



LOS RETOS DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN ESPAÑA ANTE EL MERCADO ÚNICO DIGITAL EUROPEO: ESTRATEGIAS MULTIPANTALLA, INNOVACIÓN Y RENOVACIÓN DE LOS MANDATOS DEL SERVICIO PÚBLICO*

Objetivo 1. Comparativa europea. Caso RTP (Portugal)

Dra. Elena Real Rodríguez, RESIIP-UCM, integrado en la Red de LOCALCOM-OIC, ereal@ucm.es
Dra. Pinar Agudiez Calvo, RESIIP-UCM, integrado en la Red de LOCALCOM-OIC, pagudiez@ucm.es
Dra. Purificación Subires Mancera, Dpto. Periodismo-UMA, purificacion@uma.es

Marzo, 2020



*Proyecto CSO2017-82277-R, *Los retos de la televisión pública en España ante el Mercado Único Digital europeo: estrategias multipantalla, innovación y renovación de los mandatos del servicio público* (IP Carmina Crusafon), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Contenido

<i>PERIODO TEMPORAL: 2013 – 2018</i>	4
PARTE I: LAS CORPORACIONES AUDIOVISUALES DE SERVICIO PÚBLICO EN EL NUEVO ESCENARIO DIGITAL	5
PARTE II: POLÍTICAS SOBRE SERVICIO PÚBLICO AUDIOVISUAL Y DIGITALIZACIÓN.....	22
PARTE III. CONCLUSIONES	29
PARTE IV: BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE REFERENCIA.....	32

Cuadro Resumen RTP, Portugal

Denominación	Radio y Televisión de Portugal, S.A. (RTP)
Estatus jurídico	Sociedad Anónima de titularidad estatal
Fundación	1957 (Televisión de Portugal, RTP)
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> • Televisión de Portugal (RTP) • Radio Nacional de Portugal (RPT) • RTP+ • Núcleos museológicos • Ediciones RTP
Financiación	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos públicos: 0% • Canon: 82% • Publicidad: 8% • Otros ingresos comerciales: 10% • Otros: 0%
Cadenas (8)	<ul style="list-style-type: none"> • RTP1: generalista • RTP2: cultural • RTP3: Informativo • RTP internacional • RTP memoria: reposiciones • RTP África: generalista para los habitantes de países africanos de habla portuguesa • RTP Azores: canal regional Islas Azores • RTP Madeira: canal regional Región Autónoma de Madeira
Ingresos (2017)	337,3 millones de euros
Personal (2017)	1.614
Audiencia (2017)	15,9% *
Ranking TV 2019	3ª **
Programación por origen Geográfico (2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Nacional: 84% • Europea: 7% • Estados Unidos: 4% • Otros: 5%
<p>Fuente: Elaboración propia con datos de RTP, página web de Meios&Publicidade (2 de febrero de 2020) y EBU (2018) * Audiencia de RTP1 (14,2%) y RTP2 (1,7%). El resto del consumo televisivo se reparte así: 21,7% (SIC), 17,6% (TVI) y 42,7% (Pay TV). **Posición de la RTP1 únicamente, comparado con sus competidoras privadas SIC y TVI.</p>	

PERIODO TEMPORAL: 2013 – 2018

La Televisión Digital Terrestre (TDT) en Portugal comenzó el 29 de abril de 2009. En junio de 2010 la cobertura de la TDT alcanzó el 83 % de la población y el 100 % se logró al terminar el año. El apagón analógico se produjo el 26 de abril de 2012. Dispone en la actualidad de 9 canales de televisión gratuitos¹. En septiembre de 2018 anunciaron que se incorporarían dos canales más, aún por adjudicar: un canal temático de deporte y un canal temático de información. No contempla emisión de canales de radio. La TDT no termina por ser un servicio satisfactorio para los ciudadanos portugueses. Los inconvenientes están asociados principalmente a una deficiente distribución de la señal. En febrero de 2018, el Defensor del Telespectador de la Radio y Televisión de Portugal (RTP) apuntaba que, tras seis años, el lanzamiento de la TDT sigue siendo un problema. Al principio la oferta era tan mala que muchos se vieron obligados a adquirir servicios de distribución por cable. Esto explica por qué en la actualidad Portugal es uno de los países con más abonados a la televisión por cable. Las quejas que recoge el Defensor hacen referencia a su deficiente calidad. Tanto la señal como su oferta son claramente insatisfactorias (RTP (10.02.2018): *Defensor del Telespectador: “Televisión Digital Terrestre: un problema persistente”/Provedor do Telespectador: “Televisão Digital Terrestre: um problema persistente”*, en <https://media.rtp.pt/provedor-do-telespetador/voz-do-cidadao/televisao-digital-terrestre-um-problema-persistente/>).

Portugal comenzó el 7 de febrero de 2020 el proceso de migración de frecuencias de su TDT. El objetivo no es otro que el de liberar el espacio necesario para el despliegue de la tecnología móvil del 5G. De esta forma se sigue el mismo camino que otros países de la Unión Europea (UE). Todo ello para dejar libre la frecuencia de 700 MHz actualmente utilizada para la transmisión de la TDT. Este espacio se subastará para otorgar las licencias 5G, a partir de abril de 2021. Está por ver si ese reajuste en las frecuencias permitirá solventar definitivamente el problema de las deficiencias en el servicio que la TDT en Portugal ha padecido desde su puesta en funcionamiento.

¹ RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memoria, RTP-Azores, RTP-Madeira, SIC, TVI, ARTV (canal Parlamento).

PARTE I: LAS CORPORACIONES AUDIOVISUALES DE SERVICIO PÚBLICO EN EL NUEVO ESCENARIO DIGITAL

Las primeras emisiones regulares de televisión se iniciaron el 7 de marzo de 1957, mientras que las de radio comenzaron en 1935. En 1997 nació RTP Online. La Radio y Televisión de Portugal (RTP) tiene un riquísimo patrimonio audiovisual que confluye con la historia de Portugal. Con 86 años de Radio, 62 de Televisión y 22 de experiencia Online, la RTP es la empresa comunicativa con más historia y tradición en la comunicación social portuguesa. En 2003, la Radio pública (EN primero y RDP después), RTP Televisión y RTP Online se funden en una única empresa, y en 2004 surge una sola entidad con su denominación actual *Rádio e Televisão de Portugal S.A.*

RTP es el operador de servicio público de Radio y Televisión de Portugal. Su misión de servicio público se distingue por la creación de un contenido audiovisual y online diverso, de calidad, universal, sobre los pilares de los valores fundamentales de toda sociedad democrática, destinado a un amplio y heterogéneo público, que cubra las necesidades informativas, formativas y de entretenimiento de un vasto segmento de población, dentro y fuera de las fronteras físicas del Estado portugués.

La RTP, según se indica en su web, es seria y rigurosa. Es relevante y crea valor. Tiene un patrimonio de confianza, construido a lo largo de décadas, que se materializa en un archivo de inigualable riqueza e importancia histórica. Estos son los indicadores que caracterizan su excelencia para el desarrollo social, cultural y económico del país. La RTP es de todos y para todos. Llega a las mayorías y a las minorías, a las personas con necesidades especiales, y está próxima a todos los portugueses, allá dónde estos se encuentren. La RTP es única en el refuerzo de la cohesión e identidad nacional, sostén de la lengua, los valores y costumbres transversales. La RTP conecta a los consumidores, los ciudadanos y los clientes.

La estrategia de la RTP pasa por una apuesta seria en la comunicación de sus marcas y productos. El objetivo principal es acercar la RTP a los portugueses. “Siempre conectados” (*sempre ligados*) enuncia la firma y esencia de la RTP. La RTP conecta Portugal y a los portugueses, entre sí y el mundo.

El apartado 5, del artículo 38º, de la Constitución de la República Portuguesa, señala que incumbe al Estado garantizar la existencia y funcionamiento de un servicio público de radio y televisión. La misión y objetivos de dicho servicio público son fijados por la norma jurídica que aprueba *la reestructuración de la concesionaria del servicio público de radio y televisión*, y los Estatutos de la RTP (Ley 8/2007, de 14 de febrero, modificada por la Ley 8/2011, de 11 de abril y la Ley 39/2014 de 9 de julio), y el *Contrato de Concesión de Servicio Público de Radio y Televisión* (el actual data del 6 de marzo de 2015). Así como por la Ley 27/2007, de 30 de junio, de *La Televisión y los Servicios Audiovisuales*, que regula el acceso a la actividad de televisión y su ejercicio, modificada por la Ley 8/2011, de 11 de abril, y la Ley 40/2014, de 9 de julio, que trastoca el contenido de los programas que integran la concesión del servicio público de televisión. El cumplimiento de estas obligaciones es supervisado por el órgano social de la sociedad, el Consejo General Independiente, así como por la auditoría anual de la Entidad Reguladora para la Comunicación Social (a la que aludiremos con más amplitud en la parte III de este informe), además de por los informes y dictámenes de los defensores de la audiencia (*proveedores*) de radio y televisión y las opiniones y deliberaciones del Consejo de Opinión. Las políticas de empresa se establecen por el

Consejo de Administración de acuerdo con las directrices y orientaciones indicadas por el Consejo General Independiente.

Actualmente RTP cuenta con ocho canales de televisión, tres aplicaciones móviles y cuatro plataformas web, accesibles a través de Internet. Los canales son los siguientes:

- **RTP1:** Canal generalista. Desde 2017 emite toda su programación en HD. Está disponible en plataformas de TV de pago.
- **RTP2:** Su programación es de servicio público, con contenidos de grupos representativos de la sociedad civil portuguesa, e incluye además programas culturales e infantiles. A diferencia del primer canal, RTP2 no puede emitir publicidad.
- **RTP3:** La información ocupa la mayor parte del espacio de la parrilla televisiva, teniendo la información regional una fuerte presencia. Además de los programas de noticias, RTP3 también emite magazines y debates informativos sobre temas de actualidad, dando a conocer a protagonistas menos mediatizados de la nación. Los programas están destinados a ser alternativos y dirigidos a un público específico de televisión por cable, por falta de contenido en la TDT. Está Orientada a un público exigente, teniendo una línea joven de entretenimiento con un enfoque especial en la música, la sociedad y el deporte. A pesar de que la RTP es una empresa del Estado portugués, el canal no se considera un canal de televisión de servicio público -sino como un canal de Interés Público-, así como RTP Memoria. Actualmente RTP3 se emite en TDT y en las principales plataformas de televisión por satélite, cable y ADSL. La dirección de RTP pretende comenzar las emisiones de RTP3 a nivel internacional en un futuro próximo para los Estados Unidos y Europa.
- **RTP Internacional:** Es un canal de televisión internacional. Sus contenidos provienen de los canales nacionales y regionales de la RTP, de las estaciones de televisión privadas SIC y TVI, y también de producción propia, en especial, con origen en las comunidades portuguesas. Fue el primer canal internacional en transmitir en lengua portuguesa. En 2004 comenzó a emitirse en digital. En 2006 se lanzó RTPi Mobile, de manera que el canal portugués puede visualizarse también en teléfonos móviles que dispongan de la tecnología para ello. Posee una red base de satélites que permiten la recepción en cualquier punto del globo, así como la redistribución de la señal para diferentes plataformas digitales vía satélite. La RTPi tiene aún una fuerte penetración en las redes de cable, manteniendo relaciones contractuales con decenas de distribuidores locales en todos los continentes, siendo el potencial de suscriptores que diariamente reciben la RTPi a través de redes de cable, sistemas MMDS y plataformas digitales DTH, cerca de 20 millones de hogares en todo el mundo.
- **RTP Memoria:** Su programación es básicamente la reposición de programas antiguos de RTP y ocasionalmente también programas de entretenimiento extranjeros. Comenzó sus emisiones el 4 de octubre de 2004 y desde entonces se encuentra disponible en los proveedores de televisión por cable, televisión por satélite e IPTV de Portugal.
- **RTP África:** Es un canal de televisión generalista coproducido por RTP para los habitantes de los países africanos de habla portuguesa: Angola, Cabo Verde, Guinea-Bissau, Mozambique y Santo Tomé y Príncipe.
- **RTP Azores:** Es un canal de televisión regional portugués -canal regional- que constituye el servicio público de televisión del archipiélago de las Islas Azores. Desde 2015 emite por

cable. Está disponible en todo el territorio portugués a través de los operadores de televisión de pago MEO, Cabovisão, Vodafone y NOS.

- **RTP Madeira:** Es el otro canal regional de Portugal que asume la responsabilidad de prestar un servicio público a la Región Autónoma de Madeira. Desde 2015 emite por cable. Está disponible en todo el territorio portugués a través de los operadores de televisión de pago MEO, Cabovisão, Vodafone y NOS.

El 1 de diciembre de 2016 se incorporaron a la TDT los canales RTP3 y RTP Memoria. Ya estaban RTP1, RTP2, y los privados SIC y TVI. Seis canales a los que se suma un séptimo: ARTV (también llamado Canal Parlamento, es un canal de televisión público, perteneciente al Estado portugués que transmite las sesiones plenarias de la Asamblea de la República. A pesar de ser un servicio público de televisión no forma parte del operador estatal portugués RTP). También están disponibles en la TDT RTP Azores y RTP Madeira. Además, próximamente se incorporarán dos nuevos canales privados a determinar por concurso público. El 4 de septiembre de 2018 se anunció que uno de ellos sería un canal de información y el otro deportivo.

Las emisiones en HD de RTP se iniciaron en 2008, en su primer canal, con motivo de los Juegos Olímpicos de Pekín. Durante este periodo y hasta noviembre de 2017, fecha en que finalizó el periodo de pruebas, RTP1 HD emitió exclusivamente en las emisiones de cable y satélite de ZON. Desde 2017 la RTP1 emite en HD simultáneamente por la TDT. El resto de canales de la cadena pública se están adaptando a la Alta definición y se espera que emitan en HD al final del 2020. En junio de 2018, con motivo del mundial de fútbol de Rusia, RTP comenzó a emitir en Ultra definición 4K a través del satélite Hispasat 30W-5. se incluyó la difusión de RTP 4K en la oferta de las plataformas portuguesas de pago Meo y NOS. Se difundieron un total de 28 partidos. Fue algo esporádico que no ha tenido continuidad, de momento.

En lo que se refiere al índice de audiencias, los canales más vistos en 2019 fueron en primer lugar la Televisión de pago (Pay TV) que obtuvo una cuota de pantalla del 42,7%, seguida de las privadas SIC (21,7%) y TVI (17,6%). RTP obtuvo un 15,9% distribuido entre las dos primeras cadenas RTP1 (14,2%) y RTP2 (1,7%). Según datos de la clasificación por rendimiento de Medios de Servicio Público (PSM) de la Unión Europea de Radiodifusión-UER (The European Broadcasting Union-EBU, en sus siglas inglesas), la posición del principal canal de PSM en Portugal de la RTP, RTP1, ocupa la tercera posición en el ranking de 2018 frente a sus competidoras privadas TVI y SIC. La programación por origen geográfico se distribuye del modo siguiente: Nacional, 84%; Europea, 7%; Estados Unidos, 4%; Otros, 5% (EBU: PSM Barometer, 2018).

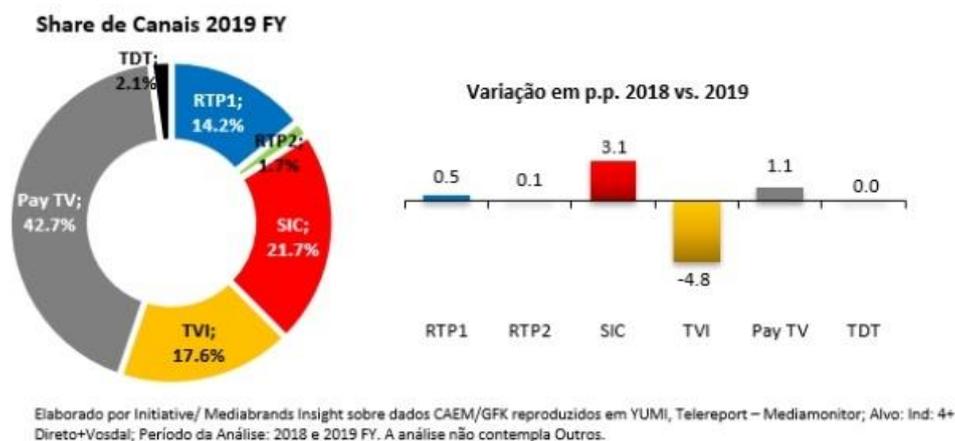


Figura 1: Share de canales 2019, Portugal. Fuente: página web de Meios&Publicidade.

Las aplicaciones móviles de RTP, APPs tanto para Android como para IOS, son:

- **RTP Play:** La plataforma de streaming de contenidos de RTP, lanzada en 2011, en la que se pueden ver los contenidos en directo o programas en diferido en diferentes plataformas: ordenadores, móviles o tabletas. Dirigida a espectadores que prefieren un consumo diferente, no el lineal. Su deseo es convertirse en una especie de Netflix o Fox-play.
- **RTP Noticias:** Las noticias más importantes seleccionadas por los editores de RTP en texto, vídeo o audio.
- **Zigzag Play:** Programación infantil basada en diseños gráficos animados.

Por su parte, dispone de las siguientes plataformas accesibles a través de Internet:

- **RTP Arena:** Dedicada a los e-sports o deportes electrónicos, que se centra principalmente en las competiciones profesionales de videojuegos.
- **RTP Lab:** Creada recientemente, es la plataforma de la RTP para proyectos multiplataforma. Un laboratorio creativo y experimental que pretende ser el escenario de nuevas formas de contar historias en ambientes digitales.
- **RTP Archivos:** También de reciente creación, esta plataforma permite al gran público la consulta de toda la colección disponible de contenidos de la RTP, producidos desde 1936 hasta la actualidad, de una forma fácil y eficiente.
- **RTP Ensina:** Enseña (*Ensina*) es la plataforma educativa de RTP, donde se encuentran contenidos de radio y de televisión organizados por los grandes temas de los currículos académicos de la enseñanza Básica y Secundaria.

RTP está presente a través de sus diferentes marcas (canales, antenas y servicios multimedia) en distintas Redes Sociales (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter), proyectando sus contenidos y personalidades, explorando así todas las formas de comunicación que ofrecen el nuevo escenario digital, y ampliando los puntos de contacto con los públicos.

En cuanto al número de seguidores en Redes Sociales, en junio de 2019² la RTP disponía en Youtube de 834.853 partidarios, distribuidos entre sus seis canales verificados: RTP (379.934), 5 meia noite (293.400), Antena3RTP (54.735), Donos Disto Tudo (52.376), Zigzag (39.511) y RTP Arena (14.897). El canal de RTP posee una antigüedad de 14 años en Youtube, 8 años 5 meia noite, Antena3RTP y Zigzag, y 4 años Donos Disto Tudo y RTP Arena.

En lo que se refiere al índice de actividad en Redes Sociales, también con datos de junio de 2019, la RTP acumuló en Youtube 34.297 vídeos subidos a los canales certificados, logrando un total de 597.518.178 de visualizaciones.

En Facebook el número de seguidores en junio de 2019 ascendían al 1.872.440 en 7 cuentas principales verificadas: RTP (520.026), RTP Noticias (463.853), RTP1 (390.857), RTP 2 (244.559), RTP Madeira (208.987), RTP Azores (31.212) y RTP Internacional (12.946). En lo que se refiere a la antigüedad, la RTP lleva 12 años en Facebook, por 11 de RTP 2, 10 de RTP1 y RTP Madeira, 9 de RTP Noticias y RTP Internacional, y 4 de RTP Azores.

En Instagram alcanzaron en la misma fecha los 110.640 seguidores entre sus tres cuentas verificadas: RTP (86.367), habiendo subido un total de 2.449 vídeos; RTP Madeira (22.098), con 438 vídeos; y RTP Azores (2.175), con 127 vídeos).

Por su parte en Twitter los seguidores llegaban a los 1.166.050 en junio de 2019, en sus 8 cuentas verificadas con 174.947 *twitts* o vídeos acumulados. Distribuidos del modo siguiente: RTP (487.755 seguidores y 25.814 vídeos), RTP Noticias (319.246 seguidores y 52.551 vídeos), RTP2 (175.215 seguidores y 16.952 vídeos), RTP1 (169.075 seguidores y 21.646 vídeos), RTP Madeira (11.657 seguidores y 55.648 vídeos), RTP Internacional (1.779 seguidores y 1.116 vídeos), RTP África (1.244 seguidores y 50 vídeos), y RTP Azores Oficial (79 seguidores y 1.170 vídeos). El canal de RTP, RTP Internacional, RTP1, RTP2 y RTP Noticias poseen una antigüedad de 12 años en Twitter, 11 RTP Madeira, 9 RTP África y 2 y RTP Azores Oficial.³

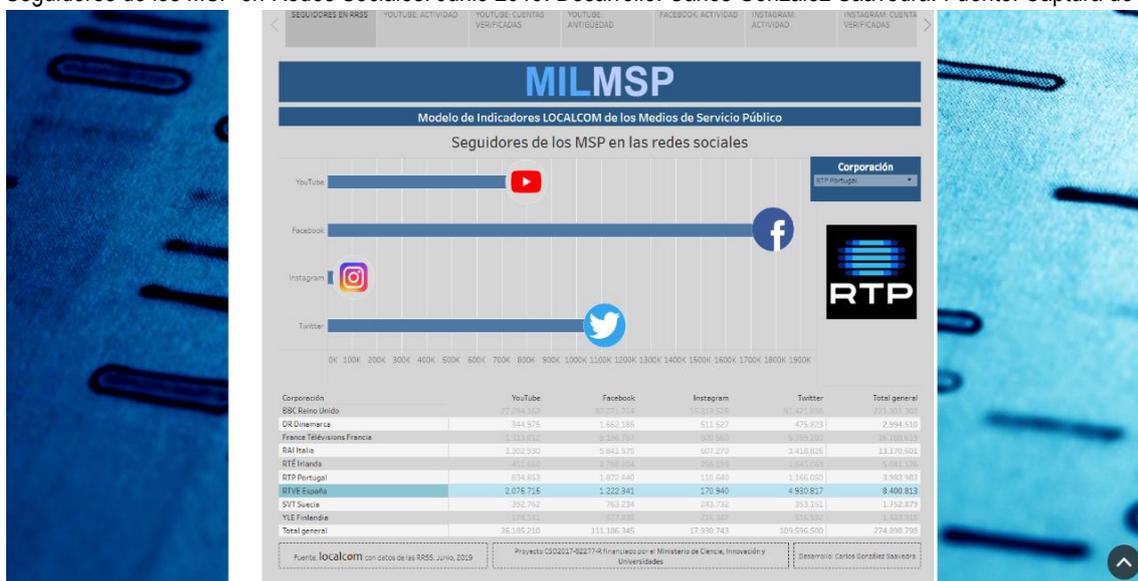
² Los datos se consultaron entre los días 4 y 5 de junio de 2019.

³ Nota metodológica (técnico responsable: Carlos González Saavedra):

La selección de las cuentas en Redes Sociales (RRSS) obedece a los siguientes criterios: 1) cuentas activas y verificadas; 2) cuentas preferentemente vinculadas a cadenas lineales de las corporaciones; 3) cuentas relacionadas con ámbitos temáticos específicos: noticias, deportes, educación, cultura; 4) cuentas asociadas a programas especialmente significativos de la cadena; 5) y cuentas asociadas a actividades de promoción y comercialización de contenidos.

En lo que respecta a las aplicaciones móviles, la RTP dispone de 8 aplicaciones (APPs) que se pueden descargar en Google Play en el sistema Android, que en abril de 2019 habían alcanzado un total de 100.000 descargas para la APP principal y 212.100 el resto de APPs.⁴

Figura 2: Modelo de indicadores Localcom de los Medios de Servicio Público (MSP) Europa: Redes Sociales. Seguidores de los MSP en Redes Sociales. Junio 2019. Desarrollo: Carlos González Saavedra. Fuente: Captura de



Pantalla (<http://centresderecerca.uab.cat/oic/content/MSP-EUROPA-RRSS>)

Otros servicios son:

- **RTP+:** La marca del Grupo RTP que abraza los proyectos de solidaridad social, estableciendo un vínculo entre las empresas, los ciudadanos, los trabajadores de RTP y las instituciones de solidaridad.
- **Núcleos museológicos:** El botín de objetos (Televisión, Radio y Laboratorio) y una selección de contenidos, organizada en un espacio físico en Lisboa, Funchal (Madeira), Ponta Delgada (Azores) y también en la página web de **Museo Virtual** <https://museu.rtp.es/>
- **Ediciones RTP:** Las Ediciones de Libros, Cd's y DVD's sirven como extensión de la marca y de los contenidos RTP, así como para reforzar el apoyo a la cultura portuguesa.

La Radio y Televisión de Portugal es una sociedad anónima de capital íntegramente público. Tiene 3 vías para financiarse: aportaciones directas del estado portugués en los presupuestos, publicidad en televisión y un impuesto directo cobrado en la factura de la luz, llamada *Taxa de contribuição audiovisual- Tasa de contribución audiovisual* (Ortiz Sobrino y López Vidales, 2012: 7). El sistema de financiación está garantizado por el Estado. Los presupuestos para 2019 se recogieron en la Ley nº71/2018 de 31 de diciembre (Presupuestos del Estado para 2019) y en el Decreto-Ley nº 84/2019 de 28 de junio (Establece las normas de Ejecución del Presupuesto del Estado para 2019). En cuanto a los ingresos publicitarios, solo RTP2 y RTP3 no cuentan con publicidad comercial ya que emite únicamente publicidad institucional o de asociaciones adscritas al canal.

⁴ Los datos correspondientes a las aplicaciones móviles son los publicados por la plataforma Google Play y se consultaron entre los meses de febrero y abril de 2019.

Aparte de estas aportaciones directas del ejecutivo portugués y de la publicidad comercial, el grupo se financia también con un impuesto directo que se cobra a través de la factura de la electricidad. Así queda indicado en la Ley 30/2003, de 22 de agosto donde se aprueba el modelo de financiación del servicio público de radiodifusión y televisión. La tasa de contribución audiovisual se centra en el suministro de electricidad para uso doméstico, que es abonado cada mes de año en la factura de energía por los respectivos consumidores. La tarifa se actualiza de acuerdo con la inflación a través de la Ley de presupuestos del Estado. En 2019, se pagó un importe mensual fijo de 2,85 euros + IVA (6%). Para los clientes que reúnan los criterios determinados en la Ley para pagar una contribución reducida, el valor es de 1 euro + IVA (6%). Tienen derecho a esta reducción los consumidores de electricidad beneficiarios de una de las siguientes asignaciones sociales y que tienen el contrato de energía para uso doméstico en sus hogares: Suplemento solidario para personas mayores; Ingresos de inserción social; Prestaciones sociales de desempleo; Subsidio familiar (primer nivel) y Pensión social de invalidez. Los consumidores cuyo consumo sea menor a los 400 kWh están exentos del pago.

En cuanto a la distribución de su financiación (origen de sus fondos), en 2018 quedó del modo siguiente: Un 82% procedía del canon, un 8% de la publicidad y un 10% correspondió a otros ingresos comerciales. Al cierre del ejercicio económico del 2017, las cuentas de la RTP arrojaban un balance estimado de un activo de 337,3 millones de euros, y un pasivo de 350,7 millones de euros; lo que dejaba un patrimonio neto negativo de 13,4 millones de euros. El número de trabajadores ascendía, en diciembre de 2017, a un total de 1.614 trabajadores (RTP: *Informe y cuentas, 2017*, en <http://cdn-images.rtp.pt/mcm/pdf/46a/46abf70c1a4f8adf25f12420f86146a61.pdf>).

El Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI, *Digital Economy and Society Index*) es un índice compuesto que resume cinco indicadores del rendimiento digital de Europa y que permite un seguimiento de la evolución de los Estados miembros de la Unión Europea en la competitividad digital. Estos cinco indicadores son: Conectividad, Capital humano, Uso de internet, Integración de la tecnología digital y Servicios públicos digitales. El DESI de 2019, coloca a Portugal en la posición 19 de los 28 estados miembros de la UE. Hay una ligera subida de más de 2 puntos en la calificación general, pero un descenso de tres puestos respecto al año anterior (Comisión Europea: “*El Índice de Digitalidad de la Economía y la Sociedad (IDES) de 2019, Informe por País, Portugal*”, en <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/portugal>).

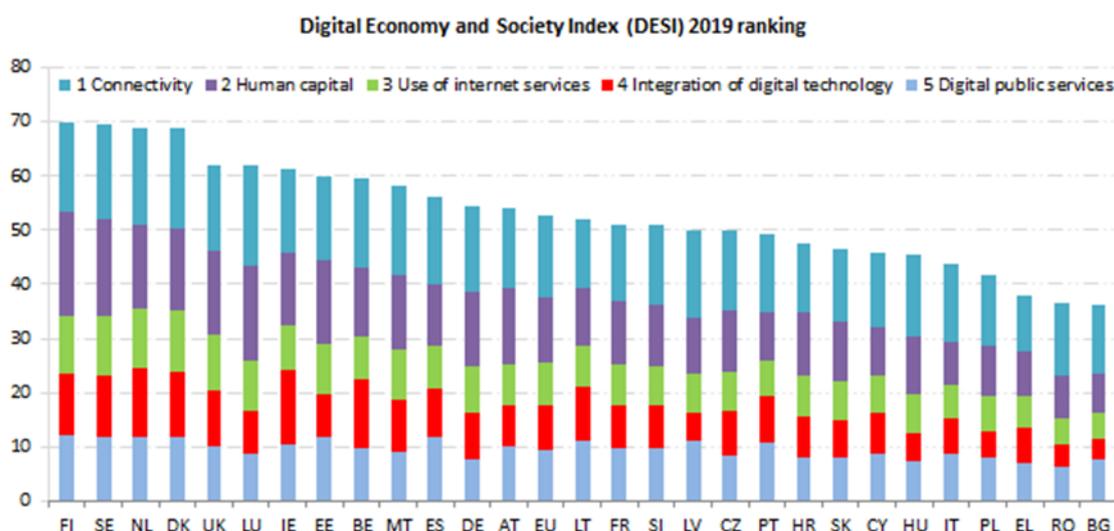


Figura 3. Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI) ranking 2019. Fuente: Comisión Europea: “El Índice de Digitalidad de la Economía y la Sociedad (IDES) de 2019, Informe por País, Portugal”, pág. 3.

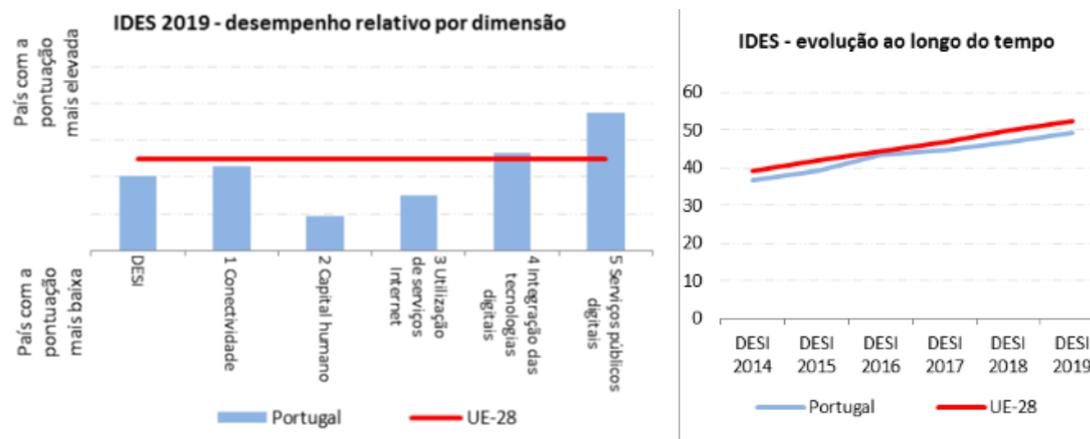


Figura 4. Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI). Rendimiento relativo por dimensión. Evolución a lo largo del tiempo. Fuente: Comisión Europea: “El Índice de Digitalidad de la Economía y la Sociedad (IDES) de 2019, Informe por País, Portugal”, pág. 4.

La mejora más significativa corresponde a la dimensión de los Servicios públicos digitales, impulsada por un aumento considerable del porcentaje de usuarios de la administración pública en línea. También se ha avanzado en el apartado de Conectividad, gracias a una mejora en las tasas de uso de servicios de banda ancha móvil y fija ultrarrápidos. El país tiene un desempeño pobre en términos de Capital Humano y Uso de servicios de Internet, lo que se explica en parte por el número relativamente alto de personas que no usan Internet regularmente.

La Agenda Digital para Portugal, que se viene aplicando desde 2012, busca mejorar la conectividad en banda ancha y responder a los desafíos sociales; por ejemplo, prestar mejores servicios públicos a los ciudadanos, promover la movilidad inteligente, el empleo, el comercio electrónico o la economía digital al tiempo que reducir la brecha digital entre las regiones urbanas y periféricas.

En Portugal la banda ancha está ya disponible prácticamente para todos los hogares (con datos de 2018 cubre al 94% de la población), y las redes de banda ancha rápida y ultrarrápida en el mismo año llegan al 76% y 74%, respectivamente. Un índice inferior a la media de la UE en lo que se refiere a la banda ancha (97%) y banda ancha rápida (83%), pero superior en lo que respecta a la banda ancha ultrarrápida donde la media UE solo alcanza al 60%. Por su parte, el número de contratos de banda ancha ultrarrápida también es bastante superior a la media UE (50% sobre el 20% de la media comunitaria). Sin embargo, los ciudadanos que poseen un contrato de banda ancha fija (74%) o móvil (70%), a pesar de la subida de los últimos años, sigue por debajo de la media UE (77% y 96% respectivamente). ANACOM, la Autoridad reguladora Nacional de Comunicaciones portuguesa, apunta que sería beneficioso disminuir las tarifas de las operadoras que ofertan paquetes integrados de internet fija, móvil y servicios de voz, para conseguir un mayor número de usuarios de los mismos tanto en la zona rural como en la urbana. Todavía resulta insuficiente la mejora en el índice de precios de banda ancha que se experimentó en 2018, ya que Portugal se mantiene en una posición baja en la UE (continúa ocupando el lugar 21º). La extensa implantación de la FTTH (fibra óptica hasta el hogar) coloca a Portugal en una buena posición para alcanzar los objetivos europeos de banda ancha, banda ancha rápida y ultrarrápida para el periodo 2020-2025. El objetivo es cubrir en 2025 a toda la población del país, incluidas las zonas rurales.

La cobertura 4G ha subido del 94% al 96%, 2 puntos porcentuales por encima de la media de la UE (94%). En cambio, el 5G estaba todavía por implementar en 2019. La cobertura del 5G en lo que respecta a la media UE en ese mismo periodo es baja con tan sólo 14%. El 5G es aún un proyecto en construcción (Ibid.).

En la dimensión del Capital humano del IDES, Portugal ocupa el puesto 23º entre los 28 estados de la UE (hoy 27 con la salida del Reino Unido). En 2017, la mitad de la población portuguesa carecía de habilidades digitales básicas y alrededor del 30% no tenía habilidades digitales (el promedio de la UE es del 43% y 17%, respectivamente). Esta situación está asociada en gran medida al hecho de que muchas personas nunca han usado Internet. Además, Portugal sigue teniendo uno de los porcentajes más bajos de profesionales con habilidades especializadas en TIC en el empleo total en la UE: 2.2% en 2017 contra un promedio de la UE de 3.7%. Del mismo modo, el porcentaje de especialistas en TIC en el empleo total de mujeres es aproximadamente la mitad del promedio de la UE y el porcentaje de graduados en TIC en el número total de graduados es muy bajo en comparación con los estándares de la UE. Los déficits en habilidades digitales continúan siendo uno de los principales obstáculos de Portugal para alcanzar sus objetivos políticos en términos de cohesión social y competitividad económica. La implementación oportuna y la expansión de las iniciativas existentes, algunas de las cuales, en fase piloto, serán cruciales en este contexto (Ibid.).

Por otro lado, continúa estable en 2018 el porcentaje de personas que nunca usan Internet (23%). Al igual que la relación de portugueses que usan Internet por lo menos una vez por semana (71%), 12 puntos por debajo de la media europea (83%). La mitad de la población no tiene las habilidades digitales básicas necesarias para utilizar eficazmente Internet, y el 30% no posee ninguna habilidad digital (principalmente debido a que no utilizan Internet o sólo en raras ocasiones lo hacen). Algunos grupos de población, tales como los ancianos (en particular en las zonas rurales) o los de bajos ingresos o con bajos niveles de educación, se enfrentan a un grave riesgo de exclusión digital en Portugal. Por otra parte, el 18% de la mano de obra portuguesa (ocupados y desocupados) no tiene competencias digitales en comparación con un promedio de alrededor del 10% de la UE. Portugal es uno de los Estados miembros de la UE con el menor porcentaje de profesionales con experiencia en TIC en el empleo total. En 2016, alcanzó el 2,4% en comparación con una media de la UE del 3,7%. Con todo, el porcentaje de empresas que emplean especialistas de TIC, que es de casi el 20%, es ligeramente superior a la media de la UE (Ibid.).

El país sigue estando entre los trece principales Estados miembros de la UE en términos de porcentaje de usuarios de Internet que utilizan las redes sociales -tanto personal como profesionalmente-, juegan o descargan juegos, imágenes, noticias, películas o música, y también entre los que participan en consultas o votaciones en línea. Sin embargo, se está quedando muy por detrás en las compras por Internet (49%) o en el uso de la banca online (52%) -que experimentó un crecimiento bastante significativo de 10 puntos en el último año-frente a un promedio UE del 69% y el 64%, respectivamente. Aunque esta situación puede explicarse en parte por factores idiosincrásicos, el país ocupa el lugar 23 entre los 28 Estados miembros en relación con estas dos actividades (Ibid.).

En cuanto a la integración en las empresas de las tecnologías digitales, los datos suben respecto a 2017 (un punto porcentual), especialmente en el apartado del porcentaje de empresas que utilizan el intercambio de información y las tecnologías de identificación por radiofrecuencia (RFID). Se mantiene estable el número de empresas que venden en línea, las que comparten información

electrónica y la venta en línea transfronteriza. Baja ligeramente la presencia y uso que hacen las empresas de las redes sociales. Pero hay otros indicadores que suben como el uso que se hace de los servidores en la Nube y el volumen de negocios del comercio electrónico. Las PYME están significativamente menos activas en la digitalización que sus congéneres de mayor tamaño. Por ejemplo, en 2016, solo el 32% de las microempresas (las que tienen menos de 10 trabajadores) portuguesas tenían algún tipo de presencia en línea y menos del 10% hicieron negocios en línea, en comparación con porcentajes mucho más altos entre las empresas con 10 empleados o más. Esta situación merece especial atención, teniendo en cuenta que las microempresas representan alrededor del 41% del empleo y el 24% del valor añadido en Portugal, en comparación con alrededor del 30% y el 21% para el conjunto de la UE (Ibid.).

En lo que se refiere a los Servicios públicos digitales, Portugal llevó a cabo progresos significativos y continúa siendo uno de los países de la UE con mejores resultados en este apartado del informe del IDES, situándose en la 9ª posición de los 28 Estados miembros, con una puntuación global superior a la media. Los datos referidos a la prestación integral de los servicios en línea crece desde 2016 pasando de un 96% a un 99% frente al 87% de la media UE. Al igual que los servicios públicos digitales para empresas en un 88%, 3 puntos por encima del promedio europeo (85%). Repunta en 14 puntos porcentuales el porcentaje de usuarios de la administración pública en línea (pasa de un 56% en 2017 a un 70% en 2018). También sube un 10% el porcentaje del uso de datos abiertos, lo que permite a Portugal escalar dos posiciones respecto a la media europea, ascendiendo del puesto 25 -en el que se encontraba en 2017- al 23 entre los 28 países de la UE. Aunque cierto es que la media UE desciende en este aspecto un 9% pasando del 73% al 64%. Cerca del 14% de los ciudadanos del país utilizaron servicios de salud en línea en 2017, en comparación con una media del 18% en la UE. Por consiguiente, es necesario realizar más esfuerzos para garantizar que los segmentos de la población disfrutaran de los beneficios de la digitalización en este ámbito (Ibid.).

Durante 2017, Portugal puso en marcha y comenzó la implementación de dos amplias iniciativas políticas para avanzar respectivamente en las competencias digitales y en la digitalización de la economía: INCoDe.2030 e Industria 4.0.

La iniciativa nacional en competencias digitales INCoDe.2030 (Resolución del Consejo de Ministros nº26/2018, Diario de la República nº48 del 8 de mayo; actualizada por Despacho nº1088/2019 que aprueba el marco dinámico para la competencia digital-QDRCD, Diario de la República nº22 del 31 de enero), pretende estimular y garantizar el desarrollo de habilidades digitales como instrumento para la preparación de una sociedad orientada hacia el futuro y para las nuevas oportunidades que surgen ante la acelerada transformación e incursión de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). En la página web de Portugal InCoDe.2030 y en el documento *“Informe de Progreso. Resumen de actividades en curso y programas en el ámbito de la iniciativa InCoDe.2030, 12 de diciembre de 2018”*, se mencionan los rasgos y características más destacados del programa de políticas públicas, a los que se hará referencia en los próximos párrafos. De acuerdo con el contenido de la página web y el texto indicado, la iniciativa busca mejorar y generalizar el acceso a las tecnologías digitales a toda la población, potenciar la formación de los sectores más jóvenes a través del estímulo y el refuerzo de las competencias digitales. También pretende capacitar profesionalmente a la población activa, promover la especialización en tecnologías digitales y optimizar las condiciones para la producción de nuevos conocimientos, potenciando la investigación en el ámbito de las tecnologías digitales, la utilización de la inteligencia artificial y de lenguajes de programación. En este contexto, Portugal

INCoDe.2030 se estructura en torno a cinco ejes estratégicos: inclusión, educación, cualificación, especialización e investigación. Cada uno de estos ejes está asociado a un conjunto de objetivos y medidas de políticas públicas, que son dinamizados por diversas instituciones y entidades. Hasta 2030, la iniciativa pretende responder a tres grandes desafíos, en particular:

- Garantizar la alfabetización y la inclusión digital para el ejercicio de la ciudadanía.
- Estimular la especialización en tecnologías y aplicaciones digitales para la cualificación del empleo y una economía de mayor valor añadido.
- Producir nuevos conocimientos en cooperación internacional.

Portugal INCoDe.2030 es una iniciativa conjunta de las áreas de Gobierno con competencias en la modernización administrativa: Ciencia, Tecnología y Enseñanza Superior; Educación; Trabajo; Planificación e Infraestructura; y Economía. Se inscribe en el contexto internacional en las TIC y su objetivo es mejorar y reforzar la posición de Portugal en el Índice DESI de la Comisión Europea, aumentando la competitividad del país mediante la promoción de habilidades digitales. La dotación económica que la UE inyectó en este programa para el periodo 2018-19 fue de 20 millones de euros.

Entre las iniciativas que se llevan a cabo están: la creación de puntos de acceso a Internet, una plataforma interactiva para recoger y difundir ejemplos de medidas prometedoras para combatir la exclusión digital y una serie de acciones de formación para promover la *ciudadanía digital* mediante la utilización de servicios públicos en línea, así como de herramientas como la *Qualifica+*, que pretende subsanar el déficit de competencias especialmente entre los desempleados con baja cualificación. Otro programa prometedor es el de *Comunidades Creativas para la Inclusión Digital* cuyo objetivo es desarrollar las habilidades digitales de los grupos sociales con un riesgo elevado de exclusión social y el desarrollo de un plan de acción para reducir las disparidades entre hombres y mujeres en tecnologías digitales, en línea con las acciones de la UE en este campo. El Foro Permanente para Competencias Digitales fue designado como el órgano de gobierno encargado de acompañar y evaluar las iniciativas INCoDe.2030.

El sector privado y la sociedad civil portuguesa también están adoptando medidas para garantizar que todos los ciudadanos se beneficien de la transformación digital, como lo demuestra el lanzamiento del *Movimento pela Utilização Digital Ativa (MUDA)*, que tiene como objetivo reducir el número de personas que nunca han usado Internet, promoviendo al mismo tiempo la adquisición de competencias digitales avanzadas (Comisión Europea: “*El Índice de Digitalidad de la Economía y la Sociedad (IDES) de 2018, Informe por País, Portugal*”, en http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/pt-desi_2018-country-profile-lang_56575B16-9843-7EC0-B97F1F683093EBD9_52339.pdf).

En la *Agenda Portugal Digital* se incluye el objetivo de un aumento del 55% en 2020 del número de empresas que utilizan el comercio electrónico, así como medidas para aumentar la participación de las PYME en la economía digital. En enero de 2017, el Primer Ministro de Portugal presentó la estrategia nacional para la digitalización de la economía, la Industria 4.0, que incluye 64 acciones entre entidades de los sectores público y privado y apunta un fuerte énfasis en el desarrollo de capital humano. Se prevé que se movilicen 4,500 millones de euros, incluidos 2,26 millones de euros de los Fondos Europeos Estructurales e Inversiones durante un período de cuatro años. En su primer año de ejecución se financiaron propuestas para acciones de promoción de la digitalización de las PYME a través de modernizaciones tecnológicas, innovación productiva y formación y reconversión de competencias (Ibid.). En los dos años siguientes se ha hecho balance

estimado del impacto causado con esta estrategia de la Industria 4.0: 4,200 empleos y € 700 millones de exportaciones adicionales (para incentivos aprobados por un total de 380 millones de euros). Estas estimaciones sugieren que los esfuerzos continuos para ayudar a las empresas, independientemente de su tamaño, a incorporar tecnologías digitales en sus actividades y procesos de producción están dando sus frutos (Comisión Europea: “*El Índice de Digitalidad de la Economía y la Sociedad (IDES) de 2019, Informe por País, Portugal*”, en <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/portugal>).

Otra iniciativa para mejorar la competitividad de Portugal en la economía digital es, por ejemplo, el Programa *Startup Visa*, lanzado en noviembre de 2017, que tiene como objetivo atraer a la inversión extranjera a Portugal, así como el emprendimiento, para que el país crezca de forma sostenible e internacionalizar su economía con proyectos innovadores. El programa se dirige tanto a empresarios y emprendedores que deseen desarrollar su proyecto empresarial y/o innovador en Portugal, como a empresarios que ya tienen proyectos empresariales en los países de origen y que desean seguir y expandir su actividad en Portugal.

Por su parte la iniciativa *Clubes de Fornecedores* (proveedores), busca promover la integración y la participación de las empresas portuguesas, especialmente las PYME, en las cadenas de valor internacionales mediante la cooperación con empresas líderes (o 'núcleo') y la mejora de su acceso a los mercados, tecnologías y habilidades. El protocolo para el establecimiento de la red de apoyo para la creación de los «Clubes de Proveedores» se acordó en febrero de 2017 e incluye 1.400 millones de euros de financiación a lo largo de un período de seis años. En la primera fase de la implementación resultó seleccionada Bosch como "empresa nuclear". La segunda fase corresponde a la puesta en marcha de convocatorias para la presentación de propuestas dedicadas al refuerzo de las capacidades en estas empresas que formarán parte de la red de proveedores Bosch. En una etapa posterior, la red de proveedores seleccionados puede acceder exclusivamente a un conjunto de incentivos financieros en el ámbito de Portugal 2020 (Ibid.).

Portugal lanzó recientemente una iniciativa en línea prometedora para promover la alfabetización en materia de salud, que podrá ser decisiva en esta materia: *Biblioteca de Alfabetización en Salud*, dentro del proyecto *SNS+ Proximidade*. La Biblioteca de Alfabetización en Salud recoge, analiza, selecciona y divulga recursos para buenas prácticas en educación, alfabetización y autocuidados en el ámbito de la salud. Actualmente, los recursos disponibles abarcan temas como la vida activa y la promoción y protección de la salud en diferentes fases de la vida, sin estar centrados en condiciones específicas. Estos temas se ampliarán gradualmente y se desarrollará una Red Inteligente para la promoción de la alfabetización en salud. La Biblioteca también permite acceder a una Agenda de Salud Personal, que es una herramienta en línea personalizada y confidencial, que incluye información relevante sobre la salud de una persona. Estos instrumentos son fundamentales para capacitar a los ciudadanos y, por consiguiente, para promover su participación en las decisiones sobre su asistencia sanitaria (Ibid.).

Dentro de su Proyecto Estratégico, la RTP elabora informes de seguimiento de sus principales líneas de actuación. En concreto la que concierne a la prestación de Servicio Público. En su último informe (RTP: “*Informe de cumplimiento de las obligaciones de servicio público y del proyecto estratégico, 2017*”), contempla los programas ofertados, así como la audiencia obtenida en cada uno, en sus diferentes canales y plataformas, que tratan de ajustarse al mandato de Servicio Público. En sus páginas se alude al documento de la UER-EBU, *Visión 2020*, que hace recomendaciones indicando la búsqueda de la calidad, la promoción de un mejor conocimiento de

las audiencias y la importancia de intensificar el esfuerzo de investigación para generar conocimiento sobre las dinámicas sociales. La RTP comparte esta concepción de relación de proximidad, la idea de un operador de medios que trabaja para los ciudadanos directamente y que quiere estar alineado con sus necesidades y expectativas, construyendo una visión de desarrollo social y cultural para Portugal.

Para saber qué piensan los ciudadanos portugueses de su televisión pública, la Empresa de Estudios Ipsos Apeme llevó a cabo durante un año y medio (todo 2016 y la mitad de 2017), tres sondeos de opinión con un intervalo de 6 meses entre sí, con muestras representativas de la población portuguesa del continente y las islas. En cada sondeo se realizaron 1.000 entrevistas presenciales, en casa de los encuestados. La muestra es representativa de los diferentes estratos de la población, género y edad. Los resultados arrojan que, en el último sondeo, aumenta de forma significativa el porcentaje de ciudadanos que valoran positivamente el cumplimiento de Servicio Público de RTP, pasando de una media de 6,7 a 7,3 (en una escala de 1 a 10). Alrededor del 50% de los encuestados en el verano de 2017 considera claramente (puntuación 8, 9 o 10 en la escala) que la RTP como un todo cumple su misión de servicio público. Simétricamente, se sitúa en el 4% (puntuación 1, 2 o 3) los que afirman que la misión no se está cumpliendo (RTP: “*Projecto estratégico RTP 2018-2020. Con los ojos puestos en el futuro*”, en <http://cdn-images.rtp.pt/mcm/pdf/5f2/5f2d4699d08b425d7548b4a1fce9b39b1.pdf>)

ÍNDICE PERCEPTIVO DE CUMPRIMENTO DA MISSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO

O índice de avaliação do cumprimento da MSP é o mais alto desde o início do estudo, com uma subida mais expressiva em TV

Globalmente, em que medida a RTP cumpre a missão de serviço público?
Avaliação na escala 1-10



Figura 5. Índice preceptivo de cumplimiento de la misión de servicio público. Fuente: RTP: “*Projecto estratégico RTP 2018-2020. Con los ojos puestos en el futuro*”, pág. 10.

Este aumento del índice global está acompañado por la evolución igualmente positiva de la evaluación de las diferentes dimensiones que estructuran la Misión de servicio público (MSP), en particular, la universalidad, la independencia y la excelencia. Aunque en términos de ranking de los diferentes indicadores de MSP no se observan variaciones muy significativas, manteniéndose como aspectos mejor valorados, el alcance de los servicios RTP (para todos), la competencia, profesionalismo y la ética y la capacidad de mantener a los portugueses bien informados sobre lo

que pasa en el país y en el mundo, en términos de evolución los aspectos donde se registran variaciones más positivas son:

- Multiplicidad de formas de acceso a servicios y contenidos RTP.
- Promoción de la cultura, el idioma, la música portuguesa (en la televisión y la radio, pero con mayor expresividad en la programación de TV).
- Promoción de artistas y producciones nacionales (TV y Radio, + Radio).
- Profesionalismo, competencia y ética de periodistas y presentadores (+ TV).
- Pluralismo.
- Información creíble, rigurosa, de confianza.
- Buenos programas de entretenimiento (+ TV)

Se mantienen como aspectos con saldo positivo, pero con una evolución más modesta los temas relacionados con innovación y responsabilidad, en particular, la innovación y la creatividad de los programas y la transparencia de gestión. Tanto en una como en otra de estas dimensiones se encuentran porcentajes superiores de ciudadanos que afirman no saber cómo responder o que se concentran en puntos medios de la escala (Ibid.).

CUMPRIMENTO PERCEPTIVO DA MISSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO, POR ÁREAS

Sobem todos os indicadores de serviço público, sendo a Universalidade, Excelência e Accountability as áreas que registam subidas mais significativas

Em que medida a RTP cumpre a missão de serviço público em cada área específica?
Top 3 boxes = Soma das pontuações 8 a 10 na escala 1-10



Figura 6. Índice preceptivo de cumplimiento de la misión de servicio público, por áreas. Fuente: RTP: “Proyecto estratégico RTP 2018-2020. Con los ojos puestos en el futuro”, pág. 11.

La Rendición de Cuentas (*Accountability*) es tal vez el área que resulta más desconocida a los ciudadanos. En este sentido, la página web de la RTP da publicidad a diferentes informes donde queda reflejada su actividad, como responde a su Misión de Servicio Público, los gastos y el estado financiero de la entidad, las relaciones y cooperación con otras entidades, etc. Para conocer y conectar mejor con la audiencia, además de para saber su impresión -a modo de evaluación- sobre la propia empresa audiovisual, ya hemos apuntado que la RTP lleva a cabo diferentes sondeos de opinión con carácter anual. El esfuerzo de la RTP es destacable en este sentido. Pero el

desconocimiento de la ciudadanía sobre estos datos pone de manifiesto el escaso interés que los ciudadanos suelen dedicar a su lectura (Ibid.).

RTP cuenta con un Defensor de la Audiencia (*O Provedor do Telespectador*) desde 2006 (Ley n° 2/2006, de 14 de febrero). Su Estatuto y competencias están desarrolladas en el Capítulo V de la Ley n° 8/2007, de 14 de febrero, modificado por la Ley n° 8/2011, de 11 de abril y por la Ley n° 39 / 2014, de 9 de julio). La misión del Defensor pasa por un conjunto de objetivos que, en la práctica, permite una evaluación continua de los contenidos emitidos, así como el escrutinio crítico de la actividad de los profesionales de RTP, proporcionando así una mejora del producto final. A pesar de ser una obligación de servicio público, la existencia del Defensor demuestra también que existe una preocupación en crear proximidad con la audiencia. El Defensor tiene un programa semanal llamado “La voz del ciudadano” (*A Voz do Cidadão*).

En el centro de la estrategia de la RTP para los próximos años (2018-2020), está practicar los valores de EBU: calidad, excelencia, universalidad, diversidad, innovación, independencia y responsabilidad de gestión. En relación con la innovación, el documento que la RTP ha elaborado para su estrategia de futuro indica que es indispensable en un medio tan competitivo, internacional, de oferta fragmentada y con nuevos hábitos de consumo como la industria mediática actual. En este sentido, el balance de lo hecho desde 2015 hasta 2017, en lo concerniente al sector de la televisión, es el siguiente:

- Se crearon nuevos contenidos y líneas de programación diferenciada de los operadores privados.
- Se lanzaron consultas públicas regulares para la producción de contenidos.
- Se arriesgó en la diversidad diaria de la oferta en la franja horaria del prime time de la RTP1.
- Se revalorizó el posicionamiento alternativo de la RTP2.
- Se rejuveneció RTP Memoria.
- Se celebraron los 25 años de la RTP Internacional con nuevos programas dirigidos a públicos extranjeros y a la nueva generación de emigrantes, añadiendo servicios de subtítulo.
- Se creó una nueva oferta de contenidos en el área de los E-Sports, la RTP Arena, en una estrategia multiplataforma.

La RTP entiende que la búsqueda de la innovación pasa por nuevos enfoques, nuevos formatos y diferentes combinaciones de plataformas. La exigencia de estar en los puntos de contacto relevantes para las audiencias, en los soportes y formatos que mejor sirven a sus intereses, fáciles de encontrar, con los contenidos apelativos para cada grupo de consumidores, los llevará a la necesidad imperiosa de ampliar la cartera de contenidos y plataformas de distribución (Ibid.).

Los objetivos estratégicos 2018/2020 serán en gran medida una profundización del camino iniciado en 2015. Es preciso reforzar los valores de calidad e innovación, llevar más lejos la apuesta en lo digital y en las nuevas generaciones, profundizar el valor de universalidad, llegando a todos los portugueses, dondequiera que estén, y trabajar todos los días para que la RTP sea, de hecho, un espacio muy atractivo para trabajar y se afiance como una empresa de referencia en el sector. Procurar que RTP posea los medios financieros adecuados para las crecientes obligaciones en la prestación del Servicio Público y que mantenga un nivel de audiencias que le permita ser relevante

en la diversidad que ofrece a los ciudadanos, son objetivos ineludibles para el próximo trienio. Estos son los siete ejes de intervención prioritaria para los próximos años:

- Apostar por la calidad y la innovación de los contenidos.
- Colocar lo digital en el centro de la estrategia.
- Reforzar la contribución a la cultura y las Industrias culturales
- Potenciar y cualificar la presencia de la RTP en el mundo.
- Ser disruptiva en la oferta y más apelativa en las nuevas generaciones.
- Ser una empresa con una gestión ejemplar y transparente.
- Ser una empresa de comunicación atractiva para trabajar.

Con estas líneas se pretende lograr una RTP innovadora y creativa, activa en la sociedad, global y de referencia (Ibid.).

Entre las 35 medidas que señala el documento para lograr dichos propósitos podemos resaltar: Promover las condiciones necesarias para producir información rigurosa y plural; procurar una mayor articulación entre las redacciones de radio, televisión y la web, con el objetivo de que la información de la RTP genere confianza y desempeñe un papel de liderazgo e innovación en todos los formatos; aumentar la cobertura informativa de proximidad; apostar por el entretenimiento que priorice los directos y la transmisión de grandes eventos culturales y deportivos; consolidar y mejorar la estrategia de producción de ficción nacional; buscar activamente la diversidad en la población y dar voz a las minorías; acompañar las tendencias de la industria y estudiar eventuales ajustes en la oferta de algunos canales y la reorganización de la naturaleza de contenidos por canal; cumplir la estrategia de la modernización tecnológica de la empresa; transformar RTP Play, creando una nueva plataforma de puesta a disposición de contenidos en la TV, tipo "Netflix, Foxplay", para hacer llegar los contenidos RTP a públicos que prefieren otras formas de consumo que no lo lineal; utilizar y explorar los macrodatos (big data), creando mecanismos CRM (*Customer Relationship Management*) para mejorar la usabilidad de las plataformas digitales y crear modalidades de suscripción, recomendación y personalización de la oferta, acompañando de cerca y en tiempo útil las reacciones de los públicos a los que nos dirigimos y encontrando los medios para llegar con más eficacia a los públicos "desconectados" de los medios tradicionales, con ofertas dirigidas; continuar la línea de innovación con lanzamiento recurrente de nuevos productos y funcionalidades en las plataformas digitales (sitios web, APPs y redes sociales), asegurando que la RTP está al frente en la oferta de contenidos relevantes para los nativos digitales; lanzar el "Palco RTP", una plataforma digital de contenidos de artes performativas, teatro, ópera, conciertos, danza, entre otros, articulando con entidades promotoras de espectáculos y facilitando la investigación y consumo de estos contenidos; llevar la RTP a las Universidades, dialogando con la comunidad académica y promoviendo Masterclasses sobre Televisión y Radio; desarrollar y divulgar los proyectos digitales RTP Enseña, RTP Archivos y Museo Virtual RTP, como forma de acercarse a los niños y jóvenes de la RTP y contribuir a la alfabetización de las generaciones más jóvenes (Ibid.).

Durante los juegos europeos celebrados en Glasgow y Berlín en 2018, la RTP experimentó en las plataformas digitales móviles y en Redes Sociales una nueva aplicación que combinó Realidad Virtual y Realidad Aumentada, lo cual facilitaba vivir el evento al máximo, en una experiencia inmersiva, con cámaras de 180° y 360° que acompañaron al atletismo y a otras modalidades como natación, gimnasia, piragüismo, ciclismo, golf, sprints, relevos, lanzamientos y saltos.

También el Museo virtual de RTP -cuya aplicación puede descargarse en APP Store y Google Play- tiene ahora experiencias de Realidad Aumentada y Realidad Virtual, lo que permite a los “visitantes” interactuar de manera innovadora con uno de sus íconos, el primer automóvil exterior RTP, que estuvo en servicio entre 1957 y 1980.

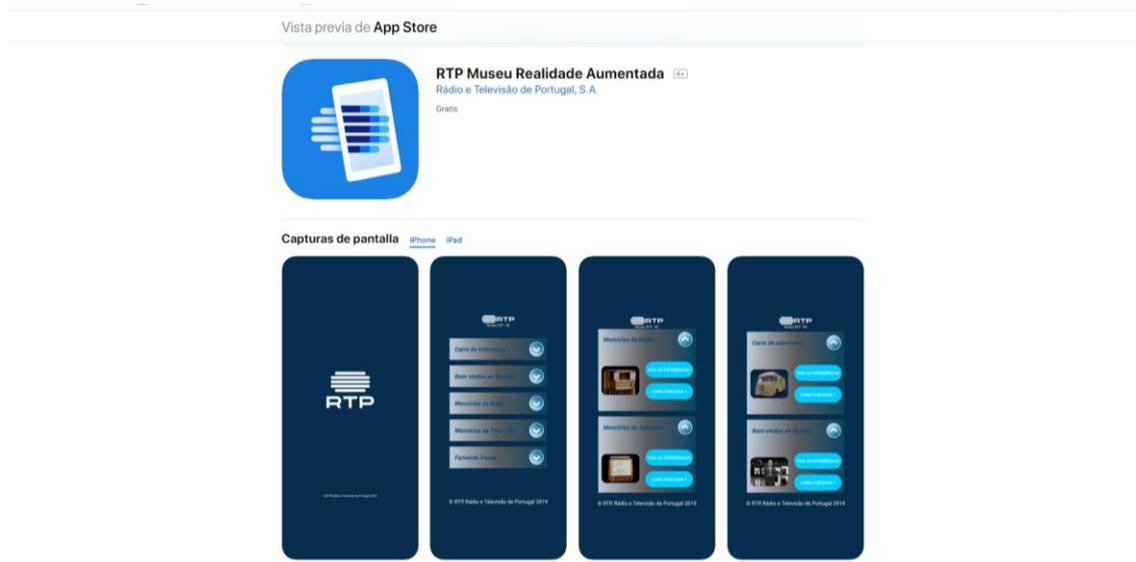


Figura 7: Vista previa de APP Store. RTP Museu Realidade Aumentada. Fuente: Captura de pantalla (<https://apps.apple.com/py/app/rtp-museu-realidade-aumentada/id1301364737>).

De 2015 a 2017, la RTP archivos con dinero de los Fondos europeos (FEDER) llevó a cabo un proyecto de digitalización de sus contenidos cuyo objetivo principal era facilitar el acceso público y universal al patrimonio audiovisual de la radio y la televisión portuguesas, a todos los ciudadanos e instituciones, contribuyendo efectivamente al fortalecimiento de la cohesión e identidad nacionales.

PARTE II: POLÍTICAS SOBRE SERVICIO PÚBLICO AUDIOVISUAL Y DIGITALIZACIÓN

El Partido Socialdemócrata (Centro Derecha), PSD, en coalición con el Centro Democrático Social (CDS)-Partido Popular, gobernó en Portugal desde 2011 hasta 2015, siendo Primer Ministro en dicho periodo Pedro Passos Coelho. En las elecciones del 4 de octubre de 2015, se presentaron en una coalición denominada Portugal al Frente. En dichos comicios fue la fuerza más votada. Sin embargo, un acuerdo conformado por los restantes partidos (Partido Socialista-PS, Partido Comunista Portugués-PCP, Partido Ecologista/Los verdes-PEV y Bloque de Izquierdas-BE) los llevó a la oposición y propició que fuera nombrado Primer Ministro Antonio Costa, miembro del PS. En la actualidad el PS, que ganó las últimas elecciones generales celebradas el 6 de octubre de 2019, continúa gobernando bajo el liderazgo de Antonio Costa, pero ha optado por hacerlo en solitario con acuerdos puntuales con el resto de las fuerzas políticas de izquierda, dejando atrás la coalición de partidos (conocida como *geringonça*) del periodo anterior. El presidente de la República es Marcelo Rebelo de Sousa, del Partido Socialdemócrata, que ostenta dicho cargo desde marzo de 2016.

En lo concerniente a la legislación del audiovisual público en Portugal, podemos destacar la siguiente normativa:

- Ordenanza n.º 587/2019, de 6 de septiembre, en la que se define las condiciones para otorgar una compensación a los titulares de las licencias para cubrir, en su totalidad o en parte, encargos que adecuadamente se verifiquen con la alteración en la asignación de frecuencias.
- Ley n.º 2/2017, de 16 de enero. Primera modificación a la Ley n.º 33/2016, de 24 de agosto, que aclara las disposiciones relativas a la realización de estudios sobre el desarrollo futuro de la TDT.
- Ley n.º 33/2016, de 24 de agosto. Amplía la oferta de servicios de programas en la televisión digital terrestre (TDT), garantizando las condiciones técnicas adecuadas y el control del precio. Modificada por la Ley n.º 2/2017, de 16 de enero.
- Ley n.º 78/2015, de 29 de julio. Regula la promoción de la transparencia de la titularidad, de la gestión y de los medios de financiación de las entidades que prosiguen actividades de comunicación social y altera la Ley de Prensa, la Ley de la Televisión y la Ley de la Radio.
- Ley n.º 39/2014, de 9 de julio. Aprueba la segunda modificación de la Ley N.º 8/2007, de 14 de febrero, por la cual se reestructura la empresa concesionaria del servicio público de radio y televisión, así como los nuevos estatutos de Radio y Televisión de Portugal, SA.
- Ley n.º 38/2014, de 9 de julio. Se procede a la primera modificación de la Ley n.º 54/2010, de 24 de diciembre, que aprueba la Ley de Radio, modificando el plazo para la concesión del servicio público de radio.
- Ley n.º 40/2014, de 9 de julio. Se procede a la segunda modificación de la Ley n.º 27/2007, de 30 de julio (Ley de Televisión y de Servicios Audiovisuales a Pedido), modificando el contenido de los programas que integran la concesión del servicio público de televisión.
- Ley n.º 55/2012, de 6 de septiembre. Establece los principios de acción del Estado en el marco del fomento, desarrollo y protección del arte del cine y de las actividades cinematográficas y audiovisuales.

- Ley n.º 8/2011, de 11 de abril. En el marco de la Ley de la Televisión, aprobada por la Ley n.º 27/2007, de 30 de julio, a la 12ª modificación del Código de la Publicidad, aprobado por el Decreto-Ley n.º 330/90, de 23 de octubre, y a la 1ª modificación de la Ley n.º 8/2007, de 14 de febrero, que procede a la reestructuración de la concesionaria del servicio público de radio y televisión, transponiendo la Directiva 2007/65 / CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre.
- Ley n.º 54/2010, de 24 de diciembre. Aprueba la Ley de Radio, revocando la Ley n.º 4/2001, de 23 de febrero. Objeto de posteriores alteraciones por la Ley n.º 38/2014, de 9 de julio, y por la Ley n.º 78/2015, publicada a 29 de julio.
- Ley n.º 27/2007, de 30 de julio. Aprueba la Ley de la Televisión, que regula el acceso a la actividad de televisión y su ejercicio. Objeto de posteriores modificaciones por la Ley n.º 8/2011, 11 de abril, por la Ley n.º 40/2014, de 9 de julio y por la Ley n.º 78/2015 publicada el 29 de julio. Declaración de rectificación n.º 82/2007, de 21 de septiembre, que rectifica la Ley n.º 27/2007, de 30 de Julio.
- Ley n.º 8/2007, de 14 de febrero. Aprueba la ley que reestructuración de la concesionaria del servicio público de radio y televisión.
- Ley n.º 2/2006, de 14 de febrero. Crea el Defensor del oyente y el Defensor del Telespectador en los servicios públicos de radio y televisión.
- Ley n.º 53/2005, de 8 de noviembre. Crea la ERC - Entidad Reguladora para la Comunicación Social, extinguiendo la Alta Autoridad para la Comunicación Social.
- Ley n.º 30/2003, de 22 de agosto. Aprueba el modelo de financiación del servicio público de radiodifusión y de televisión. Modificada por el Decreto-Ley n.º 169-A / 2005, de 3 de octubre.
- Ley n.º 31/96, de 14 de agosto. Televisión y radio en las Regiones Autónomas.

(ANACOM: Legislação/Radiodifusão sonora e televisiva, en <https://www.anacom.pt/render.jsp?categoryId=331736>).

Las Autoridades Reguladoras para el sector del Audiovisual y de las Comunicaciones en Portugal son: La Autoridad Nacional de Comunicaciones- Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM) y la Entidad Reguladora para la Comunicación Social-Entidade reguladora da comunicação social (ERC). Ambas están concebidas como organismos administrativos independientes de titularidad pública.

ANACOM opera desde 2002 y es la autoridad nacional de reglamentación (ANR) en el marco de las comunicaciones, a los efectos del Derecho de la Unión Europea y de la legislación nacional, y sucede en sus atribuciones y competencias al Instituto de las Comunicaciones de Portugal (ICP, vigente desde 1981 y hasta 2001). Sus actuales Estatutos fueron aprobados por el Decreto-Ley n.º 39/2015, de 16 de marzo. Tiene por misión la regulación del sector de las comunicaciones, incluidas las comunicaciones electrónicas y postales y, sin perjuicio de su naturaleza como entidad administrativa independiente, la asistencia al Gobierno en estos ámbitos (ANACOM (31.03.2015): Missão, valores, atribuições e poderes, en <https://www.anacom.pt/render.jsp?categoryId=381611>).

Por su parte la Entidad Reguladora para la Comunicación Social (ERC) fue creada en 2005, en sustitución de la Alta Autoridad para la Comunicación Social. Sus Estatutos están incluidos en la Ley que funda la Entidad, la ya aludida Ley n.º 53/2005, de 8 de noviembre. Su principal objetivo es la regulación y supervisión de todas las entidades que realizan actividades de comunicación social en Portugal. Ya sean prensa escrita, revistas, operadores de radio y televisión, servicios

distribuidos únicamente por Internet, y agencias de noticias. Entre sus atribuciones están las de recibir quejas, emitir pareceres y dictámenes, elaborar informes y estudios, llevar a cabo encuestas a los consumidores de los medios de comunicación, etc. Le conciernen cuestiones relacionadas con el derecho a la información y la libertad de prensa, el pluralismo y la diversidad, la exigencia y el rigor periodísticos, la salvaguarda de los derechos de personalidad, la protección de los públicos sensibles como los menores, la alfabetización mediática, la protección de los consumidores, licencias y autorizaciones, la fiscalización de las cuotas de la música portuguesa y de la producción audiovisual, el servicio público de los medios de comunicación, el registro de los órganos de comunicación social, la no concentración de los media, la transparencia de los medios de comunicación, la independencia ante los poderes políticos y económicos, el derecho de rectificación, pareceres sobre la legislación del sector, promover la corregulación y la autorregulación (ERC (2018): Quem somos. A ERC num relance, en <https://www.flipsnack.com/ERCpt/a-erc-num-relance-ano-2018/full-view.html>).

Recientemente, y en relación con la RTP, la ERC -en su papel de fiscalizador de los medios de comunicación portugueses- dio el parecer negativo a la propuesta de acumulación de los cargos de Director de Programas y Director de Información en RTP1, RTP Internacional y RTP3 en la persona del directivo de la cadena, José Fragoso. La razón que esgrime es que la aglomeración del poder de dirección sobre las áreas de programación y de información de tres servicios del operador del servicio público en una sola persona supone un riesgo de hacer indiferente o favorecer el principio de diversificación, el principio de independencia y el principio de pluralismo, inscritos en la Constitución, en la Ley de Televisión. ERC también subraya el peligro de que haya una dilución de los límites entre la información y el entretenimiento, teniendo en cuenta la ambivalencia de los roles que los responsables deberían desempeñar. Al mismo tiempo, y no menos importante, el alcance de la tarea de cumplir plenamente con todas las obligaciones que se imponen legal y contractualmente a cada uno de los servicios del programa en cuestión, tanto en el área de programación como de información, parece francamente incompatible con esa centralización (Álvarez, 2019).

En el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Enseñanza Superior (Ministerio da Ciencia, Tecnologia e Ensino Superior), se encuentra la sección de la Sociedad de la Información. De ella dependió desde 2005 y hasta 2012 la Agencia para la sociedad del Conocimiento/Agencia para a Sociedade do Conhecimento, I.P. (UMIC), que a partir de 2013 fue sustituida por la *Fundação para a Ciência e a Tecnologia/Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT)*. Esta entidad es la responsable de la coordinación de las políticas públicas para la Sociedad de la Información y el Conocimiento en Portugal, en estrecha cooperación con las organizaciones internacionales. En esta área la FCT tiene por misión:

- promover la movilización de las políticas públicas en Portugal para la Información y Sociedad del Conocimiento a través de actividades de divulgación, formación e investigación;
- estimular el desarrollo de la e-Ciencia, promoviendo el desarrollo científico y tecnológico y la creación de conocimiento por entidades del Sistema Científico y Tecnológico Nacional y empresas;
- fomentar la cooperación o asociación con entidades extranjeras, en particular en la Unión Europea y los países de habla portuguesa.

(Fundación para la Ciencia y la Tecnología/Fundaçao para a Ciencia e a Tecnologia-FCT: *Sociedade da Informaçao*, en <https://www.fct.pt/dsi/index.phtml.pt>)

Esta misión se concreta en el desarrollo de actividades de naturaleza central, regional y local, en las siguientes áreas de acción:

- Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) en TIC: Tecnologías emergentes; Ciberseguridad y gestión de riesgo; Acceso abierto a eCiencia.
- Inclusión, Accesibilidad y Alfabetización digital: inclusión y alfabetización digital; Accesibilidad, unidad de acceso; Centro Internet seguro, navegación segura en Internet; Red TIC & Sociedad Estrategia Nacional para la Inclusión y la Alfabetización Digital (ENILD).
- Competencias Digitales (eSkills): Coalición portuguesa para la Empleabilidad Digital; Campaña eSkills para trabajos.
- Política Internacional - Apoyo en la internacionalización de actividades de ciencia y tecnología, en el ámbito de las e-Ciencias, y seguimiento y concepción de políticas internacionales para la Sociedad de la Información, a nivel de: Unión Europea; Organizaciones internacionales.
- Gobernanza de Internet.
- Realización de Foro para la Sociedad de la Información - consulta y concertación *multistakeholder* para el desarrollo de las políticas públicas para la sociedad de la información.
- Supervisar y promover la Agenda Portugal Digital, la Agenda Digital para Europa y el Mercado Único Digital.

(Ibid.)

En el último gobierno de Antonio Costa se creó en octubre de 2019 un Ministerio de Economía y Transición digital (Ministério da Economia e Transição Digital), responsable de supervisar e implementar políticas públicas relacionadas con actividades económicas, especialmente con respecto a los sectores de comercio, turismo, servicios, industria y la transición digital. Está aún por definir en qué consistirán estas últimas.

Agenda Portugal Digital fue creada mediante Resolución del Consejo de Ministros n.º 112/2012, de 31 de diciembre, y en 2015 actualizaron sus planes. Agenda Portugal Digital es un fuerte compromiso público y privado, con metas y objetivos ambiciosos, para poner a Portugal como uno de los países más avanzados de la economía digital en la UE de los ahora 27 Estados de la UE. Así, para 2020, se pretende:

- Promover el desarrollo de la infraestructura de banda ancha, con el fin de que todos los ciudadanos puedan acceder a la banda ancha de velocidad igual o superior a 30 Mbps para 2020.
- Promover el desarrollo de la infraestructura de banda ancha para permitir que el 50% de los hogares puedan tener acceso a Internet de banda ancha de velocidad igual o superior a 100 Mbps para 2020.
- Promover el desarrollo de condiciones para que la mitad de la población en los municipios rurales de la Región Autónoma de Madeira pueda tener acceso de banda ancha de velocidad igual o superior a 40 Mbps.

- Crear las condiciones que permitan el incremento del 55%, en comparación con las cifras de 2011, del número de empresas que utilizan el comercio electrónico en Portugal, para 2020.
- Crear las condiciones que permitan el aumento del 25% de las exportaciones en Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), en valores acumulados, para 2020, teniendo como referencia el año 2011.
- Promover la innovación en TIC y reforzar el potencial en I+D contando con el aumento de la financiación pública directa a la I+D en TIC en un 10% para 2020, teniendo como referencia los datos de 2012.
- Promover entre la población portuguesa un mayor uso de los servicios públicos en línea, convergiendo en 2020 con la media europea. Para alcanzar este objetivo esta área de intervención incluye: a) Mayor eficiencia y menor costo de la Administración Pública; b) mejor educación; c) el mejor empleo; d) Mejor Justicia; e) mejor salud; f) Movilidad más inteligente.
- Promover la utilización de las nuevas tecnologías, para que sea posible disminuir al 23% el número de personas que nunca utilizó Internet y al 35% la proporción de activos con bajas o sin competencias digitales, para 2020.

(Agenda Portugal Digital: *Objetivos*, en <http://www.portugaldigital.pt/objetivos/>)

La FCT es quien coordina la participación de los diferentes organismos públicos, en colaboración con entidades privadas, que desarrollan los ya comentados programas INCoDe.2030 e Industria 4.0.

En lo que respecta a la liberación del dividendo digital, ANACOM ha comenzado a implementar las condiciones que permitan un desarrollo consistente y competitivo del 5G en Portugal. En este sentido aprobó en octubre de 2019 un proyecto de decisión sobre la reasignación de la banda de 700 MHz para servicios de comunicaciones electrónicas móviles, limitando el número de derechos de uso de frecuencia que se asignarán en las bandas de 700 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2.1 GHz, 2.6 GHz y 3.6 GHz y la definición del respectivo procedimiento de asignación, la subasta (leilão, en portugués). De esta manera, se cumple la estrategia de la Unión Europea (UE) para el Mercado Único Digital, que recomienda una introducción coordinada a nivel de la UE para alentar la inversión en redes de banda ancha de alta velocidad y facilitar la proliferación de servicios digitales avanzados, destacando en particular la necesidad de garantizar la prestación de servicios de banda ancha en las zonas rurales.

La asignación de estos derechos de uso de frecuencias debe estar sujeta a un procedimiento de subasta, por tratarse de un proceso potencialmente más transparente y objetivo para todas las partes interesadas y menos intrusivo en los planes de negocios de estas entidades, ya que permite a cada entidad, que tenga necesidades propias en términos de espectro (de ondas), que pueda adquirir la cantidad que realmente necesita, sin acaparar el mercado y ajustándose a los objetivos de interés público. De esta manera, se pretende hacer posible la aparición de operaciones con diferentes dimensiones, estimulando el uso eficiente del espectro y reduciendo la motivación para atribuciones intrascendentes de este recurso.

Cabe señalar que la subasta propuesta que se celebrará en Portugal tendrá la gran ventaja de permitir contemplar, de una manera muy amplia y a mayor escala de lo que ha sido posible en otros países de la UE, dos bandas que se consideran pioneras para el 5G: la banda de 700 MHz,

adecuada para garantizar la transición a la próxima generación de redes móviles y cobertura en diferentes áreas, y la banda de 3.6 GHz (3.4-3.8 GHz), capaz de proporcionar la capacidad necesaria para los servicios soportados en los sistemas 5G.

ANACOM tiene la intención de que la asignación de las licencias pertinentes para 5G (700 MHz y 3.6 GHz) y otras (900 MHz, 1800 MHz, 2.1 GHz y 2.6 GHz) se realice de acuerdo con el siguiente calendario indicativo:

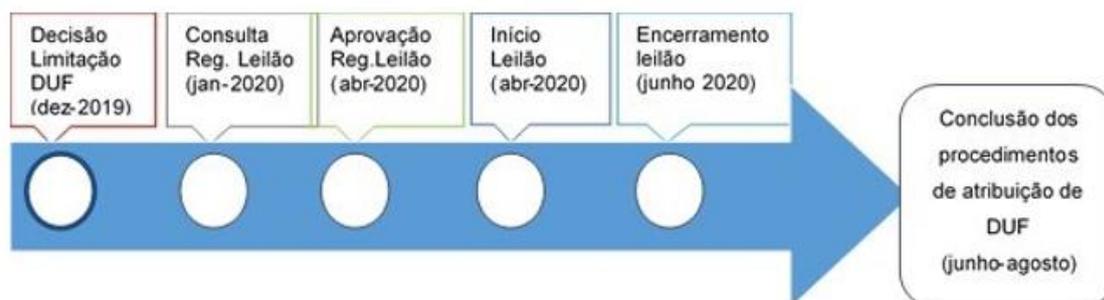


Figura 8. Subasta 5G en Portugal. Fuente: ANACOM.

De esta manera, Portugal será uno de los Estados miembros (EM) que cumplirá los diversos objetivos definidos en la Declaración de Ministros de Telecomunicaciones de la UE como particularmente relevantes para la consecución de los objetivos 5G:

- 2020: atribución de la banda de 700 MHz en la mayoría de los Estados miembros;
- 2020: disponibilidad de 5G, al menos, en una ciudad en cada EM;
- 2022: disponibilidad de la banda de 700 MHz en todos los Estados miembros;
- 2018-2025: implementación de redes / infraestructura para 5G;
- 2025: "Gigabit Society" (5G disponible en las principales ciudades y a lo largo de las principales rutas de transporte).

ANACOM confía en que la puesta en marcha del 5G suponga una mayor competencia del mercado móvil y, al mismo tiempo, mayores esfuerzos para mejorar las condiciones de vida de la población en general y el tejido económico del país, haciendo que el acceso digital sea más accesible y cercano, con los beneficios esperados para la cohesión económica y social y del territorio.

Paralelamente, teniendo en cuenta los objetivos de interés público a perseguir, ANACOM considera esencial que se considere establecer obligaciones de cobertura para promover la expansión de las redes móviles, impulsar la competencia y garantizar la diversidad de la oferta, siendo esencial en la creación de beneficios para usuarios finales. En este sentido, es importante recordar las lagunas en la cobertura de las redes móviles que aún se registran, incluso no solo en el servicio de banda ancha, sino también en el servicio de voz, que además es objeto de quejas frecuentes de miembros del público y también de alcaldes.

ANACOM también aprobó otros proyectos de decisión relacionados con el espectro radioeléctrico, que se detallan a continuación:

- Cambio de licencia de Dense Air y uso futuro de la banda de 3.4-3.8 GHz.
- Revocar el DUF (Derecho de Uso de Frecuencia) en poder de MEO para operar el sistema FWA.
- Solicitud de NOS de asignación de frecuencia en las bandas de 900 MHz y 2100 MHz.

- Autorización de pruebas y estudios técnicos de 5G, que permitan a los investigadores, fabricantes y operadores de comunicaciones electrónicas probar las diversas funcionalidades y capacidades de esta tecnología. Desde 2018, los operadores MEO, NOS y Vodafone vienen desarrollando este tipo de pruebas utilizando principalmente el uso del espectro en 3.6-3.8 GHz, una de las bandas pioneras para 5G que está armonizado en toda Europa.

(ANACOM (23.10.2019): “ANACOM cria condições para um desenvolvimento consistente e competitivo do 5G em Portugal” (Comunicado de prensa), en <https://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1489801&languageId=0>)

PARTE III. CONCLUSIONES

RTP es un operador de servicio público para Radio y Televisión en Portugal. Tiene una historia única, construida durante décadas y representa una herencia insustituible de la memoria colectiva de los portugueses, con 62 años cumplidos en sus transmisiones regulares de televisión.

La misión y los objetivos se establecen en la Ley y en el Contrato de concesión del servicio público de radio y televisión. Las políticas de la Compañía son establecidas por la Junta Directiva, de acuerdo con los objetivos establecidos y por el Consejo General Independiente.

Es de propiedad 100% estatal, y su financiación está costeadada en un 82% por el cobro de un canon audiovisual a la población y otro 18% en concepto de ingresos comerciales, esencialmente de publicidad y patrocinio.

Actualmente RTP cuenta con ocho canales de televisión, tres aplicaciones móviles y cuatro plataformas web, accesibles a través de Internet.

RTP está presente a través de sus diferentes marcas (canales, antenas y servicios multimedia) en distintas Redes Sociales (Facebook, Youtube, Instagram, Twitter), proyectando sus contenidos y personalidades, explorando así todas las formas de comunicación que ofrecen el nuevo escenario digital, y ampliando los puntos de contacto con los públicos.

El DESI (Digital Economy and Society Index, Índice de Economía y Sociedad Digital) de 2019, coloca a Portugal en la posición 19 de los 28 estados miembros de la UE -entonces aún se mantenía el Reino Unido en la UE-. La mejora más significativa corresponde a la dimensión de los Servicios públicos digitales, impulsada por un aumento considerable del porcentaje de usuarios de la administración pública en línea. También se ha avanzado en el apartado de Conectividad, gracias a una mejora en las tasas de uso de servicios de banda ancha móvil y fija ultrarrápidos. El país tiene un desempeño pobre en términos de Capital Humano y Uso de servicios de Internet, lo que se explica en parte por el número relativamente alto de personas que no usan Internet regularmente.

La Agenda Digital para Portugal, que se viene aplicando desde 2012, busca mejorar la conectividad en banda ancha y responder a los desafíos sociales; por ejemplo, prestar mejores servicios públicos a los ciudadanos, promover la movilidad inteligente, el empleo, el comercio electrónico o la economía digital al tiempo que reducir la brecha digital entre las regiones urbanas y periféricas. Otra iniciativa para mejorar las competencias digitales es Portugal INCoDe.2030 y el programa Industria 4.0 (la estrategia nacional para la digitalización de la economía).

En su último informe de cumplimiento de las obligaciones de servicio público y del proyecto estratégico, RTP -en consonancia con el documento de la UER-EBU, Visión 2020- aboga por emitir programas de calidad, en sus diferentes canales y plataformas, que despierten el interés de las audiencias y respondan a sus necesidades, ajustándose así al mandato de Servicio Público. Es por ello por lo que RTP pone el acento en intensificar el esfuerzo de investigación para generar conocimiento sobre las dinámicas sociales. En la estrategia de RTP está buscar esa relación de proximidad con su audiencia. Ser un operador de medios que trabaja para los ciudadanos directamente y que quiere estar alineado con sus exigencias y expectativas, construyendo una visión de desarrollo social y cultural para Portugal.

En el centro de la estrategia de RTP para los próximos años (2018-2020), está practicar los valores de EBU: calidad, excelencia, universalidad, diversidad, innovación, independencia y responsabilidad de gestión. En relación con la innovación, el documento que la RTP ha elaborado para su estrategia de futuro indica que es indispensable en un medio tan competitivo, internacional, de oferta fragmentada y con nuevos hábitos de consumo como la industria mediática actual. La RTP entiende que la búsqueda de la innovación pasa por nuevos enfoques, nuevos formatos y diferentes combinaciones de plataformas. La exigencia de estar en los puntos de contacto relevantes para las audiencias, en los soportes y formatos que mejor sirven a sus intereses, fáciles de encontrar, con los contenidos apelativos para cada grupo de consumidores, los llevará a la necesidad imperiosa de ampliar la cartera de contenidos y plataformas de distribución.

Los objetivos estratégicos 2018/2020 serán en gran medida una profundización del camino iniciado en 2015. Es preciso reforzar los valores de calidad e innovación, llevar más lejos la apuesta en lo digital y en las nuevas generaciones, profundizan el valor de universalidad, llegando a todos los portugueses, dondequiera que estén, y trabajar todos los días para que la RTP sea, de hecho, un espacio muy atractivo para trabajar y se afiance como una empresa de referencia en el sector. Procurar que RTP posea los medios financieros adecuados para las crecientes obligaciones en la prestación del Servicio Público y que mantenga un nivel de audiencias que le permita ser relevante en la diversidad que ofrece a los ciudadanos, son objetivos ineludibles para el próximo trienio.

El Partido Socialista ganó las últimas elecciones generales de octubre de 2019, aunque no llegó a la mayoría absoluta. Pero sí obtuvo una mayoría que, con acuerdos puntuales con otros partidos de izquierda, le ha permitido formar Gobierno en solitario. Antonio Costa revalidó así su cargo de Primer Ministro. El presidente de la República es Marcelo Rebelo de Sousa, del Partido Socialdemócrata, que ostenta dicho cargo desde marzo de 2016.

Las Autoridades Regulatoras para el sector del Audiovisual y de las Comunicaciones en Portugal son: La Autoridad Nacional de Comunicaciones (ANACOM) y la Entidad Reguladora para la Comunicación Social (ERC). Ambas están concebidas como organismos administrativos independientes de titularidad pública.

En el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Enseñanza Superior (Ministerio da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior), se encuentra la sección de la Sociedad de la Información. De ella depende la Fundación para la Ciencia y la Tecnología/Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT). Esta entidad es la responsable de la coordinación de las políticas públicas para la Sociedad de la Información y el Conocimiento en Portugal, en estrecha cooperación con las organizaciones internacionales.

En el último gobierno de Antonio Costa se creó en octubre de 2019 un Ministerio de Economía y Transición digital (Ministério da Economia e Transição Digital), responsable de supervisar e implementar políticas públicas relacionadas con actividades económicas, especialmente con respecto a los sectores de comercio, turismo, servicios, industria y la transición digital. Está aún por definir en qué consistirán estas últimas.

La TDT no termina por ser un servicio satisfactorio para los ciudadanos portugueses. Los inconvenientes están asociados principalmente a una deficiente distribución de la señal. Y aunque se han llevado a cabo mejoras en la actualidad, la deficiencia inicial provocó un gran incremento en la contratación de servicios de distribución por cable. Esto explica por qué Portugal es uno de

los países con más abonados a la televisión por cable. Está por ver si la reordenación de frecuencia que implicará la puesta en marcha del 5G solventa estos inconvenientes.

En lo que respecta a la liberación del dividendo digital, ANACOM ha comenzado a implementar las condiciones que permitan un desarrollo consistente y competitivo del 5G en Portugal.

PARTE IV: BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE REFERENCIA

- Agenda Portugal Digital: <http://www.portugaldigital.pt/index/> Fecha de consulta: 29 de enero de 2019 y 18 de febrero de 2020.
- Álvarez, Luciano (23.12.2019): “ERC chumba proposta da RTP para Direcção de Informação”, en Diario *Público*. Disponible en <https://www.publico.pt/2019/12/23/politica/noticia/erc-chumba-proposta-rtp-direccao-informacao-1898331>. Fecha de consulta: 26.02.2020.
- ANACOM (Autoridad Nacional de Comunicaciones): <https://www.anacom.pt/> Fecha de consulta: 30 de enero de 2019 y 16 de febrero de 2020.
- APDC (Asociación Portuguesa para el Desarrollo de las Comunicaciones): “*La economía digital en Portugal 2018. Las tecnologías de la transformación digital*”, en Revista Comunicaciones. Estudios. Disponible en http://comunicacoes.apdc.pt/client/nr/default.htm?id=APDC&tab=1endTabValueAzureFalse&sld=1ge8xl0m67s&g=61c25d57-c332-4b68-b3c3-707f9a90ad2d&ed=c31581ac-f072-489c-a186-1c7a0dc96a86&share=1&orientation=BookletPortrait&blockIcons=false&brand=http%3A//ws.apdc.nicereader.viatecla.com/img/cache/2018-09-28164152_c930e020-8f91-4685-88ae-badd530b6bc0%24%2411304F74-CA35-4F91-A2B7-36FB1BC6EBDA%24%24EA102F3B-7ACE-435C-B215-750A44DB29D8%24%24brand%24%24pt%24%241.png&brandHomepage=http%3A//www.apdc.pt/&brandColor=#CCCCCC&lightColor=#E5E5E5&darkColor=#B2B2B2&darkerColor=#B2B2B2&xml=http://ws.apdc.nicereader.viatecla.com/ws/nicereaderservice.svc/apdc/53056bf7-4e2e-4302-8fe2-90b22cca6138/c31581ac-f072-489c-a186-1c7a0dc96a86?u=apdc&p=250dcc5c867e5f01927405000cca2061. Fecha de consulta: 12 de enero de 2019.
- Comisión Europea:
 - o “El Índice de Digitalidad de la Economía y la Sociedad (IDES) de 2018, Informe por País, Portugal”, disponible en http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-20/pt-desi_2018-country-profile-lang_56575B16-9843-7EC0-B97F1F683093EBD9_52339.pdf. Fecha de consulta: 11 de diciembre de 2018.
 - o “*El Índice de Digitalidad de la Economía y la Sociedad (IDES) de 2019, Informe por País, Portugal*”, disponible en <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/portugal> Fecha de consulta 2 de febrero de 2020.
- Diario de la República electrónico: <https://dre.pt/> Fecha de consulta: 21 de diciembre de 2018, 31 de enero de 2019 y 2 de febrero de 2020.
- Entidad Reguladora para la Comunicación Social (ERC): <http://www.erc.pt/> Fecha de consulta: 30 de enero de 2019.
- European Broadcasting Union (2018). *PSM Barometer 2018*. Ginebra: EBU Media Intelligence Service. Información cedida en exclusiva por EBU para uso exclusivo de esta investigación.
- Fundación para la Ciencia y la Tecnología/Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT): <https://www.fct.pt/dsi/>. Fecha de consulta: 29 de enero de 2019.

- Grandunion: “Contribuição Audiovisual - Apoio ao cliente | EDP”. edp - eletricidade e gás no mercado libre, disponible en <https://www.edp.pt/particulares/apoio-cliente/contribuicao-audiovisual/> Fecha de consulta: 3 de febrero de 2020.
- Meios&Publicidade: “O que mudou nas audiências TV em 2019”, en <https://www.meiosepublicidade.pt/2020/01/mudou-nas-audiencias-tv-2019/> Fecha de consulta: 2 de febrero de 2020.
- Mercado Único Digital (*Digital Single Market*), Portugal: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/portugal>. Fecha de consulta: 11 de diciembre de 2018 y 2 de febrero de 2020.
- Observatorio Europeo del Audiovisual (European Audiovisual Observatory): <https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/>. Fecha de consulta: 30 de enero de 2019.
- Ortiz Sobrino, Miguel Ángel y López Vidales, Nerea: “Radiotelevisión Portuguesa (RTP) y Radiotelevisión Española (RTVE): dos caminos paralelos, dos destinos diferentes”, en DEREKOM, nº9, nueva época, marzo-mayo 2012, pp. 1-18. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4313336>. Fecha de consulta: 12 de diciembre de 2018.
- Panorama audiovisual.com (27.02.2020): “NOS RTP e Portugal emitiu para Russo Mundial 4K”, en <https://www.panoramaaudiovisual.com/pt/2018/06/01/rtp-nos-emitiran-portugal-mundial-rusia-4k/>
- Portugal InCode 2030. “Informe de Progreso. Resumen de actividades en curso y programas en el ámbito de la iniciativa InCode 2030, 12 de diciembre de 2018”, disponible en http://www.incode2030.gov.pt/sites/default/files/incode.2030_relatorio_de_progresso_121220_18.pdf. Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2018.
- Radio y Televisión de Portugal, S.A. (página web consultada el 9 de diciembre de 2018 y el 2 de febrero de 2020):
 - o “Contrato de Concesión del Servicio Público de Radio y Televisión, 2015”, en <http://media.rtp.pt/empresa/informacao/contrato-de-concessao-publica-radio-etelevisao/>
 - o Defensor del Telespectador: “Televisión Digital Terrestre: un problema persistente”, disponible en <http://media.rtp.pt/provedor-do-tespetador/voz-do-cidadao/televisao-digital-terrestre-um-problema-persistente/>
 - o Historia, disponible en <http://media.rtp.pt/empresa/rtp/historia>
 - o “Informe de cumplimiento de las obligaciones de servicio público y del proyecto estratégico, 2017”, disponible en <http://media.rtp.pt/empresa/inf-financeira/relatorio-de-servico-publico-relatorio-e-contas/>
 - o “Informes y Cuentas, 2017”, disponible en <http://cdn-images.rtp.pt/mcm/pdf/46a/46abf70c1a4f8adf25f12420f86146a61.pdf>
 - o Marco Legal, en <http://media.rtp.pt/empresa/>
 - o Misión, en <http://media.rtp.pt/empresa/rtp/missao/>
 - o “Plan de actividad y Presupuesto, 2017”, disponible en <http://cdn-images.rtp.pt/mcm/pdf/fe9/fe9e1b1e7e6bc0459e0218102705c2681.pdf>
 - o “Proyecto estratégico RTP 2018-2020. Con los ojos puestos en el futuro”, disponible en <http://cdn-images.rtp.pt/mcm/pdf/5f2/5f2d4699d08b425d7548b4a1fce9b39b1.pdf>
- SatCesC (6.06.2018): “RTP1 HD, SIC HD y RTP 4K, novedad en el satélite Hispasat 30W-5”, en <https://satcesc.com/2018/06/06/rtp-1-hd-sic-hd-y-rtp-4k-novedad-en-el-satelite-hispasat-30w-5/#.XlqLY6hKiUk>