento das receitas de outra natureza decorrente da execução do objectivo estratégico de transformação da RTP, S.A. num serviço de media global.

2. Custos Operacionais

O crescimento dos custos operacionais assenta no aumento dos custos de grelha justificado pelo maior investimento na transmissão de eventos desportivos e pela afectação de cinco milhões de euros a “projectos de serviço público” (que projectos, verdadeiramente?).

Tal propósito afigura-se meritório sem prejuízo de se considerar claramente insuficiente num quadro de alocação de recursos em que dois terços do Orçamento de Grelha da RTP1 são consumidos por programas recreativos e informação desportiva (Quadro 10 – pág. 63).

Mais preocupante é o facto de que tal só se tornou possível por força da redução dos Fornecimentos e Serviços (FST) em consequência da redução dos custos com a renda da sede; ora tal redução deveria compensar o agravamento dos custos financeiros associados ao *leasing* do edifício pelo que só podem destinar-se ao financiamento da actividade operacional num quadro, como o actual, de taxas de juro anormalmente baixas. Receia-se, assim, que se se mantiver o desequilíbrio da afectação a que se refere o parágrafo anterior, tal incremento na aposta em projectos de serviço público não possa ser mantida.





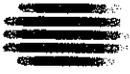
Também não é clara a política salarial que vai ser implementada e o seu impacto quer nos custos operacionais, como na qualidade e motivação dos recursos humanos da Empresa.

3. Resultado Operacional

Entende-se que não seja possível atingir o resultado orçamentado, quer por força da derrapagem nos custos, nem sempre de fácil ou possível controle para um operador de serviço público com missões especialmente relevantes em matéria de informação, quer por força da insuficiência dos proveitos comerciais obtidos. *(A este propósito cabe aqui uma chamada de atenção: não sendo atingidos os objectivos de publicidade previstos no Acordo de Reestruturação Financeira, (ARF) deverá ser ajustado do diferencial deflacionado o valor de 240 milhões de Euros referido no Quadro 8 da página 61 como Objectivo de Custo).* Mas, já é difícil aceitar que se planeie sistematicamente abaixo dos valores previstos no ARF como é o caso (ainda que posteriormente como parece ocorrer em 2009 os objectivos venham a ser ultrapassados). De resto não é apresentada qualquer medida correctiva que permita compensar a insuficiência da libertação de fundos para prosseguir o plano de redução da dívida financeira subjacente ao Acordo com o Estado. Este facto merece uma nota de realce pela circunstância de que, finalmente, o Estado parece ter-se disponibilizado a cumprir integralmente o acordado, nomeadamente, procedendo ao aumento de capital de 56 milhões de Euros que se encontrava em atraso.

Não constitui esta nota qualquer censura, porquanto se entendem os objectivos que presidiram ao reforço das verbas alocadas a projectos de serviço público; representa apenas um alerta no sentido de que não deve a Empresa pelo não cumprimento do ARF criar condições para que o Estado deixe de cumprir, inviabilizando o trajecto prosseguido de recuperação económica e consolidação do balanço.



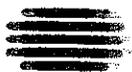


4. Balanço e Consolidação Financeira

Tendo em conta a realização do aumento de capital de 56 milhões de Euros e o aumento programado de 64 milhões de Euros para 2010 seria de esperar uma redução mais substancial do endividamento financeiro (56+64=120). Mesmo considerando que o investimento é superior em cerca de 5 milhões de Euros ao valor das Amortizações e que os resultados líquidos são negativos em cerca de 3 milhões de Euros, é a deterioração do capital circulante que consome cerca de 46 milhões de euros; trata-se de um aspecto que justificaria alguma explicação por se tratar de um valor substancial (o pagamento de indemnizações (?) eventualmente já provisionadas pode explicar parte, mas não a totalidade).

Se o diferencial da situação líquida (28 M.€) em relação ao objectivo do ARF pode ser justificado pelo excesso de encargos financeiros suportados em exercícios anteriores pela Empresa por força de sucessivos incumprimentos do Estado, este diferencial (64 M.€) no endividamento poderá impedir, em caso de subida das taxas de juro, a recuperação financeira da Empresa. Seria, por isso, desejável que fosse prestada mais atenção à gestão do capital circulante a fim de que a recapitalização da Empresa se destine à redução da dívida e não ao aumento do capital investido.

Nada é ainda referido sobre as responsabilidades financeiras decorrentes do empréstimo Eurogreen cujo controle de risco tem agora com o presente nível de taxas de juro condições excepcionais para ser implementado. Independentemente da maior ou menor facilidade na resolução do problema, tendo em conta as explicações verbais dadas, entende-se que ele deveria ter sido referido, face ao risco que representa. Também nada é dito sobre o eventual impacto no balanço de 2010 da aplicação da nova Norma Contabilística, em especial no que concerne à valorização deste empréstimo ou outras responsabilidades não evidenciadas no balanço.



V - CONCLUSÃO Recomendações

Pelo exposto, o Conselho de Opinião recomenda ao Conselho de Administração que:

- 1- Os 75 anos da Rádio em Portugal, a ser dignamente comemorados, sejam a oportunidade para uma profunda reflexão sobre os valores, os fins e a missão de uma rádio de serviço público, promovendo um debate alargado na sociedade portuguesa;
- 2- Seja revista toda a estratégia referente às Antenas e Canais Regionais, dotando-os de autonomia de produção e identidade própria;
- 3- Se aprofunde a missão das Antenas e Canais Internacionais à luz do Contrato de Concessão e dos interesses de Portugal no Mundo, na difusão e preservação da Língua, dos valores e, afinal, também da diáspora;
- 4- Se assuma uma visão de futuro e a missão a desempenhar, indicando-se, com mais clareza, os Projectos e seus Conteúdos de médio e longo prazo;
- 5- A informação deve actuar sempre com transparência, diversidade e pluralismo, assumindo pedagogicamente os comentários e críticas como contributos positivos para o exercício das obrigações de serviço público;
- 6- Se valorize a Língua e a Cultura Portuguesa
- 7- Se promova um modelo de gestão e de comunicação que releve, de forma inequívoca, que a Empresa de Capitais Públicas, RTP, S.A. não é apenas um ou dois Canais de Televisão e uma ou duas Antenas de Rádio, mas sim um Grupo de Comunicação Social consistente que, com as suas Antenas e Canais, presta um verdadeiro, amplo e abrangente Serviço Público de Comunicação Social nas diferentes plataformas em que a comunicação e a informação se transmitem.



Lisboa, 11 de Dezembro de 2009

Está Conforme o Aprovado

Manuel Coelho da Silva
(Presidente)