

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 33, año 2025. URL: espejodemonografias.comunicacion-social.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-07-2

Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal (2025)

Aurora Labio-Bernal; Carlos del-Valle-Rojas (editores)

Separata

Capítulo 2

Título del Capítulo

«Portugal: procurando la sostenibilidad de los *Public Service Media*»

Autoría

Francisco Rui-Cádima

Cómo citar este Capítulo

Rui-Cádima, F. (2025): «Portugal: procurando la sostenibilidad de los *Public Service Media*».

En Labio-Bernal, A.; Del-Valle-Rojas, C. (eds.), *Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal*.

Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-07-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c2.emcs.33.p112>



El libro *Medios, servicio público y políticas de comunicación en América Latina, España y Portugal* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Este libro analiza cómo la transformación tecnológica y la existencia de un ecosistema mediático híbrido exigen una revisión del concepto de servicio público en el sector de la comunicación. A través de un estudio comparativo entre España, Portugal y varios países de América Latina, se abordan aspectos clave como el papel del Estado en los medios, la accesibilidad a la información y el impacto del periodismo de datos en la democracia. Además, se examinan las políticas de comunicación y el papel de los servicios públicos de radiotelevisión en la promoción del pluralismo social y político, con un enfoque en la gobernanza, la independencia y la lucha contra la desinformación.

El volumen se organiza en tres bloques temáticos. El primero actualiza el concepto de servicio público mediático, con estudios sobre España, Portugal y Chile. El segundo se centra en la calidad de la información y el acceso a la radiodifusión pública en España, Portugal y Cuba, incluyendo estudios sobre el periodismo de datos y la accesibilidad audiovisual. El tercer bloque analiza las políticas de comunicación en Brasil, Bolivia y Argentina, destacando la influencia de los gobiernos en la regulación mediática y el acceso a la información, con especial atención a la lucha contra la desinformación y la comunicación como herramienta de identidad y resistencia ciudadana.

Este libro representa la primera parte de un proyecto de investigación sobre servicios públicos y pluralismo mediático en el ámbito ibero-latinoamericano. Frente a la hegemonía de modelos mediáticos anglosajones y nórdicos, los autores proponen una visión crítica desde el Sur, basada en narrativas propias que reivindican la identidad y autonomía de los sistemas de comunicación en Iberoamérica.

Sumario

Introducción	11
---------------------	-----------

BLOQUE I

Servicio público. Una mirada ibero-latinoamericana

1. Repensar la noción de servicio público en España, <i>por Aurora Labio-Bernal; Mohamed Assif;</i> <i>Jaime Romero Ruiz de Castro</i>	19
Introducción	19
Preguntas de investigación, objetivos y metodología	20
Las radiotelevisiónes autonómicas. Recortes y politización	21
El caso de RTVE	23
Repensar la idea de servicio público	26
Discusión y conclusiones	34
Referencias	37
2. Portugal: procurando la sostenibilidad de los <i>Public Service Media</i>, <i>por Francisco Rui Cádima</i>	41
Introducción	41
Hipótesis de investigación	42
Objetivos y metodología	44
Discusión de los resultados	48
Conclusiones	56
Referencias	58

3. El ecosistema de los medios de comunicación en Chile: Los desafíos del servicio público	63
<i>por Carlos del Valle-Rojas</i>	
Introducción	63
Preguntas de investigación, objetivos y metodología	63
La polarización de los argumentos y la enemización de las posiciones	64
Sobre la calidad de la información y la libertad de expresión	65
Contexto. Estado, mercado y marco normativo	67
Estado, mercado y pluralismo	68
Los medios de comunicación, el mercado y el servicio público	70
El ecosistema de medios de comunicación en Chile	71
Análisis y resultados	74
Medios, pluralidad y pluralismo	74
Medios, gobernanza y financiamiento	75
Los medios y los desafíos interculturales	76
Discusión y conclusiones	78
Información y derechos	78
Libertad de expresión y derecho a la información	79
La necesidad de aperturas	80
Algunos desafíos urgentes	80
Futuras líneas de investigación	81
Referencias	81

BLOQUE II

Servicio público. Información de calidad y acceso

4. Información de calidad y periodismo de datos abiertos en la radiotelevisión pública española. Estudio de caso de DatosRTVE	85
<i>por Lorena R. Romero-Domínguez</i>	
Introducción	85
Preguntas de investigación y objetivos	86
Información de servicio público, periodismo de datos y calidad	87
Metodología	93
Resultados	95
Propiedades de las historias	95

Datos	97
Transparencia	98
Experimentación	99
Participación	99
Discusión de resultados y conclusiones	101
Futuras líneas de investigación	105
Referencias	106
5. Pluralismo cultural y accesibilidad audiovisual en el contexto ibérico. Estudio de las televisiones públicas TVE y RTP	
<i>por Victoria García-Prieto</i>	109
Introducción	109
Marco teórico. Pluralismo cultural y accesibilidad audiovisual	110
Televisión pública en España y Portugal	113
Objetivos y metodología	114
Resultados	115
Evolución de la accesibilidad en TVE y RTP	118
Accesibilidad de los formatos informativos	125
Discusión y conclusiones	126
Referencias	128
6. Producción, participación y acceso en la radio pública en Cuba. Una aproximación desde las condicionantes regulatorias y estructurales-organizativas	
<i>por Luis Alain de la Noval-Bautista</i>	131
Introducción	131
Premisa de investigación, objetivos y metodología	132
La radio como sistema de producción comunicativa	133
Regulación-autorregulación, control y modelos de las organizaciones mediáticas	135
Estructura del Sistema de la Radio Cubana	146
Infraestructura y financiamiento	147
Producción comunicativa en la Radio Cubana	148
Conclusiones	150
Referencias	152

BLOQUE III

Políticas de comunicación. Estudio de casos

7. Políticas de comunicación en Brasil: un panorama de los gobiernos Bolsonaro y Lula	
<i>por Fernando Oliveira Paulino; Jonas C.L. Valente; Liziane Soares Guazina; Marcos Urupá; Mariana Martins de Carvalho</i>	157
Introducción	157
Premisas de investigación, objetivos y método	158
El gobierno Lula y su relación con los medios de comunicación	159
Radiodifusión pública y radiodifusión comunitaria	160
Telecomunicaciones e Internet	162
El poder ejecutivo y el poder judicial	166
Lula 3-Regular las plataformas digitales	176
Apuntes comparativos	181
Referencias	184
8. Políticas comunicacionales en Bolivia en el gobierno de Evo Morales Ayma (2006-2019)	
<i>por José Armando Guidi-Gutiérrez</i>	189
Introducción	189
Hipótesis y objetivos	190
Metodología	191
Resultados	192
El reconocimiento de los derechos y deberes comunicacionales en la Constitución de 2009	193
Un nuevo ministerio para controlar la Comunicación	197
Fortalecimiento de los medios estatales	198
Creación del periódico <i>Cambio</i>	198
Las radios comunitarias	199
La publicidad estatal	200
La compra de medios privados	202
Discusión de los resultados y conclusiones	203
Referencias	205

9. Políticas públicas de comunicación, concentraciones mediáticas y prácticas culturales en Argentina (2010-2024)	
<i>por Leonardo González; Silvina Pauloni</i>	209
Introducción	209
Objetivos y metodología	210
Contexto. Entre la teoría y la práctica	211
Recorrido de Políticas Públicas de comunicación.	
Nuevos escenarios mediáticos	214
Paka paka, ejemplo de convergencias e interpelación ciudadana	219
Discusión de resultados y conclusiones	222
Referencias	224
Autores	227

Portugal: procurando la sostenibilidad de los *Public Service Media*

*Francisco Rui Cádima*¹

Instituto de Comunicação da NOVA
Universidade Nova de Lisboa

Introducción

Vista desde fuera, el área de los medios de comunicación en Portugal aparenta poseer alguna estabilidad e independencia, parece que no presenta fracturas significativas en el plano social —en particular en lo que se refiere a los derechos, las libertades y las garantías (Constituição Portuguesa, 2005)—, y asimismo presenta actuaciones generales bastante razonables en materia de pluralismo, diversidad e inclusión. Este es efectivamente el resultado de la evaluación internacional que han llevado a cabo dos de los principales modelos de monitorización: uno europeo, —el MPM-Media Pluralism Monitor (2024)— y el otro mundial —el World Press Freedom Index (2024).

Según el MPM 2024, Portugal descendió a la 11ª posición del ranking europeo, después de haber estado en la 7ª y 8ª posición en 2022 y 2023, respectivamente. Alemania ha liderado este ranking siempre, y ha sido el país con las mejores prácticas en el conjunto de los indicadores, con un riesgo global bajo de 20% en 2022, 23% en 2023 y 28% en 2024. Al contrario, Turquía surge siempre en último lugar, en situación de alto riesgo: 82% en 2022, 79% en 2023 y 2024.

En el caso del World Press Freedom Index (WPFI), promovido por la RSF-Reporters Sans Frontières (2024), Portugal se sitúa curiosamente en un nivel todavía más favorable, siempre entre los diez primeros lugares de este ranking mundial, dos

¹ Trabajo financiado por fondos nacionales a través de la FCT-Fundação para a Ciência e a Tecnologia en el ámbito del Proyecto UIDB/05021/2020.

veces en 7º lugar, y, en el año 2023, en 9º lugar. Los indicadores evaluados por el WPI se refieren a la libertad de prensa y a la independencia de los periodistas en los contextos político, jurídico, económico, sociocultural y también en cuanto a su seguridad. Por regla general, este ranking ha tenido a Noruega de líder, Alemania ha obtenido una clasificación inferior a la de Portugal, y Turquía aparece inevitablemente al final del pelotón de 180 países (158º lugar).

Hipótesis de investigación

Como hemos dicho anteriormente, este cuadro positivo de Portugal que presentan los dos modelos de monitorización, tanto en el contexto europeo como en el plano global, no permite detectar de una manera manifiesta los aspectos particulares y críticos que hoy son causa de gran preocupación entre los periodistas portugueses y entre los trabajadores del sector en general. Y, sobre todo, en lo relativo a la independencia de la industria de los medios en general, lo que significa que la joven democracia portuguesa, 50 años después de la Revolución de los claveles, todavía no ha encontrado su plena sostenibilidad, y presenta, por lo tanto, fragilidades evidentes, en una de las áreas más sensibles de la ciudadanía y experiencia democrática.

Podemos ya interrogarnos sobre las razones de esta paradoja, de esta dualidad, entre la perspectiva internacional y el sentimiento interno, que es la experiencia cotidiana de los que producen la información —los periodistas— y también de su público. La primera cuestión tiene que ver claramente con las metodologías de análisis de recogida de datos. La monitorización a través de encuestas y cuestionarios no permite, la mayoría de las veces, detectar de forma más eficaz aquello que una investigación detallada hace evidente.

Además, también tenemos que considerar las condiciones y contradicciones actuales del propio mercado interno portugués, compuesto por tres grandes grupos de comunicación privados —Impresa, Media Capital y Medialivre (ex-Cofina)—, y por Rádio e Televisão de Portugal, un grupo en poder del Estado. Casi desapareció el Global Media Group, que estuvo a punto de colapsar en 2024. Este poseía, entre otros, los pe-

riódicos centenarios de Lisboa y Oporto, respectivamente el *Diário de Notícias* (DN) y el *Jornal de Notícias* (JN), y también la radio informativa TSF. Vendió, sin embargo, parte de sus activos, quedándose el JN y la TSF con *Notícias Ilimitadas* y el DN con *Páginas Civilizadas*. Otro grupo de menor dimensión —el Trust in News, del área de la prensa, se encuentra en este momento en proceso de insolvencia. Cabe añadir también que el propietario del grupo Impala fue detenido por las autoridades en 2023 acusado de fraude económico. Se trata, en consecuencia, de un sector en general precario, con publicidad insuficiente para todos los operadores, endeudado con la banca, y que va sobreviviendo, tanto con pérdidas como con lucros residuales. Una situación que se viene observando a lo largo de los dos últimos años, y que considera genéricamente que el mercado portugués no presenta únicamente una clara fragilidad económico-financiera, sino también un índice de concentración elevado (Carlini; Cádima; Flynn; Kalbhenn, 2024; Cádima; Baptista; Torres da Silva; Abreu; Martins, 2024; Faustino; Noam; Mutter, 2016). No es por acaso que, durante el V Congreso de periodistas portugueses, realizado en enero de 2024, el presidente del Sindicato, Luís Simões, afirmaba que el sector estaba ante una verdadera «emergencia» social y económica, refiriéndose expresamente a los salarios en atraso, a los sueldos cada vez más bajos, a la enorme precariedad sectorial, y a los grupos que «colapsan» (Simões, 2024). Discurso al que no le fue ajena la huelga general de periodistas que se realizó en Portugal el 14 de marzo de 2024.

A la debilidad económica sectorial, agravada por las plataformas digitales «invasivas», y por los algoritmos predadores de publicidad y contenido informativo, se le suma una fragilidad regulatoria en materia de concentración y competencia desleal, a veces atribuida al propio Public Service Media (Medios de servicio público) (Shulz, 2009; Ridinger, 2009; Donders, 2015; Conde, 2018). Hecho que puede interpretarse, en términos de concentración de los medios, como la posibilidad de sesgo crítico del modelo de regulación, con la «deslocalización» de la regulación del sector, y de los propios «pilares de la democracia», para los principios y leyes genéricas de la competencia de mercados. Esto sucede de igual modo porque hay una variedad de reguladores que intervienen en el sector (AdC, Anacom, ERC

e IGAC). Fenómeno que, por añadidura, puede representar, desde la perspectiva de algunos constitucionalistas, un peligro de incoherencia o de inestabilidad regulatoria (Castro, 2016). Por otro lado, se mantiene el vacío en términos de regulación de la concentración cruzada entre los medios tradicionales y lo digital.

Por lo tanto, nuestras hipótesis de investigación tienen que ver con la discusión en torno a una solución PSM sostenible y capaz de introducir prácticas que puedan regular por sí mismas el mercado de la industria de los medios en Portugal. Básicamente, buscaremos identificar nuevas dimensiones de acción de los PSM para lograr objetivos sostenibles en el contexto de la evolución futura de la comunicación social en Portugal.

Objetivos y metodología

Tal y como diversos autores han defendido (Horwitz, 2005; Noam, 2009; Faustino, 2014; Vaidhyanathan, 2018; Albornoz, 2022), además de la concentración y la sostenibilidad de un mercado, la cuestión decisiva en materia de pluralismo en los medios tiene que ver además con cuestiones como la diversidad y la inclusión. Lo que está aquí en causa es sobre todo la dinámica donde prevalece el papel de los medios de comunicación en la formación de opinión y, por lo tanto, la competencia de la opinión pública para el debate informado sobre la ciudadanía de la polis. Aspecto fundamental para consolidar las herramientas de *media literacy*, de forma a confrontar los propios medios cuando mimetizan las redes «antisociales». O para entender que la «exhibición» de las voces disonantes en los medios de comunicación puede no ser más que un nuevo acondicionamiento, ya sea por estar «subexpuestas a una sombra censora» o bien «sobreexpuestas a la luz de su espectacularización» (Didi-Huberman, 2011: 42). Lo que remite, en definitiva, a una investigación en profundidad por parte de la Entidad reguladora para la comunicación social (ERC) en un contexto extensivo de análisis de contenidos de discurso de los medios, una práctica ausente del regulador —porque sus análisis son, básicamente, sectoriales y genéricos (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2020, 2021 y 2022).

Algún avance se ha logrado en el contexto de la transposición de las directivas sobre los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en el mercado único digital. El 26 de julio de 2021 la Comisión Europea inició un procedimiento de infracción contra Portugal y otros estados miembros, por no haber transpuesto dichas directivas en la fecha límite de 7 de junio de 2021. Solo en enero de 2023 el parlamento portugués aprobó los decretos que autorizaron al Gobierno a legislar en materia de derechos de autor y derechos afines en el mercado único digital, aplicables a ciertas transmisiones en línea, al transponer las Directivas (UE) n.º 2019/789 y 790 del Parlamento Europeo y del Consejo, con fecha 17 de abril de 2019.

El Presidente de la República promulgó ambos decretos, el 15 de febrero y el 16 de marzo de 2023 respectivamente, y posteriormente, el 23 de julio de 2023 el Gobierno portugués realizó las alteraciones legislativas necesarias a través del Decreto Ley n.º 47/2023, publicado el 19 de junio. Se aplicaba de este modo la legislación europea relativa a los derechos de autor y derechos afines en el mercado único digital para la legislación nacional. Cabe referir, sin embargo, que varios partidos de la oposición parlamentaria (IL, PCP, BE, PAN y Livre) así como un número significativo de asociaciones del área de la tecnología y de la información, alegando la necesidad de una mayor transparencia en una materia que regula «aspectos esenciales» como la libertad de expresión, el pluralismo y el acceso a bienes culturales, defendieron que esta transposición se debería haber concretado por la vía parlamentaria, para que de esta forma se hubiese acautelado la pluralidad y la representatividad necesarias, de modo a ser más exhaustiva, integral y participada, y no a través de un mero decreto gubernamental. Es importante referir que en febrero de 2024 el gobierno socialista de aquel momento aprobó el Decreto ley que designaba la ANACOM como entidad coordinadora de los servicios digitales (DSA) en Portugal (Decreto Ley n.º 20-B/2024). La ley definía también la ERC como la autoridad competente para contenidos mediáticos. La Inspección-general de las actividades culturales (IGAC) es la autoridad competente en materia de derechos de autor y derechos afines, cumpliendo de este modo el Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo relativo al mercado único de servicios digitales.

Esperemos, sin embargo, que la Unión Europea evolucione de forma consistente, principalmente a través del reciente European Media Freedom Act, y sobre todo en materia anti-trust, en el sentido de reforzar claramente la dimensión de la pluralidad de las voces en relación con los intereses de la industria, y no se quede apenas en el limbo del voluntarismo (Crusafon, 2022). Aunque peor sería si siguiese el ejemplo de los Estados Unidos y la decisión de la Corte Suprema norteamericana ante la decisión de la FCC de 2017 de liberalizar el marco normativo de la concentración, lo que vino a facilitar, por ejemplo, la consolidación cruzada en los mercados de los medios de comunicación.

Desde nuestro punto de vista, seguir por este camino sería un error que agravaría todavía más el estado de la situación al que hemos llegado. Sin un marco regulatorio eficaz y un sistema de regulación consistente ante los peligros que amenazan las democracias occidentales, fenómenos como la polarización política, la despolitización de los jóvenes y la desinformación, tenderán a impregnar, si cabe todavía más, las sociedades contemporáneas, e incluso dejarán en un estado de precariedad la propia consolidación de la experiencia democrática en el mundo.

Así, nuestros principales objetivos en este enfoque incluyen la cuestión de una regulación más coherente del mercado de los medios de comunicación en Portugal, así como repensar y replantear el PSM como un factor de equilibrio más sólido para el sector, incluso como ejemplo y factor diferenciador en relación con los operadores privados. Por otro lado, la identificación de perspectivas para la evolución del sector, especialmente en los nuevos contextos tecnológicos, donde la propia inteligencia artificial se ha convertido en un actor decisivo. La metodología se basa en un análisis centrado en el derecho de la comunicación y de los medios, en el propio marco jurídico de la Unión Europea y sus directivas, así como en la literatura principalmente sobre la regulación del sector, en particular en los informes del organismo regulador portugués —ERC—, pero también en enfoques de diversos estudios académicos más específicos sobre el tema de la sostenibilidad de los medios.

Se impone de este modo que la regulación de los mercados de *media/new media* (sin olvidar las plataformas digitales, los motores de búsqueda y las redes sociales), garantice el equilibrio entre las condiciones jurídico-económicas sostenibles para

el sector de los medios de comunicación, complementadas por evaluaciones regulares, más robustas, con metodologías densificadas e investigaciones puntuales en profundidad. Es un hecho que la sostenibilidad económica en el contexto de la migración hacia lo digital ha sido difícil de alcanzar para los medios de comunicación. Se trata de una ecuación complicada de resolver, se tendrá que hacer un esfuerzo suplementario por parte del legislador para que las plataformas digitales predatoras y entidades criminales tales como Telegram dejen de canibalizar y mantener sus crímenes de piratería, apoderándose ilegalmente del trabajo de los periodistas, al distribuir diariamente los PDF de toda la prensa (Aguiar; Marcelino, 2024).

En lo que se refiere a las empresas del sector habría que buscar incesantemente una salida a la crisis más que un nuevo «modelo de negocio», como se viene afirmando, se necesitan ideas y estrategias disruptivas que reconduzca el periodismo hacia su propio espacio. Cabe referir que Portugal es uno de los países en los que los ciudadanos invierten menos en suscripciones online de periódicos, apenas el 12% de los portugueses respondieron afirmativamente a esta cuestión en el último *Digital News Report* (2024), si bien la media de los países encuestados también estaba estancada en un nivel que podemos considerar bajo —17%.

Y la verdad es que el modelo analógico, estable y universal durante décadas, en un ambiente digital se hace mutante y disruptivo, e incluso adquiere múltiples formas y estrategias cuando procura su objetivo de sostenibilidad. Dada la complejidad de tecnologías y redes que se entrelazan en el tejido mediático, podemos decir que difícilmente un proyecto será igual a otro respecto al modelo de monetización. La segunda mitad de los años 20, que estará marcada por las tecnologías *blockchain*, IA generativa, *fact-checking*, y otras —de la Big Data a la IoT—, permitirá seguramente ordenar un poco las cosas en materia de periodismo. Pero, no podemos olvidar en este caso el primer principio para un buen modelo de negocio en lo digital en el área de los medios informativos: la interactividad y los modelos participativos entre redacciones y el campo de la recepción. Y sus inevitables complementos: modelos *freemium*, soluciones SaaS (software as a service), *crowdsourcing*, financiación participativa, etc. Y no solo eso, sino que, además, debemos enfrentar con la mayor tranquilidad posible la IA generativa, ahora más protegi-

da por el Artificial Intelligence Act (2024) de la Unión Europea, aunque solo sea porque de reconstrucciones generativas tenemos la literatura y los medios repletos. O no habríamos tenido, sin lugar a dudas, los poemas Homéricos y la propia Biblia como dos de los primeros textos redactados exactamente de esta forma, aun cuando anclados en la memoria y la fe de los hombres.

Veamos ahora los resultados de esta investigación, pasando por las cuestiones metodológicas y la caracterización del marco teórico, para pasar a una mirada más objetiva sobre el posicionamiento de los PSM en estos diversos contextos y sus perspectivas de futuro.

Discusión de los resultados

El servicio público de televisión sobrevive desde su origen bajo un eufemismo que prácticamente nadie se preocupa en reconocer: los estados y los contribuyentes europeos pagan un servicio que en muchos casos se sirve del erario público para producir una programación idéntica a la de los operadores privados, sin ninguna marca distintiva que justifique su financiación a través de los presupuestos de estos mismos estados y de sus ciudadanos contribuyentes.

Contrariamente, muchos operadores privados europeos producen una programación que tiene una obvia marca distintiva y que podríamos identificar claramente como «servicio público». Solo que esta no la paga el erario público, sino la publicidad contratada por esos mismos operadores a los anunciantes. La Comisión Europea nunca se preocupó demasiado de este asunto, y los Estados miembros mucho menos, que, de un modo general, garantizan su fórum «panem et circenses», gestionando, unas veces discretamente, otras de modo ostensivo, la transmisión de su mensaje político. Visto que es prácticamente imposible invertir el estado de la situación y moralizar el modelo instalado, que existe desde que hay servicio público de televisión en Europa —y específicamente desde que hay televisión comercial y competencia al viejo monopolio del Estado—, la solución es convivir con las soluciones de compromiso y las directivas comunitarias en el ámbito del audiovisual y creer que un día tendremos una solución más digna, lo que apenas suce-

derá —puede decirse con alguna ironía— cuando se llegue a la conclusión de que en el futuro ambiente digital de la IA, la televisión no será más que una obsolescencia...

Mientras tanto, habrá que luchar para el mejor servicio público posible en este cuadro de ambivalencias, falsa moralidad del mercado y competencia desleal. Y en este contexto, el modelo de monitorización de la Unión Europea (el Media Pluralism Monitor), deberá detectar si los operadores, públicos y privados, siguen las orientaciones europeas en materia de protección fundamental de los derechos, la pluralidad del mercado, la independencia política y la inclusión social. Este es el modelo de monitorización de los medios que ha implementado la Unión Europea y, por lo tanto, a través del cual no podemos apreciar un análisis en profundidad en lo que concierne a los contenidos propiamente dichos, a un grado de exigencia suplementario dirigido a los servicios públicos y a su marca distintiva en relación con los privados, que, si la hubiese, debería saberse dónde y cuándo.

La actualidad del ahora llamado Public Service Media en Portugal, podemos observarla en varias dinámicas fundamentales para comprenderla mejor. En nuestro análisis vamos a considerar aquellas cuestiones que nos parecen determinantes, o sea, las referidas a la sostenibilidad (financiera, ambiental y de gestión), al pluralismo y a la independencia, la diversidad y la migración a lo digital.

Un estudio reciente de la Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2023) abordaba la cuestión de la sostenibilidad financiera de los medios de comunicación en Portugal, y llamaba la atención al carácter diferenciador del servicio público de televisión, así como a la necesidad de preservar su autonomía ante los grupos de interés:

«Una de las primeras conclusiones es que la estrategia de negocio del sector de la comunicación social se ha asentado en la contención de costes y no en la expansión del mercado, la base de la sostenibilidad futura. Se parte de la idea de que la sostenibilidad de los media es la capacidad de existir a largo plazo y de proveer contenidos en gama y escala, lo que implica, simultáneamente, ser sostenibles en los ingresos y ser capaces de resistir a las presiones políticas y comerciales, manteniendo la independencia» (Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2023).

En el contexto global marcado por la Agenda 2030 de la ONU y por los respectivos ODS —Objetivos de Desarrollo Sostenible—, el concepto de sostenibilidad ha sufrido, a lo largo de los últimos años, un abordaje más complejo y diversificado, sin necesidad de circunscribirse únicamente al aspecto «financiero». En un texto que publicamos sobre el tema (Cádima, 2020), cuyo foco era la relación entre el servicio público y la sostenibilidad, llamábamos la atención a la particularidad de la misión que se le atribuye habitualmente a los operadores públicos y al carácter distintivo con relación a los operadores comerciales en este nuevo contexto y, a la luz de una visión alargada y contemporánea del concepto de sostenibilidad. Lo que implica necesariamente una comprensión más profunda de su misión en el marco de las nuevas exigencias de desarrollo sostenible —desde la cuestión ambiental a la equidad y justicia social, desde el escrutinio de los poderes y grupos de interés a la cuestión de la transparencia— nos enfrentamos a un conjunto de nuevos desafíos y nuevos designios. Afirmamos en ese momento:

«De hecho hay una ‘oportunidad histórica’, una agenda global para el desarrollo sostenible, que no parece haber llegado todavía a los media públicos europeos. Promover la prosperidad y el bienestar social, la igualdad de género, proteger el medioambiente, la gestión sostenible del agua y de los océanos, enfrentar el cambio climático, en suma, cumplir las metas y los principales objetivos de desarrollo sostenible es la agenda que está pendiente de cumplirse, también en el PSM» (Cádima, 2020).

A pesar de que la ERC no ha abordado todavía estas cuestiones, la sustentabilidad deberá verse, según nuestro punto de vista, no solamente desde la perspectiva de la agenda ODS sino también a partir de la agenda ESG. Antes de los ODS de la ONU, la agenda ESG emergió como factor diferenciador para el futuro de las empresas, incluyendo obviamente los medios de comunicación social, que tienen una mayor responsabilidad social por el hecho de ser ellos mismos los mediadores y escrutadores de estas nuevas agendas globales, y de las buenas y malas prácticas respectivas. El acrónimo ESG, surgido con el The Global Compact (2004), que integra al Banco Mundial y al de

entonces secretario general de la ONU, Kofi Annan, pretende designar el Environmental, Social and Governance y tiene como foco las buenas prácticas de las empresas e instituciones, en concreto en el objetivo de encuadrar sus estrategias con el medioambiente y con cuestiones sociales y culturales. El ecosistema mediático consiste también en esto, es decir, debe evaluar si las prácticas y el discurso de la comunicación social, bien como la gestión de los grupos de comunicación y de la industria de los medios en general, siguen estos principios —las nuevas ecologías, del ambiente a la cultura, de la gobernabilidad a lo social. Las prácticas ESG en los nuevos campos de la comunicación se asocian, por lo tanto, a la defensa del ambiente ante el cambio climático y al efecto invernadero, por ejemplo. En la relación social emerge desde el principio la prioridad a la diversidad, tanto en los recursos humanos de las organizaciones, como en el discurso y programación de los propios medios de comunicación o en la relación con las comunidades locales. Además de priorizar también condiciones de trabajo y el bienestar de los colaboradores. En el contexto de la gestión emerge el principio de la independencia ante los grupos de interés y las prácticas anticorrupción, las auditorías internas regulares que protegen el funcionamiento de todo el ecosistema, y de un modo general, seguir las agendas verdes, procurando contribuir a la neutralidad de carbono, tal como António Guterres, Secretario general de las Naciones Unidas (ONU), pedía en su declaración en 2020: «Cada país, ciudad, institución financiera y empresa debe adoptar, ahora mismo, planos para efectuar una transición a las emisiones líquidas cero» (Guterres, 2020). El gran objetivo es este, crear sistemas sostenibles en el plano ambiental, y también en el ámbito económico y social.

Pero, en este momento, no está claro que la industria de los medios de comunicación siga estos nuevos principios y que sea una parte integrante de este nuevo ecosistema. Se impone, por lo tanto, un cambio de comportamiento y una «regeneración» de todo el modelo comunicacional, direccionada a este nuevo foco promovido por las agendas de sostenibilidad. Podemos afirmar que RTP, concesionaria del servicio público de televisión en Portugal, ha dado algunos tímidos pasos en esta materia, pero es el único ejemplo en Portugal. Veamos un poco esta evolución del servicio público de la radio y televisión en Portugal.

En 2010, bajo la presidencia de Guilherme Costa, surge un primer informe de RTP titulado «Relatório de Sustentabilidade 2010 —Ano: 1. Caminhar para um futuro mais positivo».² El entonces presidente de la televisión pública decía: «RTP ha presentado su informe sostenibilidad (año 0), y ha sido la primera empresa de comunicación en hacerlo en Portugal». Guilherme Costa asumió después el compromiso de publicar anualmente el informe, algo que se hizo solo hasta 2014. Hace diez años, por lo tanto, que RTP no presenta informes de sostenibilidad. Sin embargo, en el año 2010 RTP pretendía, según su presidente, prestar cuentas «del ejercicio de su responsabilidad en materia de sostenibilidad», tanto en el ámbito de su programación de TV y Radio, como en el de la solidaridad social y de la relación con la sociedad civil (Rádio e Televisão de Portugal, 2010: 7). El informe expresa preocupaciones que van más allá de la responsabilidad social de la empresa y van al encuentro de aquello que podemos llamar una «agenda verde». En el capítulo sobre «La sostenibilidad y la gestión empresarial», refiere taxativamente la búsqueda de la «eficiencia energética de la empresa de servicio público de media» (Rádio e Televisão de Portugal, 2010: 21), y añade que en materia de igualdad de género y de bienestar social de los trabajadores, ya integraba buenas prácticas, al garantizar la promoción de igualdad de oportunidades, la no discriminación y el respeto por los derechos humanos. Y sobre la adopción de prácticas «ambientalmente correctas» el informe pormenorizaba en aquel momento la reconversión de sistemas en el edificio de la sede para ahorrar energía eléctrica, la implementación de paneles solares térmicos, el ahorro de agua, la reducción de la flota, la imposición de límites máximos de combustible y la adquisición de vehículos «ECO» entre otras.

La cuestión de la accesibilidad era también uno de los temas, en particular en el caso del público con necesidades especiales, tanto en la televisión como en la radio. Así, RTP tenía ya en pleno funcionamiento una estrategia de visualización y adaptación de contenidos en las plataformas dirigidos a este tipo de público, en concreto para ciudadanos sordos o con deficiencias

² «Informe de sostenibilidad 2010-Año: 1. Caminar hacia un futuro más positivo».

auditivas, con subtítulos en portugués, y para ciudadanos ciegos y ambliopes, un sistema de audiodescripción, si bien en aquella época, se emitía todavía de forma experimental. Servicios de lengua de señas y teletexto acompañaban también diferentes programas para públicos con necesidades especiales, con un porcentaje significativo de programas adaptados (un aumento de 25% relativamente al 2009). En total, 3.210 horas de programas subtítulos y 83 horas de programas con audiodescripción. RTP presentaba asimismo sus indicadores relativos a la sostenibilidad ambiental en los que se apreciaban reducciones considerables respecto al año 2009, tanto en el consumo de papel y papel reciclado, como en el consumo de electricidad y respectivas emisiones de CO₂, y en el consumo energético de servidores, aunque en cuanto a la flota de vehículos, había aumentado el consumo de gasóleo, gasolina y gas natural.

El último de estos informes, como hemos referido, es de 2014. En él, la empresa pública de radio y televisión, entonces liderada por Gonçalo Reis, consideraba que esta 5ª edición del Informe de sostenibilidad de RTP, tal como había sucedido en años anteriores «se ha elaborado teniendo en consideración las directrices de la Global Reporting Initiative (GRI) y refleja la actuación de todo el grupo RTP, en Portugal y en sus delegaciones nacionales e internacionales, en el aspecto económico, social y ambiental» (Rádio e Televisão de Portugal, 2014: 7). Tal como se indica en el documento, el año 2014 fue muy particular, desde aquel momento el servicio público dejaba de tener una tradicional indemnización compensatoria del Estado y sus ingresos empezaban a provenir de la contribución del audiovisual (CAV) y de los ingresos comerciales. Además, 2014 será también el año en el que los órganos estatutarios de la empresa pasarían a incluir un Consejo general independiente (CGI), cuya misión es la supervisión y la fiscalización interna del cumplimiento de las obligaciones de servicio público de radio y televisión previstas en el contrato de concesión celebrado entre la sociedad y el Estado. Pasaría a ser competencia del CGI elegir, de entre sus miembros, el presidente y los miembros del consejo de administración de RTP, definir y divulgar públicamente las líneas orientadoras y el proyecto estratégico de la empresa. Este último informe de sostenibilidad abordará también la cuestión de la accesibilidad ya que la empresa pasaba a tener

obligaciones mínimas de emisión de contenidos adaptados con subtítulos, teletexto, audiodescripción y lengua de señas en todos sus programas de acceso condicionado y no condicionado. Por ejemplo, a partir de marzo de 2014, el *Telejornal*, bloque principal de la información diaria, empezó a ser accesible para los ciudadanos con deficiencia auditiva. Subía a 4.510 horas el subtítulo de programas en portugués, un aumento de 6% con relación a 2013. El número de programas en lengua de señas portuguesa aumentaba 13,3% respecto al año 2013. Sin embargo, los datos sobre sostenibilidad ambiental reportados en 2014 apuntaban a un aumento del consumo total de energía y electricidad respecto al año anterior. La empresa, por el contrario, en el caso de la energía directa consumida, contribuía a un refuerzo de la eficiencia energética, aunque RTP era consciente de su objetivo al afirmar que «se han implementado a lo largo del tiempo medidas de racionalización de la energía, que contribuyen a una reducción de la huella ambiental y, simultáneamente, obtener ganancias en la factura energética» (Rádio e Televisão de Portugal, 2014: 106). Respecto a los objetivos ambientales para 2015, RTP destacaba la «racionalización de la flota» a través de una «mejor planificación de los medios» con la «opción de vehículos de baja cilindrada, con menor emisión de gases contaminantes y menor consumo de combustible.» Y concluía, repitiendo lo que se había dicho cuatro años antes, en 2010, aparentemente sin gran éxito: «Estamos todavía estudiando la incorporación de vehículos eléctricos en la flota» (Rádio e Televisão de Portugal, 2014: 111).

Ahora, RTP (2024), en su *Declaração de Política de Responsabilidade Social da Rádio e Televisão de Portugal*,³ dice que asume la «responsabilidad de promover los principios de desarrollo sostenible y la defensa de los derechos humanos y laborales, y adopta los principios orientadores de las empresas y derechos humanos de la ONU», y añade que el servicio público de TV y Radio tienen por principio «encarar el respeto por el medioambiente como integrante de la responsabilidad de la Empresa, promoviendo prácticas que mitiguen el impacto am-

³ Declaración de política y responsabilidad social de radio y televisión de Portugal.

biental al asumir como compromiso el desarrollo sostenible». Y, entre otros compromisos que se asumen en esta declaración, se destacan aquellas cuestiones de la diversidad y de la igualdad de género, puesto que la empresa afirma que procura eliminar la «discriminación en el trabajo» y el «tratamiento diferenciado en función del origen étnico o social, género, orientación sexual, edad, credo, estado civil, deficiencia, orientación política, opinión, naturalidad o asociación sindical, asegurando la igualdad de oportunidades y tratamiento» (Rádio e Televisão de Portugal, 2024).

A pesar de que RTP haya interrumpido los informes de sostenibilidad en 2014, ha mantenido a lo largo de los últimos años, desde 2016, una producción regular de sus informes sobre igualdad de género. La empresa considera que en su calidad de prestadora de servicio público de radio y televisión debe asumir «como parte de su misión la promoción de la igualdad de derechos y libertades para todos y todas, y de igual oportunidad y participación en la vida profesional independientemente del género, reconociendo y valorizando a todos los trabajadores y trabajadoras» (Rádio e Televisão de Portugal, 2024a). En el último informe publicado se refuerza esta idea al afirmarse lo siguiente:

«RTP se rige por prácticas de gestión de recursos humanos estratégicas y sensibles a la corrección de los sesgos de género en las fases de contratación y selección, definición de puestos de trabajo y análisis de funciones y sistema de beneficios, utilizando criterios transparentes en su modelo de carreras, así como en los procedimientos de desarrollo personal e integración, a través de políticas de formación y de conciliación entre la vida profesional, familiar y personal» (Rádio e Televisão de Portugal, 2023: 2).

Los resultados que presentan, no podemos calificarlos de brillantes, entre otras cosas porque el aumento de la cuota de mujeres en el personal de la empresa, durante un período de cuatro años, ha ido únicamente de 39,96% en 2019 a 41,29% en 2023. Sin embargo, según el plan de la empresa para la Igualdad de Género 2024, las representará el 56% y el 62% de las nuevas contrataciones, respectivamente, en 2021 y 2022 (Rádio e Televisão de Portugal, 2024b). No se presentan, a pesar de

esto, datos sobre la diversidad étnica de los recursos humanos de RTP. En este mismo informe, RTP refiere un documento de la EBU (European Broadcasting Union) sobre la «Igualdad de Género y servicio público de media», donde se reconoce que las mujeres continúan subrepresentadas en los canales europeos de radio y televisión, del 34% al 50% de *onscreen* y *on-air*, y con aún menos tiempo de antena.

Cabe señalar que, en 2024, el 16 de mayo, el «Consejo de opinión» de RTP colaboró con RIPE (Re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise in Media), en la organización de su conferencia europea, en Lisboa. El tema era justamente «El servicio público de medios para la innovación y la sostenibilidad». El objetivo fundamental volvía a ser principalmente de cariz económico, al discutirse más el contexto del reequilibrio financiero de la empresa que la cuestión de la sostenibilidad ambiental o, incluso, de la responsabilidad social.

Conclusiones

El futuro de los PSM es, sin lugar a dudas, la sostenibilidad (financiera, ambiental, de gestión y de innovación). Estas son, en efecto, las palabras clave fundamentales del informe de Mario Draghi (2024) —*The future of European competitiveness*. En el ámbito de la innovación también tenemos la cuestión de las tecnologías —de lo digital a la IA. Es a la luz de este nuevo contexto, de esta nueva «ecología», que se debe repensar el PSM. La pregunta que surge en un primer momento es si se debe mantener el modelo de PSM que surgió con la primera fase de lo digital y de las tecnologías 2.0, o si el tema es mucho más complejo a día de hoy, con las tecnologías *blockchain*, la realidad aumentada y la inteligencia artificial que asumen el comando de la consolidación de lo digital. Significa esto que deberíamos reconducir la presencia del Estado en la comunicación social para tener un modelo más adecuado a los nuevos tiempos, que debería tener como base un nuevo acrónimo, fruto de la evolución de PSM a PSI —Public Service Internet. Tal como defienden los suscriptores del «Manifiesto» sobre el PSI —«Una Internet que promueva la democracia exige que los medios de comunicación de servicio público sean plataformas Internet de

servicio público que ayuden a promover las oportunidades y la igualdad en la sociedad. Apelamos a la creación de bases jurídicas, económicas y organizativas de tales plataformas». Y los autores del Manifiesto además añadían: «La Internet de servicio público (Public Service Internet) es un motor de cambio en la creación de nuevos contenidos y servicios, al mismo tiempo que crea un ecosistema sostenible para la innovación en los medios de comunicación (The Manifiesto, 2021).

La respuesta que Europa está dando a estos problemas ahora es bastante más contundente de lo que fue en el pasado. Es importante señalar la European Media Freedom Act (2024) que pretende justamente mejorar en profundidad y clarificar la regulación de la libertad de los medios, del pluralismo y de la independencia editorial de la comunicación social en un momento en el que la información y el periodismo —y la misma democracia— están seriamente amenazados por las plataformas digitales. Esta ha sido, en realidad, la razón de este Manifiesto PSI. Sus suscriptores, conscientes de que la Internet está «dominada por la vigilancia», proponen una «Internet de servicio público transparente y defensora de la privacidad». Y afirman: «En tanto la Internet contemporánea desinforma y separa al público, la Internet de servicio público involucra, informa y une al público» (D’Arma; Fuchs; Horowitz; Unterberger, 2021: 121).

Por eso nos encontramos ahora en un claro punto de inflexión. Los retos para el futuro del servicio público residen en los nuevos ámbitos de este «ecosistema», fuertemente caracterizado por la sostenibilidad medioambiental y social, por una nueva gobernanza y, en definitiva, por una nueva misión que separe de forma más clara las aguas entre los medios de comunicación y las plataformas comerciales. Y que den prioridad a la lucha contra la desinformación al garantizar la autonomía editorial y la responsabilidad social de los medios de comunicación. Por último, pero no por ello menos importante, que sirvan de ejemplo/sean un modelo a seguir, tanto en el contexto de la industria de los medios de comunicación en general como en relación con las energías verdes en particular, hacia una economía global baja en carbono y un futuro sostenible para todos.

Referencias

- Aguiar, C.; Marcelino, V. (2024, 17 de agosto). Investigación inédita ao crime de pirataria de jornais. Diário de Notícias. <https://www.dn.pt/sociedade/investigacao-inedita-ao-crime-de-pirataria-de-jornais-ha-dois-arguidos-para-acusar>
- Albornoz, L.A. (2022). Ensuring a diversity of voices in the media. In *Reshaping policies for creativity: addressing culture as a global public good*, (pp. 69-89). Unesdoc. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380494>
- Artificial Intelligence Act (2024). European Parliament legislative resolution of 13 March 2024 on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on laying down harmonized rules on Artificial Intelligence (Artificial Intelligence Act) and amending certain Union Legislative Acts (COM(2021)0206 — C 9 - 0 1 4 6 / 2 0 2 1 — 2021/0106(COD)). https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2024-0138_EN.pdf
- Cádima, F.R.; Baptista, C.; Torres da Silva, M.; Abreu, P.; Martins, L.O. (2024). Monitoring media pluralism in the digital era: application of the media pluralism monitor in the European member states and in candidate countries in 2023. Country Report: Portugal. EUI, RSC, Research Project Report, Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF). <https://hdl.handle.net/1814/77013>
- Cádima, F.R. (2020). Public Service Media, diversidade e sustentabilidade. Uma análise do caso português (2015-2020). In: M. Francés (ed.) (2020). *Comunicación y Diversidad. Libro de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, pp. 136-159. Madrid: Asociación Española de Investigación de la Comunicación. <https://idus.us.es/handle/11441/126904>
- Carlini, R.; Cádima, F.R.; Flynn, R.; Kalbhenn, J.C. (2024). Media viability vs Market plurality: A comparative perspective. In: Brogi, E.; Nenadić, I.; Parcu, P.L. (Eds.). (2024), *Media Pluralism in the Digital Era: Legal, Economic, Social, and Political Lessons Learnt from Europe (1st ed.)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003437024>
- Castro, R.B. (2016). Constituição, Lei e Regulação dos Media. Alameda.
- Conde, N. (2018). Legitimidade do Serviço Público de Media e Relações de Poder. O Caso Português (2002/2014) [Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação. Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa (UCP)]. Veritati-Repositório Institucional da Universidade Católica Portuguesa. <http://hdl.handle.net/10400.14/25876>
- Constituição Portuguesa (2005). Constituição da República Portuguesa, artigo 17.º-Regime dos direitos, liberdades e garantías. <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Documents/crp-2021-net.pdf>
- Crusafon, C. (2022). Media and democracy: the perspective of the European Union. How is media

- concentration controlled in the EU? *Revista IDEES*, 50, 1-9. <https://revistaidées.cat/en/media-and-democracy-the-perspective-of-the-european-union/?p-df=58209>
- D'Arma, A.; Fuchs, C.; Horowitz, M.; Unterberger, K. (2021). The Future of Public Service Media and the Internet. In: Fuchs, C.; Unterberger, K. (eds.) *The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto*, pp. 113–127. University of Westminster Press. DOI: <https://doi.org/10.16997/book60.e>
- Didi-Huberman, G. (2011). Coisa pública, Coisa dos povos, Coisa plural. In: Silva, R. (ed.), *A República por vir-Arte, política e pensamento para o século XXI*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Digital News Report (2024). Reuters Institute Digital News Report. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf
- Draghi, M. (2024). The future of European competitiveness. Comissão Europeia. https://commission.europa.eu/topics/strengthening-european-competitiveness/eu-competitiveness-looking-ahead_en
- Donders, K. (2015). State Aid to Public Service Media: European Commission Decisional Practice Before and After the 2009 Broadcasting Communication. *European State Aid Law Quarterly*, 14(1), 68-87. <https://www.jstor.org/stable/26689473>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2023). A Sustentabilidade do Setor da Comunicação Social. <https://www.flipsnack.com/ercpt/a-sustentabilidade-do-setor-da-comunicacao-social/full-view.html>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2022). Relatório de avaliação da Observância do Princípio do Pluralismo Político em 2021 (Informação televisiva diária e não-diária). <https://www.flipsnack.com/ercpt/avaliao-do-pluralismo-pol-tico-em-2020/full-view.html>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2021). A Diversidade Sociocultural nos Media 2018-19. <https://www.erc.pt/pt/estudos/diversidade/a-diversidade-sociocultural-nos-media-2018-19/>
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2020). Relatório de avaliação das obrigações de Pluralismo e Diversidade nos serviços de programas televisivos – Análise dos serviços noticiosos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV em 2019. <https://www.flipsnack.com/ercpt/relat-rio-pluralismo-diversidade-telejornais-hor-rio-nobre/full-view.html>
- European Media Freedom Act (2024). Regulamento (UE) 2024/1083 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril de 2024, por el que se establece un marco común para los servicios de medios de comunicación en el mercado interior y se modifica la Directiva 2010/13/UE (Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32024R1083>
- Faustino, P. (2014). *Concentration, Diversity of Voices and Competition in the Media Market*. Media XXI/CIMJ.
- Faustino, P.; Noam, E.; Mutter, P. (2016). Media Ownership and

- Concentration in Portugal. In Eli M. Noam (Ed.), *Who Owns the World's Media? Media Concentration and Ownership around the World* (pp. 231–275). <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199987238.003.0010>
- Guterres, A. (2020). Neutralidade carbónica até 2050: a missão mundial mais urgente. ONU News. <https://news.un.org/pt/story/2020/12/1736002>
- Horwitz, R.B. (2005). On Media Concentration and the Diversity Question, *The Information Society*, 21:3, 181–204. DOI: 10.1080/01972240490951908
- Media Pluralism Monitor (2024). Monitoring media pluralism in the digital era: application of the media pluralism monitor in the European member states and in candidate countries in 2023. EUI, RSC, Research Project Report, Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF). <https://hdl.handle.net/1814/77028>
- Noam, E.M. (2009). *Media ownership and concentration in America*. Oxford University Press.
- Rádio e Televisão de Portugal (2010). Relatório de Sustentabilidade 2010-Ano: 1. Caminhar para um futuro mais positivo. RTP. https://media.rtp.pt/empresa/wp-content/uploads/sites/31/2015/07/RelSustRTP2010_media.pdf
- Rádio e Televisão de Portugal (2014). Relatório de Sustentabilidade 2010. RTP. https://media.rtp.pt/empresa/wp-content/uploads/sites/31/2015/07/RelatorioSustentabilidade2014_2602.pdf
- Rádio e Televisão de Portugal (2023). Relatório para a Igualdade de Género 2023. RTP. <https://cdn-images.rtp.pt/mcm/pdf/1b5/1b597902c7a52acc5709f-6ca3507697b1.pdf>
- Rádio e Televisão de Portugal (2024). Declaração de Política de Responsabilidade Social da Rádio e Televisão de Portugal. <https://media.rtp.pt/empresa/rtp/declaracao-politica-responsabilidade-social-da-radio-televisao-portugal/>
- Rádio e Televisão de Portugal (2024a). Relatório de Igualdade de Género. <https://media.rtp.pt/empresa/informacao/relatorio-igualdade-genero/>
- Rádio e Televisão de Portugal (2024b). Plano para a Igualdade de Género 2024. <https://cdn-images.rtp.pt/mcm/pdf/dfc/dfcfc3835d63c555c5a5ade922a-47ce11.pdf>
- Ridinge, M. (2009). La mission de service public et les nouveaux médias. *Observations juridiques de l'Observatoire européen de l'audio-visuel*. IRIS plus, 2009-6, 1-12. <https://rm.coe.int/168078341a>
- Reporters Sans Frontières (2024). World Press Freedom Index: a new era of polarization. Reporters Without Borders. <https://rsf.org/en/index>
- Shulz, W. (2009). The Legal Framework for Public Service Broadcasting after the German State Aid Case-Procruste's Bed or Hammock? *Journal of Media Law*, 1 (2), 219-241. <https://doi.org/10.1080/17577632.2009.11427342>
- Simões, L. (2024). Discurso de Luís Filipe Simões, presidente do Sindicato, no 5º Congresso dos Jornalistas. 5º Congresso dos Jornalistas. <https://congressojornalistas.pt/noticias/o-discurso-de-luis-filipe-simoes-no-5-o-congresso-dos-jornalistas/>

- The Manifesto (2021). *The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto*. University of Westminster Press. DOI: <https://doi.org/10.16997/book60>.
- The Global Compact (2004). *Who Cares, Wins. Connecting Financial Markets to a Changing World*. Swiss Federal Department of Foreign Affairs and United Nations. <https://documents1.worldbank.org/curated/pt/280911488968799581/pdf/113237-WP-WhoCaresWins-2004.pdf>
- Vaidhyanathan, S. (2018). *Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. Oxford University Press.