

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

*Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les
Universitats Valencianes (CECUV)*



València, a 20 novembre de 2015

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPÀI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

INDEX /

Presentació	9
1. Reflexions preliminars: el sistema comunicatiu valencià i les indústries culturals i creatives	13
1.1. La dramàtica situació del sector comunicatiu a la Comunitat Valenciana i a Espanya...	13
1.2. La rellevància de les indústries culturals i creatives en el món contemporani.....	15
1.3. El valor estratègic –econòmic i social– de les indústries culturals i creatives i el paper de les radiotelevisions públiques.....	18
1.4. La necessitat de mitjans de comunicació públics: legitimitat i missió d'un renovat servei públic valencià de radiotelevisió.....	22
1.5. Missions d'una nova RTV pública valenciana.....	24
1.6. Resum i propostes.....	26
2. Marc normatiu.....	29
2.1. Les polítiques de la comunicació i la cultura: eina democràtica.....	29
2.2. Model normatiu de RTVV: balanç.....	30
2.3. Model normatiu de RTVV: reptes de futur.....	33
2.4. Resum i propostes.....	34
3. Model de gestió i governança de la futura radiotelevisió.....	37
3.1. La Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC): cap a un nou model de gestió empresarial.....	37
3.2. Òrgans de control externs.....	38
3.2.1. El Consell Valencià de Comunicació.....	38
3.2.1.1. Missió i funcions.....	38
3.2.1.2. Composició i organització.....	39
3.2.2. La Comissió Parlamentària de Control.....	40
3.2.3. La Sindicatura de Comptes i les auditories externes.....	41
3.2.4. Altres òrgans.....	41
3.3. Òrgans de control intern.....	41
3.3.1. La Direcció General de la futura RTVV.....	42
3.3.2. El Consell d'Administració.....	43
3.3.3. El Comitè de Redacció dels Serveis Informatius.....	44
3.3.4. El Consell Assessor.....	44
3.3.5. El Defensor de l'Audiència.....	45
3.3.6. Les auditories internes.....	45
3.4. Cap a un nou model de governança.....	46
3.4.1. Les obligacions de servei públic: el mandat marc.....	46
3.4.2. Transparència i rendició de comptes: mètriques de rendibilitat social.....	47
3.4.3. L'autonomia financera i la pluralitat: el contracte-programa.....	50
3.5. Resum i propostes.....	51
4. Continguts i model de producció.....	55
4.1. Consideracions generals.....	55
4.2. Continguts i formats audiovisuals.....	56
4.2.1. Els macrogèneres televisius a Espanya.....	56
4.2.2. Els continguts audiovisuals de proximitat en la cruïlla de la crisi econòmica i la digitalització.....	57
4.2.3. Gèneres i formats per a la futura radiotelevisió valenciana.....	58
4.2.3.1. Informatius i actualitat.....	58
4.2.3.2. Ficció.....	60
4.2.3.3. Divulgació de coneixement i valors socials des de l'entreteniment.....	61

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPÀI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

4.2.3.4. Esports.....	63
4.2.3.5. Programació infantil i juvenil.....	63
4.2.3.6. Nous continguts: serveis @ i relats transmèdia.....	64
4.2.4. La producció de nous formats en la multidifusió digital.....	65
4.3. Modalitats de producció.....	66
4.3.1. Convivència de noves i velles modalitats de producció.....	66
4.3.2. Funcionament dels modes de producció per macrogèneres en la televisió espanyola.....	66
4.3.3. Modes de producció i macrogèneres en Canal 9 (2002-2013).....	67
4.3.4. Cap a un nou model productiu en continguts audiovisuals de proximitat.....	68
4.3.5. Proposta de distribució del tipus de producció per a una nova RTV valenciana.....	69
4.4. Gestió i sinergies de producció.....	70
4.4.1. La descentralització en la cadena de producció de la producció pròpia.....	70
4.4.2. La producció pròpia externalitzada en el marc de l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA).....	71
4.4.3. El valor emergent de les produccions associades i col·laboratives.....	72
4.4.4. Noves fórmules de producció i canvi de fluxos de treball.....	73
4.5. Proposta de creació de l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA)...	73
4.6. Resum i propostes.....	74
5. Cap a un nou model empresarial i de finançament de l'audiovisual valencià.....	77
5.1. El finançament del servei públic de radiotelevisió.....	77
5.1.1. Fonaments del finançament de la nova radiotelevisió pública valenciana.....	77
5.1.2. Dimensions i mida de la nova RTVV.....	78
5.1.2.1. La situació econòmica de les radiotelevisions públiques.....	78
5.1.2.2. El cost de la radiotelevisió pública per habitant.....	79
5.1.2.3. Dimensionament de la nova radiotelevisió: pressupost i plantilla.....	81
5.1.3. Fonts de finançament.....	84
5.1.4. Les partides del pressupost.....	86
5.1.5. Mecanismes de control en l'execució dels pressupostos.....	87
5.2. La creació d'una comissió d'experts per al disseny empresarial de la nova RTVV.....	87
5.3. Resum i propostes.....	88
6. Digitalització i multidifusió.....	91
6.1. Multidifusió de continguts i convivència de mitjans d'ahir i de hui.....	91
6.2. Canvi de tendència en el consum mediàtic. De les audiències als usuaris.....	91
6.3. El valor ascendent de les OTT.....	92
6.4. Les operadores de telefonia ocupen la difusió de continguts en mobilitat.....	93
6.5. Pautes per a un canvi de flux mediàtic valencià.....	94
6.6. Cap a un nou sistema d'ingestió de dades, compartició i arxivament de continguts en núvol.....	95
6.7. Estructura de la plataforma tecnològica multimèdia (PTM) de la nova corporació.....	96
6.8. Configuració i objectius del lloc web o <i>player</i> de la nova RTV pública.....	97
6.8.1. Objectius.....	97
6.8.2. Aplicacions per a dispositius mòbils.....	97
6.8.3. Xarxes socials.....	97
6.8.4. Funcionament.....	98
6.9. Resum i propostes.....	98
7. Referències bibliogràfiques i documentals.....	101
Documents de col·lectius, plataformes i associacions professionals.....	101
Estudis i treballs acadèmics.....	101
Recull legislatiu.....	109
Àmbit europeu.....	109
Àmbit estatal.....	109

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Àmbit autonòmic (Comunitat Valenciana).....	110
Àmbit autonòmic (General).....	111
Currículum Vitae dels autors i autores.....	113

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

**MEMBRES DE LA COMISSIÓ D'EXPERTS EN COMUNICACIÓ
DE LES UNIVERSITATS VALENCIANES**

Juan José Bas Portero

Professor de Periodisme i Vicedegà de Comunicació Audiovisual
de la Universidad Cardenal Herrera CEU de Valencia

Andreu Casero Ripollés

Director de la Titulació de Periodisme,
Profesor Titular de Periodisme de la Universitat Jaume I de Castelló

Miquel Francés Domènech

Director del Taller d'Audiovisuals i Professor Titular de
Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat de València

Josep Lluís Gómez Mompert

Director de la Titulació de Periodisme,
Catedràtic de Periodisme de la Universitat de València

José Luis González Esteban

Director de la Titulació de Periodisme,
Professor Titular de Periodisme de la Universitat Miguel Hernández d'Elx

Isabel M. González Mesa

Professora Associada de Periodisme i Comunicació Audiovisual
de la Universitat Miguel Hernández d'Elx

Mar Iglesias García

Professora Contractada Doctora de Comunicació Audiovisual i Publicitat,
Directora del Secretariat de Promoció Cultural i Lingüística del Vicerectorat de Cultura,
Esports i Política Lingüística de la Universitat d'Alacant

Javier Marzal Felici

Director del Departament de Ciències de la Comunicació i
Catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat
de la Universitat Jaume I de Castelló

Héctor Julio Pérez López

Professor Titular de Comunicació Audiovisual i Publicitat
de la Universitat Politècnica de València

Rafael Xambó Olmos

Professor Titular de Sociologia de la Comunicació a la Universitat de València

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

PRESENTACIÓ /

La **Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)** vol fer públic el seu agraïment a les forces polítiques representades al Parlament Valencià, als col·lectius professionals dels sectors de la comunicació i de l'audiovisual de la Comunitat Valenciana, a les associacions cíviques i socials que participen en el **Fòrum Social de l'Audiovisual Valencià**, per la seua confiança en el nostre grup d'investigadors de les universitats valencianes que ha rebut l'encàrrec de redactar aquest Informe, que hem titulat "**Bases per a la renovació de l'espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió**".

Creguem oportú fer un aclariment terminològic previ, pel que fa a la utilització de les expressions "sistema comunicatiu", "sistema audiovisual", "sector comunicatiu o de la comunicació" o "sector audiovisual" que apareixen a l'Informe. Per "sistema comunicatiu" o "sector de la comunicació" entenem totes les activitats relacionades amb la comunicació social, de forma àmplia, tant en el context informatiu com de la comunicació publicitària o de l'entreteniment. A l'Informe s'utilitzarà majoritàriament l'expressió "**sistema comunicatiu**" o "**sector de la comunicació**", però de vegades també s'empra "**sistema audiovisual**" o "**sector audiovisual**" per a referir-se als àmbits estrictament audiovisuals –ràdio, televisió, cinema, Internet–, encara que avui en dia tots els mitjans de comunicació socials ja són audiovisuals, raó per la qual s'utilitzen freqüentment les dues expressions.

Abans d'entrar en matèria, la **Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes** considera necessari recordar que l'encàrrec del **Fòrum Social de l'Audiovisual Valencià** consisteix en la redacció d'un document que pretén recollir les propostes que inclouen els documents que han elaborat diferents col·lectius professionals, que han sigut resultat d'intensos debats que han tingut lloc durant els darrers dos anys, especialment des del cessament de les emissions de RTVV, el 29 de novembre de 2013, i que figuren al final d'aquest document, a l'apartat "Referències bibliogràfiques i documentals".

Per una banda, volem expressar el nostre reconeixement a la intensa activitat de tots aquests col·lectius i organitzacions que, davant d'un escenari d'enfonsament quasi absolut del sector comunicatiu valencià als darrers anys, han continuat treballant de valent, elaborant aquests documents que tenen per a nosaltres un enorme valor, per l'esforç, la qualitat i el treball desenvolupats, i són una font documental de primer ordre, claus per a la redacció de l'Informe que presentem. Però, d'altra banda, cal assenyalar que la **Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)** també ha tingut en compte, per a la redacció d'aquest Informe, altres estudis i treballs, de caràcter marcadament acadèmic, que es consideren de referència, perquè ofereixen informacions i anàlisis sobre la situació dels mitjans de comunicació públics a Espanya i a la Comunitat Valenciana molt útils, que també hem inclòs al final del document.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Així doncs, davant d'una selecció reduïda de publicacions sobre la problemàtica que tractem, és fàcil entendre que, a hores d'ara, és ben difícil aportar informacions i/o valoracions absolutament inèdites. No és l'objectiu d'aquest Informe oferir unes anàlisis i propostes originals, que no hagen estat mai exposades en altres informes, documents i estudis. Principalment, perquè moltes de les idees presentades a l'Informe "**Bases per a la renovació de l'espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió**" han estat molt ben exposades i argumentades, anteriorment, als documents referits i a la literatura científica acadèmica sobre aquest camp.

El present Informe pretén donar resposta a la demanda del **Fòrum Social de l'Audiovisual Valencià**: servir per a generar elements de coneixement i debat en la definició del nostre futur model de l'espai comunicatiu valencià, on el servei públic de radiotelevisió haurà de complir un paper cabdal. En definitiva, l'objectiu final d'aquest Informe és oferir-se com a **material de referència** que servisca a la futura **Comissió Parlamentària sobre el Sistema Comunicatiu Valencià** que haurà de debatre pròximament a les Corts Valencianes la restitució del servei públic de radiotelevisió per a la Comunitat Valenciana, així com una nova regulació de tot el sistema comunicatiu valencià.

Finalment, hem de fer referència a les circumstàncies que han condicionat, de manera molt notable, la realització de l'Informe. Per una banda, hem estat condicionats per una falta de temps, que podem qualificar sense exageracions de «dramàtica», a penes vuit setmanes (des del 22 de setembre, quan es constitueix la CECUV) per a concloure una feina que necessitaria molts mesos d'intensa activitat. Aquesta urgència per a redactar el present Informe es justifica per la necessitat de facilitar la tasca de la Comissió Parlamentària, abans citada: no podem dificultar la feina d'aquesta Comissió tan rellevant. En segon lloc, per a la realització d'aquest Informe no hem pogut comptar amb els recursos econòmics necessaris i les remuneracions escaients d'acord amb la responsabilitat del tipus de tasca encomanada. En aquest sentit, volem manifestar que som conscients de l'actual situació dels comptes econòmics i dels recursos financers de la Generalitat Valenciana, en els mesos setembre-novembre de 2015, i que, per responsabilitat professional i ciutadana dels membres de la CECUV ens fem càrrec d'aquesta situació, que hem assumit com a irresoluble en aquesta conjuntura tan complexa.

Per últim, volem agrair el suport que hem rebut del Grup Parlamentari *Podem* i dels altres grups que suporten l'actual Govern Valencià, el Partit Socialista del País Valencià i la Coalició Compromís, així com a tots els col·lectius, associacions professionals, plataformes de treball i persones que han prestat suport a la nostra feina. És la primera vegada que es dona a les universitats valencianes l'oportunitat de participar en un projecte d'aquestes característiques, fet que és una conjuntura única, que no va tenir lloc en 1984, quan es va aprovar la Llei de Creació de RTVV. A tots ells, i també als representants polítics del Parlament Valencià, als treballadors del sector de la comunicació, de l'audiovisual i de RTVV, a les associacions professionals i plataformes creades per a canviar la situació que patim, i als milers d'estudiants de comunicació del sistema educatiu valencià, està dedicat

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

aquest Informe, amb l'agraïment i el desig de construir un millor futur entre tots, juntament amb de la societat civil valenciana.

València, a 20 novembre de 2015

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

1. REFLEXIONS PRELIMINARS: EL SISTEMA COMUNICATIU VALENCIÀ I LES INDÚSTRIES CULTURALS I CREATIVES /

1.1. La dramàtica situació del sector comunicatiu a la Comunitat Valenciana i a Espanya.

El sistema comunicatiu valencià es troba en un dels moments més complexos i delicats de la seua història. El tancament de RTVV ha estat, sense dubtes, una de les raons principals de la fallida i enfonsament del sector audiovisual a la Comunitat Valenciana. El panorama de la comunicació en el nostre territori es pot qualificar actualment com a «dramàtic». Un ràpid recordatori de la situació del sector amb algunes xifres i el repàs d'alguns fets ens poden ajudar a entendre la magnitud de la «desfeta»:

- Més d'un 90% d'atur al sector audiovisual, segons la Federació d'Empreses Audiovisuales Valencianes (EAVF, 2014);
- Durant els últims anys de vida de la cadena pública, els impagaments han arrossegat a desenes d'empreses de la Comunitat Valenciana que han hagut de tancar;
- El nombre d'empreses productores s'ha reduït de 200 en 2008, a 120 en 2013, i a poc més d'una trentena que mantenen activitat en 2015;
- Més de 4.500 treballadors del sector audiovisual a l'atur, sense perspectiva de recol.locació a la Comunitat Valenciana;
- Més d'un 60% d'atur entre els periodistes, segons la Unió de Periodistes Valencians (UPV, 2015);
- Destrucció de dotzenes d'empreses al sector de la comunicació publicitària des de l'inici de la crisi en 2007;
- RTVV acumula un deute de més 1.200 milions d'euros, un dels factors que impedeix la liquidació de l'empresa;
- El procés de liquidació de RTVV ha costat més de 200 milions d'euros, i no ha conclòs encara;
- El manteniment de les infraestructures de RTVV, el pagament de drets d'emissió de sèries i pel.lícules, el lloguer mensual del solar de la seu de la cadena pública a Alacant, etc., representen una despesa de més d'un milió d'euros al mes;
- La Ciutat de la Llum d'Alacant, una infraestructura cinematogràfica que va costar a la Generalitat Valenciana més de 270 milions d'euros, s'enfronta amb una sentència del Tribunal General de la Unió Europea que obliga a tornar la inversió pública;
- La concessió de llicències de TDT de 2006 ha estat anul.lada pel Tribunal Suprem en 2012, sentència que no ha estat encara aplicada, i que genera molta inseguretad jurídica en el sector privat;

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- Tancament de nombroses televisions i ràdios municipals, per manca de recursos per l'aplicació de mesures d'austeritat per la crisi econòmica;
- Situació d'ilegalitat de ràdios comunitàries, un àmbit que no ha estat mai regulat; etc.

La relació de fets no pretén ser exhaustiva, perquè no és aquest l'objectiu de l'Informe ***Bases per a la renovació de l'espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió***. Però sí que sembla imprescindible partir d'un diagnòstic el més realista possible sobre la situació en què es troba el sector de la comunicació audiovisual a la Comunitat Valenciana. I aquest primer diagnòstic, davant de les dades i fets referits, només pot ser molt negatiu: la situació de la comunicació i de l'audiovisual valencià és d'extrema emergència, i no creiem exagerat afirmar que aquest sector productiu s'enfronta amb la seua extinció completa en poc temps, si no s'adopten urgentment mesures extraordinàries¹.

L'absència de RTVV, del servei públic de radiotelevisió dels valencians i valencianes, també ha tingut efectes molt negatius per al que va ser el motiu principal de la creació d'aquest mitjà de comunicació públic en 1984: l'ús i promoció de la llengua i cultura valencianes. Efectivament, els valencians i valencianes no tenen al seu abast uns mitjans de comunicació públics en valencià que, a més a més, reflectisquen el que passa al nostre territori i que expresse els valors, els trets propis, els somnis, les preocupacions i reptes, amb els quals s'enfronta el poble valencià. En aquests moments [al novembre de 2015], els valencians i valencianes no tenim uns mitjans de comunicació públics que puguen servir per a difondre i per a projectar la cultura valenciana ni al nostre país ni més enllà del nostre territori.

Cal recordar que ja no és possible rebre a la Comunitat Valenciana els senyals de ràdio i televisió de TV3 i Catalunya Ràdio des de fa uns anys, si no és pel mitjà de les emissions per Internet o per cable. La radiotelevisió pública estatal, RTVE, que als darrers anys pateix d'una notable pèrdua de credibilitat i independència, sotmesa al control del poder polític (Teledetodos, 2015), no ofereix el servei públic que requereix la Comunitat Valenciana². I una anàlisi de la situació del sistema comunicatiu espanyol i valencià no deixa cap dubte: en el camp de la ràdio, l'oferta està monopolitzada per les ràdios comercials, i en el camp de la televisió, en els àmbits estatal i autonòmic, patim un duopoli que domina tota l'oferta televisiva –pels grups de comunicació Mediaset i

¹ En realitat, caldria assenyalar que, a hores d'ara, no es disposa de dades ben fiables i depurades sobre la situació dels camps de la informació, de la comunicació comercial i publicitària i de la producció audiovisual, que ens permeta tenir una visió de conjunt i completa de l'estat de la comunicació a la Comunitat Valenciana. En realitat no sabem què estan emetent les actuals emissores de ràdio i cadenes de televisió d'àmbit comarcal i local, no es coneix amb detall quina és la situació real de les productores, agències de publicitat, consultores de comunicació, mitjans de comunicació, etc. Cal recordar que no tenim, fins i tot, a finals de novembre de 2015, ni tan sols dades exactes sobre l'estat dels comptes de RTVV, perquè no hi ha disponibles informes dels liquidadors de l'empresa pública. Pensem que en aquests moments és urgent la redacció d'un *Llibre Blanc de la Comunicació a la Comunitat Valenciana* per a sistematitzar tota aquesta informació.

² En aquest sentit, paga la pena recordar que la Comunitat Valenciana aporta anualment a RTVE, via impostos, uns 100 milions d'euros al pressupost de la corporació, uns recursos econòmics que no tenen una reversió en produccions audiovisuals encomanades a productores i empreses valencianes.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Atresmedia– que, malgrat la gravetat de la crisi econòmica, està obtenint uns beneficis molt substancials, gràcies al profund desequilibri públic vs. privat a l'espai radioelèctric valencià i espanyol.

Als darrers anys, la ciutadania valenciana ha pogut constatar el creixent nombre d'escàndols que apunten a una gestió política i empresarial irresponsable no només de RTVV, el servei públic de radiotelevisió dels valencians i valencianes, sinó de tot el que té a veure amb la regulació i gestió de l'espai comunicatiu valencià, que està farcit d'escàndols i polèmiques, allà on es mire. Davant d'aquesta realitat, la **Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)** valora molt positivament l'increment notable d'estudis acadèmics i d'informes professionals als darrers anys –de les universitats, de les associacions professionals i de la societat civil de la Comunitat Valenciana–, com a resposta necessària per a intentar entendre com hem pogut arribar a aquesta situació. I és que és imprescindible l'anàlisi rigorosa de la situació actual, i de les causes que expliquen l'enfonsament del sistema comunicatiu valencià. En aquest sentit, la CECUV considera necessari investigar, tant des d'una perspectiva jurídica com política, econòmica i social, les raons de l'acumulació del deute de RTVV –superior a 1.200 milions d'euro–, les contractacions de drets de retransmissió de la Fórmula 1, de la visita del Papa, del lloguer del solar de la seu de RTVV a Alacant, de la gestió de la Ciutat de la Llum, etc., i reclamem la depuració de les responsabilitats penals i polítiques que es deriven d'aquestes investigacions. La gravetat dels fets que fins ara han anat fent-se públics –i no és desgavellat pensar que en els pròxims anys eixiran a la llum molt més episodis– i davant la situació actual de l'audiovisual valencià, moralment estem obligats a reclamar al nou Govern i al Parlament valencià la màxima atenció en el seguiment dels casos de corrupció que envolten RTVV i l'audiovisual valencià. Com deia el filòsof espanyol Jorge Santayana, «aquell que no recorda la història, està condemnat a repetir-la».

En definitiva, el sistema comunicatiu audiovisual valencià mostra un profund desequilibri i deteriorament que requereix la intervenció decidida i urgent del Govern valencià, mitjançant l'adopció de polítiques audiovisuals ben definides. En aquest context, la recuperació del servei públic de radiotelevisió valencià és un element clau per a corregir aquesta situació, en el context de les indústries culturals i creatives.

1.2. La rellevància de les indústries culturals i creatives en el món contemporani.

En les darreres dècades, organismes internacionals com ara la UNESCO i nombrosos experts de primer nivell (Bustamante, 2011; Castells, 2009; Harvey, John, Wen, W. i Li, Henry Siling, 2015; Hesmondhalgh, 2012; Miège, 2004; Vogel, 2004; Zallo, 1988, 2011; etc.) han subratllat la rellevància de les indústries culturals i creatives per al conjunt de les economies del món occidental. *L'Informe sobre l'economia creativa* de la UNESCO de 2013 comença destacant que «en el món actual l'economia creativa s'ha convertit en una força transformadora poderosa», i que es tracta d'un dels sectors que està creixent més ràpidament «no sols en termes de generació d'ingressos sinó també pel que fa a la creació de llocs de treball». Les indústries culturals i creatives estan basades en la innovació i creativitat, i abracen àmbits tan diversos com ara la indústria editorial, la premsa, el cinema, el sector musical, la ràdio, la televisió, els videojocs, la publicitat, als quals cal afegir altres sectors amb què mantenen estretes relacions com

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

són les arts escèniques –teatre, dansa, circ–, les tecnologies de la informació, l'activitat museística en general, la moda, el disseny, l'arquitectura, la fotografia, les arts plàstiques, etc. Els països més avançats del món, com ara els Estats Units, Regne Unit, França, Alemanya o Japó, són conscients d'aquesta realitat, i és per això que des de fa molts anys inverteixen molts recursos econòmics en la promoció de les seues indústries culturals, pel mitjà d'ajudes directes (subvencions, contractes-programa) i indirectes (exempció d'impostos, patrocinis, pagaments en espècie, etc.).

Tal vegada, el cas més cridaner a l'entorn europeu és el del Regne Unit, que en l'informe *Creative Industries Economic Estimates* de 2014, publicat pel Ministeri de Cultura, Mitjans i Esports, assenjala que el sector de les indústries culturals i creatives representa el 8,5% del PIB global, i crea una ocupació superior a 2,5 milions de treballadors, recollint dades referides a 2012 (Department for Culture, Media & Sport, 2014)³.

Taula 1: Ocupació en l'Economia Creativa al Regne Unit en 2012

Table 1: Employment in the Creative Economy in 2012

Creative Economy Group	"Support" jobs in the Creative Industries	Creative Jobs in Creative Industries	Creative Jobs outside of the Creative Industries	Employment in the Creative Economy
Advertising and marketing	68,000	75,000	322,000	465,000
Architecture	34,000	55,000	30,000	120,000
Crafts	4,000	3,000	95,000	102,000
Design: product, graphic and fashion design	43,000	73,000	50,000	166,000
Film, TV, video, radio and photography	92,000	146,000	28,000	266,000
IT, software and computer services	316,000	242,000	233,000	791,000
Publishing	104,000	119,000	32,000	255,000
Museums, galleries and libraries	68,000	18,000	22,000	108,000
Music, performing and visual arts	66,000	158,000	53,000	277,000
Total Jobs	796,000	888,000	866,000	2,550,000
Wider UK Economy Total	-	-	-	30,150,000
Percentage Share of UK Total				8.5%

Notes

1. Source, ONS Annual Population Survey 2012

2. Figures have been rounded to the nearest thousand, and therefore estimates may not sum across rows or columns to equal totals

**Font: Informe *Creative Industries Economic Estimates*,
a partir de dades del Department for Culture, de 2014**

Les dades disponibles de França no són menys remarcables: les indústries culturals i creatives –arts gràfiques i plàstiques, espectacles en viu, cinema, televisió, ràdio, videojocs, llibre, premsa i revistes– van generar el 2011 un volum de negoci superior als 74.618 milions d'euros, xifra que representava el 2,8% del PIB francès i una ocupació al sector d'1,2 milions de treballadors (Ernst & Young Advisory, 2013).

³ Cal assenyalar que l'Informe incorpora dins de les indústries culturals i creatives, àmbits professionals com ara l'arquitectura, la publicitat i el màrqueting, el disseny i la moda, el sector de les tecnologies de la informació o el de l'activitat de museus, galeries d'art i biblioteques. La manera de conceptualitzar les «indústries culturals i creatives» és diferent en cada país.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

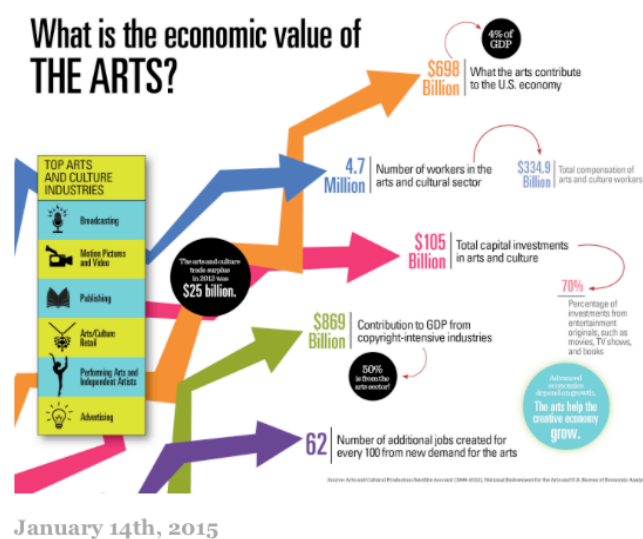
Taula 2: Estimació de l'impacte econòmic (CA) i social (llocs de treball) de les indústries culturals a França

Estimation de l'impact économique (CA) et social (emplois) des industries culturelles en France (rappel - données 2011)										
	Arts graphiques et plastiques	Musique	Spectacle vivant	Cinéma	Télévision	Radio	Jeux vidéo	Livre	Presse/journaux et magazines	Total dédoublonné industries culturelles
CA direct (en M€)	18 759	6 041	5 989	3 297	10 048	1 355	3 677	5 095	10 402	61 425
CA connexe (en M€)	1 055	2 559	2 396	1 087	4 873	240	1 314	520	270	13 193
Total CA (en M€)	19 814	8 600	8 385	4 384	14 921	1 595	4 991	5 615	10 672	74 618
Emplois directs	298 446	233 857	249 712	101 699	134 967	16 556	18 597	71 416	89 514	1 124 089
Emplois connexes	9 270	7 016	18 001	4 191	41 501	894	5 038	8 197	12 419	104 166
Total emplois	307 716	240 874	267 713	105 890	176 467	17 450	23 635	79 613	101 933	1 228 255

Font: Informe 1r Panorama des Industries Culturelles et Créatives, a partir de dades de la consultora Ernst & Young de 2013

En el cas dels Estats Units, segons l'Informe de l'Oficina d'Anàlisi Econòmica del Departament de Comerç, les indústries culturals i creatives –publicitat, educació artística, producció i distribució per cable, cinema i serveis de vídeo, arts plàstiques i escèniques, llibre, premsa i revistes periòdiques, ràdio i televisió, disseny i serveis d'arquitectura, entre altres– van representar en 2012 un volum de negoci de més de 614.491 milions d'euros, que correspon al 4,3% del PIB nord-americà, i que ocupa a més de 4,7 milions de treballadors (Bureau of Economic Analysis, 2015). Als Estats Units, la indústria de l'entreteniment és considerada pel poder polític i econòmic com un sector d'alt valor estratègic, pel que representa com a forma d'exportar una forma d'entendre el món –l'*american way of life*, el *mode de vida nord-americà*–, la qual cosa té efectes a mitjà i llarg termini molt eficaços, com es pot constatar per la presència de la cultura nord-americana en l'imaginari col·lectiu mundial i la seua hegemonia econòmica i també cultural a escala planetària.

Gràfic 1: Impacte econòmic de les ICC als Estats Units



Font: Motion Picture Association of America, a partir de dades de Bureau of Economic Analysis de 2015

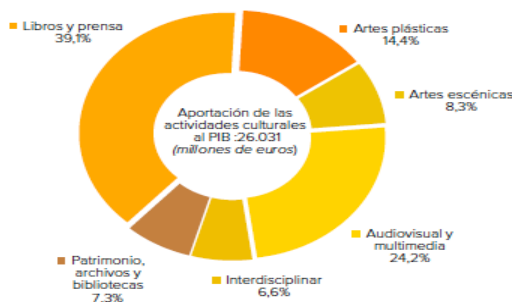
BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Els resultats de la *Cuenta satélite de la cultura en España* assenyalen que l'aportació de la cultura al PIB espanyol, en 2012, es va situar en un 2,5%, un volum de negoci de 26.031 milions d'euros i una ocupació aproximada de 0,5 milions de persones. La crisi econòmica ha tingut efectes molt negatius en l'evolució de les xifres tant de consum cultural com de volum de l'activitat cultural o en destrucció d'empreses i de llocs de treball, al qual cal afegir les polítiques culturals, clarament desfavorables (Bustamante i Rueda, 2014).

Gràfic 2: Aportació al PIB de les activitats culturals per sectors, 2012

Gráfico 18.3. Aportación al PIB de las actividades culturales por sectores. 2012



Font: Informe Cuenta Satélite de la cultura en España, a partir de dades del Ministeri de Cultura i l'INE, de 2013

Aquest ràpid repàs ens permet constatar que als països més desenvolupats del món, les indústries culturals i creatives es consideren un sector estratègic pel seu valor indiscutible en la construcció de la identitat cultural, per a promocionar i projectar, més enllà de les seues fronteres, però també internament, l'imaginari col·lectiu del país i de les seues cultures autòctones. Els mitjans de comunicació de masses, especialment la ràdio i la televisió, als quals cal afegir també Internet com a plataforma de distribució de continguts en la xarxa, tenen una enorme influència social i cultural, fet que ve avalat per l'augment sense interrupció als últims anys dels temps de consum per part dels ciutadans i ciutadanes. En la nova etapa «*Tot digital i en xarxa*», el consum d'informació, d'entreteniment i de publicitat s'ha multiplicat exponencialment, configurant un entorn absolutament convergent, on l'univers de la televisió continua ocupant una marcada centralitat (Prado, 2015).

1.3. El valor estratègic –econòmic i social– de les indústries culturals i creatives i el paper de les radiotelevisions públiques.

Com recull de forma taxativa l'estudi de la consultora Accenture, realitzat per a la FORTA –Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos– en 2012, les radiotelevisions públiques autonòmiques tenen com a principal objectiu «difondre i promoure la cultura, les tradicions, la llengua pròpia i la realitat social i institucional de la comunitat, oferint un servei públic de proximitat», assumint així, «un paper fonamental com a agents econòmics, actuant com a motors de la indústria audiovisual de l'autonomia i de la innovació audiovisual en el conjunt del país» (Accenture, 2012).

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

L'Informe subratlla que l'aportació a l'audiència dels espais informatius per part de les televisions públiques autonòmiques és «un 80% superior als de les televisions privades i similar a la de TVE», si bé en el cas de la Comunitat Valenciana, Canal 9 només tenia ja en 2010 un 25,6% d'audiència (d'espais informatius), davant TV3, amb el 45,2%, TVG, amb el 39,6% o ETB2, amb el 31% (Soler i Marzal, 2015: 122-125). L'Informe d'Accenture destaca la col·laboració de les radiotelevisions públiques autonòmiques amb les administracions educatives dels respectius territoris, pel que fa al desenvolupament de pràctiques formatives i el desenvolupament d'iniciatives educatives i culturals. D'aquesta manera, Accenture subratlla, en la línia del que han destacat molts especialistes (Bustamante, 2006; Moragas i Prado, 2000; Zallo, 2013; etc.), que les radiotelevisions públiques autonòmiques compleixen «un paper dinamitzador de la cultura i llengua pròpies», institucions que tenen com a objectiu «el foment de la cohesió social i la pertinença territorial», que «brinden l'oportunitat de produir continguts culturals distintius d'interés públic [...] multipliquen l'impacte de les inversions culturals [...] i faciliten l'obtenció de recursos als gestors culturals». L'Informe d'Accenture destaca com en les comunitats autònomes amb llengües cooficials, les radiotelevisions públiques compleixen un paper essencial per a la normalització lingüística, per potenciar el seu ús i per impulsar «un sentiment d'identificació i més proximitat».

Un dels aspectes més importants de l'Informe d'Accenture per la FORTA és l'èmfasi que posa en la funció de les radiotelevisions públiques autonòmiques com a agents econòmics, a diferents nivells:

- com a «mitjans de promoció de l'economia regional» –destacant, entre altres aspectes, la funció de les radiotelevisions públiques com a suport de la comunicació comercial d'anunciants locals, que així poden competir amb les grans marques; la promoció del teixit industrial local en els continguts de la programació del canal; la promoció del turisme de la comunitat–,
- com a «motor de desenvolupament del sector audiovisual territorial» –s'afirma que el 75% de les principals productores de cada radiotelevisió autonòmica pública té la seua seu a la mateixa comunitat–
- i com a «motor d'innovació audiovisual» –tant en continguts com en tecnologia, ja que generen talent i coneixement, que reverteix en la mateixa indústria audiovisual i en l'economia regional–.

Com posa de manifest amb gran claredat l'Informe d'Accenture, RTVV va ser la cadena autonòmica que menys ha contribuït percentualment a l'economia del seu territori, a més de ser una de les cadenes que menys va externalitzar, i que la seua producció externa va ser de les que menys va repercutir en el sector audiovisual del seu territori. En concret, RTVV se situava a la cua de les televisions autonòmiques en percentatge de facturació de les productores del seu territori: en 2010, un 68% de les productores que treballaven per RTVV es trobaven a la Comunitat Valenciana, amb una facturació local que representava el 13% respecte al total externalitzat. Sense dubte, es tracta d'una xifra molt eloqüent, que explica el descontentament generalitzat del sector audiovisual valencià cap a la seua radiotelevisió pública, RTVV, que podia haver tingut

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

un paper molt més rellevant per al desenvolupament econòmic, social i cultural del nostre territori, al llarg de la seua història.

Tabla 3: Repercussió de l'externalització de la producció en les televisions públiques autonòmiques (TPAs)

Comunitat autònoma	Despesa en producció externa TPA (en milions d'euros)	% productores situades en les CC.AA.	% facturació de les productores a la TPA
Aragó	14,737 m€	80%	64%
Regió de Múrcia	14,063 m€	100%	39%
Illes Balears	12,537 m€	80%	51%
Principat d'Astúries	16,012 m€	100%	84%
Castella-la Manxa	13,773 m€	ND	ND
Comunitat de Madrid	3,664 m€	100%	23%
Andalusia	38,641 m€	100%	82%
Comunitat Valenciana	21,487 m€	68%	13%
Galícia	19,831 m€	100%	35%
Canàries	31,141 m€	100%	88%
Catalunya	49,041 m€	100%	33%
País Basc	31,085 m€	100%	96%

Font: Informe de la Consultora Accenture per a FORTA (dades de 2010). Comisión Nacional del Mercado de Telecomunicaciones, Cuentas Anuales Autonómicas, Asociados de FORTA i Registre Mercantil. (Soler i Marzal, 2015: 124)

En definitiva, l'Informe d'Accenture encarregat per la FORTA conclou, en la línia del que afirmen els més importants experts, que les televisions públiques autonòmiques – també les ràdios públiques autonòmiques– constitueixen «un servei públic fonamental i insubstituïble», «un dinamitzador autonòmic i per tant del país, que apropa la realitat cultural i social de cada comunitat al ciutadà», «un motor de la indústria audiovisual i de la innovació», que necessiten mantenir «el model mixt de finançament, on la publicitat permet reduir l'aportació pública» i, finalment, encara que «han demostrat uns nivells de servei públic» bastant acceptables, segons l'informe, «han de seguir treballant cap a una gestió més eficient, buscant un equilibri amb el sector privat», dibuixant «per al futur un full de ruta clar, en forma de contracte-programa aprovat per la ciutadania a través dels òrgans parlamentaris, amb objectius mesurables i amb dotacions pressupostàries pluriennals».

Però, a més a més, les ràdios i televisions públiques de proximitat serveixen per a promoure i potenciar les indústries culturals i creatives del mateix espai cultural. L'activitat editorial, la indústria musical, la premsa, les arts escèniques –teatre, dansa, espectacles, etc.–, les arts plàstiques, el disseny, la publicitat, el cinema o el sector dels videojocs són algunes de les activitats culturals que una radiotelevisió pública ha de difondre i servir d'altaveu com a missió cabdal, en especial en un horitzó com el de la radiotelevisió de proximitat. Encara que l'extinta RTVV no va contribuir, de forma clau, al desenvolupament d'aquestes indústries culturals, no obstant això la seua absència s'ha deixat sentir de manera significativa: malgrat l'escàs ressò que va donar a les indústries culturals i creatives, els seus efectes eren significatius. En cada un

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

d'aquests àmbits, la ràdio i la televisió públiques autonòmiques van ajudar a crear una mena de *star-system local* –no sols actors i actrius, també cantants, esportistes, periodistes, persones del món de la cultura, etc. –, identificables pel gran públic gràcies a les produccions de ficció, als programes d'entreteniment, als programes de debat, etc. És evident que **una ràdio i una televisió públiques de proximitat**, a les quals afegir avui en dia **una plataforma multimèdia pública** –immersos en un entorn absolutament transmèdia–, són eines imprescindibles per a impulsar l'activitat cultural general del nostre territori, sempre que la gestió d'aquest servei públic no es desvie dels seus valors –missió i visió– fundacionals.

Alguns investigadors han plantejat, fins i tot, que una aposta decidida dels responsables de la gestió política per les indústries culturals i creatives pot ser una via per a eixir de l'actual crisi econòmica, en tant que, com ho demostren investigacions recents, hi ha una clara correlació entre cultura i riquesa. Així, com assenyalen diversos estudiosos, «la mida dels sectors culturals és la variable més determinant per a explicar les diferències de renda per capita de les regions europees», de manera que «un increment de l'1% dels ocupats en les activitats creatives i culturals, en una regió Europea, suposen 1.600 euros de renda per capita més» (Rausell-Köster, 2013a: 286-288). Recents estudis demostren com l'activitat de determinades associacions culturals, com per exemple les societats musicals de la Comunitat Valenciana, tenen una rellevància socioeconòmica i un impacte sobre el desenvolupament regional molt important, amb un valor de producció anual superior als 60 milions d'euros, la generació de més de 2.200 llocs de treball, i un impacte social molt notable –529 societats musicals, més de 38.000 socis i més de 39.000 músics– (Rausell, Coll, Abeledo i Serrano, 2013b: 130). I és evident que només una radiotelevisió pública autonòmica com RTVV té les condicions idònies per a servir d'amplificador de les activitats culturals, educatives, socials i econòmiques que es desenvolupen a la Comunitat Valenciana. Cal una bona gestió professional i independent de la radiotelevisió, i la clara voluntat política, no només de no interferir en la gestió del servei públic de comunicació social, sinó també amb una decidida voluntat de protegir el servei públic d'ingerències polítiques, ara i en el futur.

En tot aquest recorregut a través de les indústries culturals i creatives, no ens podem oblidar d'un element tan central com és el del **valencià**, una eina comunicativa que conté un enorme valor identitari, social, cultural i, fins i tot, té un inqüestionable **valor econòmic**. L'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana, amb l'empara de la Constitució Espanyola, va servir, entre altres coses, per a impulsar i desenvolupar el coneixement i ús del valencià, com a instrument per a potenciar la cultura pròpia i singular del nostre poble. La Llei de Creació de RTVV, de 1984, justificava en el Capítol Primer, article 2, apartat 1.a), “la promoció i protecció de la llengua pròpia de la Comunitat Valenciana”. La comunitat científica coincideix en assenyalar que l'aprenentatge més eficient és l'inconscient, i és per això que els mitjans de comunicació social tenen un impacte extraordinari, fins al punt de que l'ús del valencià depén, en aquests moments, tant més de l'existència d'uns mitjans de comunicació en valencià com de la presència reglada del valencià en tot el sistema educatiu.

Com ha quedat ben palés en diferents estudis (Mollà, 2004, 2009, entre altres), l'existència de mitjans de comunicació públics en valencià és una condició necessària

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

per a la supervivència del valencià, en un entorn on més del 95% de l'oferta radiofònica i televisiva (també a les xarxes) a la Comunitat Valenciana és en castellà. Una futura radiotelevisió amb el 100% de les emissions en valencià representaria, a més a més, una oportunitat excepcional per a impulsar les indústries culturals i creatives del nostre territori. Per tant, podem afirmar que l'ús del valencià als mitjans de comunicació social té, per ell mateix, un enorme potencial econòmic. Entenem que la **llengua vehicular de la nova cadena de radiotelevisió ha de ser el valencià**, de forma clara i decidida. Fins i tot, és important que tinguen presència la varietat i riquesa de les variants de parla que hi ha a les comarques valencianes, des dels Ports fins al Baix Segura. En aquest sentit, creiem que seria molt útil, també per a ajudar a millorar la percepció de la identitat valenciana, intercanviar produccions audiovisuals amb territoris com les Illes Balears o Catalunya, amb els quals ens uneixen molts lligams lingüístics, econòmics, històrics i culturals.

En definitiva, l'aposta per la reactivació del sector de la comunicació i de l'audiovisual de la Comunitat Valenciana, que passa pel restabliment del servei públic de radiotelevisió, pot representar un avanç important cap al canvi de model productiu, tan necessari al nostre territori. La forta crisi econòmica internacional de 2008 ha generat un intens debat sobre les limitacions de l'actual model productiu espanyol (recolzat sobretot en la construcció i el turisme), limitacions que són bastant més accentuades en el cas valencià. Nombrosos experts en economia assenyalen que per a abastir la sostenibilitat econòmica, el sistema productiu valencià (i espanyol) s'ha de basar principalment en el coneixement, la innovació i la millora continua de la productivitat (Gil i Soler, 2010). Aquest canvi de model que representa l'aposta per una economia del coneixement implica ordenar, enfortir i consolidar el sistema comunicatiu valencià, així com les indústries culturals i creatives valencianes, on els mitjans de comunicació públics són essencials, no només per a reforçar les estructures econòmiques, sinó en especial per a enfortir la nostra democràcia.

1.4. La necessitat de mitjans de comunicació públics: legitimitat i missió d'un renovat servei públic valencià de radiotelevisió.

El Conveni de la Diversitat de la UNESCO de 2005, al qual es va adherir el Consell Europeu i el Parlament Espanyol en 2007, subratlla en el seu preàmbul que «la llibertat de pensament, expressió i informació, així com la diversitat dels mitjans de comunicació social, possibiliten l'emergència de les expressions culturals en les societats». En l'article 2 defineix *el principi de solidaritat i cooperació internacionals* segons el qual es permetrà a tots els països «crear i reforçar els seus mitjans d'expressió cultural, compreses les seues indústries culturals, naixents o establertes, en l'àmbit local, nacional i internacional». En aquest mateix article, es reclama l'aplicació del *principi d'accés equitatiu*, segons el qual «l'accés equitatiu a una gamma rica i diversificada d'expressions culturals procedents de totes les parts del món i l'accés de les cultures als mitjans d'expressió i difusió són elements importants per a posar en valor la diversitat cultural i propiciar l'enteniment mutu». En l'article 6 del Conveni de la Diversitat de la UNESCO de 2005 es declara, com a drets i obligacions dels governs i administracions signants, que «podran adoptar mesures per a protegir i promoure la diversitat de les expressions culturals als seus respectius territoris», entre les quals cal

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

destacar l'adopció de «mesures destinades a promoure la diversitat dels mitjans de comunicació social, incloent-hi la promoció del servei públic de radiodifusió».

L'existència de serveis públics de radiotelevisió és un mandat imperatiu del nostre model social europeu, recollit al Protocol d'Amsterdam de 1997, i incorporat posteriorment al Tractat de Lisboa de 2007, on s'assenyala que el sistema de radiodifusió pública dels Estats membres de la Unió Europea està «directament relacionat amb les necessitats democràtiques, socials i culturals i amb la necessitat de preservar el pluralisme dels mitjans de comunicació». L'article 11 de la Carta dels Drets Fonamentals de la Unió Europea, proclamada pel Parlament Europeu, pel Consell de la Unió Europea i per la Comissió Europea el 7 de setembre de 2000, recull que la llibertat d'expressió i informació és un dret fonamental que «comprén la llibertat d'opinió i la llibertat de rebre o comunicar informacions i idees, sense que pugua haver-hi interferència d'autoritats públiques i sense consideració de fronteres», obligant a respectar «la llibertat dels mitjans de comunicació i el seu pluralisme». A més a més, en el Protocol d'Amsterdam es legitima el doble finançament –públic i privat– de les radiotelevisions públiques, i altres institucions com ara la Comissió Europea han confirmat en diverses comunicacions (2001, 2009) la legitimitat del servei públic de comunicació sobre finançament públic.

En el nostre ordenament jurídic, com en la Constitució espanyola de 1978, es proclama el dret a la llibertat d'expressió i d'informació, «garantint l'accés [als mitjans de comunicació] dels grups socials i polítics significatius, respectant el pluralisme de la societat i de les diverses llengües d'Espanya» (article 20). L'article 56 de l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana declara que és competència de la Generalitat la creació de mitjans de comunicació social destinats a fomentar la intercomunicació entre valencians i a potenciar la seua identitat cultural i lingüística. En aquest sentit, cal recordar que les ràdios i televisions de servei públic són aquelles que ofereixen «garanties democràtiques (especialment defensa del pluralisme), estímul a la participació ciutadana, funció cultural, identitària, social i de benestar social, d'equilibri territorial, econòmic i desenvolupament, motor de la indústria audiovisual, innovació i experimentació creatives, funció humanística i moralitzadora, i funció divulgadora i socialitzadora del coneixement» (Moragas i Prado, 2000: 379-380).

El desenvolupament de les cadenes públiques de radiotelevisió en les últimes dècades, tant d'àmbit estatal com autonòmic, però, ha dibuixat a Espanya i a la Comunitat Valenciana un escenari en el qual s'ha produït una «correspondència exacta entre els mitjans de comunicació i els partits polítics», donant peu a l'hegemonia d'un «model governamental» (Hallin i Mancini, 2008: 25), on els mitjans de comunicació públics –les radiotelevisions públiques– estan controlats directament pels respectius governs. Aquest és el cas del que passa a Espanya amb la radiotelevisió pública estatal, RTVE, i amb les radiotelevisions públiques autonòmiques i, molt especialment a l'antiga RTVV, on aquest control governamental va arribar a nivells inadmissibles. Aquesta falta d'independència i de pluralitat informativa té efectes directes sobre la pèrdua de credibilitat dels mitjans de comunicació que pateixen aquest control polític, la qual cosa representa una perversió del sentit mateix de «servei públic», i provoca la desconfiança i desafecció de la ciutadania (Casero, 2009).

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

En aquest sentit, ens sembla necessari subratllar, com ens recorda Garcia-Marzà (2015: 185), que quan es parla de «servei públic» de radiotelevisió, el que s'està referint va molt més enllà del compliment de les expectatives de l'audiència en informació, entreteniment i cultura. El mateix concepte «d'allò públic» també implica la participació de la veu dels ciutadans lliures i iguals, que poden expressar-se «públicament» en aquest tipus de mitjans. La «legitimitat» de les radiotelevisions públiques rau precisament en la confiança que puguen despertar entre els ciutadans, en definitiva, els autèntics «propietaris» d'aquests mitjans de comunicació social. En aquest sentit, és imprescindible garantir la independència política i econòmica (no menys important) dels serveis públics de radiotelevisió per a garantir la independència i pluralitat informatives, que només és possible mitjançant una gestió professional i l'adopció de bones pràctiques de governança que inclouen la permanent rendició de comptes, la transparència institucional i la participació de la ciutadania. I cal assenyalar que aquest és el camí més segur per a enfortir no sols la futura RTVV sinó també el mateix sector comunicatiu valencià i per a augmentar la competitivitat i el benestar social de la Comunitat Valenciana. I, com ho han demostrat molts estudis ja citats, hi ha una clara correlació entre el grau de desenvolupament democràtic dels països i l'expansió i fortalesa dels mitjans de comunicació públics a l'àmbit nacional, regional i local.

1.5. Missions d'una nova radiotelevisió pública valenciana

Per a finalitzar, basant-nos en idees enunciades per diferents estudiosos (Prado, 2015; Col·lectiu Ricard Blasco, 2014), sembla important recordar per què és imprescindible que la Comunitat Valenciana compte amb un servei públic de radiotelevisió de qualitat de proximitat:

- 1.- La radiotelevisió pública dels valencians i les valencianes ha de transmetre els valors que formen part dels fonaments de la convivència democràtica i el benestar social, com ara la igualtat, la tolerància, el respecte a diversitat, la solidaritat, el pluralisme, la llibertat, la participació, etc.
- 2.- La radiotelevisió pública dels valencians i les valencianes ha de servir fidelment a la promoció de la llengua i cultura valencianes, mitjançant una programació variada de qualitat, amb tot tipus de programes i gèneres, en contrast amb l'oferta molt limitada i sobreabundant de la immensa majoria de cadenes comercials.
- 3.- La radiotelevisió pública ha de projectar una imatge plural, moderna i respectuosa amb la realitat de la Comunitat Valenciana.
- 4.- La radiotelevisió pública ha d'impulsar el desenvolupament del sector audiovisual i de les indústries culturals i creatives de la Comunitat Valenciana, amb l'objectiu de contribuir a l'enfortiment d'una economia basada en el coneixement, alternativa a la dèbil estructura econòmica actual.
- 5.- La radiotelevisió pública dels valencians i les valencianes ha d'oferir un ventall ampli d'informacions, elaborades amb criteris professionals, independència editorial i lliure del control polític, respectant la pluralitat ideològica, política, social i cultural de la societat valenciana, com a alternativa als oligopolis informatius dominants, amb la finalitat de que la ciutadania pugui interpretar la realitat complexa que vivim.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- 6.- La radiotelevisió pública ha de desenvolupar una programació de proximitat, que incloga producció pròpia i aliena de programes de ficció (sèries, pel·lícules, etc.), programes d'entreteniment i culturals, de qualitat, i adaptats a les necessitats dels seus públics.
- 7.- La radiotelevisió pública dels valencians i les valencianes ha de ser una eina per donar suport i potenciar l'acció de les administracions públiques, en els àmbits autonòmic, municipal i local, en camps com l'educació, la sanitat, el medi ambient, la justícia, l'urbanisme, l'activitat política parlamentària, etc.
- 8.- La radiotelevisió pública ha de promoure l'experimentació i la innovació, mitjançant la col·laboració amb les universitats valencianes, en l'ús dels llenguatges, formats, gèneres i formes d'expressió i de comunicació als diferents suports audiovisuals –ràdio, televisió, Internet–, visibilitzant el talent creatiu de la nostra societat i contribuint a millorar el nivell cultural dels valencians i les valencianes.
- 9.- La radiotelevisió pública dels valencians i les valencianes ha d'adoptar una estructura empresarial i una mida que donen resposta a les necessitats comunicatives de la societat valenciana –d'informació, entreteniment i formació–, concordant amb la rellevància de la Comunitat Valenciana, que aporta més del 10% al PIB espanyol, i compta amb cinc milions d'habitants.
- 10.- La radiotelevisió pública ha de constituir un model empresarial sostenible, proporcional a la dimensió dels seus objectius, vetllant pel seu equilibri pressupostari, per la qual cosa ha de comptar amb recursos humans i tècnics suficients, i un finançament adequat a través d'un contracte-programa no exposat als avatars de la política.
- 11.- La radiotelevisió pública dels valencians i les valencianes ha de desenvolupar un model organitzatiu, basat en la col·laboració, i un model productiu, de caràcter transmèdia, que done resposta als desafiaments de l'era digital i de la comunicació multipantalla, adaptat a les noves formes de consum multiplataforma, facilitant l'accés de tota la ciutadania al patrimoni audiovisual valencià.
- 12.- La radiotelevisió pública ha d'oferir una estructura oberta a la participació ciutadana, de tal manera que els ciutadans, grups socials, organitzacions cíviques, etc., com a usuaris de la nova radiotelevisió, puguen construir un vincle emocional positiu cap al renovat servei públic de comunicació de proximitat i, en especial, la seua identitat com a ciutadans i ciutadanes de la Comunitat Valenciana.
- 13.- La radiotelevisió pública ha de posar en marxa noves formes de col·laboració amb la resta de radiotelevisions públiques i mitjans de comunicació públics, i també privats, especialment amb Catalunya i Balears, amb els quals comparteix la mateixa llengua i cultura, teixint relacions amb la FORTA però també amb ràdios, televisions i altres mitjans, públics i privats, dels entorns municipal, comarcal i comunitaris, sense renunciar a crear relacions internacionals, especialment amb Europa i Llatinoamèrica.
- 14.- La radiotelevisió pública dels valencians i les valencianes ha d'adoptar un model de gestió basat en la nova governança, sotmesa al control d'òrgans interns –com el Comitè de Redacció, el Consell Assessor, etc.– i d'òrgans externs –com el Consell

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Valencià de Comunicació— que hauran de ser un referent en transparència i rendició de comptes. Els resultats de la cadena no es mesuraran en termes de resultats d'audiència, sinó amb criteris de rendibilitat social, mitjançant l'avaluació periòdica dels indicadors relatius a les bones pràctiques de transparència i de responsabilitat social. (Vegeu el punt 3.4.2.)

Després d'aquest primer recorregut, podem concloure que comptar amb un sector productiu fort i plural com el de la comunicació és absolutament essencial per a la salut democràtica, econòmica, social i cultural de la Comunitat Valenciana, i que l'existència d'una radiotelevisió pública forta i competitiva és essencial per complir la defensa de la llengua pròpia dels valencians, el reforç de la identitat cultural, la promoció de la cohesió social, el foment de la participació democràtica i la creació de consens (Prado, 2015).

Per tant, la revitalització del sector i l'engegada d'una nova radiotelevisió pública és una oportunitat per a construir un nou sistema comunicatiu, aquesta vegada sobre fonaments més sòlids que en el moment de la creació de RTVV. Es tracta d'un context inèdit en la nostra història recent que ha de ser il·lusionant, però és difícil abstraure'ns de l'amarga experiència que ha representat l'enfonsament del sector audiovisual valencià i el tancament de RTVV, del qual hem d'aprendre importants lliçons per a un futur que volem veure amb esperança.

1.6. Resum i propostes

- És urgent l'adopció de mesures legislatives i de polítiques audiovisuals que asseguren una reactivació immediata del sector de la comunicació i de l'audiovisual a la Comunitat Valenciana.
- Les Corts Valencianes i el Govern valencià han de col·laborar amb els tribunals de justícia perquè es depuren totes les responsabilitats polítiques i penals d'aquelles persones que han contribuït a l'enfonsament del sector comunicatiu valencià i, en especial, els/les que han estat responsables de la gestió i del tancament de RTVV. S'ha d'investigar tot el que ha passat, per a evitar que aquestes situacions es puguin repetir en el futur.
- És imprescindible conèixer amb detall quina és la situació del sector comunicatiu valencià i, molt especialment, s'ha de conèixer la situació econòmica, financera, de les infraestructures tecnològiques i la situació jurídica de RTVV SA i RTVV SAU, especialment pel que fa a la situació dels extreballadors de la cadena.
- S'ha de fer una decidida aposta per les indústries culturals i creatives de la Comunitat Valenciana, com a estratègia per a establir les bases d'una nova economia basada en el coneixement, d'acord amb el que estan fent els països més desenvolupats del món, alternativa a la feble estructura econòmica valenciana actual.
- La restitució del servei públic de radiotelevisió d'àmbit autonòmic és essencial per a garantir la revitalització del sector audiovisual valencià, en tant que motor, no només de les indústries culturals i creatives amb les quals té una profunda

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

relació estructural, sinó per a enfortir el conjunt de l'economia valenciana, per a protegir i promoure la identitat i cultura valencianes, i garantir el pluralisme informatiu i la visibilitat de la riquesa social, política i cultural de la Comunitat Valenciana.

- La destinació de recursos econòmics per les administracions públiques a les indústries culturals i creatives, en especial, les polítiques de suport als mitjans de comunicació social públics i privats –premsa, ràdio, televisió, plataformes multimèdia, etc.–, tant d'àmbit autonòmic com local, no poden entendre's com una despesa, sinó com una inversió estratègica.
- La nova radiotelevisió pública dels valencians i les valencianes ha de servir fidelment a la promoció de la llengua i cultura valencianes, amb una programació completament en valencià, i amb l'objectiu de projectar una imatge plural, moderna i respectuosa amb la realitat de la Comunitat Valenciana.
- La recuperació del sistema comunicatiu valencià –on l'existència de mitjans de comunicació públics de proximitat és imprescindible– tindrà efectes molt positius per a enfortir les institucions públiques i privades, per a estimular la presència de la societat civil, mitjançant la participació ciutadana i, en definitiva, per a aprofundir en l'enfortiment de les estructures econòmiques, polítiques i socials de la nostra autonomia i del nostre sistema democràtic.

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

2. MARC NORMATIU /

2.1. Les polítiques de la comunicació i la cultura: eina democràtica

Un dels camps desenvolupats per la investigació de la comunicació social ha estat la descripció i anàlisi dels elements que configuren el sistema comunicatiu. Un dels instruments d'estudi són les polítiques comunicatives i culturals, que ajuden a dissenyar propostes per definir les funcions que han de complir els mitjans de comunicació en les societats democràtiques, així com la seua implicació i connexió amb altres sectors productius.

Aquests instruments d'acció política sobre la cultura i la comunicació han de relacionar-se amb l'espai social i l'estructura del sistema comunicatiu. L'aplicació de les polítiques culturals i comunicatives inclou els àmbits públics i els privats, així com tots els elements que incideixen en la producció i en les pautes de consum i ús social dels mitjans de comunicació. Són, en definitiva, una eina d'acció democràtica, necessària per a legitimar el paper d'arbitratge dels poders públics davant els conflictes d'interessos, socials, polítics i econòmics, que sorgeixen en el sistema comunicatiu, al si d'una societat complexa.

Aquesta perspectiva es recolza sobre la idea de l'establiment i l'estructuració d'espais de comunicació com a llocs d'intercanvi simbòlic entre els membres d'una mateixa col·lectivitat, normalment amb peculiaritats lingüístiques i culturals pròpies. Així, l'Estat de les Autonomies va significar canvis importants tant per a les estructures comunicatives i culturals com per a les polítiques comunicatives que han dut endavant els diferents governs i parlaments autonòmics.

Per tant, el marc normatiu per als mitjans de comunicació (en concret, la nova radiotelevisió en aquest cas) ha de començar a articular-se mitjançant l'aplicació de polítiques comunicatives i culturals, dissenyades bàsicament mitjançant aparells legislatius i tenint en compte tant la realitat del nostre entorn sociopolític i el concepte d'identitat cultural. La legislació, no obstant això, no pot ser l'única referència a tenir en compte, ja que les polítiques inclouen tot el procés de negociació, fins a arribar a l'aprovació de la llei, així com el seguiment i l'anàlisi del grau de compliment de les normes. Per tant, les proposicions, les esmenes, els debats i qualsevol tipus d'iniciatives (provinents tant de l'àmbit parlamentari com de l'àmbit social i professional) han de formar part de la reflexió i dels arguments utilitzats per a explicar i justificar el model de radiotelevisió que ha de regular-se.

Un parell d'exemples (explicats en aquest apartat i molt vinculats a la temàtica d'aquest informe) il·lustren bé el que afirmem: d'una banda, proposicions de llei (com ara la creació del Consell Audiovisual) que van desaparèixer durant el procés de tramitació parlamentària, i d'altra banda, una iniciativa legislativa (ILP) popular per a recuperar el servei públic de radiotelevisió que, tot i ser considerada un èxit de la societat civil, va ser modificada a les Corts Valencianes amb objectius diferents als quals la motivaren. Són només dos exemples que ens situen en l'escenari de les polítiques comunicatives i culturals: la llei és un punt d'arribada, però el més interessant cal trobar-ho en el procés

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPai COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

de negociació (política, parlamentària, social i professional) que ens du cap al text legal. Si aquest procés és obert, participatiu i transparent, serà més fàcil arribar al consens a l'hora d'aprovar la norma.

2.2. Model normatiu de RTVV: balanç

El marc normatiu de l'espai comunicatiu valencià s'inicia amb l'Estatut d'Autonomia (article 37), que estableix les competències de la Generalitat Valenciana sobre els mitjans de comunicació social. La Llei orgànica 12/1982 va atorgar el traspàs a la Comunitat Autònoma de les competències estatals que estaven recollides en l'Estatut i que no es trobaven incloses a l'article 148 de la Constitució espanyola, mentre que el Reial decret 1126/1985 va aprovar el traspàs efectiu de competències per als mitjans de comunicació.

Una vegada aprovada la Llei 7/1984, de creació de RTVV, requisit establert per la Llei reguladora del Tercer Canal, el Reial decret 320/1988 concedeix a la Comunitat Valenciana la gestió directa, per al seu àmbit territorial, del tercer canal de televisió, de titularitat estatal. El preàmbul de la llei de RTVV destacava el caràcter democràtic de la seua gestió: el Consell d'Administració, òrgan elegit directament per les Corts Valencianes, ha de fer la proposta de nomenament del Director General, la qual cosa era una novetat respecte de la legislació estatal i respecte d'altres radiotelevisions autonòmiques.

Malgrat això, les novetats introduïdes van fracassar i no van ser suficients per a eliminar els mecanismes d'ingerència política en la gestió dels mitjans audiovisuals públics. L'exemple del nomenament del director general de RTVV, l'apartat de la llei més debatut al Parlament autonòmic, demostra que les bones intencions no són suficients en política: el Consell d'Administració, que havia de proposar el nomenament del director general, encara no estava constituït legalment quan la premsa valenciana ja havia publicat el nom del candidat.

L'article 25 de la Llei 4/1983, d'Ús i Ensenyament del Valencià, afirma que el Consell vetlarà per una adequada presència del valencià en les emissores de ràdio i televisió públiques i privades. Un altre objectiu era aprofundir en l'autogovern i possibilitar l'aspiració del poble valencià d'expressar-se i comunicar-se en la llengua pròpia. Els mitjans de comunicació públics constitueixen el suport idoni i la radiotelevisió autonòmica ha de ser el vehicle de recuperació per a superar la relació de desigualtat entre les dues llengües oficials.

El model de RTVV és conseqüència del procés de descentralització audiovisual, però al capdavant la seua configuració és deutora i no ha estat massa diferent respecte del model estatal de Radiotelevisió Espanyola. Arran de l'arribada del Partit Popular (1995) al govern de la Generalitat Valenciana, es van plantejar diverses reformes del model de RTVV, però més enllà d'algunes modificacions legals puntuals, no es van fer efectives fins l'aprovació de la Llei 3/2012.

Així, per exemple, l'expresident de la Generalitat, Eduardo Zaplana, va proposar la privatització de determinades àrees de gestió (programes, informatius i publicitat) de

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

l'ens públic RTVV, una iniciativa que els tribunals de justícia van considerar una privatització encoberta de l'ens públic autonòmic i que van declarar nul·la per ser contrària a la legislació vigent en aquell moment. Un altre exemple és la constitució a les Corts Valencianes, l'any 1999, d'una comissió parlamentària específica per a analitzar diferents alternatives en la gestió de Radiotelevisió Valenciana. Finalment va ser clausurada, anys després, sense cap resultat concret, en l'etapa de l'expresident Francisco Camps.

Aquests intents de reforma estaven d'alguna manera relacionats amb els greus problemes econòmics i financers que anava acumulant RTVV, tal com assenyalava la Sindicatura de Comptes en els seus informes anuals. Els problemes de finançament eren causats, d'una banda, per una notable baixada de les subvencions públiques i dels ingressos publicitaris, i d'altra banda per un fort creixement dels costos de producció i de personal. També s'han de tenir en compte les transformacions del sector audiovisual (expansió de les plataformes i els operadors digitals, especialització temàtica de l'oferta televisiva, convergència amb la telemàtica i les telecomunicacions), que han afectat el paper i les funcions socials tant del servei públic de comunicació com de les radiotelevisions autonòmiques.

A partir d'aquell moment, el debat polític i legislatiu va derivar cap a la creació del Consell Audiovisual Valencià i l'impuls a la TDT local i autonòmica, dues qüestions en les quals no es va arribar a cap consens i que van generar fortes controvèrsies. Un bon exemple és la tramitació de la Llei 1/2006, del sector audiovisual, ja que els grups parlamentaris en l'oposició (grup Socialista i grup l'Entesa) no estaven d'acord amb el model de Consell Audiovisual i la reforma legislativa de RTVV plantejada pel grup Popular.

Així, una llei que pretenia la regulació integral del sector audiovisual, atesa la manca de consens i d'acord parlamentari, va deixar sense efecte la reforma de RTVV i va deixar pendent la regulació del Consell Audiovisual, tot i que s'havien presentat i debatut tant la proposició del grup Popular com la proposta del grup Socialista.

L'únic objectiu d'aquesta regulació va ser, finalment, l'ordenació de la Televisió Digital a la Comunitat Valenciana, un altre element que ha estat motiu de crítica política tant pel procés de concessió i repartiment com per les posteriors denúncies i sentències judicials (anul·lant part de les concessions), un seguit de circumstàncies que han derivat en l'actual i fallit model de la televisió local i autonòmica.

Aquesta llei va permetre l'aparició de la televisió digital privada autonòmica (dos canals de gestió indirecta a través de concessió) i va ordenar les televisions digitals locals (quatre canals per demarcació). Altres mesures se centren en el foment i promoció de l'activitat audiovisual, a donar suport a les activitats de recerca, formació i desenvolupament, així com a consolidar l'estructura empresarial i la indústria audiovisual valenciana. D'altra banda, resulta cridaner que el text no faça referència a les mesures per a fomentar el pluralisme o per a limitar els processos de concentració.

Com dèiem, la reforma de la llei de creació i del model de RTVV no va arribar fins al juliol de 2012, mitjançant la Llei 3/2012. Assenyallem en aquest cas una incongruència, almenys temporal, ja que la reforma legislativa estatal, que permetia modificar els

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

models de gestió de les radiotelevisions públiques, es va aprovar unes setmanes més tard.

Aquesta llei plantejava un nou Estatut per a Radiotelevisió Valenciana i preveia la liquidació i substitució de l'ens públic RTVV per una nova societat pública, Radiotelevisió Valenciana SAU (una entitat mercantil la Junta General de la qual quedava constituïda pel mateix Consell de la Generalitat Valenciana). Aquesta societat es constitueix mitjançant la fusió, per absorció, de Televisió Autònoma Valenciana SA i Ràdio Autonomia Valenciana SA, una vegada restablert l'equilibri patrimonial de les dues. Un administrador provisional únic havia d'encarregar-se de l'administració i representació fins al nomenament per les Corts Valencianes dels membres del Consell d'Administració.

Amb aquesta reforma, Radiotelevisió Valenciana SA se subroga tots els contractes, els drets (inclosos els drets de propietat intel·lectual i industrial) i les obligacions de l'entitat pública RTVV, a més de subrogar-se els drets i obligacions de naturalesa laboral i de Seguretat Social respecte del personal de RTVV. Una vegada realitzada la fusió, es planteja la dissolució, liquidació i extinció de l'ens públic Radiotelevisió Valenciana. Es procedeix a finalitzar les relacions jurídiques que estaven pendents en la data de dissolució, així com a la liquidació, alienació i extinció dels béns, drets i obligacions que integren el patrimoni de RTVV. Després de la fusió va quedar suprimit el Consell d'Administració i la Direcció General, que són substituïts per una comissió liquidadora de tres membres que assumeix la gestió durant el procés.

Mentrestant, a l'agost de 2012, es va dur a terme un primer expedient de regulació d'ocupació (ERO) per a reduir la plantilla de RTVV (d'uns 1.800 treballadors a uns 500 treballadors), basat en un informe de la consultora privada Pricewaterhouse Coopers. La nova RTVV SAU va continuar amb la tramitació de l'esmentat ERO i va elaborar un contracte-programa, signat el 9 de juliol de 2013, en el qual s'establien els continguts, objectius i programació de servei públic de la nova RTVV.

Contra l'esmentat ERO es varen presentar diverses demandes judicials, les quals van acabar amb una declaració de nul·litat, segons la sentència núm. 2338/2013 del Tribunal Superior de Justícia de la Comunitat Valenciana. La sentència es va fer pública el dia 5 de novembre de 2013 i l'endemà, Alberto Fabra, aleshores president de la Generalitat Valenciana, va declarar impossible assumir el manteniment de RTVV i va anunciar que l'única eixida possible era el tancament d'una institució que havia sigut reformada tan sol uns mesos abans.

El Grup Popular va aprovar la Llei 4/2013, de supressió de la prestació dels serveis de radiodifusió i televisió d'àmbit autòmic, de titularitat de la Generalitat, així com de dissolució i liquidació de Radiotelevisió Valenciana SAU. Amb aquesta llei es derogava la Llei 3/2012 i s'autoritzava al Consell, una vegada constituït en Junta General d'Accionistes, a procedir a la dissolució, extinció i liquidació de Radiotelevisió Valenciana SAU.

Aquest segon ERO, el d'extinció, s'ha fet ja efectiu, encara que hi han demandes individuals interposades, així com la demanda col·lectiva presentada per la CGT. La tramitació d'aquesta demanda davant l'Audiència Nacional està suspesa com a

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

conseqüència de la presentació, al febrer de 2014 i per part del PSPV-PSOE, d'un recurs d'inconstitucionalitat contra la citada Llei 4/2013.

Després del tancament de RTVV es va constituir la Comissió Promotora de la Iniciativa Legislativa Popular (ILP) per un servei públic de ràdio i televisió en valencià. El text va comptar amb el suport d'unes 90.000 signatures i va posar de manifest que la Comunitat Valenciana és l'única autonomia que posseeix llengua pròpia i que no disposa de mitjans públics. La ILP va ser admesa a tràmit, per unanimitat de tots els grups polítics, en les Corts Valencianes i va ser debatuda en seu parlamentària.

Finalment, el Ple de les Corts, amb l'únic vot favorable del Partit Popular, que havia introduït esmenes en l'articulat, va aprovar la Llei 5/2015, de 2 d'abril, del servei públic de Radiotelevisió Valenciana. La comissió promotora va entendre que s'alterava el plantejament i els objectius inicials de la proposta, ja que els articles 6 i 7, així com la disposició addicional tercera, feien impossible en la pràctica la recuperació del servei públic de radiotelevisió.

2.3. Model normatiu de RTVV: reptes de futur

El passat mes de maig de 2015 es va obrir una nova etapa política a la Comunitat Valenciana i la qüestió de RTVV necessitava una resposta urgent arran de la constitució del nou govern. La primera mesura va ser nomenar un Alt Consell Consultiu de Radiodifusió, Televisió i Altres Mitjans de comunicació, a través d'un Decret del Consell, de juliol de 2015.

El Consell Consultiu haurà d'analitzar els diversos conflictes judicials que afecten a la Generalitat en l'àmbit del sector audiovisual i haurà d'analitzar, amb la participació dels representants polítics, socials i de la societat civil, les fórmules per a la prestació del servei públic de ràdio i televisió d'àmbit autonòmic, així com la regulació del Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana.

Els grups polítics signants del pacte de govern van presentar, el dia 17 de setembre de 2015, una Proposició de Llei per a la recuperació del Servei Públic de Radiodifusió i Televisió d'àmbit autonòmic, de titularitat de la Generalitat, que serà tramitada pel procediment d'urgència. En aquesta proposició de llei està prevista la retirada del recurs d'inconstitucionalitat formulat contra la Llei 4/2013, de 27 de novembre, la qual cosa facilita que l'Audiència Nacional jutge la demanda col·lectiva formulada contra el ERO d'extinció, de manera que es respecte el dret dels treballadors de RTVV a disposar d'una tutela judicial efectiva.

La Proposició de Llei reivindica el dret de la societat valenciana a disposar de mitjans de comunicació propis, pretén recuperar el servei públic de radiodifusió i televisió autonòmica i establir les bases per a un nou model que preste suport a la identitat, la llengua, la cultura i la vertebració territorial del poble valencià.

Aquesta proposta planteja que els continguts informatius han de respectar el pluralisme social i polític, així com basar-se en la informació de proximitat. El model preveu la integració dels serveis de ràdio, televisió, continguts sota demanda i en mobilitat, interactivitat, etc. La titularitat serà pública i la gestió directa, s'aposta per la qualitat i

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

adaptació a l'evolució tecnològica, una emissió oberta, gratuïta i en valencià, així com la submissió als mecanismes de control democràtic i parlamentari que asseguren la veracitat, pluralitat i participació. La posada en marxa dels diferents serveis que han d'integrar el model de radiotelevisió pública valenciana requerirà una memòria justificativa i la definició d'un sistema de finançament adequat.

A més, estan previstes les consultes als professionals del sector, a través del Fòrum Social de l'Audiovisual Valencià, així com la constitució en les Corts de la Comissió Parlamentària de RTVV, de manera que la tramitació de la futura llei de RTVV ja ha iniciat el seu camí.

2.4. Resum i propostes

En un sistema democràtic, les polítiques comunicatives i culturals són eines imprescindibles per a poder definir les estructures, els models de gestió i les funcions socials dels mitjans de comunicació: cal desenvolupar polítiques per als mitjans de comunicació i deixar de fer política utilitzant els mitjans de comunicació.

El balanç normatiu i legislatiu de RTVV indica que les variables en el funcionament i organització de l'ens públic Radiotelevisió Valenciana (model de gestió política i econòmica, criteris i graella de programació, producció pròpia, etc.) no van ser reformades ni actualitzades al llarg de les últimes legislatures. Malgrat els anuncis oficials, els successius governs de la Generalitat Valenciana no van plantejar canvis significatius en el model de gestió de RTVV fins arribar a 2012, com ho demostra el fet d'haver exclòs aquest tema en la llei general de l'audiovisual valencià.

No obstant això, cal tenir en compte nous factors que influeixen, de manera accelerada i constant, en el dinamisme del sector audiovisual i que exigiran polítiques públiques actives per a redefinir el model i el paper de la radiotelevisió autònoma en un escenari de futur: estem assistint a profundes transformacions amb l'expansió de les plataformes i els nous canals digitals, a nous models de negoci que traslladen els beneficis des de la producció cap a la comercialització i la gestió de drets d'emissió, s'observa ja l'especialització temàtica en l'oferta de continguts audiovisuals, es constata la convergència entre la telemàtica, les telecomunicacions i el sector audiovisual, etc.

Davant el repte que significa la recuperació del servei públic de radiotelevisió a la Comunitat Valenciana, cal fer les següents propostes des de la perspectiva del marc normatiu i legislatiu:

- Necessitem una política audiovisual centrada a potenciar i racionalitzar els recursos (econòmics, educatius, culturals, informatius, tecnològics) destinats a millorar la rendibilitat social de la Radiotelevisió Valenciana.
- S'ha d'iniciar un vertader debat democràtic sobre la funció social i el paper dels mitjans públics per a la societat, així com sobre la seua viabilitat econòmica. La transcendència i importància del servei públic en la consolidació dels valors i actituds democràtiques de la ciutadania no pot veure's amenaçada per una lògica mercantil que no té en compte els interessos plurals de la ciutadania.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- Hem de rebutjar una política audiovisual pensada per a una conjuntura determinada i adaptada, en els seus objectius i mecanismes, a situacions polítiques concretes: les reformes legals no han de tenir un caràcter instrumental i la responsabilitat dels poders públics a l'hora de regular els mitjans de comunicació exigeix coneixement de la matèria i consciència de la seua influència social.
- Respectar i potenciar el valor del professionalisme, característic en el periodisme de les societats democràtiques avançades, a l'hora de definir el nou model per a Radiotelevisió Valenciana: l'experiència professional, el saber fer i el fer saber està implícit en el contracte simbòlic del ciutadà amb els mitjans de comunicació.
- La recerca científica en aquesta matèria ha assenyalat els principals problemes relacionats amb els models de gestió i governança: la politització i governamentalització dels mecanismes de control i dels continguts informatius. Tot i que hi ha diverses fórmules que s'han aplicat per evitar aquests problemes, l'única mesura efectiva és recuperar la cultura de la transparència, del bé comú i de la gestió honesta dels recursos públics.
- Apostar per les funcions socials dels mitjans públics (veracitat, independència, cultura, educació, innovació, etc.) i confiar en una aliança entre la ciutadania, el món professional i el món acadèmic. Aquesta connexió entre les institucions i els representants polítics hauria de tenir l'objectiu comú de planificar i desenvolupar unes polítiques audiovisuals útils per a la societat i el teixit productiu de la Comunitat Valenciana.
- La radiotelevisió autonòmica ha de ser un motor per al sector audiovisual valencià i ha d'impulsar les iniciatives privades que, des dels diferents sectors professionals, incrementen l'oferta de continguts. La recuperació del servei públic ha d'anar acompanyada de mesures que ajuden i faciliten el treball de les productores i les diferents empreses que componen el sector audiovisual valencià.
- Les radiotelevisions autonòmiques formen part dels denominats mitjans de proximitat i són un factor determinant en la configuració i consolidació d'aquests espais comunicatius, especialment quan es tracta de comunitats autònomes amb llengua pròpia.
- La crisi i tancament de RTVV hauria de servir per a no repetir els errors del passat, sintetitzats en la utilització partidista, governamental i polititzada dels mitjans públics i hauria de servir també per a iniciar una gestió econòmica viable i sostenible, per a assegurar la prestació a la societat valenciana d'un bon servei públic de comunicació.
- Al marge de les diferents alternatives i propostes, el més important és aconseguir el consens sobre els punts essencials: entendre el paper dels mitjans de comunicació com un instrument de defensa dels drets fonamentals en una societat democràtica i com una eina per a desenvolupar funcions socials que

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

consoliden el creixement econòmic, el pluralisme polític i el foment de l'educació i la cultura.

3. MODEL DE GESTIÓ I GOVERNANÇA DE LA FUTURA RADIOTELEVISIÓ /

3.1. La Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC): cap a un nou model de gestió empresarial

La situació actual del sector audiovisual demostra que la qualitat de la nostra democràcia necessita uns mitjans de comunicació independents del poder polític. En aquest sentit, la crisi de RTVV i, en general, del model de les radiotelevisions públiques de proximitat a Espanya són un bon exemple per prendre consciència de la necessitat de crear òrgans de regulació i control (interns i externs) que ajuden a evitar una incorrecta gestió política i econòmica de les radiotelevisions públiques.

Un d'aquests òrgans de control són els Consells Audiovisuals o de Comunicació, presents a tots els països desenvolupats del món, que tenen com a missió vetlar per la qualitat dels continguts que emeten els operadors públics i privats, respectar els drets de la ciutadania i fer complir el marc legal existent. Una radiotelevisió pública de qualitat i el correcte funcionament dels òrgans de control són eines imprescindibles per aconseguir una ciutadania més crítica i una societat més desenvolupada.

Els mitjans de comunicació públics necessiten, per a la seua despolitització, independència i compliment de la normativa, òrgans de control capaços d'exercir les funcions de fiscalització i vigilància. Precisament, aquesta carència va ser una de les causes de la falta de respecte cap a RTVV com una institució imprescindible per al poble valencià, perquè no es van complir en gran part els principis de la Llei de Creació.

Davant la perspectiva d'una nova radiotelevisió pública valenciana, a la qual proposem anomenar **Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC)**, creiem imprescindible reivindicar l'aplicació d'un model de governança tan independent com siga possible respecte del poder polític. Aquesta nova manera de gestionar la radiotelevisió hauria d'estar basada en una relació oberta a la societat i en la constant rendició de comptes, amb mecanismes de coordinació no jeràrquica, en noves pràctiques col·lectives i formes més participatives, cada vegada més allunyades del principi d'autoritat i de la imposició unilateral (Fitó i Marzal, 2015; MESAV, 2015). D'altra banda, el nou model de gestió empresarial haurà d'apostar per la igualtat d'oportunitats d'homes i dones en l'accés als llocs de direcció i decisió.

Perquè la nova CVMC puga oferir un bon servei, de qualitat, és imprescindible que hi haja òrgans de control externs de la institució –el Consell Valencià de Comunicació, la Comissió de Control Parlamentari de les Corts Valencianes, i altres òrgans– ben definits pel que fa a les seues funcions i a la seua organització interna, així com òrgans de control interns –Direcció General de la CVMC, Consell d'Administració, Comitè de Redacció dels Serveis Informatius, Defensor de l'Audiència, Consell Assessor i Comitè d'Empresa–, que han de tenir una estructura, uns protocols de treball i un funcionament

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

que vetlen per a evitar les intromissions dels partits polítics en la gestió professional de la radiotelevisió, especialment pel que fa a la independència i al pluralisme informatius.

3.2. Òrgans de control externs

3.2.1. El Consell Valencià de Comunicació

La CECUV proposa el nom de Consell Valencià de Comunicació, en comptes del tradicional nom de Consell de l'Audiovisual Valencià per dues raons: perquè els actuals mitjans i sistemes de comunicació, arran de la digitalització i d'Internet, van més enllà de l'audiovisual com s'havia conegut fins fa uns anys, i perquè aquest Consell no només ha de tenir competències sobre els mitjans audiovisuals i sistemes interactius públics, sinó també sobre tot allò que afecte a la comunicació pública com són, per exemple, els ajuts públics o la publicitat institucional.

Des de la integració política d'Espanya en la Unió Europea (UE) estem obligats a complir el seu marc legislatiu. En 2008, el Consell d'Europa ja va fer una recomanació als Estats per a la creació d'organismes reguladors, amb l'objectiu d'assegurar la independència dels mitjans de comunicació públics. A hores d'ara, però, Espanya continua sense tenir una autoritat reguladora de l'espai comunicatiu, tot i que la Constitució espanyola inclou aquesta possibilitat en el seu article 20. La Llei de l'Audiovisual del 2010 també proposava la creació d'un organisme independent: el Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals (CEMA). No obstant això, durant la legislatura iniciada l'any 2011, no només no s'ha posat en marxa l'anomenat CEMA, sinó que les seues funcions s'han diluït dins la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència. D'altra banda, a la Comunitat Valenciana, el nou Estatut d'Autonomia preveu la creació i regulació d'un Consell de l'Audiovisual.

Malgrat totes aquestes recomanacions legislatives, tant comunitàries com estatals i autonòmiques, els valencians no hem pogut dotar-nos encara d'un organisme regulador, a diferència d'altres Comunitats Autònomes, com ara Catalunya i Andalusia, que sí que tenen.

3.2.1.1. Missió i funcions

Un dels principals defectes que ha caracteritzat RTVV ha estat el de la seua falta d'independència. La manipulació dels informatius i el biaix favorable al partit en el govern han estat una constant. En aquest sentit, l'etapa del PPCV ha superat àmpliament l'etapa socialista, encara que, curiosament, l'única condemna per manipulació va ser en l'època del Partit Socialista del País Valencià (PSPV). La falta de credibilitat dels informatius va contribuir a desprestigiar la cadena i a provocar la fugida de gran part de l'audiència. A més d'anar en contra de la deontologia professional, es vulnerava la nova llei de RTVV SAU, en concret, l'article 9.1, on s'afirmava que el servei públic de radiotelevisió «actuarà amb absoluta independència i transparència, sense que pugua rebre instruccions, directrius o qualsevol classe d'indicació imperativa del Consell ni de grups polítics, econòmics, socials o altres institucions o entitats».

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Per tant, el Consell és un òrgan imprescindible com a mecanisme per a vigilar la independència dels mitjans de comunicació públics. Només es poden garantir uns mitjans de comunicació públics independents si s'aconsegueix que els seus professionals treballen en llibertat, sense pressions de cap tipus. Per aquest motiu, es necessita un organisme regulador, que ordene el mercat audiovisual, amb autoritat i amb capacitat sancionadora, i que també supervise la concessió dels ajuts públics als mitjans valencians i el repartiment de la publicitat institucional (Generalitat, ajuntaments i diputacions) com a manera de garantir la pluralitat i l'equitat distributiva.

«...el Consell Superior Audiovisual (valencià i espanyol) hauria de convertir-se en una autèntica autoritat independent sobre tota classe d'operadors i concessionaris, de titularitat i/o gestió pública o privada, i amb competències reguladores i sancionadores sobre els continguts del sector, inclosos els formats i les vies de transmissió [...] hauria d'intervenir també en els processos de concessió i supervisar les xarxes de telecomunicacions del país. [...] que vetle per l'interès general i el dret fonamental a la informació i la llibertat d'expressió. Un òrgan que, a més, garantisca la imparcialitat, vetle per la qualitat, protegisca els drets de tots els agents socials, controle les emissions i, per descomptat, que tinga capacitat sancionadora. És imprescindible per a tot açò que siga un òrgan independent respecte dels poders legislatiu i executiu, i tinga una representació plural de la societat i incloga a tots els sectors i agents que intervenen com a productors i/o receptors d'aquests mitjans...» (Mollà, 2009: 154).

El Consell Valencià de Comunicació ha de gaudir d'autonomia, complir totes aquestes funcions i, a més, ser independent en les seues decisions. Ha de garantir que no es pressione els mitjans de comunicació –públics i privats– però, al mateix temps, ha de poder evitar ser pressionat.

A més de la vigilància del compliment de la llei, per a evitar abusos de poder en la concessió de llicències de senyal de televisió, és fonamental l'existència d'un òrgan independent que regule, des del coneixement i l'experiència, aquest tipus de llicències administratives. El Consell Valencià de Comunicació hauria de tenir poder de decisió i hauria de fer propostes per als càrrecs de Director General i els membres del Consell d'Administració de la futura radiotelevisió pública.

3.2.1.2. Composició i organització

Respecte a la seua composició, hauria d'estar format per professionals amb una trajectòria reconeguda i solvent. A més, la seua procedència hauria de ser variada, ja que el Consell ha de reunir persones de diferents àmbits (professionals, acadèmics, culturals i socials) que representen a la majoria de la societat civil valenciana. No obstant açò, un alt percentatge d'ells hauria de procedir dels diferents sectors que formen el panorama audiovisual:

«Tan important com les funcions del Consell és la composició, característiques i formes de nomenament dels seus membres, si és que es vol guanyar la credibilitat democràtica per la seua independència i capacitat tècnica.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

En un sistema democràtic, l'origen de la legitimitat del nomenament dels membres d'un organisme d'aquesta naturalesa, ha de correspondre al Parlament. Ara bé, les formes concretes d'aquest nomenament han d'afrontar un repte primordial: fer compatible el fet que els seus membres siguin "nomenats" amb el fet que siguin "independents". L'experiència demostra que la condició de ser "expert" en la matèria és necessària, però no suficient; sobretot quan predomina la fórmula i el criteri de quotes partidistes, aleshores els nomenats tendeixen més a ser representants dels grups que els han proposat, que a ser membres independents que representen a tot el Parlament que els ha triat per majoria qualificada» (Moragas i Prado, 2002: 23).

Proposem que el Consell Valencià de Comunicació estiga compost per set membres. Tots els seus membres estaran remunerats econòmicament per a garantir la seua dedicació, plena i exclusiva, i la seua neutralitat, i estaran sotmesos al règim d'incompatibilitats dels alts càrrecs de l'Administració autonòmica. Així mateix, els seus membres no tindran vinculació, directa o indirecta, amb els partits polítics o els sindicats i no tindran vinculació amb activitats professionals del sector audiovisual, en l'exercici del seu mandat.

Aquests membres han de ser proposats per, almenys, dos grups parlamentaris i es triaran per majoria de dos terços de les Corts Valencianes entre professionals de reconegut prestigi i experiència, preferentment en el sector audiovisual. I si no s'arriba a un acord, s'haurà d'arbitrar un procediment de nomenament perquè una minoria no pugua bloquejar el funcionament normal del Consell Valencià de Comunicació. Aquesta condició s'haurà d'acreditar mitjançant els seus curriculum i davant una Comissió parlamentària, que els entrevistarà i avaluarà. La cambra autonòmica proposarà, com a mínim, el doble de candidats que el nombre de membres que s'han de triar.

El president, que serà un dels membres del Consell, serà triat per aquests i serà nomenat pel Consell de Govern. Quant a la durada del seu mandat, un període de sis anys es considera raonable. També es poden establir torns de renovació parcial (cada dos o tres anys), de manera que no hi haja una coincidència de tots els seus membres durant un mateix mandat.

3.2.2. La Comissió Parlamentària de Control

Un altre òrgan de control extern de la nova CVMC ha de pertànyer a l'àmbit polític: les Corts Valencianes. El parlament valencià serà l'encarregat de sancionar, amb els seus vots, la designació del Director o Directora General a proposta del Consell Valencià de Comunicació, escollir la llista de candidatures al Consell d'Administració, escoltar, preguntar i debatre el Pla d'Actuació presentat pel Director o Directora General i fer un seguiment de la gestió en la comissió de control parlamentària:

És fonamental que tots els membres d'aquesta CCP, integrada pels grups de l'arc parlamentari, tinguen accés a la documentació que sol·liciten per a exercir correctament la funció de control, formulant preguntes i propostes d'actuació. La CCP s'ha de reunir regularment per a rebre les explicacions sobre la gestió política i econòmica de la CVMC. En moltes ocasions, el debat polític entès com a enfrontament

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

ha superat, lamentablement, a la recerca de solucions. Tampoc hi ha hagut transparència i no s'ha satisfet la petició d'expedients que s'han sol·licitat des dels grups polítics de l'oposició.

En el cas valencià, hi ha un estudi realitzat per López Cepeda (2013) que analitza la comissió de control parlamentari sobre RTVV en les Corts Valencianes. El treball estudia els últims vuit anys:

Taula 1. El control parlamentari de la radiotelevisió pública en Espanya. Característiques, funcionament i eficàcia

	Nombre d'intervencions	Participació		Tipus de mecanismes de control			Contingut	
		Govern	Oposició	Preguntes / Interpel·lacions	Sol·licitud de compareixences	Proposicions no de llei	Control sobre servei públic	Control sobre gestió econòmica
Comissió de RTVV (2003-2007)	11	0%	100%	9,1%	81,8%	9,1%	54,5%	45,4%
Comissió de RTVV (2007-2011)	21	0%	100%	14,3%	80,9%	4,8%	28,6%	71,4%

Font: López Cepeda (2013)

De les 32 compareixences, cap d'aquestes va ser sol·licitada pel Govern valencià. En gran part, en un 80%, es va sol·licitar la presència del Director General de RTVV per a preguntar i controlar aspectes relacionats amb el servei públic que prestava l'ens audiovisual valencià o la seua gestió econòmica. En aquells moments, ja era un escàndol el dèficit que acumulava el Grup RTVV. Destaca també l'increment del contingut econòmic en els debats de la comissió durant l'última legislatura analitzada (2007-2011).

3.2.3. La Sindicatura de Comptes i les auditories externes

De manera general, la nova CVMC haurà de sotmetre anualment la seua gestió pressupostària i comptable a la Sindicatura de Comptes de la Generalitat Valenciana, com és preceptiu amb totes les entitats, empreses, administracions i fundacions de caràcter públic, per a garantir un control estricte del seu nivell de despesa, vigilat les desviacions pressupostàries i/o la correcta justificació de les seues despeses i ingressos. Els òrgans de direcció de la nova CVMC hauran de donar compte i resposta a totes les observacions i recomanacions de la Sindicatura de Comptes.

3.2.4. Altres òrgans

Finalment, podem considerar com uns altres òrgans de control externs tant el Consell Valencià de Cultura com l'Acadèmia Valenciana de la Llengua. Són entitats que podrien realitzar, periòdicament, una valoració sobre l'evolució de la radiotelevisió pública valenciana referida al seu paper en la defensa i l'ús del valencià.

3.3. Òrgans de control intern.

Una vegada proposats quins haurien de ser els òrgans de control extern de la futura CVMC, hem de centrar-nos en els gestors i responsables directes de l'empresa i dels

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

òrgans de control interns. El CECUV proposa que siguen els següents: la Direcció General de la CVMC, el Consell d'Administració, el Comitè de Redacció del Serveis Informatius, el Consell Assessor, el Defensor de l'Audiència i auditories internes periòdiques efectuades pel Comitè d'Empresa.

3.3.1. La Direcció General de la futura RTVV

En el cas dels òrgans de governança, cal centrar-se en la part executora (la Direcció General) i la part de supervisió, anàlisi, proposta i aprovació de les línies programàtiques que s'han de seguir (el Consell d'Administració). En l'elecció de tots dos òrgans és fonamental el Consell Valencià de Comunicació, que haurà de triar qui dirigirà l'empresa i qui formara part del Consell d'Administració.

És imprescindible que per a dirigir un entramat empresarial tan complex com una corporació de ràdio, televisió i multimèdia hi haja un professional capacitat i coneixedor del sector audiovisual. Això, que pareix una banalitat, ha sigut pràcticament impossible en la història de RTVV. Fonamentalment perquè la decisió de l'elecció del director o directora general estava motivada per una qüestió de confiança política i no de mèrits professionals i coneixement del panorama mediàtic. L'elecció del màxim responsable de l'empresa ha variat amb l'entrada en vigor de la Llei de Reforma de l'Estatut de RTVV. En la Llei de Creació era el Govern valencià qui nomenava el Director o Directora General a proposta del Consell d'Administració, un òrgan que estava format seguint la proporció de forces polítiques representades en el Parlament valencià. Ambdós eren òrgans separats i tenien un mandat de quatre anys coincidint amb una legislatura.

Posteriorment, la nova Llei de l'Estatut de RTVV de 2012 incloïa canvis en el nomenament del director/a general. Ja no era el Consell d'Administració qui el proposava al Govern, sinó que es fa a iniciativa dels grups parlamentaris. La candidatura ha de rebre el suport de tres parts de la cambra autonòmica en primera votació. Si no ho aconsegueix, serà prou amb la majoria absoluta en una segona ronda. La diferència és de forma però no de fons ja que es necessitava continuar gaudint d'una majoria àmplia en les Corts per a assegurar l'èxit de la candidatura presentada. La designació política del càrrec continuava sent una realitat.

Per aquest motiu, s'hauria de buscar una fórmula que garantira la independència de l'òrgan competent en la decisió. El CECUV proposa que s'exigisca al director o directora general de la CVMC amplis requisits de capacitat professional així com que estiga sotmés a un règim d'incompatibilitats, tant audiovisuals com polítiques. És necessari que aquest òrgan de direcció i gestió siga triat pel Parlament autonòmic per majories reforçades i sempre per períodes superiors al de la legislatura. Així, la proposta del mandat seria de sis anys. El Consell Valencià de Comunicació seria l'encarregat de triar el candidat o candidata per a proposar-lo i votar-lo en el Parlament.

El procés de selecció hauria de ser intern. Durant aquest, se sotmetria a valoració i examen els programes de les diverses candidatures presentades. No seria descartable que es pogueren admetre candidatures voluntàries. Aquest segon procediment hauria de ser secret ja que l'experiència de Catalunya no ha sigut positiva. Hi ha hagut

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

candidatures de persones amb una trajectòria impecable, amb llarga experiència i solvència demostrada que han hagut de passar per un examen públic per a ser, finalment, rebutjades. La proposta de la persona idònia seria presentada, analitzada, debatuda i votada en les Corts Valencianes perquè aquestes l'aproven i faria falta l'acord de dues terceres parts del total d'escons. I si no hi acord, s'hauria d'arbitrar un procediment de nomenament perquè una minoria no puga bloquejar el funcionament normal de la CVMC.

Un altre aspecte controvertit es refereix a la relació del director o directora general amb el Consell d'Administració de la Corporació. Es considera incompatible que el director o directora general forme part del Consell d'Administració. La seua missió és ocupar-se de la gestió diària i de fer complir les línies traçades i debatudes en les reunions del Consell d'Administració, les competències dels quals són diferents (analitzar, debatre i controlar l'empresa). És un contrasentit que la persona responsable de la gestió presidisca –com ocorria en l'últim Consell d'Administració de RTVV SAU– l'òrgan que ha d'encarregar-se de controlar-la.

3.3.2. El Consell d'Administració

Per a la composició del Consell d'Administració del futur servei públic de radiotelevisió, la CECUV considera necessari comptar amb tres tipus de perfils que són complementaris:

- 1.- Experts en el sistema audiovisual, per a interpretar les seues lògiques.
- 2.- Gestors del complex sistema industrial que avui representa la televisió.
- 3.- Professionals amb experiència en la producció de continguts i en la selecció i difusió de la informació.

Segons el criteri del CECUV, el Consell d'Administració no hauria de ser l'últim referent en la definició de la missió i del contracte programa de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació sinó el seu executor o, en tot cas, el que hauria de presentar les seues propostes al Consell Valencià de Comunicació.

Respecte a la quantitat de membres, la xifra que fins ara el componia sembla encertada: nou consellers. Cal renovar completament, però, el sistema d'elecció. El Parlament valencià hauria de triar una llista de dotze iquinze persones amb una trajectòria reconeguda i que procedisquen d'àmbits relacionats amb el panorama professional audiovisual. Atesa la importància d'aquest òrgan de control intern, no pareix desgavellat que els futurs membres del Consell d'Administració compareguen en el Parlament, durant el procés de selecció, per a avalar la seua idoneïtat. Es promourà que als òrgans de direcció de la nova corporació com al Consell Valencià de Comunicació es tendisca a la paritat d'homens i dones, conforme a les polítiques d'igualtat de gènere. I si no hi ha acord, s'ha d'arbitrar un procediment de nomenament perquè una minoria no puga bloquejar el funcionament normal del Consell d'Administració.

Considerem que s'ha d'ampliar la formació del Consell d'Administració a altres professionals que no sols procedisquen del periodisme sinó també d'altres categories

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

professionals que hi ha en ràdio, televisió i en l'univers multimèdia. Hi haurien de formar part algun expert o experta en gestió empresarial, relacionat amb el camp audiovisual, representants de la societat civil –procedents del món acadèmic, d'associacions culturals i fundacions, que puguen demostrar un coneixement del camp de la radiotelevisió– i representants del sindicalisme amb més implantació en l'empresa. D'aquesta llista prèvia, formada per un grup d'entre dotze i quinze persones per a nou places, i a proposta de les forces polítiques, el Consell Valencià de Comunicació nomenaria als components del Consell d'Administració. Sempre, insistim, seguint uns criteris avalats per la trajectòria professional, mèrits i capacitat de les persones triades.

En aquest sentit s'hauria de considerar els consellers i conselleres com a professionals i se'ls exigiria un règim d'incompatibilitats amb qualsevol empresa pertanyent al sector audiovisual. Les incompatibilitats haurien de ser terminants amb la simultaneïtat de càrrecs –fins i tot de militància explícita– en partits polítics i departaments de comunicació o assessoria d'organitzacions governamentals. Així, doncs, es considera que el compliment estricte del contracte-programa, en el seu desenvolupament pressupostari, exigeix que els membres d'aquest òrgan de control intern siguen professionals independents, per a exercir correctament les seues funcions directives.

3.3.3. El Comité de Redacció dels Serveis Informatius

Cal recordar que RTVV va ser la primera empresa pública audiovisual d'Espanya que va tenir un Estatut Professional de la Redacció. El Comité i l'Estatut de Redacció van ser una reivindicació dels periodistes de RTVV. La iniciativa va sorgir de la mateixa redacció d'informatius i l'aprovació institucional es va produir en 1996. El text va ser aprovat per la Direcció General després d'unes llargues i intenses negociacions amb els responsables de TVV i els seus serveis informatius i es va incloure en el conveni col·lectiu. La història del Comité i del compliment de la norma és la mateixa que la de la trajectòria de l'ens públic: els màxims responsables no van respectar el marc acordat. Els membres dels comitès de redacció de Ràdio 9 i Canal 9 van ser perseguits i arraconats professionalment en una estratègia dissenyada pels directius de la casa (Fitó i Marzal, 2015).

RTVV va ser pionera en un fet important per a un mitjà de comunicació públic: la negociació, redacció, pacte i instauració d'un Estatut Professional que regulava les relacions entre els treballadors i treballadores dels serveis informatius i l'empresa. Per això el CECUV està a favor de la recuperació d'un òrgan de control tan important com aquest tot i que recomanem l'ampliació del cens perquè no estiga restringit només a periodistes i càmeres sinó que s'amplie a altres categories professionals que també intervenen en l'elaboració de la informació.

3.3.4. El Consell Assessor

La Llei de Creació de l'ens públic RTVV preveia tres òrgans de govern: la Direcció General, el Consell d'Administració i el Consell Assessor. Aquest últim òrgan no es va arribar a constituir-se mai.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

L'esperit del Consell Assessor era que les opinions de treballadors i de diversos sectors de la societat valenciana s'escoltaren en els altres dos òrgans de govern. La Llei ordenava que el Consell Assessor havia de ser convocat, almenys, trimestralment, pel Consell d'Administració i emetre un dictamen quan fóra requerit respecte a les competències que sobre la programació tenia atribuïdes. Mai no es va arribar a convocar i en la Llei de Reforma de l'Estatut de RTVV de 2012, el Consell Assessor va desaparèixer.

Des de la CECUV es considera important escoltar la veu de treballadors de l'empresa, de persones procedents del món de la cultura, de l'associacionisme, etc. Fins i tot, caldria promoure la introducció de mecanismes de participació (consultes públiques) de la ciutadania sobre mesures generals de gestió que ja es propicien en altres països europeus.

Per tot això, ens pareix raonable que en el Consell Assessor de la futura CVMC hi haja una menor representació dels partits polítics per a donar cabuda a importants institucions culturals i cíviques com ara Escola Valenciana, associacions de consumidors, editors, escriptors, les universitats públiques, etc., a més de representants de la plantilla de la futura CVMC, de les seues societats, del Consell Valencià de Cultura o del Govern de la Generalitat Valenciana.

3.3.5. El Defensor de l'Audiència

Tal com ocorre en altres cadenes públiques, el CECUV considera que s'hauria de crear la figura del Defensor o Defensora de l'Audiència en la nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. La seua missió és atendre les queixes dels usuaris, oients i espectadors per a traslladar-les als professionals i intentar solucionar els dubtes i problemes que sorgisquen. El Consell Assessor hauria de ser l'òrgan que fera la proposta del Defensor o Defensora de l'Audiència a la Direcció General, que hauria de ser un o una professional de reconegut prestigi, procedent de la mateixa plantilla de la CVMC. Així mateix, pareix raonable comptar amb un espai setmanal en la graella de programació per a canalitzar les queixes dels usuaris, oients i televidents; un espai que hauria de servir per a explicar a la ciutadania l'estructura de la nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació i els serveis que ofereix per a resoldre dubtes i rendir comptes sobre la programació que s'ofereix.

3.3.6. Les auditories internes

Prop del 60 per cent de la plantilla de l'antiga RTVV ha viscut en constant frau de llei en matèria laboral. Va ser la mateixa empresa la que ho va argumentar durant el període de sessions del primer expedient de regulació d'ocupació. Per aquest motiu, és necessari un òrgan de control intern com ara un Comitè d'Empresa que protegisca els treballadors i treballadores. Són essencials sindicats honestos que defensen els interessos laborals i no organitzacions grogues, impulsades des de l'empresa, que intenten dinamitar l'acció solidària. També és fonamental que hi haja una major implicació de la plantilla en les qüestions laborals, sindicals i, especialment, amb

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

actituds que demostren unió i solidaritat. Urgeix un canvi de tarannà de l'empresa en les seues relacions amb els sindicats, com a representants legals dels treballadors i treballadores, per a aconseguir unes condicions laborals dignes i que la veu dels assalariats/des siga escoltada i considerada. És necessari desterrar la desconfiança mútua i negociar per a obtenir un conveni col·lectiu satisfactori i que després siga respectat. Per a tot això s'han d'establir les responsabilitats de cada un i l'honestedat en la negociació. El Comitè d'Empresa té la missió i obligació de vigilar la transparència en les contractacions, en els processos d'oposició, formació i constitució de borses de treball.

3.4. Cap a un nou model de governança

Tal vegada, l'únic aspecte positiu del tancament injust de RTVV SAU és que es pot dissenyar un nou servei públic de ràdio, televisió i multimèdia amb la capacitat de correcció que ens dóna saber quins han sigut els principals errors comesos. En el sistema audiovisual i multimèdia públic valencià tot està ara per fer, regular i construir. La responsabilitat serà compartida. Els polítics, amb la seua funció legislativa, però amb el compromís de respectar la independència dels mitjans de comunicació públics, els i les professionals amb la seua capacitat, honradesa i rigor, i la ciutadania, amb el seu esperit crític i exigent, han de construir el futur panorama mediàtic.

3.4.1. Les obligacions de servei públic: el mandat marc

La Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació estarà subjecta al Mandat Marc. En l'article 41.1 de la Llei General de l'Audiovisual de 2010 d'àmbit estatal, s'especifica que els objectius generals de la funció de servei públic s'establiran normativament per a un període de nou anys. El seu desenvolupament i concreció per tots i cada un dels seus canals es durà a terme per a terminis inferiors, per mitjà de la subscripció per part de l'Estat i de les comunitats autònomes, en els seus respectius àmbits de competència. En els contractes programa s'identificaran, de manera expressa, els continguts de servei públic, concretant-se els percentatges de gèneres de programació que s'hagen d'emetre en els canals gestionats per un mateix prestador. El Mandat Marc és precisament el document que recull els objectius generals per un període determinat. A tall d'exemple els elements que hauria de contenir el Mandat Marc són:

- Objectius generals de servei públic:
 - Ser model de credibilitat i independència, respectant els principis ètics
 - Impulsar la promoció de l'espai valencià de comunicació
 - Fomentar la solidaritat, la participació, el pluralisme i l'esperit crític
 - Ser referent de qualitat, la qual cosa comporta:
 - a) Divulgar i socialitzar els coneixements intel·lectuals, artístics, científics, econòmics i tècnics, entre d'altres.
 - b) Impulsar la innovació i experimentació creativa i oferir un bon producte obert a noves idees i nous formats.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- c) Assegurar una oferta d'entreteniment que, amb criteris de qualitat, done serveis als diferents grups presents a la societat valenciana.
 - d) Assegurar la protecció dels drets dels consumidors.
 - Així mateix, caldrà facilitar l'accés de tota la ciutadania a les noves tecnologies de la informació i la comunicació, especialment a Internet, i al conjunt de dispositius digitals de mobilitat.
 - Finalment, la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació s'esforçarà per a cooperar amb tots els nivells del sistema educatiu tot aprofitant les sinergies per a contribuir tant a la millora dels seus productes audiovisuals com per a ajudar el sistema educatiu en la consecució dels seus objectius.
- Compromís amb la igualtat entre dones i homes.
 - Defensor de l'Espectador, oient i usuari de mitjans interactius.
 - Adequació d'horaris respecte a l'audiència potencial.
 - Manual de normes d'estil i línies de producció per als seus informatius amb l'objectiu de garantir el rigor periodístic i el bon ús del llenguatge.
 - Dret d'accés.
 - Línies estratègiques de continguts, emissió i producció, definint la naturalesa jurídica de la producció: producció aliena, producció pròpia interna i producció pròpia externa.
 - Contractació de produccions.
 - El model de gestió.
 - Innovació, investigació i desenvolupament del servei públic de la corporació.
 - Relacions institucionals.

Qui vetlarà per la transparència en la gestió i la rendició de comptes de la CVMC, així com del compliment estricte del Mandat Marc i del Contracte-programa en el seu desenvolupament pressupostari, serà el Consell d'Administració.

3.4.2. Transparència i rendició de comptes: mètriques de rendibilitat social

El bon funcionament i elecció dels òrgans que hem proposat no serà possible si no hi ha compromís, per part de les forces polítiques, de preservar la independència de la nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. No hi ha un altre camí per al benefici col·lectiu de la societat civil valenciana. L'anàlisi del nostre passat més recent ens permet prendre consciència que no ha sigut així al nostre país.

Cal preveure la creació de mecanismes per a garantir la correcta aplicació de les lleis, normatives, etc., que s'han de complir escrupolosament, si volem que el sistema audiovisual valencià siga sostenible.

És en aquest sentit que hem de fer referència al concepte de responsabilitat social (RS). Aquesta és una pràctica habitual entre les institucions i empreses més importants del món que treballen amb seriositat i rigor el tema de la reputació i la responsabilitat

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

social. A Europa hi ha tres exemples: les corporacions de radiotelevisió pública estatals d'Alemanya, Irlanda i el Regne Unit. En aquest context, es tractaria de descobrir noves formes de generar beneficis per a la societat però també de guanyar credibilitat davant la ciutadania.

És evident que una corporació pública de mitjans de comunicació encaixa perfectament en aquesta idea de la RS, perquè té l'obligació d'actuar de forma ètica amb la seua audiència i de transmetre valors democràtics. L'estricta compliment dels principis constitutius de la CVMC exigiria la realització d'informes anuals per a conèixer si la institució ha exercit una activitat professional coherent amb la seua missió com a entitat pública. En definitiva, una «auditoria deontològica interna» per a contrastar que la Corporació compleix fidelment els principis i objectius per als quals ha sigut creada.

En els darrers anys, podem constatar com algunes radiotelevisions públiques del Regne Unit (BBC), Alemanya (ARD i ZDF), Bèlgica (RTBF), Dinamarca (DR), Finlàndia (YLE) i Itàlia (RAI) han començat a realitzar habitualment el que es coneix com a **«proves d'avaluació del servei públic»**. La **prova del valor públic** (*Public Value Test*, PVT) és un doble instrument d'avaluació del servei d'interès social per a la societat i de l'impacte sobre el mercat d'una emissió audiovisual (Donders, 2011). Mesura i avalua, d'una banda, el valor afegit públic que un programa ha de tenir per a la societat i, per una altra, la repercussió comercial que pot provocar la seua difusió pel que fa als competidors privats. L'avaluació d'aquest valor social públic, que no és només patrimoni en l'economia moderna dels sectors públics, sinó també de les organitzacions no governamentals i les empreses privades, s'ha implantat en les radiotelevisions públiques fa una dècada (a la BBC, en 2004) (Campos Freire, 2015).

Cal assenyalar que el *Public Value Test*, en versió anglesa, o *Three Step Test*, en el model alemany, no és un mecanisme de rendició de comptes sinó un instrument de mesurament del valor públic i de l'impacte comercial d'un nou programa o servei dins del mercat audiovisual. La prova o test de valor públic es desenvolupa internament, a través dels òrgans executius i administratius de control de les corporacions, i externament sota la supervisió de les autoritats reguladores del sector audiovisual.

Tot seguit referenciem un llistat d'indicadors orientatius pel que fa a l'avaluació de la qualitat⁴:

- Índex de varietat programàtica general. Es mesura el conjunt de l'oferta en dos nivells: macrogèneres i gèneres. El primer és insuficient per a determinar l'abast de la diversitat. Per exemple, una cadena amb el 34% de la graella fonamentada en el macrogènere Ficció, aparentment seria més diversa que una altra amb el 44%. Però ho seria menys si comprovàvem que aquell 34% resultava d'una oferta del 25% de Cinema i un 9% de Sit-Com, mentre aquell 44% contenia un 12% de Cinema, un 11% de Sèrie, un 13% de Serial i un 8% de Sit-Com. El millor resultat en aquest cas és el de la combinatòria.

⁴ Proposta per al Contracte-Programa realitzada per Rafael Xambó al Consell d'Administració de RTVV S.A.U., en juny de 2013.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- Índex de varietat genèrica per franges horàries. La diversitat s'ha de garantir en totes les franges per a no discriminar cap segment del públic tot i que es poden establir correctius atenent a l'homogeneïtat de públic en una franja concreta.
- Índex de diversitat informativa. S'ha de garantir un ús ampli dels gèneres que componen el macrogènere Informació. S'ha de desplegar el conjunt de repertori dels gèneres informatius: Debat, Documental, Current Affairs, Contenidor, Reportatge, Entrevista, Cara a Cara, Magazine, Mini Magazine, News Magazine... A més, cal baixar a l'anàlisi del microgènere dels programes: cultura, política, economia, estils de vida, natura, història, etc, que ens informa dels seus continguts temàtics.
- Índex de pluralisme polític i social. Cal un tractament efectivament independent i que atenga als criteris de màxima exigència professional i disposar dels mecanismes necessaris per controlar el seu compliment així com per denunciar-ne les violacions.
- Índex de valors. Es tracta de mesurar els valors cívics, democràtics, socials i culturals dels continguts. Com a referència, es poden prendre, entre altres, la violència, els drets humans, el sexisme, el racisme, el respecte al medi ambient o la tolerància.
- Índex de respecte de l'audiència. Compliment escrupolós de la graella anunciada tant pel que fa a horaris com als continguts i programes anunciats.
- Índex de quantia i diversitat de l'audiència. La quota d'audiència és un paràmetre per al contracte programa, però cal alliberar la televisió i la ràdio públiques de la tirania absoluta del share. Cal que l'èxit de la quantitat siga complementat per l'èxit de la qualitat, és a dir, arribar a tots els segments de la societat valenciana.
- Índex d'èxit de target. S'han de satisfer els gustos de les majories i també de les minories, per això la quota absoluta d'audiència no és l'únic indicador. Per a arribar a un grup minoritari, el share general pot baixar, en canvi seria un èxit compensat pel fet d'arribar al públic específic que ens havíem marcat.
- Índex d'innovació. Els mitjans públics han d'assumir el repte de l'experimentació per tal de promoure la innovació de l'oferta programàtica i els formats. Cal destinar recursos a la innovació i transferir els resultats a les graelles. En primera instància, la transferència se situa en els canals complementaris per a després arribar al canal generalista. S'han de garantir les condicions que permeten la implantació amb èxit: resistència en antena el temps necessari per a incidir en l'educació social del gust. Quan els formats nous de la ràdio i la televisió públiques són imitats per les privades, s'ha contribuït a elevar el nivell mitjà de l'oferta.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- Índex de saturació publicitària. Respectar les obres i l'audiència limitant i regulant la inserció dels blocs publicitaris. Respectar la lògica narrativa.
- Índex de motor de la indústria audiovisual. Cal prendre en consideració no només el volum de les coproduccions, la producció d'encàrrec o la compra de productores valencianes, sinó també la contribució a l'assentament de productores amb capacitat per promoure projectes de producció autònoms i destinats a altres cadenes i al mercat internacional.
- Índex específic de compliment del mandat marc quant a programació:
 - Quota de penetració marcada com a objectiu
 - Quota de producció pròpia i pròpia externalitzada
 - Quota de producció aliena
 - Quota de compra de programes
 - Quota de programes informatius
 - Quota de programes infantils i juvenils
 - Quota de programes per a minories
 - Quota de programes sobre cultura
 - Quota de programes de debat

D'altra banda, només és possible aspirar a una independència, estabilitat i autonomia reals en la gestió d'una nova CVMC si la institució compta amb un pressupost econòmic suficient i proporcional a la qualitat que es propose aconseguir. És per això que la nova CVMC ha de finançar-se per mitjà d'un contracte-programa que determinarà el seu nivell de despesa màxima per un període no inferior a tres exercicis, per a permetre una planificació a mitjà termini. Aquest finançament es completarà amb l'emissió de publicitat i el patrocini.

En definitiva, la nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació hauria de basar-se en un model de gestió professional i cooperatiu, obert a la societat, transparent en la seua gestió, basat en mecanismes de coordinació no jeràrquica, en noves pràctiques col·lectives i formes més participatives, a fi que la ciutadania pugua sentir que la nova CVMC els pertany i els representa.

3.4.3. L'autonomia financera i la pluralitat: el contracte-programa.

El **model de gestió** de la nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació ha de basar-se en un contracte-programa que determine el pressupost i les condicions del servei públic. Aquest contracte-programa determinarà el nivell de despesa màxim de la CVMC. Considerem que aquest període no ha de ser inferior a tres exercicis, per a permetre una planificació a mitjà termini. A més del finançament via contracte-programa, la nova radiotelevisió dels valencians i valencianes també s'haurà de finançar amb l'emissió de publicitat i el patrocini.

En el context de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, s'ha d'entendre la publicitat comercial també com una eina per al teixit empresarial valencià, com a

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

finestra per als anunciants locals i no locals. Es tendirà a emetre la publicitat íntegrament en valencià, com a estratègia per a normalitzar l'ús de la llengua pròpia, incentivant els anunciants que ho facen així. Es potenciarà també el finançament a través de l'explotació i comercialització de productes, afavorint la distribució de la producció audiovisual a través de mitjans que faciliten la penetració en els mercats i la presència de productes en qualsevol àmbit comercial.

3.5. Resum i propostes

La nova radiotelevisió pública dels valencians, el nom de la qual proposem que siga Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC) perquè incloga, a més de de la ràdio i la televisió, tots els serveis multimèdia que permet la tecnologia actual, s'ha d'entendre com un mitjà temàtic de proximitat. Un nou servei públic que no ha d'entrar en una lluita feroç per l'audiència, evitant així la competència amb les cadenes privades que tenen les seues lògiques comercials. Això no vol dir que renuncie a tenir una bona resposta del públic i que siga valorada per la majoria de la ciutadania valenciana. Aquesta aspiració s'aconseguirà en la mesura que ofereisca una programació pròxima, de qualitat i en valencià, fent bandera de la transparència en la gestió i de la independència política.

Cal preveure la creació de mecanismes que garantisquen la correcta aplicació de les lleis i normatives si volem que el sistema audiovisual valencià siga sostenible. L'anàlisi del nostre passat més recent ens permet prendre consciència que no ha sigut així en la nostra Comunitat. Els informes de fiscalització i auditoria d'entitats com ara la Sindicatura de Comptes han de servir per a corregir les desviacions pressupostàries que tota empresa, especialment pública, està obligada a respectar i tendir a millorar constantment la gestió d'aquests serveis públics.

Per a vetllar per l'estricta compliment dels principis constitutius de la CVMC és necessari que anualment es compte amb una auditoria deontològica i ètica interna per a confirmar que es compleixen els principis i objectius pels quals ha sigut creat aquest servei públic. Aquesta és una pràctica habitual entre les institucions i empreses més importants del món que treballen seriosament l'àmbit de la reputació i la RSC.

En definitiva, la CVMC hauria de basar-se en un model de gestió professional i cooperatiu, obert a la societat, disposat a la permanent rendició de comptes i a la transparència en la seua gestió, basat en mecanismes de coordinació no jeràrquica, en noves pràctiques col·lectives i formes més participatives. Tot això amb la finalitat que els ciutadans puguen sentir que la CVMC els pertany i els representa.

El Comité d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes recomana les següents propostes:

- Crear el nou ens, **Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC)**, que inclourà els serveis públics de ràdio, televisió i multimèdia.
- Els òrgans de control externs haurien de ser el Consell Valencià de Comunicació, la Comissió de Control Parlamentari de les Corts Valencianes, la

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Sindicatura de Comptes i altres òrgans com ara el Consell Valencià de Cultura i l'Acadèmia Valenciana de la Llengua.

- Els òrgans de control interns haurien de ser la Direcció General de la CVMC, el Consell d'Administració, el Comitè de Redacció dels Serveis Informatius, el Defensor o Defensora de l'Audiència, el Consell Assessor i el Comitè d'Empresa.
- El Consell Valencià de Comunicació hauria de tenir competències reguladores i sancionadores sobre els continguts, els formats i les vies de transmissió. Així mateix, hauria d'intervenir en els processos de concessió i supervisar les xarxes de telecomunicacions. I també en la supervisió de la concessió d'ajusts públics als mitjans i del repartiment de la publicitat institucional (Generalitat, ajuntaments i diputacions).
- El Consell Valencià de Comunicació hauria de ser òrgan autònom i independent respecte dels poders legislatiu i executiu, que represente la pluralitat de la societat valenciana i que incloga a tots els sectors i agents que intervenen com a productors i/o receptors d'aquests mitjans.
- El Consell Valencià de Comunicació hauria de tenir poder de decisió i proposta per als càrrecs de Director/a General i els membres del Consell d'Administració de la futura CVMC.
- El Consell Valencià de Comunicació, hauria d'estar format per professionals amb una trajectòria reconeguda i solvent, de procedència variada, un alt percentatge dels quals hauria de procedir dels diferents sectors que formen el panorama audiovisual.
- Proposem que el Consell Valencià de Comunicació estiga compost orientativament per set membres. Haurien d'estar remunerats econòmicament i ser incompatible amb qualsevol altra activitat del sector. Un mandat de sis anys es considera raonable.
- Les candidatures al Consell Valencià de Comunicació es presentaran davant del Parlament valencià, on hauran de demostrar la seua idoneïtat en una sessió pública en la qual exposen el seu currículum i programa, on poden ser preguntats.
- El Parlament valencià serà l'encarregat de sancionar la designació del director o directora general a proposta del Consell Valencià de Comunicació, escollir la llista de candidats al Consell d'Administració, escoltar, preguntar i debatre el Pla d'Actuació presentat pel director o directora general i fer un seguiment de la gestió en la Comissió de Control Parlamentària.
- El CECUV proposa que s'exigisca al director o directora general de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació amplis requisits de capacitat professional així com que estiga sotmés a un règim d'incompatibilitats incompatibilitats.
- La Direcció General de la CVMC la triarà el Parlament autonòmic per majories reforçades i sempre per períodes superiors al de la legislatura. Es proposa un mandat de sis anys amb la possibilitat de repetir una sola vegada.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- El director o directora de la CVMC no hauria de formar part del Consell d'Administració.
- El Consell d'Administració hauria d'incorporar persones amb els següents perfils: experts en el sistema audiovisual, gestors del complex sistema industrial que avui representa la televisió i professionals amb experiència en la producció de continguts i en la selecció i difusió de la informació.
- Considerem que s'han d'incorporar al Consell d'Administració altres professionals que no sols procedisquen del periodisme sinó també d'altres categories professionals que treballen en l'univers multimèdia, així com representants de la societat civil -procedents del món acadèmic, associacions culturals i representants del sindicalisme amb més implantació en l'empresa.
- El nombre adequat seria de nou persones triades d'un interval d'entre dotze i quinze persones.
- Als membres del Consell d'Administració se'ls exigiria un règim d'incompatibilitats amb qualsevol empresa pertanyent al sector audiovisual i no podrien simultaniejar el càrrec –fins i tot de militància explícita- en partits polítics ni departaments de comunicació o assessoria d'organitzacions governamentals.
- Recuperació del Comité de Redacció dels Serveis Informatius i ampliació a totes les categories professionals que intervenen en l'elaboració de la informació.
- Creació efectiva del Consell Assessor amb una menor representació dels partits polítics i major presència d'institucions culturals i cíviques a més de representants de la plantilla de la futura CVMC, de les seues societats, del Consell Valencià de Cultura o del Govern de la Generalitat Valenciana.
- Creació de la figura del Defensor/a o Defensora de l'Audiència.
- La nova CVMC ha de finançar-se per mitjà d'un contracte-programa que determinarà el seu nivell de despesa màxima per un període no inferior a tres exercicis. Aquest finançament es completarà amb l'emissió de publicitat i el patrocini.
- La futura Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació haurà de sotmetre's a auditories internes i processos de control de qualitat externs com ara les «proves d'avaluació del servei públic», entre altres sistemes que es pugen aplicar, com a exercici de transparència i rendició de comptes a la societat.

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

4. CONTINGUTS I MODEL DE PRODUCCIÓ /

Proposem un nou model radiotelevisiu amb una clara vocació de posar en primer terme la qualitat dels seus continguts audiovisuals, des de la professionalitat, per a generar un sistema mediàtic robust, sostenible, transparent i que garantisca la pluralitat i el rigor informatiu. La nova corporació valenciana de mitjans audiovisuals ha de transmetre els valors de tolerància, de respecte a la diversitat funcional, a la pluralitat religiosa i ideològica, i ha de promoure una imatge de la dona no esbiaixada i més real, que ajude a construir una societat més justa i igualitària. Un mitjà de comunicació públic per a visibilitzar la societat valenciana en el sistema mediàtic global, en la consolidació d'un imaginari propi, en la difusió d'artistes, escriptors i científics, en la vertebració social del nostre territori i, naturalment, en el desenvolupament econòmic i la creació de riquesa. Una nova radiotelevisió valenciana dinamitzadora de les indústries culturals valencianes i garant de la normalització lingüística.

4.1. Consideracions generals

Els mitjans de comunicació públics són essencials per al foment i la protecció del patrimoni valencià, tant en l'àmbit sociolingüístic com també en l'econòmic, l'industrial, l'històric, l'artístic o el mediambiental. És per això que, els continguts d'aquests mitjans **han de ser íntegrament en valencià i reflectir la gran diversitat cultural que conforma el nostre patrimoni**, recollit en [l'article 1 de la Llei de Patrimoni Cultural Valencià del 2007](#). Atés que [la Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'Ús i Ensenyament del Valencià \(DOGV 1-12-1983\)](#) i la intermitència lingüística de RTVV no han aconseguit remuntar percentualment l'ús del valencià. Segons consta en [l'informe del Consell Valencià de Cultura \(CVC, 2014\)](#), sols el 29% dels estudiants estudia en valencià i en els darrers anys en ciutats com ara València, s'ha reduït l'ús del valencià en 10 punts. Aquesta situació demana una aposta clara i decidida pel valencià com a llengua vehicular dels mitjans de comunicació públics valencians. I molt especialment la futura radiotelevisió valenciana, que ha de tenir un paper clau amb un nou model plenament inserit en la multidifusió digital del segle XXI.

Apostar pels continguts de proximitat i confiar en el sector audiovisual valencià ha de ser un objectiu preferent. Estudis actuals de [l'EBU \(European Broadcasting Union\)](#) palesen que de tot allò que consumeixen audiovisualment els ciutadans europeus, el 78 per cent és de continguts nacionals o de proximitat. I la producció solvent i continuada d'aquesta mena de continguts només la poden assegurar els mitjans públics de qualitat.

Cal, doncs, una radiotelevisió vertebradora del territori, intercomarcal i connectada al món educatiu. D'una banda, s'ha d'atendre la vertebració del territori amb una programació comuna, on es reflectisquen tots els col·lectius socials, polítics, econòmics i culturals de la Comunitat. I d'altra, és important oferir una programació més pròxima als ciutadans, elaborada des dels diferents centres territorials de producció, aprofitant-ne els seus recursos tècnics i humans.

4.2. Continguts i formats audiovisuals

4.2.1. Els macrogèneres televisius a Espanya

La tendència general en els últims anys a les cadenes públiques la marca la pujada de l'entreteniment, tant en el grup de TVE que creix entre la temporada de 2006-07 i la de 2013-14 del 28,2% al 59,8%, com de les autonòmiques amb un creixement menor entre les temporades de 2003-04 i 2013-14 del 31,5% al 40,5%. El creixement del grup TVE dobla el de les autonòmiques i marca tendència a partir de la temporada 2010/11, que passa a emular descaradament el model de la televisió generalista comercial amb quasi el 52%.

D'altra banda, la ficció, com a referència de qualitat televisiva i de cost més elevat en la producció audiovisual, decreix en tots els àmbits televisius. TVE passa de la temporada 2004/05 a la 2013/14 del 35,7% a 15,8%, mentre que les autonòmiques baixen en menor proporció del 40 al 20,4%, i es manté en l'actualitat al voltant del 30%. En el cas de les cadenes generalistes privades la caiguda percentual és menor, ja que en els últims anys ja apostaven clarament per l'entreteniment.

Un comportament molt diferent és el que manifesten els índexs de programació en informatius i esports que es mantenen més estables en tots els àmbits televisius durant els últims anys. Els programes d'actualitat i noticiaris de TVE arribaren a moments àlgids en la temporada 2006-07 amb el 32,4% de l'oferta, amb fluxos habituals per damunt del 20%. Mentrestant, les televisions autonòmiques han pujat a penes uns punts en els últims anys per a situar-se en l'actualitat al voltant del 25% i les privades han fluctuat sempre a prop del 20%.

Per últim, els esports amb uns índexs molt reduïts de l'oferta televisiva aconseguixen antenitzar audiència puntualment. Destaquem que en el cas de les autonòmiques, han baixat del 8 al 4%, per causa dels drets d'antena, però la caiguda ha sigut més elevada en TVE, mentre que en les televisions comercials han pujat fins al 4%.

L'anàlisi dels continguts en les cadenes autonòmiques mostra un mapa divers. Euskal Telebista i TV3 encapçalen un model autonòmic de qualitat dels continguts, amb una representació clara del seu espai de proximitat. Els segueix TVG amb un perfil ajustat de programació televisiva que s'acosta al de les comunitats autònomes anteriors. I Canal Sur, amb un model més pròxim a les televisions generalistes espanyoles. Finalment hi apareix un altre grup amb un perfil externalitzat que aplega a les televisions privatitzades, com la 7RM de Múrcia, que ja estan lluny del model radiotelevisiu públic de proximitat.

Vista l'oferta dels continguts audiovisuals en els diferents àmbits televisius i les seues tendències en els últims anys, proposem un perfil de continguts per a la nova radiotelevisió valenciana, la qual naix en el nou context del multidispositiu i dins del flux de la multidifusió digital.

4.2.2. Els continguts radiotelevisius de proximitat en la cruïlla de la crisi econòmica i la digitalització

La graella de programació de la nova radiotelevisió haurà de tenir un equilibri entre els diferents gèneres i formats audiovisuals, amb l'objectiu d'aplegar a un gran públic. El perfil dels seus continguts s'han d'arribar des del model de televisió i de ràdio pública europea amb llengua i cultura pròpies. I a més, s'ha d'aprofundir en la realització de continguts de proximitat, en la mesura que Internet, el [*broadcasting*](#) i les tecnologies de proximitat ja coexisteixen en la multidifusió digital.

La Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes vol subratllar que quan parlem de continguts radiotelevisius de proximitat ens referim també a l'àmbit de la producció radiofònica, un mitjà de comunicació que té una gran capacitat de penetració entre l'audiència, principalment pel que fa al seguiment de l'actualitat informativa i que, a més a més, és un mitjà clau per a potenciar algunes indústries culturals com ara el sector musical o el teatre, en especial quan s'aposta per formats innovadors i per la producció de ficció radiofònica.

Un dels valors que cal destacar en aquests mitjans públics de comunicació audiovisual ha de ser l'oferta d'uns informatius de qualitat, i independents del poder polític. La resta de la programació s'ha de completar amb continguts que generen identificació amb el públic, sense perdre mai els estàndards mínims de qualitat. Dins d'aquests continguts hem d'incloure tant l'entreteniment de ficció com el de no-ficció.

Caldrà prioritzar els continguts de proximitat, fets amb criteris de sostenibilitat i capaços de connectar amb la societat valenciana. Per això, no tindria sentit que carregàrem la nova programació amb cinema nord-americà i altres continguts de producció aliena que es poden veure a les cadenes generalistes de l'Estat. Per tant, s'hauria d'invertir en altres continguts audiovisuals i també en drets d'emissió de ficció europea, segons les recomanacions de la directiva Televisió Sense Fronteres, que poques vegades s'ha complert al nostre país.

El moment actual és l'escenari ideal per a explorar amb noves idees i gèneres, apostar pel talent, la innovació i la creativitat. El consum audiovisual s'ha convertit en multiplataforma, i els continguts audiovisuals de la futura televisió pública han de mirar cap al transmèdia sense complexos. No podem ignorar que el consum audiovisual per Internet és un fenomen no ja de futur, sinó de present, i que inclou continguts televisius que, ateses les seues característiques, tal vegada més experimentals o minoritàries, no cabien en les programacions televisives de fa uns anys.

Haurem d'estar alerta pel que fa a l'abaratiment progressiu de les graelles perquè el *low cost* no significa una millor radiotelevisió. El més fàcil és, en nom de l'austeritat, abusar de les reposicions i de les tertúlies en plató, allargar els programes sense una bona planificació i emetre televenda o enllaunats de baixa qualitat i excessivament amortitzats, com han fet moltes de les cadenes de la TDT local i autonòmica privada de manera fraudulenta. Per tant, una televisió de proximitat que comença de cap nou ha de fer una aposta clara i decidida per la qualitat dels seus continguts realitzats des d'una cadena de producció adaptada a les noves sinergies i fluxos de la digitalització,

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

tot i bandejant la precarietat laboral en la cadena de valor i el malbaratament dels recursos tecnològics. Això imposa un nou model d'empresa i de gestió ajustats als temps de les indústries culturals contemporànies en el context de la Societat del Coneixement i la informació.

Passem, doncs, a descriure com quedaria la proposta de distribució de continguts per a la nova radiotelevisió valenciana, amb un canal principal adreçat al gran públic i un segon canal per a la innovació de formats i els nous usos de tecnologies, la nova "[televisió connectada](#)" orientada a l'audiència juvenil i els públics emergents que naveguen cada dia per la xarxa. A mitjà termini cal treballar en la perspectiva d'un canal d'informació de 24 hores. Mentre no es pose en funcionament, s'haurà de garantir a través del web corporatiu un canal informatiu.

4.2.3. Gèneres i formats per a la futura radiotelevisió valenciana

4.2.3.1. Informatius i actualitat

La radiotelevisió pública dels valencians i valencianes ha de satisfer el dret ciutadà a rebre informació lliure i veraç, així com facilitar l'exercici de la llibertat d'expressió de forma plural, oberta i horitzontal. Els informatius i l'actualitat de la nostra radiotelevisió pública han d'ocupar un quart de la programació. Aquests continguts han de procedir de la producció pròpia del canal a partir de professionals titulats, així com disposar de mitjans tècnics i recursos econòmics suficients per a oferir una informació de qualitat. Informatius, reportatges, dossiers, entrevistes, debats, magazins, *infotainments* i altres formats vinculats als continguts d'hibridació o els relats transmèdia, han de cobrir una programació atractiva i de rigor, desvinculada de l'espectacle televisiu i de la banalitat discursiva.

La nova radiotelevisió, a més de ser plural, en valencià, progressista i moderna, ha de tenir en compte la qualitat i el rigor dels seus informatius, tot seguint els principis de:

- Narrar els esdeveniments en compte d'encarnar-los.
- Fer del receptor un observador en compte d'embolicar-lo.
- Despertar en el receptor l'interès i les preocupacions en compte d'ocasionar-li només emocions i sensacions.
- Participar sobretot coneixements en compte de només vivències.
- Treballar mitjançant arguments en compte de fer-ho a través de la suggestió.
- Induir el receptor a comprendre en compte de fer-lo creure partícip.
- Esforçar-se perquè tot allò que s'hi presenta funciona per a una comprensió global en compte d'orientar-lo cap a un objectiu prefixat.
- Interrelacionar i contextualitzar els fets en compte de presentar-los aïlladament.
- I en darrer lloc, tenir present que la naturalesa és dialèctica en compte de mostrar-la com si fóra fatalista.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

La futura radiotelevisió pública es dotarà d'un manual corporatiu d'estil on es fixaran les línies mestres de qualitat tècnica, rigor dels continguts i l'ús dels registres lingüístics adients.

La concepció estructural de la redacció d'una nova radiotelevisió ha de ser diferent de la clàssica, i ha de respondre a les demandes actuals i de futur d'una ciutadania, que cada vegada està més vinculada a les xarxes socials i al consum de continguts audiovisuals des de la multipantalla. Per això cal pensar en una nova i extensa redacció. Aquest centre neuràlgic dels informatius cal relacionar-lo amb la ràdio pública, tot i que els processos de producció han de respectar les dinàmiques pròpies de cada suport, i també ha d'estar en connexió amb la Xarxa Intercomarcal de Mitjans de Comunicació, sense oblidar que convé cercar la col·laboració amb col·lectius socials, i fins i tot amb ciutadans bastant interessats en la informació (líders socials, actors culturals, estudiants de comunicació, etc.). Caldrà comptar, atesa la demanda continuada d'informació, amb equips permanents de periodisme d'investigació, integrats no només per periodistes, sinó també per especialistes i experts en ciències humanes, socials i jurídiques i de ciències i tecnologies. Per tant, la nova redacció hauria d'organitzar-se en aquests grans eixos:

- El que està passant (informació pròxima o no, destacada).
- El que ha passat recentment (ampliació –en temps i a fons- del més rellevant).
- El que ens cal entendre i/o saber (periodisme d'aprofundiment i d'investigació).
- El que circula en altres mitjans o en xarxes virtuals d'interés i que ens afecta com a país (no només enllaços, sinó sobretot mostrar les trampes informatives, les fal·làcies, les manipulacions, el que s'amaga, els interessos tèrbols, etc.).
- I el que els ciutadans i organitzacions, moviments, associacions, col·lectius... ens poden aportar. Periodisme de col·laboració ciutadana, que ha de comprovar-se, contrastar-se degudament i donar-li un format propi.

D'acord amb aquestes premisses s'ha d'ajustar el flux de treball dels professionals i dels equips tècnics de producció dels informatius de la nova corporació.

El Comitè de Redacció dels Serveis Informatius és un òrgan fonamental per a garantir la independència de la nova radiotelevisió del poder polític. El seu funcionament estarà regulat per un Estatut Professional de la Redacció que haurà d'estar votat per la mateixa plantilla dels Serveis Informatius de la radiotelevisió i s'arbitraran procediments de bones pràctiques professionals.

El director o directora general de la radiotelevisió proposarà els directors o directores d'Informatius, que hauran de ser professionals titulats de reconeguda i àmplia experiència. En el cas del responsable d'Informatius, el seu nomenament serà sotmés a consulta vinculant en la redacció en els termes que fixe l'Estatut de Redacció.

Aquests directors triaran entre la seua plantilla de professionals els diferents responsables intermedis. En el Departament d'Informatius, aquests nomenaments seguiran el mateix model de consulta que el del seu màxim responsable. En cas de

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

nomenaments anteriors a l'aprovació de l'Estatut de Redacció, aquests hauran de ser sotmesos a consulta amb caràcter retroactiu quan entre en vigor el text normatiu.

Els directors d'informatius i de programes cessaran automàticament en el moment que cesse el director general de radiotelevisió i no continuaran en l'empresa llevat que pertanyen a plantilla. Els altres càrrecs intermedis cessaran també del seu càrrec quan cesse el director d'informatius o de programes que els haja nomenat.

La Direcció General podrà comptar amb personal de lliure designació vinculat al seu projecte d'actuació; aquest personal no podrà superar aquest el 2% de la dotació de plantilla.

4.2.3.2. Ficció

La ficció audiovisual continua sent un valor per a l'imaginari col·lectiu de la societat del segle XXI. A escala local o regional les referències de proximitat envers la cultura, la política, la història, la geografia, l'economia, la llengua o els costums i tradicions poden ser elements vertebradors de la identitat i de la diversitat cultural. Les ficcions expliquen una societat, la recreen i n'ofereixen models positius alhora que ofereixen elements de reflexió, anàlisi i crítica o; contràriament, expressen en la seua mediocritat, en la baixa qualitat, en els dèficits de producció, la crisi social i la fractura cultural que s'hi pateix. La futura radiotelevisió valenciana hauria de tractar de produir ficció com una qüestió estratègica, perquè tota societat necessita contar els seus relats, revisar el seu passat, analitzar el seu present per mitjà de la narració, la imaginació i l'elaboració de mil i una històries. I si no les té, si no se les produeix, acaba consumint les dels altres mentre va perdent memòria, capacitat de reconeixement i identitat.

La ficció televisiva espanyola, malgrat la seua excel·lent salut en la producció de sèries, és una altra víctima de l'austeritat en la crisi econòmica espanyola, i ha minvat des de 2008/09, amb un 38,2%, fins a un 27,6% de la programació televisiva en 2013/14. Per això, la ficció hauria de reorientar-se gradualment per ocupar a mitjà termini una tercera part de la programació de la futura radiotelevisió, tot i tenint en compte que el seu cost és el més elevat en la producció de continguts audiovisuals. Cosa que, obligarà a fer una aposta decidida per la creativitat en nous formats i la introducció d'altres fluxos de producció per aconseguir productes més en l'òrbita de la multidifusió digital del moment, així com el foment des de l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA).

Canal 9 ja va iniciar una línia de producció de ficció televisiva a través de sèries que complien aquests objectius, encara que van tenir un desenvolupament desigual i una manca de continuïtat en la programació. *Russafa 56*, *Herència de sang*, *A flor de pell*, *Matrimonis i patrimonis*, *Maniàtics*, *L'Alqueria Blanca*, *Unió Musical Da Capo*, *Senyor Retor o Bon dia, bonica!*, en són exemple. Aprofundir en aquests gèneres és un repte per a la innovació en nous formats i narratives transmèdia. Aquest repte que necessita una aposta clara per la producció pròpia, així com coproduccions o produccions associades amb institucions i corporacions que tinguen un interès per aquest tipus d'iniciatives.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Una missió primordial de la programació de ficció haurà de ser atraure segments d'audiències tradicionalment allunyats d'aquest gènere, i només és possible recuperar-los trencant el cercle viciós de "la creativitat segons les dades d'audiència".

Per a una programació de sèries i pel·lícules de qualitat és necessari:

- Estimular la creació de projectes d'innovació narrativa, tant en l'estètica com en la temàtica.
- Orientar la proximitat cap a la difusió del patrimoni cultural i natural, així com de la memòria històrica.
- I educar en l'expressió de valors universals per a promoure la inclusió social, la tolerància, la solidaritat i l'activisme ciutadà i mediambiental.

Per tant, sèries dramàtiques, *sitcoms*, serials, mini sèries, llargmetratges, curtmetratges, dibuixos animats, *TV movies*, telefilms o nous formats transmèdia i de narratives d'hibridació han de tenir cabuda en la programació de la nova radiotelevisió valenciana, amb una presència que hauria d'estar en un principi en torn al 25% de la programació i progressar cap al terç de la programació. D'aquesta, la meitat procediria de la compra de drets d'antena de cinema i serials o *TV movies* procedents de la producció aliena estatal o internacional, i l'altra meitat de la producció pròpia externalitzada i de l'increment de les produccions associades. En qualsevol cas, les noves produccions pròpies o associades haurien de tenir una versió de subtitulació d'accessibilitat, d'acord amb i atenent-se a la regulació vigent. I totes les emissions de continguts de ficció internacional haurien d'emetre's també en versió original.

Quant a la producció s'ha d'orientar cap a models que permeten la diversitat de programes per a audiències específiques. Que es promoga la varietat de formats serialitzats, des de les minisèries i les sèries a la web sèrie, amb capítols de temps inferior als deu minuts. Això no sols afavoreix poder distribuir equilibradament els recursos en favor de les mitjanes i xicotetes empreses, sinó també poder crear més productes i amb això atendre a la varietat d'audiències.

4.2.3.3. Divulgació de coneixement i valors socials des de l'entreteniment

Les tendències marcades en les darreres dècades per l'espectacle televisiu i la banalització de la discursivitat televisiva a través de diferents formats de la telerealtat i *l'infoshow*, han devaluat la qualitat televisiva. I fins i tot, la hiperoferta de llicències de TDT dels darrers anys i la redundància de continguts en la multidifusió digital actual han reportat un clar increment de l'oferta audiovisual, però una davallada de la qualitat dels continguts. Tal vegada s'ha produït un abús del contingut audiovisual com a producte i no com a bé cultural, amb la pèrdua del valor inicial de la televisió com a servei general. Televisió que pretenia informar, educar i entretenir, i que finalment ha acabat devorada per l'entreteniment.

El valor dels continguts audiovisuals han de tornar a ser el centre d'interés principal de la nova cadena de valor. Ara les tendències de consum mediàtic ja no depenen tant de les cadenes i les audiències, si no cada vegada més d'un públic usuari que consumeix continguts audiovisuals concrets de forma puntual i aleatòria. Per tant, el centre

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

d'interés de la marca de la cadena televisiva està desplaçant-se cap a la marca de qualitat d'un contingut determinat.

Per tant, és el moment de revertir aquest procés de vulgarització dels continguts audiovisual amb la introducció de nous formats i adaptació d'altres que tinguen una funcionalitat polivalent, és a dir, un mateix format pot entretenir, informar i educar. Aquesta nova hibridació que va més enllà de la hibridació de gèneres està basada en un nou tractament narratiu que permet adquirir coneixements o valors al mateix temps que ens entretenim. Això vol dir que, ni tot l'entreteniment ha de ser necessàriament dolent, ni totes les sèries documentals han de ser avorrides. Aquest canvi de paradigma ha de ser un revulsiu important amb el disseny de nous formats audiovisuals de proximitat, complementaris i/o alternatius als que ens ofereix la televisió generalista o comercial.

L'auge en els darrers anys de formats híbrids més econòmics, on l'element central dels quals és la representació de la realitat contada d'una altra manera, pot ser una bona referència. Això sí, sempre que es porten a terme sota els criteris de servei públic. En aquest sentit, els anomenats *factual entertainment* i totes les variants sorgides de la barreja dels gèneres documental i d'informació amb altres fórmules provinents de l'entreteniment, com el *docu-reality*, el *docu-soap* o l'*infotainment*, entre d'altres, permeten desenvolupar continguts interessants per a contar els desitjos, les aspiracions o les pors d'una societat, les seues preocupacions i també les seues esperances. En definitiva, permeten, a través de la proximitat dels temes i els seus protagonistes, que una societat elabore el seu propi relat.

Aquest procés de doble hibridació té com a conseqüència un seguit de formats emergents que no pot defugir un nou mitjà audiovisual de proximitat, on els recursos humans i tecnològics res tenen a veure amb els conglomerats comercials de la comunicació o les grans corporacions públiques.

També cal fer constar que, el documental en l'última dècada ha sabut encaixar-se en el flux digital de l'actual sistema mediàtic, ocupant noves i velles finestres que van des de les sales cinematogràfiques fins a la multidifusió a través de la xarxa. Una vegada més, davant dels grans reptes i revolucions tecnològiques, ha sabut adaptar-se i revalorar-se. Fins i tot, es podria afirmar que ha resultat enfortit en l'Era Digital. D'altra banda, el documental en el nou mitjà de comunicació ha de jugar un paper determinant amb la introducció de nous formats com els *docuweb* o els documentals interactius, que són part habitual del flux de vídeo *en línia* en la navegació per a qualsevol internauta.

L'aposta per aquests nous formats seriatos d'hibridació plenament lligats a l'entreteniment televisiu i a la producció pròpia haurien d'ocupar una franja significativa de la programació de la nova radiotelevisió valenciana en torn al 25%. Els formats propis de l'entreteniment a través del fals directe i lligats a la producció pròpia de la casa (*talk-shows*, *realitys*, humor o concursos) haurien de ser reconduïts en el seu tractament per a revaloritzar els seus continguts, i haurien d'ocupar al voltant d'un 15% de la programació.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

La graella de programació de la nova radiotelevisió pública ha de deixar espais per a l'emissió de programes d'humor preferentment de caràcter local on es retrate també la realitat social, política i cultural del nostre país. L'existència d'aquest tipus de programes en les radiotelevisions públiques és un símptoma molt clar de la maduresa de la societat en la qual vivim i, a més, contribueixen saludablement a la cultura política autocrítica.

4.2.3.4. Esports

En aquest punt hem de diferenciar amb claredat entre allò que entenem com a programa d'esport i allò que habitualment coneixem com a programa d'informació esportiva. El primer cas tindria com a objectiu bàsic l'entreteniment de l'audiència sense menysprear la càrrega informativa i emotiva, mentre que el segon forma part de les seccions tradicionals dels serveis informatius. A més a més, considerem que els programes d'esports haurien d'anar més enllà de les retransmissions, en directe o en diferit dels esdeveniments esportius. L'esport hauria de ser tractat d'una manera transversal incloent-los en diversos macrogèneres i amb formats d'hibridació i d'infoentreteniment on es mostra la quotidianitat i la proximitat dels personatges. D'aquesta manera, la pràctica de qualsevol esport de proximitat i les vides dels col·lectius humans que hi estan representats podrien servir per a l'argumentari de les sèries de ficció, com ho va ser *Unió Musical da Capo* respecte de les bandes de música, o d'altres formats de docurealitat i concursos on les activitats esportives estigueren presents.

Cal donar rellevància als esports minoritaris i més específicament valencians, com la pilota, dels quals difícilment en parlen la resta de mitjans. En aquesta línia, a més de les competicions habituals, caldrà realitzar reportatges, entrevistes i perfils de professionals esportistes valencians per a fomentar el planter valencià en diferents especialitats. I també potenciar altres esports, que encara que no siguen considerats minoritaris quant al nombre de seguidors i practicants, sí que ho són des del punt de vista de la categoria en què juguen. Estem referint-nos a clubs de lligues inferiors, i també a les Competicions Autòniques d'Esport Universitari (CADU) que no arrossegueu públics majoritaris però sí que serveixen per al foment de l'esport de base. Això no suposaria grans despeses, ni segurament importants quotes d'audiència, però sí una rendibilitat social que només un mitjà públic està en condicions de fer.

D'altra banda, s'ha de ser molt restrictius en el finançament i el pagament de drets d'emissió en grans competicions esportives, que en general tenen uns preus desorbitats. Defensem que la radiotelevisió pública no ha de contribuir al foment de la mercantilització extrema dels grans espectacles de l'esport per a les masses. Per descomptat que es pot tenir accés a resums en imatges dels partits i de les curses, però aquests esdeveniments no s'oferirien en directe ni al complet.

La franja de programació esportiva hauria d'estar al voltant del 5% i seria coberta íntegrament per la producció pròpia de la casa, tret de les retransmissions d'aquells esdeveniments esportius d'interés general i que la normativa actual permet i poden ser emesos per les televisions públiques, en aquest cas dins de l'àmbit de la FORTA.

4.2.3.5. Programació infantil i juvenil

La majoria d'informes i articles científics relatius a la programació infantil i juvenil descriuen el seu descens general en els últims anys. Han anat desapareixent de la graella setmanal dels primers canals i cadenes generalistes per a desplaçar-se als segons canals i cap a canals temàtics específics, que acumulen una major oferta. Açò sembla multiplicar les hores dedicades a xiquets i joves, però en cap cas significa un augment dels programes produïts, ni de la seua qualitat o varietat. Una vegada més, comprovem que més hores de televisió signifiquen una repetició de continguts en bucle i una davallada de la qualitat del contingut. També crida extraordinàriament l'atenció l'escassetat de formats, amb xifres sempre desproporcionades d'animació estrangera, especialment nord-americana, i l'absència quasi total de programes educatius. Aquesta tendència és global i ha arribat fins i tot a incidir en alguns dels països més sensibles amb la programació infantil, com és el cas de Suècia.

A aquesta fragmentació dels continguts infantils i juvenils en les pantalles televisives, cal afegir-hi el temps que li dedica aquest *target* poblacional al televisor, que encara se situa per damunt dels 150 minuts diaris, però la tendència és descendent front als diferents dispositius de recepció audiovisual en mobilitat. Per tant, aquesta tendència i el seu impacte en valors, coneixements i hàbits, ens obliga necessàriament a proposar una televisió autonòmica que assumisca aquesta paradoxal situació mitjançant:

- Una programació infantil i juvenil present en tots dos canals en funció del perfil del format.
- Respecte escrupolós a les franges horàries idònies per a la infància i joventut.
- Programació diferenciada per als diversos grups d'edats.
- Producció i adquisició equilibrada entre els àmbits de la ficció i els educatius.
- Publicitat restringida i en cap cas en conflicte amb els valors ètics propis d'un mitjà de comunicació públic.

I respecte a la producció, es considera recomanable:

- Proposar, tant en la ficció com en l'educatiu, una diversitat de formats i una innovació en les narratives.
- Iniciar un disseny transmedial als programes educatius, amb un paper orientat també a l'alfabetització i bon ús de les tecnologies.
- Estimular els formats educatius de proximitat, que es basen en la participació dels centres educatius i institucions culturals pròximes.
- Comprar o coproduir continguts preferentment de l'àrea europea i mediterrània.
- Signar convenis de coproducció en l'àmbit de les sèries d'animació i les sèries juvenils amb altres ens autonòmics.
- I com a premissa de tot això, que els programes infantils i juvenils transmeten continguts educatius en tota l'amplitud del terme i promoguen tots els valors ètics per a la convivència en igualtat i democràcia, especialment pel que fa als temes més sensibles, com el sexisme, la discriminació racial, la intolerància religiosa i la violència en qualsevol de les seues manifestacions.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

La programació infantil i juvenil formaria part dels macro contenidors de programació de ficció, entreteniment i nous formats d'hibridació.

4.2.3.6. Nous continguts: serveis @ i relats transmèdia

La segona finestra o canal de la nova radiotelevisió valenciana hauria d'acollir nous continguts que connecten la televisió clàssica amb la xarxa. La innovació en formats experimentals hauria de ser el seu referent, al mateix temps que hauria de donar pas a la connexió des de les noves tecnologies dels *Smarts TV* a l'accessibilitat no lineal de continguts audiovisuals, mitjançant el botó roig o altres eines de cerca. També hauria de ser el punt de trobada de molts projectes experimentals provinents dels àmbits educatius i culturals que han apostat per unes narratives innovadores mitjançant fórmules col·laboratives de producció.

Aquesta finestra hauria de generar uns continguts adreçats a un públic jove que ja està familiaritzat en la navegació a través de la xarxa, i al temps també hauria de tractar continguts de servei a la ciutadania que ja trobem *en línia* a través d'Internet.

A més a més, el segon canal permetria la connexió des del televisor a la Plataforma Tecnològica Multimèdia de radiotelevisió. D'aquesta manera la Plataforma Multimèdia, en connexió amb el departament encarregat de gestionar els continguts multimèdia, elaboraria programes d'última hora adaptats per a ràdio o TV que podrien ser rebuts per aquest segon canal. En el moment en què el tercer canal estiga en funcionament, es difondrà també per la plataforma multimèdia. Així, el segon canal i el tercer canal també actuarien com una porta d'entrada a la web TV de la nova televisió que oferiria tots els seus continguts de forma tematitzada per a un consum a la carta. D'altra banda, també s'haurien de generar continguts específics per a la Plataforma Tecnològica Multimèdia dissenyats específicament per a la web.

4.2.4. La producció de nous formats en la multidifusió digital

La presència de les diferents finestres televisives en la xarxa cada vegada serà més habitual amb l'ús de les tecnologies IP. La presència d'Internet en el televisor també comença a ser una realitat a partir de les eines participatives que ofereixen els *Smarts TV*. Ens trobem, doncs, en una situació en què el consum lineal tradicional de continguts audiovisuals conviu amb el consum no lineal dels serveis personalitzats que ofereixen els continguts *en línia* des de diverses plataformes.

Considerem que la televisió cavalca irreversiblement cap a la integració amb l'espai multimèdia i Internet. Els productes audiovisuals pensats des d'una perspectiva *cross-media* i realitzats sobre un model *crowdfunded*, comencen a plantejar de forma incipient nous esquemes de desenvolupament de projectes i noves sinergies productives. En aquesta fase, l'enfortiment i posicionament del sector públic és clau davant de la presència dels grans grups mediàtics en la xarxa, que poden acabar acaparant els grans portals que allotgen continguts audiovisuals.

També cal fer constar que les audiències s'han transformat en persones usuàries de serveis que acaben fent la seua programació favorita segons les seues preferències.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Per tot això, el productor i/o el distribuïdor de continguts audiovisuals, a banda de tenir en compte els *targets* tradicionals de territorialitat, sexe, extracció social o edat, haurà de considerar noves estratègies poblacionals, atès que el consum mediàtic cada vegada és més personalitzat i aleatori. Ens trobem, doncs, davant d'una nova forma de difusió dels continguts audiovisuals a través de diversitat de finestres, on conviu la teledifusió clàssica i els contenidors/agregadors de la multidifusió digital.

4.3. Modalitats de producció

4.3.1. Convivència de noves i velles modalitats de producció

La nova cruïlla audiovisual ens permet portar a terme una revisió dels conceptes clàssics de producció pròpia, que s'entenia com la producció feta per la cadena de televisió amb els mitjans interns, mentre que la producció independent era de vegades el sinònim de tot tipus de producció externa. Ara és necessari abordar el tema tenint en compte la participació de més agents en el procés productiu i més complexitat en la difusió. Hui la producció pròpia de les televisions va més enllà i s'externalitza mitjançant diferents fórmules. Ara bé, convé no confondre externalització amb privatització. La privatització implica un canvi de titularitat de l'àmbit públic al privat, mentre que en l'externalització la responsabilitat de la provisió del servei i de la qualitat d'aquest continua sent pública. Així doncs, en l'actualitat, les cadenes de televisió entenen la producció pròpia respecte als productes produïts en part o íntegrament per elles, amb la condició del control de la producció, de tenir reservats uns drets d'antena i ser propietaris de l'obra final produïda, és a dir, tenir el copyright de la cadena.

Per tant, avui la convivència de les modalitats de producció té diversitat de procedències:

- *Producció pròpia de la casa (in House)* realitzada a partir dels recursos propis de la corporació.
- *Producció pròpia externalitzada* produïda amb el sector audiovisual valencià.
- *Producció pròpia associada* realitzada amb la col·laboració d'institucions, corporacions o altre tipus d'associacions o col·lectius.
- *Producció pròpia provinent de donacions* de persones o entitats públiques o privades.
- *Producció aliena* o de compra de drets d'antena provinent de la indústria audiovisual (cinema i televisió).

4.3.2. Funcionament dels modes de producció per macrogèneres en la televisió espanyola

A continuació estudiem el comportament de les diferents modalitats de producció en l'última dècada en el marc de les televisions autonòmiques a partir dels principals macrogèneres televisius, segons l'anàlisi de les dades de [GECA](#) i [Kantar Media](#).

Si estudiem la programació dels continguts audiovisuals de les televisions autonòmiques entre el 2002 i el 2014 per modalitats de producció i macrogèneres, observem que els índexs de producció pròpia sempre han sigut molt alts en la

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

producció d'informatius i esports, com la resta de l'espai televisiu, amb valors pròxims al 90% i uns índexs baixos d'externalització que oscil·len entre el 5 i el 10%, amb una producció aliena insignificant. Els continguts d'entreteniment han tingut una incidència mitjana respecte a la producció pròpia i la pròpia externalitzada, movent-se al voltant del 40% en ambdós casos. La ficció tal vegada siga el macrogènere més exposat a la producció aliena, amb unes xifres pròximes al 90% al llarg del període, tendència que mantenen la majoria de canals, atesa la clara vinculació amb la indústria cinematogràfica i el circuit de distribució independent de les sèries de ficció televisiva que, en gran mesura, han depés de la factoria de ficció nord-americana.

El gran dèficit, per tant, de les televisions autonòmiques queda clarament detectat en la producció de ficció de proximitat, tret d'excepcions puntuals de les televisions que agrupàvem al principi sota un model més pròxim a les seues referències identitàries. Sense cap dubte, aquesta és una assignatura pendent de difícil solució, si atenem que la producció de ficció és la més costosa i l'escala econòmica d'un ens radiotelevisiu autonòmic és reduïda. D'aquesta manera, treballar amb produccions associades des d'institucions culturals de cada territori o la posada en marxa de coproduccions entre ens autonòmics que comparteixen trets culturals i lingüístics, han de ser dos referents que cal tenir en compte.

Sèries com ara *Goenkale*, ETB (1994); *Pratos Combinados*, TVG (1995); *Plats bruts*, TV3 (1999); *Señorío de Larrea*, ETB (1999); *Temps de Silenci*, TV3 (2001); *L'Alqueria Blanca*, C9 (2007); *Padre Casares*, TVG (2008), o *Polseres Vermelles* TV3 (2011) han obert un camí que no hauria de tenir retorn. I, a més, cal subratllar que aquests projectes audiovisuals suposen un revulsiu per a la posada en marxa de les indústries audiovisuals territorials, i un nou camí en la producció transmèdia que obri el recorregut del format a les diferents finestres de la multidifusió digital.

No hi ha cap dubte que el paper de les televisions autonòmiques és rellevant en la producció de continguts de proximitat en qualsevol gènere i format, ja que tenen uns targets territorials permanents i una vinculació directa amb els seus entorns particulars quant als fets diferencials culturals, patrimonials o lingüístics. A més, propicien una descentralització de la indústria audiovisual a partir de continguts que sempre tenen una vinculació amb el seu públic, atesa la seua proximitat.

4.3.3. Modes de producció i macrogèneres en Canal 9 (2002-2013)

Si analitzem ara els percentatges de continguts audiovisuals programats per Canal 9 entre les temporades 2002/03 i els inicis de la temporada 2013/14 segons les modalitats de producció i els principals macrogèneres a partir de les dades de [GECA](#) i [Kantar Media](#), observem que en el tram final de vida de RTVV els continguts d'entreteniment de producció aliena puguen fins a quasi el 50%, cosa que està totalment fora de la tendència general del funcionament de les televisions autonòmiques. Aquest desajust és conseqüència del fet de recórrer a les reemissions de les compres alienes últimes amb drets encara vigents, sempre més barats que la producció pròpia, fins a esgotar els drets d'emissió abans del seu tancament. Al mateix temps, es relaxa la producció pròpia externalitzada amb la indústria audiovisual independent valenciana i

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

fins i tot la pròpia produïda per la cadena, atesa la situació financera del grup. A més, en les últimes temporades es redueix el percentatge de les emissions d'entreteniment per a cobrir-les amb informatius i esports, procedents al 100% de la producció pròpia de la casa. Un indicador clar de la falta d'un referent en la línia de programació de continguts segons el flux de la indústria audiovisual del moment, és a dir, un símptoma clar que denotava ja la falta de professionals en moltes àrees clau que havien sigut substituïts per gent poc competent tot continuant l'endèmic clientelisme polític de l'ens.

El comportament de la ficció va estar sempre molt vinculat a la producció aliena amb uns índexs molt propers al 90%, mentre que la producció pròpia externalitzada a l'estil de L'Alqueria Blanca, malgrat el seu èxit i l'explotació que s'ha fet d'aquest tipus de format de proximitat en altres comunitats autònomes, mai va arribar al 10%. Tret d'alguns períodes excepcionals, que també n'hi va haver, on arribaren a conivir en la graella dues tires diàries (*Bon dia, bonica* i *Autoindefinites*) i dos *prime time* (*Senyor Retor* i *L'Alqueria Blanca*). I en els apartats dels programes informatius i esports la tendència ha sigut la mateixa que en la majoria de les autonòmiques, on la producció pròpia del canal s'imposa pràcticament al 100%.

El camí recorregut per la resta d'ens radiotelevisius autonòmics en els últims anys ha estat desigual, encara que s'han fet notar les polítiques restrictives en el marc de la crisi econòmica de fons i amb les successives polítiques conservadores en matèria de comunicació, tendents a empobrir l'espai públic de la comunicació audiovisual. Així, el tancament d'alguns dels segons canals, la reestructuració dels antics organigrames de molts dels ens fundacionals, els ERO encara pendents de resolució i els nous models més orientats a la gestió de continguts que a la producció pròpia, han fet que el sistema televisiu autonòmic desaccelere el procés migratori de noves rutines productives de l'espai digital a l'escala local o autonòmica.

4.3.4. Cap a un nou model productiu en continguts audiovisuals de proximitat

La programació de la futura radiotelevisió pública valenciana hauria de conformar-se amb uns continguts d'estricta producció pròpia de la casa (*in House*) i d'altres de producció pròpia externalitzada amb la indústria audiovisual valenciana, així com l'aposta per la producció associada amb institucions o d'altres corporacions. Aquesta col·laboració podria ser diversa, atenent les variades fórmules de producció que ofereix la indústria audiovisual, com ara el contracte-programa, la producció associada, la coproducció o la compra de drets d'emissió. No hem d'inventar-ne res de nou. Pensem que el sector audiovisual valencià hauria de sentir-se partícip de la futura radiotelevisió pública i que podria ser restrictiu deixar que fora únicament el personal de plantilla qui aportarà els continguts. I, no s'hauria de caure en el risc de deixar a molts professionals, sobretot els més joves, fora del circuit. D'aquesta manera, s'aconseguiria tenir al conjunt del sector motivat, inclosos els estudiants de Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat de les universitats valencianes i dels cicles formatius, que mantindrien l'esperança de poder participar i contribuir en el procés de producció de continguts audiovisuals.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Serà important prioritzar i incrementar la inversió en produccions generades per la indústria audiovisual valenciana per tal de vertebrar el teixit productiu d'un sector en una profunda crisi. D'aquesta manera, seria convenient acordar un pacte entre treballadors i productores per afavorir la recuperació del sector audiovisual valencià. I també, orientar tots els processos i estratègies per compartir recursos i sinergies amb tots els agents possibles amb la finalitat de fer un ús intensiu de les diferents modalitats de producció, fins i tot mitjançant *crowdfunding*.

Igualment, caldrà incentivar els projectes que busquen altres mercats, més enllà de l'estrictament valencià, amb ajudes a la promoció i difusió, així com afavorir la investigació, sobretot en relació amb la tecnologia i els nous formats. De fet, els continguts transmèdia haurien de ser una peça fonamental de la nova estructura comunicativa. Des d'aquest punt de vista, potser fóra convenient iniciar una col·laboració més estreta amb els graus i els postgraus de les universitats valencianes, que podrien nodrir d'idees tant les empreses audiovisuals com la futura radiotelevisió pública.

4.3.5. Proposta de distribució del tipus de producció per a una nova radiotelevisió valenciana

Tenint en compte les consideracions anteriors, la distribució de continguts per a la nova radiotelevisió valenciana i l'anàlisi del funcionament en el mercat de les diferents modalitats de producció, la distribució i gestió de producció quedarien percentualment de la següent manera:

- **La producció pròpia (35%)** estaria vinculada a la producció de directes o falsos directes per cobrir continguts d'entreteniment, esports, informatius, esdeveniments especials o programes d'actualitat. La producció pròpia de continguts de proximitat ha de ser un dels pilars de la programació de la radiotelevisió. És el factor que ens pot diferenciar de la resta d'ofertes audiovisuals i alhora fer-nos competitiu, especialment en els aspectes informatius a escala local i comarcal, on no hi ha altres canals que informen de la realitat política, social, econòmica i cultural de la Comunitat.
- **Producció pròpia externalitzada (25%)** estaria relacionada amb els contractes programa triennals per a la realització preferent de continguts ficció, sèries documentals i de divulgació, així com nous formats d'hibridació. La subcontractació dels processos de producció d'un servei o activitat empresarial pot ser una estratègia que facilite l'activitat econòmica i que reduïska costos en les rutines productives, quan es tracta de productes tangibles. Però quan parlem de serveis públics, béns intangibles i indústries culturals, el plantejament de l'externalització haurà de recaure sols en parts molt concretes de la cadena de valor.
- **Producció aliena (25%)** de procedència de les compres de drets d'antena en certàmens nacionals o internacionals i dels intercanvis amb altres corporacions públiques o privades, amb especial atenció a la producció europea i latinoamericana.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- **Producció pròpia associada (10%)** amb altres administracions o corporacions, que també tindria el mateix tractament que la producció pròpia externalitzada mitjançant contractes programes triennals.
- **Producció de nous formats (5%)** destinada a projectes innovadors i experimentals.

4.4. Gestió i sinergies de producció

És important generar una nova sistemàtica i flux de gestió en tots els àmbits de la futura corporació pública. Tant l'ens radiotelevisiu (dos canals TV i una ràdio) com l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA) o la Plataforma Tècnica Multimèdia (PTM) haurien d'estar plenament coordinades.

4.4.1. La descentralització en la cadena de producció de la producció pròpia.

La **producció pròpia de continguts de proximitat** ha de ser un dels pilars fonamentals de la futura programació de la radiotelevisió. És el factor que ens pot diferenciar de la resta d'ofertes audiovisuals i alhora fer-nos competitiu, especialment en els aspectes informatius a escala local i comarcal, on no hi ha altres canals que informen de la realitat política, social, econòmica i cultural de la Comunitat.

La producció pròpia, però, per a donar cobertura als informatius i programes d'actualitat, necessita un organigrama convergent amb la xarxa de les futures TDT-L públiques per tal de poder abastar la geografia valenciana. Aquesta serà una tasca complexa que comportarà una inversió en recursos tècnics i humans. Per a possibilitar un accés ràpid, eficaç i sense grans inversions a qualsevol punt informatiu del nostre territori, caldrà la creació i col·laboració d'una Xarxa Intercomarcal de Mitjans d'Audiovisuals (XIMA) per a generar nodes informatius bidireccionals. L'actual manca d'una informació de qualitat en l'escala local denota la feblesa d'un sector no consolidat. A més a més, la situació d'il·legalitat en què es troben els canals de TDT-L, a l'espera d'una nova reordenació per part del Govern Valencià, i la falta d'una nova Llei de l'Audiovisual que substituïska la inoperant Llei 1/2006 de 19 d'abril de la Generalitat que regulava el Sector Audiovisual, fan que siga indispensable un nou impuls per a la indústria audiovisual. També cal assenyalar la falta d'una reordenació de l'espai radioelèctric al territori valencià, on quasi el 70% de les ràdios emeten il·legalment, així com la desaparició de moltes emissores municipals com a conseqüència de la intervenció política i la crisi econòmica.

Per tant, davant d'aquest panorama, es proposa avançar en la construcció de la Xarxa Intercomarcal de Mitjans d'Audiovisuals XIMA i l'establiment de convenis de col·laboració amb altres mitjans de comunicació locals/comarcals per generar continguts locals a través d'una fórmula de producció associada que regularà l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA) a partir de les següents pautes:

- L'objectiu d'aquests convenis és l'intercanvi de continguts radiofònics, televisius i l'establiment d'unes fonts d'informació molt pròximes a la ciutadania.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- Es faran amb mitjans de comunicació social preferentment de titularitat pública però també privada en aquelles localitats o comarques on no hi haja mitjans públics.
- S'haurà d'afavorir des de Plataforma Tecnològica Multimèdia (PTM) un accés ràpid i eficaç a qualsevol punt del territori valencià.
- Generar nodes informatius a través d'una xarxa intercomarcal de comunicació potent controlada des de la PTM.
- Els continguts aportats per aquesta xarxa hauran de reunir uns requisits de qualitat tècnica, periodística i d'ús normatiu del valencià.
- La seua finalitat serà la consolidació dels mitjans locals/comarcals, i afavoriran l'augment de la producció i la millora dels seus continguts.
- Els mitjans locals/comarcals que s'afegisquen a aquesta xarxa podran incloure continguts de la producció pròpia dels seus informatius o del seu propi arxiu.

4.4.2. La producció pròpia externalitzada en el marc de l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA)

La **producció pròpia externalitzada** és una fórmula habitual en la indústria audiovisual contemporània en la realització de certs continguts com la ficció, els grans serials d'entreteniment, documentals i fins i tot molta programació de l'emergent telereality. És clar que l'externalització d'aquest tipus de produccions i serveis a la indústria independent simplifica la gestió i la diversitat de perfils necessaris en l'àmbit de la producció audiovisual d'un ens radiotelevisiu públic. Això sí, en cap moment l'empresa teledifusora ha de perdre la coordinació i control del procés productiu a través dels seus productors delegats que han de vetlar per la continuïtat i el perfil dels projectes propis, ja que aquesta tipologia de producció no deixa de tenir copyright de la cadena. És més, la producció pròpia externalitzada està emmarcada normalment a través d'una sèrie de "contractes-programa" degudament convinguts i protocol·litzada d'acord amb les pautes de contractació de l'Administració pública i el seu desenvolupament s'ha de contemplar en els estatuts fundacionals dels ens radiotelevisius.

Per tant, les contractacions externes haurien de complir una sèrie de condicions bàsiques perquè l'externalització es fera efectiva amb la màxima transparència en l'adjudicació dels projectes, que haurien d'escollir-se per la seua qualitat i la seua adequació tècnica a la programació, a partir de sistemes d'avaluació centrats en el rigor del contingut i la qualitat tècnica. S'imposaria, per tant, la convocatòria permanent d'ofertes públiques des de l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA) amb la possibilitat que qualsevol productora valenciana, tant les que gaudeixen d'una major trajectòria, com aquelles més recents, tingueren les portes obertes per participar amb igualtat d'oportunitats. Els projectes seleccionats haurien de comptar, majoritàriament, amb professionals valencians per a promoure el talent propi, els quals haurien de disposar d'unes condicions laborals dignes, amb uns salaris convenients. En aquest context, cal mantenir les ajudes a la producció i, si fóra possible, potenciar-les, sobretot les dedicades al desenvolupament de projectes i l'escriptura de guions, que són la base de les bones històries. També cal destacar en l'àmbit de les externalitzacions que, els productors delegats de la nova televisió haurien d'estar al costat dels responsables de la productora des del començament del projecte, fent un

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

seguiment de la seua evolució, garantint que complisca amb la seua funció de servei públic, aportant i suggerint propostes que el facen millor sempre amb una actitud constructiva. Això implicaria que el nou organigrama de l'ens televisiu hauria de comptar amb professionals incardinats en un nou flux productiu.

4.4.3. El valor emergent de les produccions associades i col·laboratives

Una altra fórmula que caldrà activar és la producció associada amb Centres o Instituts de Recerca i altres Corporacions o Institucions públiques. Aquest tipus de produccions es destinarà principalment a donar a conèixer programes i actuacions en diferents àmbits de l'economia, la indústria, planificació de territori, el medi ambient, la sanitat o l'educació. Aquesta línia de continguts també haurà d'estar regulada per l'AFCA. El perfil de formats haurà de tenir agilitat narrativa a partir de programes i serials basats en la dinàmica dels *infotainment* i programes *factual* d'hibridació amb una realització atractiva i entretinguda. És important en aquesta tipologia de programes donar una factura d'un mitjà públic independent i desgovernamentalitzat, on l'objectiu important és la naturalesa del contingut i no la imatge del polític de torn, que tindrà el seu protagonisme als noticiaris, entrevistes, tertúlies o debats.

D'altra banda, més enllà dels tècnics i dels creatius, s'haurien de potenciar les empreses auxiliars de la producció audiovisual valenciana com ara platós, estudis de postproducció o de doblatge, empreses de perruqueria i maquillatge, entre altres. L'objectiu amb el temps hauria de ser consolidar estructures, crear un teixit industrial sòlid, que fera créixer totes aquestes empreses el suficient com per a ser competitives en altres entorns i mercats. En definitiva, revertir la situació actual per convertir-se en exportadors de talents i continguts audiovisuals, i deixar de ser testimonis de l'èxode de professionals que, davant unes perspectives laborals escasses, s'estan havent d'anar-se'n fora en contra de la seua voluntat malgrat la seua formació i els anys d'experiència acumulats.

La col·laboració de la nova corporació radiotelevisiva amb el sistema educatiu valencià s'establirà a través d'una comissió interuniversitària que represente les diferents parts per a fixar uns objectius en la planificació de les polítiques educatives i formatives relacionades amb la comunicació audiovisual, el periodisme, la publicitat i les tecnologies audiovisuals. Els objectius d'aquesta iniciativa se centraran en: l'ajust del mapa de titulacions, l'adaptació dels nous perfils professionals als continguts dels estudis o la regulació de les pràctiques curriculars i extracurriculars als mitjans de comunicació audiovisual i les productores. D'altra banda, la Generalitat convocarà anualment unes ajudes específiques per incentivar la investigació i transferència de coneixements al sector audiovisual mitjançant plans de R+D+i en el desenvolupament de nous formats o l'estudi de temes relacionats amb el sistema comunicatiu valencià. En aquest sentit, l'AVFA convocarà també anualment un certamen per a presentar nous formats mitjançant *pitching*. També caldrà donar visibilitat a les produccions audiovisuals que sorgeixen de les universitats, els centres educatius, les associacions cíviques i culturals i, en definitiva, de la societat civil. En aquesta línia, s'han d'establir convenis de col·laboració amb aquells que puguen aportar productes audiovisuals d'interès mitjançant fórmules de producció associada gestionades per l'AVFA.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

De la mateixa manera, caldrà considerar altres col·laboracions amb comunitats de l'Estat espanyol a través de la FORTA o d'altres Institucions, i també convenis de col·laboració amb altres plataformes radiotelevisives d'arreu del món que generen continguts de proximitat, amb especial atenció aquelles provinents de la Mediterrània, de l'entorn europeu i també de Llatinoamèrica.

4.4.4. Noves fórmules de producció i canvi de fluxos de treball

La multidifusió digital ha introduït noves fórmules en la producció i regulació dels continguts audiovisuals que conviuen amb les modalitats antigues. Avui és una realitat la cohabitació de la producció associada, coproducció, producció aliena, producció externalitzada o producció pròpia; amb nous plantejaments a l'hora de plantejar produccions més "col·laboratives i col·lectives" en el marc de la "autoproducció audiovisual" (Alberich y Roig, 2010) com ara: [crowdfunding](#) o produccions *cross-media*, producció lineal, produccions 2.0 i fins i tot altres iniciatives públiques com l'[Open Access](#) o les [Creative Commons](#), que avui ja tenen una especial transcendència. Així, les llicències o ferramentes de drets d'autor col·lectius, generen un nou escenari que ha de conviure amb els drets reservats de l'actual regulació de la propietat intel·lectual. En el cas de la nova corporació valenciana de mitjans audiovisuals, la gestió de drets d'imatge, autor i antena, així com la incorporació a les [Creative Commons](#) des de la producció pròpia estarà controlada pel departament de serveis jurídics de la nova corporació. I en el cas de la producció pròpia externalitzada, associada o mitjançant el suport a nous formats s'actuarà de forma coordinada amb l'oficina de gestió de continguts AVFA.

L'organigrama de la nova corporació haurà d'estar altament professionalitzat i respondrà als nous fluxos de treball propis de la indústria audiovisual del segle XXI. En qualsevol cas, el futur estudi tècnic del model d'empresa acordarà el seu organigrama i els fluxos de treball en funció de la digitalització del conjunt del procés productiu. L'aposta per acabar de digitalitzar el flux productiu ha de ser determinant per tal d'introduir noves sinergies laborals i rehabilitació de nous perfils laboral dels recursos humans.

El doblatge i la subtitulació tenen ara també un altre valor en la multidifusió digital. Per tant, és important el foment de la indústria del doblatge per als continguts de producció aliena i associada provinents d'altres àrees culturals, amb la incorporació progressiva de la subtitulació ordinària i d'accessibilitat. En aquest sentit, caldrà incentivar cada vegada més les iniciatives de subtitulacions en diferents idiomes, fent ús de les tecnologies d'emissió multilingües. I sobretot, pensar les polítiques de subtitulació des de l'inici de la cadena productiva des del guionatge per aconseguir unes subtitulacions d'accessibilitat perfectament combinables amb qualsevol tipus de narrativa

4.5. Proposta de creació de l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA)

És necessària la creació de l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA) que actue com una oficina valenciana de gestió de les diferents iniciatives per a la

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

producció de continguts audiovisuals de proximitat per a la nova corporació de radiotelevisió valenciana.

L'entitat s'encarregarà de coordinar les iniciatives de les diferents institucions valencianes per tal d'ordenar diferents convocatòries i certàmens que propicien la producció audiovisual valenciana.

Les seues funcions haurien d'anar més enllà de les iniciatives realitzades per l'[IVAC](#), que hauria propiciar la creació de la Mediateca Valenciana, i les polítiques de [CulturArts](#), amb una clara vocació de vertebrar la indústria audiovisual valenciana.

Aquesta entitat també actuaria como un registre a l'estil [EGEDA](#) de tota l'obra audiovisual valenciana. Tots els seus registres passarien a formar part de la Mediateca Valenciana. I qualsevol mitjà de comunicació audiovisual hauria de gestionar els drets d'emissió dels seus continguts a través d'aquest organisme.

4.6. Resum i propostes

Proposem un nou model radiotelevisiu amb una clara vocació de posar en primer terme la qualitat dels seus continguts audiovisuals, des de la professionalitat, per a generar un sistema mediàtic robust, sostenible, transparent i que garantisca la pluralitat i el rigor informatiu. Un mitjà de comunicació públic per visibilitzar la societat valenciana en el sistema mediàtic global, en la consolidació d'un imaginari propi, en la difusió d'artistes, escriptors i científics, en la vertebració social del nostre territori i, naturalment, en el desenvolupament econòmic i la creació de riquesa. Una nova radiotelevisió valenciana dinamitzadora de les indústries culturals valencianes i garant de la normalització lingüística.

Apostar pels continguts de proximitat i confiar en el sector audiovisual valencià ha de ser un objectiu preferent. Estudis actuals de [l'EBU \(European Broadcasting Union\)](#) palesen que de tot allò que consumeixen audiovisualment els ciutadans europeus, el 78 per cent és de continguts nacionals o de proximitat. I la producció solvent i continuada d'aquesta mena de continguts només la poden assegurar els mitjans públics de qualitat.

El moment actual és l'escenari ideal per a explorar amb noves idees i gèneres, apostar pel talent, la innovació i la creativitat. El consum audiovisual s'ha convertit en multiplataforma, i els continguts audiovisuals de la futura televisió pública han de mirar cap al transmèdia sense complexos. No podem ignorar que el consum audiovisual per Internet és un fenomen no ja de futur, sinó de present, i que inclou continguts televisius que, ateses les seues característiques, tal vegada més experimentals o minoritàries, no cabien en les programacions televisives de fa uns anys.

La nova corporació radiotelevisiva disposarà inicialment de dos canals d'emissió hertziana a través de la TDT, posteriorment s'incorporarà el canal informatiu de 24 hores, i una plataforma Multimèdia a través d'Internet on s'inclouran tots els continguts per al consum *en línia*. El canal principal estarà adreçat al gran públic amb una diversitat de gèneres i formats. El segon canal es dedicarà a la innovació de formats i

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

els nous usos de tecnologies a través de la nova "[televisió connectada](#)" orientada a l'audiència juvenil i els públics emergents que naveguen cada dia per la xarxa.

La programació de la futura televisió pública valenciana hauria de conformar-se amb uns continguts d'estricta producció pròpia i d'altres de producció pròpia externalitzada amb la indústria audiovisual valenciana, així com l'aposta per la producció associada amb institucions o amb altres corporacions. Aquesta col·laboració podria ser diversa, atenent les variades fórmules de producció que ofereix la indústria audiovisual, com el contracte programa, la producció associada, la coproducció o la compra de drets d'emissió.

Per tant, el Comité d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes recomana les següents propostes:

- Continguts de qualitat amb un equilibri dels principals macrogèneres televisius:
 - Informació: 25%
 - Ficció: 35%
 - Entreteniment: 30%
 - Esports: 5%
 - Educació: 5%
- Els informatius han de procedir de la producció pròpia del canal a partir de professionals titulats, així com disposar de mitjans tècnics i recursos econòmics suficients per a oferir una informació de qualitat. La concepció estructural de la redacció d'una nova radiotelevisió ha de ser diferent de la clàssica, i ha de respondre a les demandes actuals i de futur d'una ciutadania, que cada vegada està més vinculada a les xarxes socials i al consum de continguts audiovisuals des de la multipantalla.
- Recomanem una programació infantil i juvenil present en tots dos canals en funció del perfil del format, amb el respecte escrupolós a les franges horàries idònies per a la infància i joventut, diferenciada per als diversos grups d'edats i equilibrada entre els àmbits de la ficció i els educatius.
- Apostar per nous formats seriatos d'hibridació plenament lligats a l'entreteniment televisiu, amb un tractament que destaque la importància del contingut i el respecte per l'audiència.
- La graella de programació de la nova radiotelevisió pública ha de deixar espais per a l'emissió de programes d'humor preferentment de caràcter local on es retrate també la realitat social, política i cultural del nostre país.
- La CECUV vol subratllar que quan parlem de continguts radiotelevisius de proximitat ens referim també a l'àmbit de la producció radiofònica, un mitjà de comunicació que té una gran capacitat de penetració entre l'audiència, principalment pel que fa al seguiment de l'actualitat informativa i que, a més a més, és un mitjà clau per a potenciar algunes indústries culturals com ara el

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

sector musical o el teatre, en especial quan s'aposta per formats innovadors i per la producció de ficció radiofònica.

- La distribució de continguts per a la nova radiotelevisió valenciana segons les diferents modalitats de producció, la distribució i gestió de producció quedarien percentualment de la següent manera:
 - *Producció pròpia* (35%) estaria vinculada a la producció de directes o falsos directes per a cobrir continguts d'entreteniment, esports, informatius, esdeveniments especials o programes d'actualitat.
 - *Producció pròpia externalitzada* (25%) estaria relacionada amb els contractes-programa bianuals per a la realització preferent de continguts ficció, sèries documentals i de divulgació, així com nous formats d'hibridació.
 - *Producció aliena* (25%) de procedència de les compres de drets d'antena a certàmens nacionals o internacionals.
 - *Producció pròpia associada* (10%) amb altres administracions o corporacions, que també tindria el mateix tractament que la producció pròpia externalitzada mitjançant contractes programes biennals.
 - *Producció de nous formats* (5%) destinada a projectes innovadors i experimentals.
- Es proposa la creació de la Xarxa Intercomarcal de Mitjans de Audiovisuals XIMA i l'establiment de convenis de col·laboració amb altres mitjans de comunicació locals/comarcals per generar continguts locals a través d'una fórmula de producció associada.
- És necessària la creació de l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA) que actue com a una oficina valenciana de gestió de les diferents iniciatives per a la producció de continguts audiovisuals de proximitat per a la nova corporació de radiotelevisió valenciana. L'entitat s'encarregaria de coordinar les iniciatives de les diferents institucions valencianes per a ordenar diferents convocatòries i certàmens que propicien la producció audiovisual valenciana.

5. CAP A UN NOU MODEL EMPRESARIAL I DE FINANÇAMENT DE L'AUDIOVISUAL VALENCIÀ /

5.1. El finançament del servei públic de radiotelevisió

5.1.1. Fonaments del finançament de la nova radiotelevisió pública valenciana

La qüestió del finançament ha estat, des de fa dècades, un dels grans problemes de les radiotelevisions públiques a Europa, especialment als països del Mediterrani i, particularment, a Espanya. En el cas del nostre país, els organismes autonòmics de radiotelevisió pública s'ha basat en un sistema de finançament mixt que combina les subvencions del Govern, via pressupostos públics, amb el recurs als ingressos publicitaris, comercialitzant espais als anunciantes.

Aquest sistema ha derivat en un finançament insuficient per a complir adequadament amb les funcions de servei públic, d'una banda, i un alt grau de control governamental i politització, del qual l'antiga RTVV era un exemple palpable, d'altra. La creixent reducció de les subvencions públiques atorgades pels governs, que es va iniciar a finals dels anys 80 coincidint amb el procés de desregulació televisiva, ha generat una forta reducció en aquesta partida. Així, en el cas valencià, el Govern de la Generalitat entre 2007 i 2012 va reduir la seua aportació a RTVV de 188,9 a 99,2 milions d'euros. Al seu torn, la crisi financera que ha afectat de forma intensa el sector comunicatiu ha provocat, paral·lelament, una davallada dels ingressos publicitaris obtinguts per les radiotelevisions públiques autonòmiques a Espanya. En el cas de l'antiga RTVV, la caiguda va ser de 34 a 16,2 milions d'euros entre 2007 i 2011. A més, el fet que estiga en mans del Govern, via pressupostos públics, la discrecionalitat de destinar més o menys recursos econòmics a la subvenció per a la radiotelevisió pública ha provocat situacions d'instrumentalització i control polític d'aquests mitjans, a aquest fet també ha contribuït la designació política per part del poder executiu del màxim responsable d'aquests organismes.

Tot i els seus problemes, aquesta fórmula mixta que barreja subvencions amb publicitat, només alterada per la prohibició a RTVE d'emetre publicitat instaurada al 2011, es troba plenament assentada davant d'altres sistemes. Així, l'establiment d'un impost directe en forma de taxa o cànon, model molt estès al continent europeu, mai s'ha arribat a aplicar a Espanya. Tot i que aquest mecanisme dota de més estabilitat financera a les radiotelevisions públiques, disminueix la dependència governamental potenciant la independència i genera audiències més compromeses i exigents, es considera inviable la seua imposició al nostre país per la forta degradació de l'oferta de la radiotelevisió pública en l'actualitat i la manca d'experiència ciutadana. Així tant el dictamen del Consell d'Estat per a la Llei 8/2009 de Finançament de RTVE com l'Informe per a la Reforma dels Mitjans Públics de 2005 com més recentment el informe *Un nuevo modelo para un tiempo nuevo*, impulsat pel col·lectiu Teledetodos, desaconsellen expressament la seua implantació en el nostre context. En aquest sentit, la CECUV ratifica el rebuig al cànon com a fórmula financera per al futur servei públic de radiotelevisió valencià.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

El model mixt (subvencions i publicitat), introduint les correccions necessàries per a garantir la seua eficiència, és el sistema de finançament més adient per a la futura radiotelevisió segons el criteri de la CECUV. Aquest fet es fonamenta en dues raons de pes. En primer lloc, la subvenció pública, articulada a través d'un mecanisme pluriennal, constant, solvent i transparent com el contracte-programa, és l'únic mecanisme que evita les fluctuacions i garanteix l'estabilitat necessària per a l'assumpció de les missions del servei públic de la radiotelevisió valenciana. D'aquesta forma, aquest organisme pot dissenyar un pla estratègic a curt i mitjà termini amb la seguretat de tenir els recursos per a poder assolir els objectius fixats en el seu mandat. En segon lloc, cal entendre l'emissió de publicitat i patrocini no com un mecanisme de comercialització de la programació de la nova radiotelevisió sinó com una eina per a dinamitzar tant el sector publicitari valencià com el teixit empresarial local. En estar basada en el foment de la proximitat com un dels seus valors essencials i diferencials, la nova radiotelevisió pública valenciana actuarà com a finestra per als anunciants locals, xicotetes i mitjanes empreses valencianes, i les administracions municipals, provincials i autonòmiques de la Comunitat Valenciana sense excloure els anunciants generals.

Assumint que el model mixt (subvencions i publicitat) és el sistema de finançament més adient per a la futura radiotelevisió, cal plantejar els principis generals en els quals s'ha de basar i les mesures correctives per evitar les disfuncions del passat. En aquest sentit, la nova fórmula ha de respectar les directrius del Protocol d'Amsterdam de 1997 que estableix les condicions de finançament de les radiotelevisions europees. A més, aquest finançament ha de ser suficient, sostenible i transparent per garantir el desplegament d'un servei públic de radiotelevisió valencià amb garanties. Ha de permetre que la nova radiotelevisió pugua complir el nou mandat d'independència, responsabilitat i singularitat que tindrà encomanat. Finalment, en sintonia amb la Llei Orgànica 2/2012, de 27 d'abril, d'Estabilitat Pressupostària i Sostenibilitat Financera, el nou servei públic valencià de radiotelevisió no podrà en cap cas contraure cap tipus endeutament. L'observança d'aquest principi ha de ser ferma i, per tant, s'hauria d'incloure de forma clara i explícita en la nova Llei que emane de les Corts Valencianes per a la restauració de la radiotelevisió.

5.1.2. Dimensions i mida de la nova radiotelevisió

5.1.2.1. La situació econòmica de les radiotelevisions públiques

La crisi financera global s'ha deixat sentir de manera especial en els mitjans de comunicació públics. En 2013, el finançament de les radiotelevisions autonòmiques va ser d'un 75%-80% per subvencions públiques, un 15% per publicitat i la resta a través de la venda de programes (vegeu la Taula 1).

**Taula 1. Finançament de les televisions autonòmiques en 2013
(en milions d'euros)**

Comunitat Autònoma	Ens	Pressupostos	Subvenció
Catalunya	CCMA	295,9	225
Andalusia	RTVA	165	138

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Comunitat Autònoma	Ens	Pressupostos	Subvenció
País Basc	EITB	121	105,1
Galícia	CRTVG	103,8	94,7
Madrid	RTM	84,51	71
Comunitat Valenciana	RTVV	78	68
Aragó	CARTV	47,1	42,4
Castella-la Manxa	RTVCM	44,2	39
Canàries	RTVC	38,6	33,3
Illes Balears	EPIB	31	30

Font: Miguel de Bustos i Casado del Río, 2015, a partir de diverses fonts

Taula 2. Ingressos publicitaris del sector televisiu (en milions d'euros)

ÀMBIT	2005	2008	2011	2012	2013
Nacional	2495,4	2668,8	1977	1643,9	1.538,1
Autonòmic	382,4	319,6	198	126,8	120,4
De pagament	31,4	56,1	60,2	43,1	43,6
Locals	42,2	37,9	2	1,5	1,3
TOTAL	2.951	3.082,4	2227,2	1815,3	1.703,4

Font: SGAE. Informe 2013, Informe 2014.

La dràstica reducció dels pressupostos de les administracions públiques, sumat a la falta de liquiditat i a la dificultat de finançament que pateixen moltes empreses anunciants, ha comportat que les dues principals fonts de finançament –les subvencions públiques i la publicitat– hagen vist molt reduïdes les seues magnituds, provocant que les radiotelevisions públiques passen moltes dificultats actualment. Els ingressos per publicitat en les radiotelevisions públiques també s'han anat reduint dràsticament (vegeu Taula 2), en més d'un 30% en les televisions de cobertura nacional i d'un 66% en les autonòmiques, als darrers 7 anys (Miguel de Bustos i Casado del Río, 2015).

5.1.2.2. El cost de la radiotelevisió pública per habitant

Com han assenyalat diferents estudiosos (Bustamante, 1999, 2001, 2004; Zallo, 2013; Miguel de Bustos i Casado del Río, 2015), l'argument principal per a deslegitimar l'existència de les televisions públiques es basa principalment en la qüestió del seu cost, que habitualment no es relaciona amb els objectius i la missió de les radiotelevisions de servei públic. Aquest és un argument que ha estat utilitzat de forma reiterada en els informes de la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA) sobre la radiotelevisió pública a Espanya i a Europa, com el que va encarregar a la consultora Deloitte en 2011.

En aquest Informe, amb el títol *Análisis Comparativo de la Televisión Regional en Europa: Una propuesta para España*, crida l'atenció que quan es considera el cost per habitant, de manera aïllada, s'observa que els costos de les televisions públiques autonòmiques a Espanya són més baixos que en pràcticament totes les televisions europees.

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Tabla 3. Cost de les televisions públiques regionals a Europa (en 2011)

País / Territori	Cost per habitant (euros/any)
Alemanya	87,7
Finlàndia	69,9
Regne Unit	68,2
Dinamarca	68,1
França	37,3
Mitjana d'Europa	52
Mitjana d'Espanya	33,82
Comunitat Valenciana	27,98

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Informe de Deloitte per a UTECA i Campos (2012)

L'Informe Deloitte / UTECA aporta molta informació interessant sobre els models de finançament de les televisions públiques als països citats i, a més, ofereix un estudi comparat sobre el cost brut per habitant i per llar de les televisions públiques, d'àmbit estatal i regional. D'una banda, les xifres facilitades permeten constatar, de manera fefaent, que el cost de les televisions públiques a Espanya és sensiblement inferior al de les cadenes de televisió europees, una despesa que es multiplica fins a per quatre vegades en el cas d'Alemanya –respecte a TVV–, seguida de prop per Finlàndia, Gran Bretanya i Dinamarca.

D'altra banda, en el context del nostre país, la televisió pública valenciana, amb una despesa de 24,98 euros per habitant en 2011 (el pressupost de RTVV va ser eixe any de 123,4 milions d'euros), suposa un cost inferior a la meitat del que posseeix la televisió pública basca (72,48 euros a l'any), encara que damunt de la televisió pública andalusa i de la madrilenya, la que posseeix el cost més baix de totes les televisions públiques autonòmiques (Taula 4).

Taula 4. Cost de la televisió pública per autonomies

Comunitat / País	Cost per llar (en 2011)	Cost per habitant (en 2011)	Cost per habitant (en 2015)
Aragó	117,17	43,32	33,19
Múrcia	57,68(*)	20,60	no disponible
Illes Balears	146,17	56,53	30,33
Astúries	77,51	29,8	19,07
Castella-la Manxa	79,37	24,02	20,37
Madrid	50,39	18,36	15,31
Andalusia	61,80	21,41	19,55
Galícia	112,49	41,01	39,07
Canaries	50,4(*)	17,88	17,96
Catalunya	119,02	44	40,26
Extremadura	60,01	22,3	22,64
País Basc	184,86	72,48	57,58
Comunitat Valenciana	74,41	24,98	no existeix
Mitjana Espanya	91,63	33,82	28,67

Font: Deloitte / UTECA (2012), Campos Freire (2012) i Barlovento Comunicació.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

D'altra banda, la Federació d'Empreses Audiovisuales Valencianes (EAVf) va presentar en 2012 un Informe, amb el títol *Propuesta de remodelación de Televisión Valenciana*, basat en gran mesura en l'Informe Deloitte / UTECA, on advertia que baixar d'un pressupost de 80 milions d'euros a l'any per a RTVV SAU en 2013, que es correspondria a una despesa de 16 euros per habitant, podria posar en perill la viabilitat de la televisió pública valenciana i el seu manteniment. D'altra banda, EAVf recomanava que el pressupost de RTVV SAU fóra de 98 milions d'euros (la meitat de 2010 –188 milions d'euros– i gairebé la tercera part de 2009 –239 milions d'euros–), per l'enorme impacte que aquesta radiotelevisió pública té al territori valencià, amb efectes molt importants en la indústria audiovisual de la Comunitat Valenciana.

Pot ser interessant recordar que, per a l'exercici 2013, la Ciutat de les Arts i les Ciències de València ha comptat amb un pressupost de 284 milions d'euros, gairebé quatre vegades més que RTVV; la Societat Projectes Temàtics de la Comunitat Valenciana va comptar amb 50 milions de pressupost; Castelló Cultural, amb 8,5 milions; i la Ciutat de la Llum va tenir 13 milions de pressupost.

5.1.2.3. Dimensionament de la nova RTV: pressupost i plantilla

Tal vegada, un dels aspectes més polèmics i conflictius a l'hora de definir el projecte d'una futura radiotelevisió pública valenciana és la qüestió del seu futur pressupost i nombre de treballadors que haurà de tenir. És evident que respondre a aquesta pregunta no és gens fàcil per diverses raons. En primer lloc, perquè el futur volum de radiotelevisió dependrà de les possibilitats pressupostàries de la Generalitat Valenciana. Sabem que els comptes generals de l'administració autonòmica valenciana es troben en un dels moments més complicats de la seua història. Però, en segon lloc, no es pot perdre de vista que la redacció d'uns pressupostos sobretot és resultat de la presa de decisions polítiques: en aquest sentit, remarcuem, una vegada més, que en aquests moments cal prioritzar la refundació d'una radiotelevisió pública dels valencians i valencianes. Si volem que el nostre servei públic de radiotelevisió siga de qualitat, és necessari que es dediquen recursos econòmics suficients per al seu sosteniment, i perquè pugua complir amb la seua missió de servei públic i els seus objectius.

Un criteri per a determinar la dimensió de la futura radiotelevisió pot ser comparatiu, és a dir, analitzant la situació de les radiotelevisions públiques autonòmiques a la resta de l'Estat espanyol. La taula 6 ofereix les dades sobre població als diferents territoris, els pressupostos de les radiotelevisions públiques en les cadenes autonòmiques per a 2015, el nombre de treballadors de què disposen aquestes radiotelevisions de servei públic, la quota de pantalla que han tingut en 2014 i el cost en euros de cada radiotelevisió per habitant de cada territori.

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Taula 6. Panorama de les radiotelevisions públiques a Espanya. Comparativa de poblacions, pressupostos, audiència i cost per habitant.

Comunitat autònoma	Població 2014 (milers de M)	Pressupost 2015	Nombre de treballadors	Quota de pantalla	Cost per Hab. 2015
Aragó	1.326	44	600	11,3%	33,19
Múrcia	1.464	n.d.	90	n.d.	n.d.
Illes Balears	1.124	34,1	211	5,8%	30,33
Astúries	1.049	20	140	6,2%	19,07
Castella-la Manxa	2.062	42	380	4,6%	20,37
Madrid	6.377	97,6	309	4,2%	15,31
Andalusia	8.401	164,2	1.600	9,5%	19,55
Galícia	2.734	106,8	1.000	10%	39,07
Canàries	2.128	38,2	95	7,3%	17,96
Catalunya	7.391	297,5	2.411	12,6%	40,26
Extremadura	1.091	24,7	229	5,7%	22,64
País Basc	2.164	124,6	980	9%	57,58
Comunitat Valenciana	4.939	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.
				Mitjana	28,67

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de INE, Barlovento Comunicación i altres

La CECUV considera convenient aplicar un **criteri de proporcionalitat població vs. cost per habitant**, sense oblidar en cap moment que la Comunitat Valenciana té una llengua i identitat cultural pròpies que cal protegir. En aquest sentit, no ens sembla adequat considerar el pressupost més baix possible, perquè creiem que la Comunitat Valenciana no es mereix ser menysvalorada, enfront d'altres territoris: ja tenim prou amb l'infrafinançament autonòmic que estem patint des de fa dècades, tendència que haurà de canviar en un futur pròxim. El més desitjable seria tendir a la **mitjana de cost del servei públic** de radiotelevisió per habitant en el conjunt de l'Estat, que està en **28,67 euros**, i que suposaria un **pressupost anual per a RTVV de 142 milions d'euros**.

Si agafàrem com a referència el cost per habitant de la radiotelevisió pública del País Basc (57,58, el més alt), amb la població pròxima a cinc milions d'habitants de la Comunitat Valenciana, parlaríem d'un pressupost de 284,4 milions d'euros. Si agafàrem com a referència el cost per habitant de la radiotelevisió pública de la Comunitat de Madrid (15,31, la més baixa), amb la població propera a 5 milions d'habitants de la Comunitat Valenciana, parlaríem d'un pressupost de 75,6 milions d'euros. La CECUV considera que la despesa per habitant de la futura radiotelevisió **no hauria de baixar mai de 22 euros per habitant**, la qual cosa representa un pressupost anual d'uns **109 milions d'euros**.

Cal recordar que la despesa mitjana per habitant de les radiotelevisions públiques dels territoris amb llengua pròpia (Catalunya, Galícia i País Basc) és de **45,64 euros** per habitant en 2015, això vol dir que la proposta de la CECUV de dotar a la nova RTVV d'un finançament de entre 22 i 28 euros, es situa entre 23,64 i 17,64 euros per davall de la resta de comunitats amb llengua pròpia (Catalunya, Galícia i País Basc).

Però si volem ser rigorosos, l'establiment del pressupost de la futura radiotelevisió no pot vindre determinat per una simple anàlisi comparativa. El pressupost del futur servei públic de radiotelevisió dels valencians i valencianes ha de vindre marcat pel **disseny**

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

empresarial de la futura radiotelevisió, una tasca que no pot ser abordada per la CECUV, i que hauria d'abordar una **comissió d'experts professionals** de la ràdio, de la televisió i dels nous mitjans digitals, de la qual parlarem en l'últim apartat del present capítol.

Un altre tema important és el que es refereix al **nombre de treballadors i treballadores** del nou servei públic de radiotelevisió. Com hem assenyalat, resulta bastant difícil determinar la dimensió de la plantilla de la futura RTVV que, en la nostra opinió, haurà de guardar proporcionalitat amb la programació de les cadenes de ràdio, televisió i amb l'activitat que es desenvolupa des de la plataforma multimèdia de la nova corporació, que ha de funcionar com a nucli principal.

L'Informe esmentat de Deloitte per a UTECA assenjala un punt dèbil de les radiotelevisions públiques a Espanya: la baixa productivitat dels treballadors de les cadenes públiques. Com assenjala l'Informe de la Federació d'Empreses Audiovisuales Valencianes (EAVf) de 2014, el percentatge del cost de personal sobre el pressupost total va ser en RTVV d'un 46,5% en 2010 i de 55,33% en 2011, mentre que a la mitjana de cinc grans radiotelevisions europees és d'un 26,1%.

INFORME SOBRE GASTOS DE PERSONAL EN LAS TELEVISIONES DE EUROPA (2009)

Cuadro nº7	ALEMANIA		FRANCIA	ITALIA	REINO UNIDO		PAÍS DE GALES	ESPAÑA TVE	TOTAL
	ZDF	ARD			CH 4	BBC			
PRESUPUESTO CADENA	2.065	6.160	3.136	2.991	1.017	5.875	128	1.183	22.555
APORTACIÓN DEL ESTADO	1.768	5.420	2.412	1.704	0	4.227	123	502	16.156
PLANTILLA	3.622	20.042	10.212	13.352	696	22.874	150	4.047	74.995
COSTE DE PERSONAL	359	2.076	841	1.010	71	1.292	8	236	5.893
% COSTE DE PERSONAL SOBRE PRESUPUESTO TOTAL	17,4	33,7	26,8	33,8	7,0	22	6,6	19,9	26,1
NOMBRE DE CONTRATADOS POR CADA MILLÓN DE PRESUPUESTO	1,7	3,2	3,2	4,5	0,7	3,9	1,2	3,4	3,3
SUELDO MEDIO POR TRABAJADOR EN EUROPA: 78.584 € ANUALES									

Fuente: DELOITTE. Analisis comparativo de la televisión en Europa. Estudio de los modelos de televisión pública en Europa

Aquesta és una prevenció que cal tenir en compte en el disseny del projecte empresarial de la futura corporació de radiotelevisió. Tal i com se subratlla en el document de la MESAV, *Model de revitalització dels sector audiovisual*, document que avala la CECUV, la viabilitat empresarial de la futura radiotelevisió aconsella que **les despeses de personal no han de superar el 35% del pressupost** de la radiotelevisió pública autonòmica.

La qüestió del nombre de treballadors de la futura radiotelevisió és un tema de debat que no té una fàcil resposta. Entenem que seria inadequat aplicar, de manera mecànica, la ràtio **pressupost vs. nombre de treballadors i treballadores**, que ens ofereix la relació entre nombre de treballadors per milió d'euros de pressupost. En les principals radiotelevisions públiques europees de països com ara França, Regne Unit, Alemanya, Itàlia i Espanya (RTVE), dóna 3,32 treballadors per milió de pressupost (segons dades de 2009). Cal tenir en compte, com assenyalen nombrosos experts en economia, que Espanya o la Comunitat Valenciana tenen contextos econòmics marcadament diferents dels països europeus esmentats.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

El futur d'una nova radiotelevisió implicar **posar fi a la precarització del mercat laboral audiovisual valencià**. En els criteris de contractació, subvenció i ajudes a les productores audiovisuals valencianes es tindrà en compte en lloc preferent la qualitat dels llocs de treball que ofereixen i mantenen. Així mateix, es vigilarà per tal que empresaris desaprensius no accedisquen als recursos públics per mitjà d'enginyeria legal, tot deixant deutes i treballadors sense indemnitzar en anteriors empreses tancades. Entenem que el futur Consell de l'Audiovisual Valencià pot ser una eina important per a testar periòdicament la situació del sector comunicatiu valencià, fixant la seua atenció també en les condicions laborals tant dels treballadors del sector públic com del privat.

La CECUV planteja que, d'acord amb el volum de les radiotelevisions públiques autonòmiques amb llengua pròpia (CCMA, ETB, TVG) i les consultes fetes a professionals del sector, incloent extreballadors de l'antiga RTVV, **la nova radiotelevisió pública valenciana hauria de tenir al voltant de la meitat de l'antiga plantilla de treballadors i treballadores de RTVV**. Aquesta xifra implicaria que passara a ser la plantilla més reduïda de les radiotelevisions públiques a Espanya, de les comunitats autònomes en llengua pròpia.

Respecte a la plantilla de la nova radiotelevisió valenciana, no es pot obviar que el tancament de RTVV SAU va suposar l'acomiadament de tota la plantilla, fet que va afectar a 1.608 treballadors i treballadores. En aquest sentit, la CECUV vol deixar constància que en el procés de restitució del servei públic de radiotelevisió el Govern de la Generalitat Valenciana ha de reconèixer els drets laborals, professionals i morals d'aquest col·lectiu, tant si ha d'haver-hi un nou ERO en una hipotètica readmissió de tots els treballadors/es –per exemple, com a conseqüència d'una resolució judicial, si el recurs d'inconstitucionalitat de CGT contra l'ERO el declara nul–, com en el procés de selecció de la plantilla per a una RTVV, de nova creació. En qualsevol cas, la CECUV reclama que el procés de contractació dels extreballadors i extreballadores de la futura RTVV respecte escrupolosament els principis d'igualtat, mèrit i capacitat, i de màxima transparència i estiga obert tant als ex treballadors/es de l'antiga RTVV com a altres professionals de la comunicació i de les àrees d'activitats que es requerisquen, com ara les noves generacions representades pels recents llicenciats i llicenciades i graduats i graduades en Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual, Ciències Socials i Jurídiques, Enginyers i graduats/des tècnics. La combinació de l'experiència dels professionals amb una llarga trajectòria i la innovació procedent de les noves generacions de professionals pot resultar molt positiva i beneficiosa per a la nova radiotelevisió valenciana.

5.1.3. Fonts de finançament

Com s'ha avançat en l'apartat 5.2.1., la CECUV aposta per un model de finançament mixt per a la nova radiotelevisió pública valenciana que tinga en compte tres fonts d'obtenció d'ingressos: la subvenció pública atorgada pel Govern, els ingressos publicitaris i l'explotació i comercialització de productes.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

La subvenció pública atorgada pel Govern és el mecanisme adient per a garantir que la radiotelevisió pública valenciana contribuísca a la diversitat cultural i lingüística, al foment del pluralisme, a la cohesió social, a la producció de continguts i la creativitat audiovisual, a la innovació i al foment de la indústria audiovisual i publicitària local. Pel que fa a la subvenció pública, la CECUV considera indispensable l'establiment d'un contracte-programa com a marc que establisca el finançament de la nova radiotelevisió pública valenciana. Les seues línies mestres hauran de fer-se públiques en la pàgina web de la radiotelevisió pública valenciana per a possibilitar el dret a la informació dels ciutadans, d'una banda, i la rendició de comptes i la responsabilitat social corporativa de l'ens de radiotelevisió, d'una altra.

Es considera que el contracte-programa és l'eina òptima per a canalitzar i articular les subvencions públiques i que el seu ús obligatori hauria de quedar reflectit en la nova llei de restitució. Finalment, cal remarcar que per a ser un instrument efectiu, el contracte-programa haurà de ser pluriennal, per a evitar les fluctuacions en el finançament públic del servei de radiotelevisió pública. En aquest sentit, la CECUV recomana que la durada de cada contracte-programa siga de tres anys. Igualment, insta perquè les subvencions públiques siguen la font principal i prioritària, en termes quantitius, de la nova radiotelevisió valenciana.

L'altra via fonamental d'obtenció de recursos per a la nova radiotelevisió pública valenciana ha de ser la publicitat. Aquesta és una font absolutament legítima de finançament per als mitjans públics segons la doctrina europea. Especialment, s'ha d'entendre com una eina per a dinamitzar tant el sector publicitari valencià com el teixit empresarial local. La nova radiotelevisió, sense renunciar als anunciants globals, ha d'apostar pels anunciants locals, en sintonia amb el protagonisme de la comunicació de proximitat que ha de ser un dels trets distintius del nou ens. Per aquest motiu ha de potenciar l'emissió d'aquests anuncis en valencià i ha d'oferir condicions econòmiques favorables a les xicotetes i mitjanes empreses valencianes perquè aquestes puguen accedir als espais publicitaris de la nova radiotelevisió. Aquestes han de trobar en els nous mitjans públics audiovisuals valencians una finestra especialment propícia per a mostrar els seus productes i serveis i publicitar-los. Així el servei públic de radiotelevisió contribuiria a la dinamització econòmica de la Comunitat Valenciana a l'hora que captaria recursos per al seu finançament. A més, aquesta aposta per la publicitat local i en valencià actuaria com a element afavoridor de les agències de publicitat valencianes que veurien un potencial increment de clients i activitats per a donar resposta a aquest nou escenari. D'aquesta forma, la nova radiotelevisió també contribuiria a enfortir i activar el teixit de la indústria local valenciana, la qual cosa produiria beneficis en diversos àmbits, entre els quals, la generació de llocs de treball per a professionals de la comunicació publicitària.

Com a tercera via, també caldrà explorar, i tenir en compte, el finançament a través de l'explotació i comercialització de productes (continguts) i serveis generats per la nova radiotelevisió pública valenciana. Encara que aquest mecanisme resulta, generalment, poc quantios i marginal, no cal descartar-lo a priori.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

5.1.4. Les partides del pressupost

L'elaboració del pressupost estarà subjecta al compliment del que s'estipule en el contracte-programa triennal signat pel Govern valencià i la nova radiotelevisió, tant pel que fa als aspectes econòmics i també en relació amb els objectius. En aquest sentit, l'elaboració del pressupost serà duta a terme pel Consell d'Administració de l'ens públic de radiotelevisió que, una vegada aprovat, informarà del seu contingut al Consell Valencià de Comunicació i a la Comissió Parlamentària.

En relació al pressupost total del nou servei públic de radiotelevisió valencià, com s'ha indicat i argumentat en un punt anterior, la CECUV considera convenient aplicar un criteri de proporcionalitat *població vs. cost per habitant*. El més recomanable seria tendir a la mitjana de cost del servei públic de radiotelevisió per habitant a Espanya, que és de 28,76 euros, i que suposaria un pressupost anual per a RTVV de 142 milions d'euros. En tot cas, la CECUV considera que la despesa per habitant de la futura radiotelevisió valenciana no hauria de baixar mai d'un cost de 22 euros per habitant, la qual cosa representa un pressupost anual, mínim, d'uns 109 milions d'euros.

Pel que fa les partides del pressupost es poden establir quatre grans blocs. Juntament amb la seua determinació, la CECUV proposa establir un repartiment del pressupost disponible assignant un percentatge específic per a cada un d'aquests.

El primer té a veure amb les despeses de personal relacionades amb la plantilla. La CECUV considera que els recursos humans de la futura radiotelevisió valenciana tenen una importància capital per tal d'oferir un servei públic de qualitat, innovador i que aporte beneficis socials. En aquest sentit, el percentatge del pressupost que consumiria aquesta partida seria d'un 35%.

El segon bloc és el relatiu a les despeses de producció pròpia (informatius, esports, esdeveniments festius, etc.) de la radiotelevisió pública valenciana. Aquesta partida també inclou la compra de producció aliena i de drets d'emissió, incloent-hi els serveis de doblatge. Finalment, aquest apartat també inclouria les despeses corrents de l'ens com ara els serveis administratius i jurídics. El percentatge del pressupost que consumiria aquesta partida seria d'un 30%.

El tercer té a veure amb la producció pròpia externalitzada de programes d'entreteniment i ficció per part de productores valencianes. Com s'ha indicat en altres apartats d'aquest informe, la CECUV considera que la nova radiotelevisió valenciana ha de ser un motor per a dinamitzar econòmicament el sector de la producció audiovisual valencià. Per aquest motiu, s'insta perquè la nova llei establisca l'obligatorietat de contractar aquesta producció pròpia externalitzada amb empreses i professionals valencians. El percentatge del pressupost que consumiria aquesta partida seria d'un 30%.

Cal indicar que es considera imprescindible garantir que la producció externalitzada de la nova radiotelevisió la duguen a terme productores radicades fiscalment, jurídicament i empresarialment a la Comunitat Valenciana, i que els equips tècnics i artístics que participen en les produccions siguen valencians/es.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Finalment, el quart bloc seria el relacionat amb altres despeses. Dins d'aquesta partida s'inclourien, entre altres, les compres d'equipaments, els costos de manteniment i de lloguer, etc. El percentatge del pressupost que consumiria aquesta partida seria d'un 5%.

5.1.5. Mecanismes de control en l'execució dels pressupostos

El control de l'execució dels pressupostos de la nova radiotelevisió valenciana haurà de combinar mecanismes interns i externs per a garantir la màxima eficiència i transparència en la gestió econòmica de la prestació del servei públic. Internament, el nou ens haurà d'establir un Servei de Control Intern. Complementàriament, la futura radiotelevisió haurà de retre comptes, des del punt de vista econòmic i pressupostari, també a organismes externs a l'ens. En aquest sentit, seguint una temporització periòdica, que podria fixar-se cada sis mesos, el Consell d'Administració de la radiotelevisió haurà d'elaborar un informe sobre l'execució pressupostària que haurà de ser presentat i aprovat per la Comissió de Control Parlamentari i pel Consell Valencià de Comunicació.

La CECUV recomana la introducció de mecanismes de transparència en la gestió pressupostària de la futura radiotelevisió. En aquest sentit, el nou ens haurà d'oferir de forma pública i oberta, a través d'Internet, tota la informació sobre les seues activitats, incloent-hi els ingressos, les despeses i l'execució pressupostària. A més, resultaria molt positiu que el Govern de la Generalitat Valenciana publique anualment la despesa per habitant que genera el servei de radiotelevisió pública autonòmica per tal de fomentar una cultura del compromís i d'exigència entre els ciutadans valencians enfront de la radiotelevisió.

5.2. La creació d'una Comissió d'Experts per al disseny empresarial de la nova RTVV

Per últim, la **Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)** considera necessari remarcar que cal treballar en el projecte empresarial que definisca amb detall les característiques de la futura empresa de radiotelevisió pública valenciana. Per això recomana crear un grup de treball, compost per experts i professionals per a dur a terme aquesta tasca.

Aquesta Comissió d'Experts i Professionals de la radiotelevisió haurà de tenir necessàriament una existència i vigència limitada en el temps ja que la seua actuació s'haurà de circumscriure a la definició inicial del model empresarial de la nova radiotelevisió valenciana. Ha d'estar integrada per professionals de reconegut prestigi, que puguen acreditar la seua experiència i/o coneixement de la matèria. La proposta de la CECUV és que aquesta Comissió d'Experts tinga un perfil plural, com ara:

- La seua mida ha de fer possible el treball en equip: proposem que estiga formada per entre set i nou experts.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- El perfil dels experts i professionals que la integren han de ser: periodista (en ràdio, televisió i nous mitjans), realitzador, productor, programador de ràdio i televisió, gestió econòmica, gestió administrativa, documentalista, expert en explotació i emissions, expert en comunicació corporativa i xarxes socials, experts en noves tecnologies i expert acadèmic en ràdio, televisió i nous mitjans.
- La procedència d'aquests experts ha de ser, en gran mesura, el col·lectiu d'extreballadors de l'antiga RTVV. Els que millor coneixien RTVV són, sense dubtes, els professionals que han treballat a eixa empresa pública. També recomanem que entre els membres hi hagen professionals i experts d'altres empreses públiques o privades de radiotelevisió que no hagen treballat mai a RTVV i siguen, fins i tot, de fora de la Comunitat Valenciana.
- S'ha de garantir que les persones seleccionades no tinguen vinculacions polítiques marcades, ni ocupen càrrecs polítics, i el seu currículum, que demostrarà la seua qualitat, hauria de ser publicat a la pàgina web de la Generalitat Valenciana, perquè la ciutadania valenciana conega la composició de la Comissió. La designació dels membres de la Comissió d'Experts ha d'estar a càrrec del Govern Valencià.

5.3. Resum i propostes

- El finançament de la nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació ha de ser suficient, sostenible i transparent per a garantir el desplegament d'un servei públic de qualitat i amb garanties d'independència, responsabilitat i singularitat.
- S'haurà de prohibir de manera clara i expressa l'endeutament de la nova radiotelevisió.
- Es ratifica el rebuig al cànon com a fórmula financera per a la nova radiotelevisió.
- El model mixt que combina la subvenció pública atorgada pel Govern, els ingressos publicitaris i l'explotació i comercialització de productes és el sistema de finançament més adient per a la futura radiotelevisió.
- La subvenció pública atorgada pel Govern haurà de basar-se en un contracte-programa de caràcter triennal.
- La publicitat s'ha d'entendre com una eina per a dinamitzar econòmicament tant el sector publicitari valencià com el teixit empresarial local, fet que possible les xicotetes i mitjanes empreses valencianes troben en la nova radiotelevisió una finestra per a promocionar els seus productes i serveis.
- El pressupost de la nova radiotelevisió ha de basar-se en un criteri de proporcionalitat *població vs. cost per habitant*. Es recomana fixar 28,76 euros per habitant, fet que generaria un pressupost anual de 142 milions d'euros. En tot

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

cas, mai s'hauria de baixar d'un cost de 22 euros per habitant que representa un pressupost anual, mínim, d'uns 109 milions d'euros.

- Les partides del pressupost, amb un percentatge específic de la despesa total per a cada una d'aquestes, seran: plantilla (35%), despeses de producció pròpia i compra de producció aliena i de drets d'emissió (30%), producció pròpia externalitzada (30%) i altres despeses (5%).
- **La nova radiotelevisió pública valenciana hauria de tenir al voltant de la meitat de l'antiga plantilla de treballadors i treballadores de RTVV.** El procés de contractació ha de respectar els principis d'igualtat, mèrit i capacitat, i de màxima transparència. En aquest procés, caldrà reconèixer els drets laborals, professionals i morals dels extrebballadors i extrebballadores de l'antiga RTVV. El procés de contractació ha d'estar obert tant als extrebballadors i extrebballadores com a altres professionals de la comunicació i de les àrees d'activitats que es requerisquen, representants de les noves generacions de recents llicenciats i llicenciades i graduats i graduades.
- És imprescindible garantir que la producció externalitzada de la nova radiotelevisió siga duta a terme per productores radicades fiscalment, jurídicament i empresarialment a la Comunitat Valenciana, i que els equips tècnics i artístics que participen en les produccions siguen valencians/es.
- Caldrà introduir de mecanismes de transparència en la gestió pressupostària de la futura Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació: control intern i extern, oferir de forma pública i oberta, a través d'Internet, tota la informació sobre l'execució pressupostària i publicar, per part del Govern de la Generalitat Valenciana, la despesa anual per habitant que genera la radiotelevisió.
- Es recomana la creació d'una comissió d'experts, d'entre set i nou membres, de caràcter temporal per dur a terme el disseny empresarial de la nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació.

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

6. DIGITALITZACIÓ I MULTIDIFUSIÓ /

6.1. Multidifusió de continguts i convivència de mitjans d'ahir i de hui

La migració digital de la indústria audiovisual i del conjunt de les indústries culturals cada vegada està més present a l'estructura de la cadena de valor de qualsevol mitja de comunicació. L'aparició de nous formats i noves rutines en el procés productiu de continguts comencen a ser un fet. Això suposa la modelització d'un nou espai econòmic i social amb una altra manera de relacionar-se amb l'espai global des de la diversitat cultural. L'abundància informativa, la possibilitat d'interaccions o l'accessibilitat als continguts han marcat altres estils de vida que han influït clarament en el comportament social. La globalització i la digitalització ens han introduït de forma irreversible en un nou procés productiu i en un nou mercat de continguts i serveis audiovisuals que es multidifonen arreu del món mitjançant diferents finestres.

La producció audiovisual continua ocupant-se del disseny, desenvolupament i elaboració dels continguts audiovisuals. Aquest procés clàssic, que comprén les fases de creació i ideació, planificació, execució, muntatge i edició, avui ha d'anar acompanyat d'un pla de viabilitat que tinga en compte la multidifusió digital de cada contingut. El mercat televisiu tradicional, amb la digitalització i el procés globalitzador, ha donat pas a la difusió dels continguts audiovisuals de les diferents plataformes i per a diversitat de finestres (televisor tradicional, dispositius computacionals de mobilitat o televisors intel·ligents). Per tant, ens trobem als inicis d'una difusió compartida on conviuen la teledifusió de sempre i la multidifusió actual des de diferents contenidors o agregadors d'Internet. Així doncs, la producció audiovisual de hui ha de tenir present aquest doble objecte de produir continguts per a la multidifusió en xarxa o per a la teledifusió (terrestre, cable o satèl·lit). I, a més, el productor audiovisual i/o els teledifusors hauran de tenir en compte també que el seu públic és un altre. Ara, les audiències tradicionals col·lectives ja no consumeixen el menú que prepara el programador i comencen a elegir personalment els continguts que prefereixen consumir.

6.2. Canvi de tendència en el consum mediàtic. De les audiències als usuaris

Si analitzem el nombre d'espanyols que consumeixen continguts audiovisuals, segons les dades de [comScore](#) i [KantarMedia](#) ([Barlovento Comunicació 2013-15](#)), observem com en la temporada última l'audiència acumulada en televisió encara supera àmpliament a la d'Internet. Són 44 milions les persones que accedeixen a la televisió i al voltant de 26 milions les que ho fan a Internet. No hi ha cap dubte que el poder de la televisió és encara significatiu. Tanmateix, continua creixent l'accés a la visibilitat de continguts des de la xarxa. El vídeo *en línia* és un dels continguts que més interessa als usuaris d'Internet i el que més ha crescut en els últims anys i que previsiblement continuarà augmentant significativament. Segons la consultora nord-americana [Cisco](#), a Europa occidental, el 83% de les connexions mòbils seran "intel·ligents" al 2018, molt per damunt de les connexions de 3G i 4G que en l'actualitat ja sobrepassen el 50%.

Això suposarà una taxa de creixement anual del 48% i quasi un 100% de dades mòbils de transferència d'alta qualitat d'ací a quatre anys. Per tant, la implantació de les xarxes de mobilitat 4G, amb l'arribada del dividend digital des de l'1 de gener de 2015 i del segon dividend digital previst per a l'inici del 2020, propiciarà a través de les tecnologies de mobilitat una recepció de vídeo de qualitat d'alta i ultra definició.

Els continguts audiovisuals de la televisió, independentment del dispositiu amb què la vegem, continuen actuant com el gran mitjà de comunicació de masses, que amb més de cinquanta anys de vida manté el seu poder per a canviar els marcs de referència socials. Però amb l'arribada de la [televisió híbrida](#), els continguts audiovisuals del poder televisiu acabaran dissolent-se en el marc de la multidifusió digital. La televisió híbrida, per tant, comportarà amb una sèrie de canvis: augmentarà el consum de vídeo sota demanda, allargarà el cicle de vida dels continguts i establirà una nova relació amb l'espectador, donant-li l'oportunitat de convertir-lo en usuari.

6.3. El valor ascendent de les OTT

Com acabem d'explicar, els continguts audiovisuals ara caminaran en un doble sentit. D'una banda, la televisió continuarà produint i realitzant continguts a fi d'augmentar el seu flux de programació lineal diari; però, d'altra, els teledifusors ja ofereixen en xarxa la majoria dels seus continguts a través del *players* o plataformes de televisió a la carta, i també es plantegen arribar als dispositius de mobilitat o *Smart TV*. I, a més, amb la posada en valor de nous continguts audiovisuals enriquits o "transmèdia", l'experiència televisiva difumina més les seues fronteres amb Internet. Tota aquesta nova mecànica de desenvolupament i difusió de continguts audiovisuals situa la producció en el centre de la cadena de valor de la indústria audiovisual. Els teledifusors, els operadors procedents de la telefonia tradicional o els nous gestors de continguts audiovisuals en la xarxa ([OTT, Over The Top](#)) necessiten proveir-se de relats audiovisuals per a alimentar el flux del nou mercat audiovisual. Observem, doncs, que en aquest procés migratori a l'escenari de multidifusió actual apareixen uns nous agents procedents dels operadors de telefonia i dels contenidors a través d'Internet. Com comentàvem, aquest fenomen dona més recorregut a la vida del format audiovisual, però, atesa la seua emissió redundant, també el pot fer més obsolet, si no som capaços de desenvolupar-lo per a ser integrat àmpliament en el nou sistema mediàtic.

El mapa de plataformes OTT de recepció en diferents dispositius comença ja a traçar-se a través de la geografia espanyola, una vegada que també [Netflix](#) té ja cobertura al nostre domini geogràfic. La plataforma que opera en totes les pantalles és [Yomvi](#), mentre que [RTVE](#), a través del seu "botó roig" o les seues aplicacions per a *tablets*, *smartphones* o *smart TV*, també acaba operant en la multifinestra, igual que a [TV3](#). Per tant, la dimensió de poder operar en multidispositiu comença a ser un objectiu preferent per a qualsevol teledifusora d'àmbit nacional o autonòmic i per a cada nou agent que vulga posicionar-se des d'Internet.

Operadors OTT per a multidispositius ja en tenim alguns, a part dels *Social Media* Youtube o Vimeo, com ara ADNStream, CineClick, MUBI, Wuaki.TV, Filmin

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Mivideoclub.com o NUBEOX que ens ofereixen sèries i cine. D'altra banda, trobem també una altra gran família vinculada als canals de televisió pública generalista com RTVE o els públics autonòmics TV3, Canal Sur, EITB, CRTVG, IB3TV o Aragón Televisión, a banda de les iniciatives privades encapçalades pel duopoli televisiu espanyol de Mediaset España i Atresmedia amb [mitele](#) i [atresplayer](#), a les quals podem sumar opcions de continguts temàtics (Discovery Max, Paramount Channel o 13tv) i de continguts de proximitat (TVR, NATV, Popular TV, Levante TV, 8tv, 7RM o Vtelevision).

I més enllà del posicionament en la difusió a través de multidispositius de les teledifusores i els contenidors d'Internet, encara apareixen més plataformes de contenidors audiovisuals en la nostra geografia des de la televisió per cable ([DVB-C](#)) i mitjançant la Internet Protocol Television ([IP TV](#)) que usen protocols asimètrics xDSL i que també busquen posicionament en aquest nou espai.

6.4. Les operadores de telefonia ocupen la difusió de continguts en mobilitat

Telefónica, Vodafone i Orange estan intentant absorbir la diversitat d'ofertes televisives i de contenidors audiovisuals d'accés lliure o restringit mitjançant pagament per a poder tenir les seues pròpies finestres en la multidifusió digital a través de tota la geografia espanyola. La concentració vertical ací també ha actuat una vegada més de forma selectiva. Orange ha absorbit gradualment Ya.com, Yoigo i Jazztel fins a aconseguir un posicionament i un nombre ampli de clients en la telefonia mòbil per poder consolidar la seua finestra [Orange TV](#). Telefónica ja disposa de la majoria de les participacions de la plataforma Digital+ del Grupo Prisa amb la corresponent cartera d'usuaris que s'integraran en la *paquetització* televisiva de [Movistar TV](#), intentant compaginar-la amb l'oferta per satèl·lit de Canal+ i el contenidor multidispositiu Yomvi. I, en últim lloc, [Vodafone TV](#) absorbeix l'operadora de cable ONO per a enfortir la seua xarxa de fibra i poder donar uns serveis avançats en la multidifusió digital de continguts audiovisuals.

En aquesta fase en què ens trobem, és indispensable que les corporacions radiotelevisives públiques tinguen un millor posicionament, ja que han perdut presència davant l'aparició dels grans lobbys mediàtics, ocupant moltes parcel·les pròpies d'un servei públic general mitjançant estratègies de "concentració vertical". Els efectes de la crisi econòmica i les polítiques neoliberals dels últims anys han reduït l'estructura i la redistribució territorial de la nostra indústria audiovisual. En els últims anys, la comunicació de proximitat ha minvat i amb ella s'ha accentuat el predomini absolut de dels "mitjans finestra" enfront dels "mitjans espill". La indústria audiovisual i el conjunt de les indústries culturals, centralitzades tradicionalment a Madrid i en menor mesura a Barcelona, encara es concentren més a la capital de l'Estat, en detriment de les identitats regionals i de la diversitat cultural. Per tant, cada vegada és més necessari plantejar una reordenació de la comunicació audiovisual en els seus diferents àmbits (nacionals, regionals o locals) per a aconseguir unes governances més concordants amb el nou flux de l'Era Digital. En l'actualitat l'increment del nombre d'operadors d'informació no garanteix la veracitat de les informacions ni el respecte als drets i llibertats dels ciutadans en general, per la qual cosa la modernització dels processos reguladors és indispensable per a obrir camí a la multidifusió digital. Aquests processos que han d'anar acompanyats d'unes polítiques que incentiven el desenvolupament de

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

nous continguts i formats audiovisuals des d'una producció col·laborativa, creativa i oberta a la realització de relats i històries que representen també els valors socials de la proximitat.

6.5. Pautes per a un canvi de flux mediàtic valencià

El model de la nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació hauria d'estar plenament connectada amb l'entorn digital per multidifondre els seus continguts a través de la seua plataforma i aquelles altres que es determinen en el seu moment. Si és important mantenir una xarxa terrestre de difusió radioelèctrica que garantisca el flux universal i l'alta qualitat del *broadcasting*, també ho serà tenir una plataforma pròpia per a la multidifusió digital de continguts audiovisuals que puga agregar-se a qualsevol operador multidispositiu a través d'Internet (OTT), mitjançant tecnologies IP o xDSL, cable i telefonia de mobilitat.

Per tant, el desenvolupament i la producció de continguts i formats audiovisuals destinats al nou flux digital han de ser l'objectiu preferent d'una indústria audiovisual moderna que mira a la Societat del Coneixement des de l'Era Digital. Aquest nou model mediàtic més participatiu i obert ha de construir-se des de la unió d'estratègies i esforços que fins ara havien funcionat per separat. Així doncs, el relançament de la radiotelevisió valenciana ha d'apostar per un mitjà del segle XXI i per això caldrà:

- Crear un departament propi en el nou organigrama de la Corporació per gestionar una Plataforma Multimèdia que connectarà el flux de producció i multidifusió dels continguts.
- Revisar la concessió privada de la xarxa actual de repetidors després de la reubicació de freqüències del primer dividend digital per reajustar-la, si s'escau, a les concessions definitives de de la TDT-L que estan en via de resolució judicial.
- Planificar progressivament el canvi de múltiplex i de freqüència per al segon dividend digital de 2020, que hauria d'albergar, entre altres serveis digitals, les emissions regulars del tercer canal d'informació 24 hores.
- Optimitzar els dos programes públics que en l'actualitat ocupen el múltiplex autonòmic en la banda d'UHF (Alacant: canal 25 – 506MHz, Castelló: canal 60 – 786 MHz i València: Canal 57 – 762 MHz) per a treballar sols en programes de HD i encetar les proves en ultra HD, tot seguint la norma DBV2 amb vista al segon dividend digital de 2020.
- Negociar amb el Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme per a la concessió d'un múltiplex d'intercanvi autonòmic entre les comunitats autònomes veïnes.
- Desenvolupar aplicacions en mobilitat i d'interacció per accedir als continguts audiovisuals i serveis @ de la Plataforma Multimèdia de radiotelevisió.
- Planificar la multidifusió a través de les operadores telefòniques que han optat per a l'emissió de continguts audiovisuals en el nostre territori.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- Interconnectar telemàticament a través de fibra el centre de producció de televisió i el de producció de ràdio.
- Crear la Xarxa Intercomarcal de Mitjans d'Audiovisuals (XIMA) mitjançant tecnologies IP i *icloud*.
- Introduir el concepte de *workflow* o flux de treball, que determina una altra manera de fer les coses amb la utilització d'equips, de formats i de suports compatibles que permeten establir dinàmiques i sinergies de treball ràpides per a optimitzar i rendibilitzar els processos de producció i difusió.

6.6. Cap a un nou sistema d'ingestió, compartició i arxivament de continguts en núvol

En l'actualitat, la informàtica en núvol o compartida (*cloud computing*) combina un conjunt de tecnologies que permeten emmagatzemar tots els recursos a Internet. Els proveïdors dels serveis s'organitzen per a aprofitar al màxim les seues infraestructures i proveir servei a múltiples usuaris alhora; d'aquesta manera els clients poden aconseguir serveis que s'adapten perfectament a les seues necessitats sense haver de fer despeses en infraestructura informàtica. Un dels objectius de la informàtica en núvol és simplificar la distribució de càrregues de treball. Els programes que s'ofereixen per Internet cada vegada són més complexos i requereixen fer tasques que sovint exigeixen distribuir la càrrega de treball entre diferents màquines. Això no és especialment nou ja que fa anys que en els sistemes oberts d'Unix existia la idea de *processament distribuït*. La idea era combinar diferents sistemes a partir de les xarxes locals o esteses per repartir una tasca entre diversos servidors i estacions de treball, i així obtenir resultats semblants als que s'obtidrien en una màquina molt potent i que serien impossibles si es fera servir un sol ordinador. La gran innovació de la informàtica en núvol és que parteix de l'evolució d'aquestes tecnologies de gestió compartida i d'altres com la virtualització, l'increment de les velocitats d'accés a Internet o la proliferació de dispositius mòbils, que han propiciat la seua carta fundacional. Amb la informàtica en núvol qualsevol corporació pot construir la seua infraestructura informàtica d'una manera totalment diferent de com es feia fins ara. Ja no cal que les empreses públiques o privades tinguen grans instal·lacions informàtiques, ni experts en administració de sistemes, ja que això ho poden obtenir del núvol.

Aquests sistemes d'externalització dels recursos tecnològics, ja estan operatius en la indústria audiovisual des del procés de captura i d'ingestió inicial fins a la multidifusió final a través de diferents plataformes. Un centre de produccions audiovisuals cada vegada ha de ser menys dependent dels recursos tecnològics propis i de les eines de programari. La informàtica en núvol, per tant, pot aconseguir crear una infraestructura informàtica complexa en la seua part d'usuaris sense pràcticament haver de tenir un parc informàtic costós. Des d'un sol processador es pot controlar una infraestructura informàtica completa amb costos molt raonables.

Per tant, amb vista a la posada en marxa d'un centre de producció i difusió audiovisual, aquestes tecnologies han de tenir-se en compte, i més encara quan l'antic centre de Canal 9 de Burjassot tenia una migració cap a la digitalització molt poc avançada.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

I d'altra banda, en la fase d'arxivament, les tecnologies d'informàtica compartida haurien de modernitzar i connectar l'arxiu digital de la nova corporació amb la Fílmoteca amb vista a la construcció d'una Mediateca valenciana compartida que absorbira tots els continguts històrics de l'antiga RTVV. Aquest nou sistema hauria de fer ingestions universals a través dels protocols internacionals de metadades per a poder compartir directament arxius digitals de qualsevol altra corporació radiotelevisiva. Compartir materials i recursos de membres de la FORTA o del grup RTVE, així com amb altres corporacions de radiotelevisió mitjançant els convenis de col·laboració que es considerara oportú, seria un gran avanç. Fins i tot, permetria obrir una relació estreta en aquest camp amb les televisions locals públiques valencianes a través de contenidors compartits amb la Xarxa Intercomarcal de Mitjans d'Audiovisuals (XIMA) que facilitaria les ingestions universals des de qualsevol punt i l'ús des de qualsevol centre de producció mitjançant bases de dades compartides. L'objectiu final d'aquesta iniciativa hauria de conformar l'arxiu audiovisual i sonor valencià amb la col·laboració especial de l'IVAC com a entitat pública que ja gestiona la Fílmoteca amb la creació definitiva de la Mediateca Valenciana.

6.7. Estructura de la plataforma tecnològica multimèdia (PTM) de la nova corporació

L'entorn multimèdia de la nova corporació radiotelevisiva es desenvoluparà amb la implementació de tecnologies d'informàtica compartida per combinar el flux del *broadcasting* a través dels repetidors terrestres i el flux IP de la xarxa. La nova infraestructura tecnològica compartirà l'emissió del:

- Canal principal de continguts de qualitats amb un ventall ampli de gèneres televisius, com a finestra principal de la televisió valenciana, amb una clara vocació d'arribar al gran públic.
- Canal per a nous formats, serveis interactius i relats transmèdia, com a finestra innovadora que s'obri a un públic jove i a usuaris avançats mitjançant la mobilitat i la interactivitat.
- Canal d'informació de 24 hores, que s'hi incorporaria a partir de la posada en marxa del segon múltiplex.
- Canal principal de ràdio, amb una oferta de proximitat per al gran públic.
- Canal musical de ràdio, amb especial atenció a la producció musical en valencià i dels músics valencians, per a la qual cosa s'aprofitarà la freqüència vigent de Sí Ràdio, des d'un plantejament allunyat de la tradicional ràdio fórmula.
- Servei de *podcast* i canal de ràdio informativa 24 hores. A mesura que l'estructura empresarial de la nova Corporació es vaja consolidant, també s'haurà d'avançar en la integració en el web de la plataforma tecnològica.
- Contenedor o *player* allotjat també en la plataforma per facilitar la programació dels continguts radiotelevisius a la carta de forma tematitzada a través d'Internet.

6.8. Configuració i objectius del lloc web o *player* de la nova radiotelevisió pública

Aquest contenidor allotjarà tots els continguts audiovisuals de la nova corporació de radiotelevisió valenciana ordenats preferentment de forma tematitzada, encara que disposarà de cerques cronològiques, per gèneres o per paraules clau.

El seu accés ha de permetre un ús òptim per a les persones amb diversitat funcional, bé siguen sensorials o de mobilitat.

Per a facilitar el reconeixement d'àmbit global, una versió bàsica del web es presentarà en diferents llengües als menús.

6.8.1. Objectius

- Aglutinar tot el contingut generat pels mitjans de comunicació de titularitat pública per a facilitar-ne la seua difusió.
- Incrementar la presència del País Valencià i del valencià a la xarxa. Cal fer constar, sense un bon posicionament a la xarxa i en el conjunt de les indústries de la comunicació i la cultura, el teixit econòmic valencià no tindrà la projecció necessària.
- Garantir l'adaptació dels continguts creats als nous hàbits de consum de la ciutadania. Un ajust que, a més de dur-se a terme en l'àmbit de la difusió, ha d'encaixar els continguts audiovisuals segons les preferències dels usuaris. El *player* serà, per tant, el lloc de trobada més directe entre el ciutadà i el conjunt de continguts audiovisuals oferits. No només s'accedirà a continguts principals o complementaris dels programes emesos a la ràdio o en la televisió, sinó també a l'emissió en directe d'aquests. La plataforma també allotjarà continguts específics en funció de diferents segments poblacionals i altres serveis que també es podran veure pel segon i el futur tercer canal. En aquest sentit, s'hi disposaran continguts específics orientats al sistema educatiu valencià, classificats per matèries i nivells, de tal manera que siguen de fàcil localització i ús per part dels centres escolars i el professorat.

6.8.2. Aplicacions per a dispositius mòbils

La Plataforma Multimèdia desenvoluparà aplicacions que permetran als usuaris accedir als continguts del seu *player* a través dels dispositius mòbils. En aquest àmbit un bon model és el plantejat per la BBC que integra en una única aplicació, [iPlayer](#), tots els seus continguts a excepció dels informatius que s'ofereixen en l'aplicació BBC News.

6.8.3. Xarxes socials

La Plataforma també articularà la seua presència a les xarxes socials més habituals i estudiarà les de més recent aparició per a adaptar-se constantment a les demandes dels seus usuaris.

6.8.4. Funcionament

La interconnexió entre els departaments encarregats de la difusió dels continguts, la planificació de programes i les visites dels usuaris, ha de ser constant. Per tant, les visites al web o *player*, el període de temps durant el qual s'accedeix, el moment del dia, l'atenció que atorga a cada contingut en funció de la seua duració o la temàtica, han de tenir un tractament analític que es reflectirà des de la mateixa plataforma. Aquesta eina ajudarà a saber les tendències i l'avaluació del consum social, cosa que l'audiometria tradicional no arriba a reflectir.

De la mateixa forma, caldrà obrir la porta a la creació d'espais complementaris als tradicionals que permeten enfortir les comunitats d'usuaris i aconseguir un impacte més important dels continguts a través del consum en xarxa.

6.9. Resum i propostes

Estem en els inicis d'una difusió compartida on conviuen la teledifusió de sempre i la multidifusió actual des de diferents contenidors o agregadors d'Internet. Així doncs, la producció audiovisual de hui ha de tenir present aquest doble objecte de produir continguts per a la multidifusió en xarxa o per a la teledifusió tradicional (terrestre, cable o satèl·lit).

Els continguts audiovisuals fluctuen ja en un doble sentit. D'una banda, la televisió continua produint i realitzant continguts a fi d'augmentar el seu flux de programació lineal diari; però, d'una altra, els teledifusors ja ofereixen en xarxa la majoria dels seus continguts a través dels *players* o plataformes de televisió a la carta, i també es plantegen arribar als dispositius de mobilitat o Smart TV.

El vídeo *en línia* és un dels continguts que més interessa als usuaris d'Internet i el que més ha crescut en els últims anys i previsiblement el que continuarà augmentant significativament.

Cada vegada apareixen més proveïdors de continguts audiovisuals en xarxa (OTT, Over The Top) que necessiten relats audiovisuals per a alimentar el flux del nou mercat audiovisual. I d'una altra banda, les operadores de telefonia també ofereixen serveis i continguts audiovisuals en mobilitat.

Sense cap dubte que aquests processos indefugibles han d'anar acompanyats d'unes polítiques que incentiven el desenvolupament de nous continguts i formats audiovisuals des d'una producció col·laborativa, creativa i oberta a la realització de relats i històries que representen també els valors socials de la proximitat.

A més, un centre de produccions audiovisuals cada vegada ha de ser menys dependent dels recursos tecnològics propis i de les eines de programari. La informàtica en núvol, per tant, pot aconseguir crear una infraestructura informàtica complexa en la seua part d'usuaris sense pràcticament haver de tenir un parc informàtic costós. Des d'un sol processador es pot controlar una infraestructura informàtica completa amb costos molt raonables. Per tant, amb vista a la posada en marxa d'un centre de

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

producció i difusió audiovisual, aquestes tecnologies han de tenir-se en compte, i més encara quan l'antic centre de Canal 9 de Burjassot tenia una migració cap a la digitalització molt poc avançada.

El model de la nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació hauria d'estar plenament connectada amb l'entorn digital per a multidifondre els seus continguts a través de la seua plataforma i aquelles altres que es determinen al seu moment, a més de mantenir una xarxa terrestre de difusió radioelèctrica que garantisca el flux universal i l'alta qualitat del *broadcasting*. Per tant, el desenvolupament i la producció de continguts i formats audiovisuals destinats al nou flux digital han de ser l'objectiu preferent d'una indústria audiovisual moderna que mira a la Societat del Coneixement des de l'Era Digital.

Per tant, el Comité d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes recomana les següents propostes:

- Crear d'un departament propi en el nou organigrama de la Corporació a gestionar una Plataforma Tecnològica Multimèdia (PTM) que connectarà el flux de producció amb la multidifusió dels continguts.
- Revisar la concessió privada de la xarxa actual de repetidors després de la reubicació de freqüències del primer dividend digital per reajustar-la, si cal, a les concessions definitives de de la TDT-L que estan en via de resolució.
- Planificar progressivament el canvi de múltiplex i de freqüència per al segon dividend digital de 2020, que hauria d'allotjar, entre altres serveis digitals, les emissions regulars del tercer canal d'informació 24 hores.
- Optimitzar els dos programes públics que en l'actualitat ocupen el múltiplex autonòmic en la banda d'UHF (Alacant: canal 25 – 506MHz, Castelló: canal 60 – 786 MHz i València: Canal 57 – 762 MHz) per treballar sols en programes de HD i encetar les proves en ultra HD, tot seguint la norma DBV2 amb vista al segon dividend digital de 2020.
- Negociar amb el Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme per a la concessió d'un múltiplex d'intercanvi autonòmic entre les comunitats autonòmes veïnes.
- Desenvolupar aplicacions en mobilitat i d'interacció per accedir als continguts audiovisuals i serveis @ de la Plataforma Multimèdia de radiotelevisió.
- Planificar la multidifusió a través de les operadores telefòniques que han optat per a la emissió de continguts audiovisuals en el nostre territori.
- Interconnectar telemàticament a través de fibra el Centre de Producció de Televisió y el de Producció de Ràdio.
- Desenvolupar aplicacions que permetran als usuaris accedir als continguts del seu *player* a través dels dispositius mòbils.
- Garantir la presència dels principals continguts audiovisuals a les xarxes socials més habituals per a adaptar-se constantment a les demandes dels seus usuaris.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- Convertir el *player* de la plataforma en el centre de les tecnologies interactives i de mobilitat per a difondre tot tipus de continguts en directe o a la carta.
- La nova infraestructura tecnològica compartirà l'emissió del:
 - Canal principal de continguts de qualitats amb un ventall ampli de gèneres televisius, com a finestra principal de la televisió valenciana, amb una clara vocació d'arribar al gran públic.
 - Canal per a nous formats, serveis interactius i relats transmèdia, com a finestra innovadora que s'obri a un públic jove i a usuaris avançats mitjançant la mobilitat i la interactivitat.
 - Canal d'informació de 24 hores, que s'hi incorporaria a partir de la posada en marxa del segon múltiplex.
 - Canal principal de ràdio, amb una oferta de proximitat per al gran públic.
 - Canal musical de ràdio, amb especial atenció a la producció musical en valencià i dels músics valencians, per a la qual cosa s'aprofitarà la freqüència vigent de Sí Ràdio, des d'un plantejament allunyat de la tradicional ràdio fórmula.
 - Servei de *podcast* i canal de ràdio informativa 24 hores. A mesura que l'estructura empresarial de la nova Corporació es vaja consolidant, també s'haurà d'avançar en la integració en el web de la plataforma tecnològica.
 - Contenedor o *player* allotjat també en la plataforma per facilitar la programació dels continguts radiotelevisius a la carta de forma tematitzada a través d'Internet.
- Proposar l'arxiu audiovisual i sonor valencià amb la col·laboració especial de l'IVAC com a entitat pública que ja gestiona la Filmoteca amb la creació definitiva de la Mediateca Valenciana.

7. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES I DOCUMENTALS /

Documents de col·lectius, plataformes i associacions professionals.

- *Cap a un nou espai audiovisual*, per la Mesa Sectorial de l'Audiovisual Valencià (MESAV), al que cal afegir dos documents, també consensuats per la MESAV:
 - *La Mesa Sectorial de l'Audiovisual Valencià (MESAV) planteja el seu model de revitalització del sector audiovisual*
 - *Proposta de la MESAV per a la creació de continguts audiovisuals*
- *Propuesta para una nueva Televisión Valenciana*, per Empreses Audiovisuales Valencianes Federades (EAVF)
- *Un model per a la comunicació audiovisual valenciana*, per la Unió de Periodistes Valencians (UPV)
- *Propostes del sector doblatge davant una nova RTV pública valenciana*, per l'Associació Valenciana d'Estudis de Doblatge i Sonorització (AVEDIS) i el Col·lectiu de Professionals del Doblatge (CPD)
- *Proposta del Comité de RTVV: Resolució del problema jurídic/laboral i nou model d'empresa pública*, pel Comité de RTVV

Estudis i treballs acadèmics

ACCENTURE (2012): *Informe sobre el papel de la Televisión Pública Autonómica en España*, Madrid, Accenture / FORTA, disponible en: <http://www.forta.es/Portals/0/Forta1200.pdf>.

ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María i LÓPEZ VILLANUEVA, Javier (2014): «El Audiovisual Español: Evolución en Curso», en Bustamante, Enrique (coord.). *Informe sobre el Estado de la Cultura en España: La Salida Digital*, Madrid, Fundación Alternativas.

BAS PORTERO, Juan José (2015): «Radiotelevisión Valenciana: la génesis del modelo», en MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica i CASERO, RIPOLLÉS, Andreu (eds.) (2015): *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I i Publicacions de la Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.

BAS PORTERO, Juan José (2015): «Canal 9, crónica de la desesperación... ¿Y ahora qué?», en NEREKAN, A., CASADO, M.A., ZALLO, R., MIGUEL DE BUSTOS, J.C. (eds.) (2015): *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación*, Bilbao, Universidad del País Vasco, 169-180.

BOIX PALOP, Andrés i VIDAL BELTRÁN, José María (coord.) (2014): *La nueva regulación del audiovisual. Medios, derechos y libertades*, Madrid, Thomson-Reuters-Aranzadi.

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

BUREAU OF ECONOMIC ANALYSIS (2015): *News Release. Spending on Arts and Cultural Production Continues to Increase*, Washington, Bureau of Economic Analysis (BEA) i National Endowment for the Arts (NEA), Department of Commerce.

BUSTAMANTE, Enrique (1999, 2001, 2004): *La televisión económica: Financiación, estrategias y mercados*, Barcelona, Gedisa.

BUSTAMANTE, Enrique (2006): *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*, Barcelona, Gedisa.

BUSTAMANTE, Enrique. (2010). *La comunicación en las Comunidades Autónomas. Un déficit democrático fuerte*. Informe sobre la Democracia. Madrid. Fundación Alternativas.

BUSTAMANTE, E. (ed.) (2011): *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*, Barcelona, Gedisa.

BUSTAMANTE, Enrique i RUEDA, Fernando (2014): *Informe sobre el estado de la cultura en España. La salida digital*, Madrid, Observatorio de Cultura y Comunicación, Fundación Alternativas.

BUSTAMANTE, Enrique (2014): «El caso español: mutación ideológica de modelos», en Miquel FRANCÉS, Josep GAVALDÀ, Germán LLORCA y Àlvar PERIS (coord.): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona, Gedisa, pp. 15-28.

BUSTAMANTE RAMÍREZ, Enrique; DÍAZ ARIAS, Rafael; SOLER ROJAS, Pedro; AGUILAR GUTIÉRREZ, Manuel; CAMACHO SAMPER, Marcel (2015): *Un nuevo modelo para un tiempo nuevo. España, 2015: diagnóstico del servicio público de radio, televisión y servicios interactivos. Propuestas para una ciudadanía democrática*, Madrid, Teledetodos.

CAMPOS FREIRE, Francisco (2011): «La complejidad de la gobernanza de la comunicación en Europa» en Francisco CAMPOS FREIRE (coord.): *Comunicación y gobernanza en Europa*, Madrid, Editorial Universitas.

CAMPOS FREIRE, Francisco (2012): «La gestión integrada de la regulación, autorregulación, corregulación y RSC en los medios de comunicación», *Actas V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social V CILCS*, La Laguna, Universidad de La Laguna, diciembre 2013.

CAMPOS FREIRE, Francisco (2012): «Modelos de financiación de las televisiones públicas autonómicas», en Juan Carlos MIGUEL DE BUSTOS, y Miguel Ángel CASADO DEL RÍO, (eds.): *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*, Barcelona, Gedisa, pp. 143-172.

CAMPOS FREIRE, Francisco (2013): «Crisis y dilemas de la financiación de la televisión pública en Europa», Comunicación presentada en el *XIII Congreso Internacional Ibercom «Comunicación, Cultura e Esferas de Poder»*, Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Santiago de Compostela, disponible en: http://www.academia.edu/3619455/Crisis_y_dilemas_de_la_financiacion_de_la_TV_publica_en_Europa (consulta: 20/07/2014). También disponible en *Actas del XIII*

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Congreso Internacional Ibercom,
<http://www.estudiosaudiovisuais.org/lusofonia/revision/ActasXIIICongresoIBERCOM.pdf>,
pp. 3173-3213. (consulta: 20/07/2014)

CAMPOS FREIRE, Francisco (2015): «Financiación e indicadores de gobernanza de la radiotelevisión pública en Europa», en MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO RIPOLLÉS, Andreu (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

CASERO, Andreu (2009): «El control político de la información periodística», RLCS, *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354-366, La Laguna, Tenerife), Universidad de La Laguna, DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-828-354-366.

CASERO RIPOLLÉS, Andreu i LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2010): «Las políticas de comunicación en la Comunidad Valenciana en el contexto de la digitalización», en LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.), *El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI*, Valencia, Tirant Lo Blanch.

CASTELLS, Manuel (2009): *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza.

COL·LECTIU RICARD BLASCO (2014): *Reset RTVV. Per unes polítiques de comunicació al servei de la societat*, Benicarló, Onada Edicions.

CISCO (2015): "VNI Mobile Forecast Highlights, 2013 – 2018",
http://www.cisco.com/assets/sol/sp/vni/forecast_highlights_mobile/index.html (consulta: 30/10/2015).

COMSCORE (2015). "Spain Digital Future in Focus",
<http://www.comscore.com/esl/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2013/2013-Spain-Digital-Future-in-Focus> , (consulta: 1/10/2015).

CVC (2014): "*Informe sobre l'ensenyament en valencià en els nivells educatius no universitaris*",
<http://cvc.gva.es/archivos/INFORMEENSENYAMENTENVALENCIA.pdf>/
Consell Valencià de Cultura, (Consulta 1/10/2015).

DEBRETT, Mary. (2010): *Reinventing public service television for the digital future*.
Bristol, Intellect

DEL RÍO, P.; ÁLVAREZ, A.; DEL RÍO, M. (2004): *Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid, Fundación Infancia Aprendizaje.

DELOITTE/UTECA (2011): *Análisis Comparativo de la Televisión Regional en Europa: Estudio de los modelos de Televisión Pública en Europa*, Madrid, Deloitte / UTECA.

DOWD, Nancy E, SINGER, DOROTHY G. & WILSON, (2006): *Handbook of children, culture and violence*, London, Sage Robin Fretwell (eds.)

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

FRANCÉS, Miquel (2009): "*Hacia un nuevo marco en la producción de contenidos audiovisuales*", en Miquel FRANCÉS (coord.): *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital*, Barcelona, Gedisa, pp. 275-284.

EMPRESAS AUDIOVISUALS VALENCIANES FEDERADES (2014): *Propuesta para una nueva Televisión Valenciana*, Valencia, EAVF.

DEPARTAMENT FOR CULTURE, MEDIA & SPORT (2014): *Creative Industries Economic Estimates, January 2014*, Londres, Departament for Culture, Media & Sport.

DONDERS, Karen (2011): *Public service media and policy in Europe*, Londres, Palgrave Macmillan.

EMPRESAS AUDIOVISUALS VALENCIANES FEDERADES (2014): *Propuesta para una nueva Televisión Valenciana*, Valencia, EAVF.

ERNST & YOUNG ADVISORY (2013): *1er panorama des industries culturelles et créatives. Au coeur du rayonnement et de la compétitivité de la France*, Paris, France Créative.

FITÓ, Josep Lluís i MARZAL FELICI, Javier (2015): «Propuestas para la gobernanza de una nueva radiotelevisión pública valenciana», en MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO RIPOLLÉS, Andreu (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

FRANCÉS, Miquel (2014a): "La producción audiovisual española ante las incertidumbres del modelo mediático", en Miquel FRANCÉS, Josep GAVALDÀ, Germán LLORCA y Àlvar PERIS (coord.): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona, Gedisa, pp. 121-159.

FRANCÉS, Miquel (2014b): "La producción audiovisual ante la crisis del sistema televisivo. El caso de RTVV", en Javier MARZAL, Jéssica IZQUIERDO y Andreu CASERO (eds.) (2014): *La crisis de la televisión pública. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*; Bellaterra, Barcelona, Castelló i València; Colección Aldea Global, UAB, UPF, UJI i UV.

FRANCÉS, Miquel (2014c): "El documental en el flujo del sistema mediático actual", en Bienvenido LEÓN (Coord.) (2014): *Nuevas miradas al documental*; Salamanca, Comunicación Social Ediciones, pp. 28-47.

FRANCÉS, Miquel (2015a): "La producción audiovisual en el entorno transmedia: movilidad, interactividad i accesibilidad", en Miquel FRANCÉS, Germán LLORCA y Àlvar PERIS (ed.): *La Televisión conectada en el entorno transmedia*, Pamplona, EUNSA, pp. 167-186.

FRANCÉS, Miquel (2015b): "Els continguts audiovisuals en el marc de la multidifusió digital. Noves rutines productives en la comunicació de proximitat valenciana", en

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Josep RODRÍGUEZ i SANTONJA (ed.): *Present, passat i futur d'RTVV*, València, Uno y Cero Ediciones, pp. 112-149.

FRANCÉS, Miquel; GAVALDÀ, Josep; LLORCA, Germán y PERIS, Àlvar (Coords.) (2014): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona, Gedisa.

FRANCÉS I DOMÈNEC, Miquel; LLORCA ABAD; Germán y PERIS BLANES, Àlvar (Coords.) (2015): *La televisión conectada en el entorno transmedia*, Barcelona, EUNSA.

GARCÍA MATILLA, A. (2003). *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona: Gedisa.

GARCÍA-MARZÀ, Domingo (2015): «Ética y gobernanza en las televisiones públicas», en MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO, RIPOLLÉS, Andreu (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

GAVALDÀ, Josep. (2014a): «La política de comunicación de la crisis», en Miquel FRANCÉS, Josep GAVALDÀ, Germán LLORCA y Àlvar PERIS (coord.): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, Barcelona, Gedisa, pp. 81-119.

GAVALDÀ, Josep. (2014b): «La calidad democrática y la regulación audiovisual. La radio y la televisión pública valenciana», en Andrés BOIX y José María VIDAL (coord.): *La Nueva regulación del audiovisual: medios, derechos y libertades*, Barcelona, Aranzadi, pp. 371--388.

GAVALDÀ, Josep; LLORCA, Germán y PERIS, Àlvar (2013): *Los modelos de representación del documental. Del cinematógrafo a los dispositivos digitales*. Revista Telos, nº 96: 51 - 59. Madrid.

GECA (2002-2015): Anuarios e informes de la televisión, Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual. Madrid. [Http://www.geca.es](http://www.geca.es), [Consulta: 2015, 1 de noviembre].

GIL, Salvador i SOLER, Vicent (2010): «¿Un nuevo modelo productivo?. Retos y respuestas para la economía valenciana». *Mètode. Revista de Difusió de la Investigació de la Universitat de València*, 68, hivern 2010/11, 57-61.

GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís (2001): "Periodismo de calidad para una sociedad global". *Pasajes*, nº 7: 25-35. València.

GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís (2013b): "Complejidad social y calidad informativa: hacia un periodismo glocal". *Austral Comunicación*, vol.2 nº 2: 219-238. Buenos Aires.

GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís i MARTÍNEZ GALLEGU, Francesc-Andreu (2015): «Del ERE de los 1.200 al cierre de RTVV: A propósito del Informe de PrivewaterhouseCoopers y de su contrainforme. Pequeña historia del verano de 2012», en MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO RIPOLLÉS, Andreu (eds.), *La crisis de la televisión*

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

GÓMEZ MOMPART, José Luis, GUTIÉRREZ, Juan F. y PALAU, Dolors (eds.) (2013): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València. Col.lecció Aldea Global.

GÓMEZ MOMPART, Josep-Lluís (2013): «Fatiga i fortalesa del mitjà rei de la comunicació», *L'espill*, nº 43, 79-87, primavera de 2013.

GONZÁLEZ ESTEBAN, José Luis; GONZÁLEZ MESA, Isabel; GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2015): «Periodismo televisivo de proximidad en Elche: la cohabitación entre RTVV y TeleElx», en MARZAL FELICI, Javier (eds.): *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

GONZÁLEZ MÓSTOLES, Vicente; NOGUERA MONTAGUT, Ana (Coords.) (2015): *Taula Redona: Una nova Ràdio Televisió Pública Valenciana*, València, Comissió de Promoció Cultural del Consell Valencià de Cultura.

HALLIN, Daniel y Paolo MANCINI (2008): *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*, Barcelona, Hacer.

HARTLEY, John; Wen, Wen i Li, Henry Siling (2015): *Creative Economy and Culture. Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries*, Londres, Sage.

HESMONDHALGH, D. (2012): *The Cultural Industries*, Londres, Sage.

KANTAR MEDIA (2010-2015): <http://www.kantarmedia.es/> (Consulta: 21/09/2015)

LAKOFF, G. (2008): *Puntos de reflexión. Manual del progresista*. Ediciones Península: Barcelona.

LEMISH, Dafna (2007): *Children and Television: A global perspective*. Oxford: Blackwell Publishing

LINDE, E.; VIDAL, J.M.; y MEDINA, S. (2011): *Derecho Audiovisual*. Madrid: Colex.

LIVINSTONE, Sonia (2007): *Do the media harm children? Journal of Children and Media*; 2007, 1(1): 5-14

LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (ed.) (2010): *El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI*, Valencia, Tirant Lo Blanch.

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

- MARÍ, Víctor Manuel (1999): *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*, Madrid, Ediciones de la Torre.
- MARZAL, Javier y Andreu CASERO (eds.) (2007): *El desarrollo de la televisión digital en España*, La Coruña, Netbiblo.
- MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO, RIPOLLÉS, Andreu (eds.) (2015): *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.
- MARZAL FELICI, Javier (ed.) (2015): *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.
- MIGUEL, J. C. (2007): "Cambios estructurales en marcha. Los grupos de comunicación españoles". En BUSTAMANTE, E. (ed.). *Cultura y comunicación para el siglo XXI*. Ideco: Tenerife. pp. 185-213.
- MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos i CASADO DEL RÍO, Miguel (2015): «La crisis de la radiotelevisión pública autonómica», en MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO RIPOLLÉS, Andreu (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.
- MOLLÀ, Toni (2009): *Quina televisió pública? Amenaces i oportunitat a l'era digital*, Alzira, Bromera.
- MIÈGE, Bernard (2004): *L'information-communication object de connaissance*, Bruselas, De Boeck-INA.
- MINISTERI DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2014): *Cuenta satélite de la cultura en España. Avance de resultados 2008-2012*, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- MOLLÀ, Toni (2004): «La Llengua, ara? mai?» en VV.AA., *A propòsit de Joan Fuster*, València, Universitat de València.
- MOLLÀ, Toni (2009): *Quina televisió pública? Amenaces i oportunitats a l'era digital*, Alzira, Editorial Bromera.
- MORAGAS SPÀ, Miquel de y PRADO, Emili (2000): *La televisió pública a l'era digital*, Barcelona, Pòrtic/Centre d'Investigació de la Comunicació.
- NEREKAN, A., CASADO, M.A., ZALLO, R., MIGUEL DE BUSTOS, J. C. (eds.) (2015): *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación*, Bilbao, Universidad del País Vasco.

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

PERIS, Àlvar (2014): "El modelo público de televisión autonómica: una crisis anunciada y retransmitida en directo". En FRANCÉS DOMÈNEC, M; GAVALDÀ ROCA, J.; LLORCA ABAD, G.; y PERIS BLANES, À. (coord.): *La televisión de la crisis ante el abismo digital*. Gedisa: Barcelona. pp. 195-233.

PERIS, Àlvar (2015): "Canal 9 i el sector audiovisual valencià: una relació traumàtica", en Josep RODRÍGUEZ i SANTONJA (ed.): *Present, passat i futur d'RTVV*, València, Uno y Cero Ediciones, pp. 63-111.

PRADO, Emilio (2015): «Indispensabilidad de la televisión pública en el universo convergente», en MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO, RIPOLLÉS, Andreu (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

PRADO, E. y DELGADO, M. (2010): *La televisión generalista en la era digital. Tendencias internacionales de programación*. Revista Telos, nº 84: 52 - 64. Madrid.

RAUSELL KÖSTER, Pau (2013a): «Comprender la economía de la cultura como vía para salir de la crisis». *El profesional de la información*, Vol. 22, 4, 286-289.

RAUSELL KÖSTER, Pau; COLL SERRANO, Vicente; ABELEDO SANCHIS, Raúl; MARCO SERRANO, Francisco (2013b): «Eficiencia de las sociedades musicales de la Comunidad Valenciana». *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, Vol. 15, 117-132.

RODRÍGUEZ I SANTONJA, Josep (ed.) (2015): *Pasado, presente y futuro de RTVV*, Valencia, Uno y Cero Ediciones.

RUNCIS, Maija & SANDIN, Bengt (2010): *Neither fish nor fowl: educational broadcasting in Sweden 1930-2000*. Lund: Nordic Academic Press

SOLER, Vicent (ed.) (2009): *Economía española y del País Valenciano*, València, Servei de Publicacions de la Universitat de València.

SOLER CAMPILLO, Maria i MARZAL FELICI, Javier (2015): «La relevancia estratégica de RTVV en el sistema comunicativo valenciano y para el desarrollo económico, social y cultural de la Comunidad Valenciana», en MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO, RIPOLLÉS, Andreu (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

SPARRMAN, Anna & AARSAND, Pål (2009): *Towards a critical approach on children and media*. *Journal of Children and Media*. Vol. 3, Nr. 3: 301-307

UNESCO (2014): *Informe sobre la economía creativa. Ampliar los cauces de desarrollo local*, Paris, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

VOGEL, H. L. (2004): *La industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico*, Madrid, Fundación Autor.

XAMBÓ, R. (2001): *Comunicació, política i societat. El cas valencià*, Valencia, Tres i Quatre.

XAMBÓ, Rafael (2013): «RTVV: de l'esperança a la manipulació i el saqueig», *L'Espill*, 43, Valencia, Universidad de Valencia, pp. 88-97, disponible en <<http://blocs.mesvilaweb.cat/node/view/id/255428>>.

ZALLO, Ramón (1988): *Economía de la comunicación y la cultura*, Madrid, Akal.

ZALLO, Ramón (2011): *Estructuras de la comunicación y la cultura: políticas para la era digital*, Barcelona, Gedisa.

ZALLO, Ramón (2013): «Retos para un espacio vasco de comunicación. El papel de EITB en el sistema comunicativo vasco», en *Crisis y políticas. La radiotelevisión pública en el punto de mira*, Bilbao, Universidad del País Vasco, 64-96.

Recull legislatiu

Àmbit europeu

DIRECTIVA 89/552/CEE, del Consell, de 3 d'octubre de 1989, de "Televisió sense fronteres".

DIRECTIVA 2007/65/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 11 de desembre de 2007, per la qual es modifica la Directiva 89/552/CEE del Consell, sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres, relatives a l'exercici d'activitats de radiodifusió televisiva.

DIRECTIVA 2010/13/UE, del Parlament Europeu i del Consell, de 10 de març de 2010, de Serveis de Comunicació Audiovisual.

Llibre Verd sobre la protecció dels menors i de la dignitat humana en els nous serveis audiovisuals i d'informació. Brussel·les, 16.10.1996 com (96)483.

Comunicat de la Comissió sobre l'aplicació de les normes en matèria d'ajudes estatals als serveis públics de radiodifusió (2001/C 320/04).

Àmbit estatal

Llei 4/1980, de 10 de gener, de l'Estatut de la Ràdio i la Televisió

Llei Orgànica 12/1982, de 10 d'agost, de transferència a la Comunitat Valenciana de competències de titularitat estatal

Llei 46/1983, de 26 de desembre, reguladora del Tercer Canal de Televisió

Llei 31/1987, d'Ordenació de les Telecomunicacions

Llei 11/1991, d'organització i control de les emissores municipals de radiodifusió sonora

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Llei 41/1995, de Televisió Local per Ones Terrestres

Llei Orgànica 2/1997, de 19 de juny, reguladora de la clàusula de consciència dels professionals de la informació

Reial Decret 439/2004, de 12 de març, pel qual s'aprova el Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Local

Reial Decret 2268/2004, de 3 de desembre, pel qual es modifica el Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Local

Llei 10/2005, de 14 de juny, de Mesures Urgents per al impuls de la Televisió Digital Terrestre, de Liberalització de la Televisió per Cable i de Foment del Pluralisme

Reial Decret 944/2005, de 29 de juliol, pel qual s'aprova el Pla Tècnic Nacional de la Televisió Digital Terrestre.

Llei 17/2006, de la Ràdio i la Televisió de Titularitat Estatal RTVE

Reial Decret 1/2009, de 23 de febrer, de mesures urgents en matèria de telecomunicacions

Llei 8/ 2009, de Finançament de la Corporació de Ràdio i Televisió Espanyola

Llei 7/2010 , de 31 de març, General de la Comunicació Audiovisual

Llei 6/2012, d'1 de agost, de modificació de la Llei 7/2010, de 31 de març, General de la Comunicació Audiovisual, per a flexibilitzar els modes de gestió dels serveis públics de comunicació audiovisual autonòmics, en BOE, nº 184, de 2 d'agost de 2012

Llei 3/2013, de 4 de juny, de creació de la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència

Àmbit autonòmic (Comunitat Valenciana)

Llei Orgànica 5/1982, de 1 de juliol, de l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana

Llei 4/1983, de 23 de Novembre, d'Ús i Ensenyament del Valencià

Llei 7/1984, de 4 de juliol, de creació de l'entitat pública Radiotelevisió Valenciana (RTVV) i regulació dels serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat Valenciana, en DOGV. Nº 176, de 9 de juliol de 1984

Reial Decret 1126/1985, de 19 de juny, de traspàs de funcions de l'administració de l'Estat a la Comunitat Valenciana en matèria de mitjans de comunicació social

Reial Decret 320/1988, sobre concessió a la Comunitat Valenciana de la gestió directa del tercer canal de televisió.

Llei 1/1992, de 5 de març, de modificació de la Llei 7/1984, de 4 de juliol, de creació de l'entitat pública Radiotelevisió Valenciana (RTVV) i regulació dels serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat Valenciana.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Llei Orgànica 1/2006, de 10 d'abril, de Reforma de la Llei Orgànica 5/1982, de 1 de juliol, de l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana

Llei 1/2006, de 19 d'abril, de la Generalitat, del Sector Audiovisual

Llei 3/2012, de 20 de juliol, de la Generalitat, de l'Estatut de Radiotelevisió Valenciana, en DOCV, nº 6824, de 23 de juliol de 2012

Llei 4/2013, de 27 de novembre, de la Generalitat, de Supressió de la Prestació dels Serveis de Radiodifusió i Televisió d'Àmbit Autonòmic, de Titularitat de la Generalitat, així com de Dissolució i Liquidació de Radiotelevisió Valenciana, SAU, en DOCV núm. 7161, de 27 de novembre de 2013

Proposta de proposició de llei del Servei Públic de Radiotelevisió Valenciana, presentada per la Comissió Promotora de la Iniciativa Legislativa Popular, en BOC nº 238, de 7 de novembre de 2014

Llei 5/2015, de 2 de abril, de la Generalitat, del Servicio Público de Radiotelevisión Valenciana

Decret 112/2015, de 17 de juliol, del Consell, pel qual es crea l'Alt Consell Consultiu de Radiodifusió, Televisió i altres Mitjans de Comunicació, per al desenvolupament de l'article 56 de l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana

Àmbit autonòmic (General)

Llei 5/1982, de 20 de maig, de creació de l'Ens Públic Ràdio Televisió Basca [BOPV. Nº 71 de 2/06/1982]

Llei 13/1984, de 30 de juny, de creació, organització i control parlamentari de l'Ens Públic de Ràdio Televisió de Madrid [BOCM. Nº 158 de 4/07/1984]

Llei 7/1984, de 4 de juliol, de creació de l'entitat pública Radiotelevisió Valenciana (RTVV), i de regulació dels serveis de radiodifusió i televisió de la Generalitat Valenciana [DOVG. Nº 176 de 9/07/1984]

Llei 9/1984, de 11 de juliol, de creació de la Companyia de Radiotelevisió de Galícia [DOG. Nº 148 de 3/08/1984]

Llei 8/1984, de 11 de desembre, de Radioteledifusió i Televisió a la Comunitat Autònoma de Canàries [BOC. Nº 132 de 17/12/1984]

Llei 7/1985, de 22 de maig, de creació de la Companyia de Ràdio i Televisió de les Illes Balears [BOCAIB. Nº 17 de 20/06/1985]

Llei 8/1987, de 15 d'abril, de creació, organització i control parlamentari de la Corporació Aragonesa de Ràdio i Televisió [BOA. Nº 46 de 22/04/1987]

Llei 8/1987, de 9 de desembre, de creació de la Empresa pública de Ràdio i Televisió d'Andalusia i de regulació dels serveis gestionats per la Junta d'Andalusia [BOJA. Nº 104, de 12/12/1987]

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Llei 3/2000, de 26 de maig, de creació de l'Ens Públic de Radiotelevisió de Castella – La Manxa [DOCM. 1/06/2000]

Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Llei 4/2000, de 16 de novembre, de gestió del servei públic de radiodifusió i televisió de la Corporació Extremenya de Mitjans Audiovisuals

Llei del Principat d'Astúries 2/2003, de 17 de març, de Mitjans de Comunicació Social [BOPA. 24/03/2003]

Llei 1/2004, de 17 de desembre, del Consell Audiovisual d'Andalusia.

Llei 9/2004, de 29 de desembre, sobre Creació de l'Empresa Pública Regional Ràdio Televisió de la Regió de Murcia [BORM. 30/12/2004]

Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la Comunicació Audiovisual de Catalunya

Llei 11/2007, de 11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals [BOE. N° 266 de 6/11/2007]

Llei 18/2007, de 17 de desembre, de la Ràdio i Televisió de titularitat autonòmica gestionada per la Agència Pública Empresarial de la Ràdio Televisió d'Andalusia (RTVA)

Llei 3/2008, de 16 de juny, reguladora de l'Empresa Pública "Corporació Extremenya de Mitjans Audiovisuals" [DOE. N°116 de 17/06/2008]

Llei 15/2010, de 22 de desembre, de l'Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears

Llei 9/2011, de 9 de novembre, dels mitjans públics de Comunicació Audiovisual de Galícia

CURRICULUM DELS AUTORS I AUTORES /

Juan José Bas Portero

És doctor en Ciències de la Informació per la Universitat Autònoma de Barcelona. Professor des de 1991 en la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat CEU-Cardenal Herrera, la seua experiència docent se centra en la Teoria i Estructura de la comunicació. En l'actualitat, imparteix les assignatures Estructura de la comunicació i Estructura del sistema audiovisual. En el camp de la investigació, és autor d'una tesi doctoral que analitza el naixement de l'ens públic Radiotelevisió Valenciana. Els seus articles i publicacions científiques més rellevants comprenen l'estructura i la política dels mitjans audiovisuals, en especial de la Comunitat Valenciana.

Ha participat en sengles projectes d'investigació del Pla Nacional d'Investigació Científica, Desenrotllament i Innovació Tecnològica, un centrat en l'anàlisi del pluralisme en els grups de comunicació a Espanya i un altre sobre l'impacte d'internet en la redefinició de servei públic de les televisions públiques autonòmiques. Actualment participa en un nou projecte del Programa estatal de R+D+I aprovat pel Ministeri d'Economia i Competitivitat. Aquest projecte aborda la transformació de la TV autonòmica des d'un doble vessant: el debilitament del servei públic i les perspectives de desenvolupament tecnològic en un entorn de crisi.

jbas@uch.ceu.es

Andreu Casero Ripollés

És professor titular del Departament de Ciències de la Comunicació i director del grau en Periodisme de la Universitat Jaume I de Castelló. És codirector del Màster Oficial en Noves Tendències i Processos d'Innovació en Comunicació en aquesta mateixa universitat. És llicenciat per la Universitat Autònoma de Barcelona i doctor per la Universitat Pompeu Fabra. Ha sigut professor i investigador visitant en les universitats de Columbia (Estats Units), Westminster (Regne Unit), Paris 8 (França), Milano-Bicocca (Itàlia) i UNESP (Brasil).

És investigador principal de diversos projectes de R+D finançats, en convocatòries competitives, pel Ministeri d'Economia i Competitivitat del Govern d'Espanya, la Generalitat Valenciana i la Universitat Jaume I.

És autor de diversos llibres i articles sobre comunicació política, sobre models de negoci de les empreses periodístiques en el context digital i sobre l'impacte la digitalització sobre la democràcia, el periodisme i l'activisme polític. Ha publicat articles en les revistes científiques *Information, Communication & Society*, *American Behavioural Scientist*, *Media International Australia*, *Comunicar* o *International Journal of Communication*, entre altres. És editor del llibre *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones* (SLCS, 2012), disponible en accés obert en Internet.

casero@uji.es

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Miquel Francés i Domènec

Professor titular de Comunicació Audiovisual de la Universitat de València (UVEG), Director del Màster Universitari en Continguts i Formats Audiovisuals, i responsable del Taller d'Audiovisuals de la UVEG. És també coordinador dels Serveis d'Audiovisuals de les Universitats Espanyols i President del grup de treball en Continguts Audiovisuals del Consell de Rectors de les Universitats Espanyoles (CRUE). És membre de la Comissió Interuniversitària en favor d'una Radiotelevisió Pública Valenciana (CIRTPV), on participa com a representant de la Universitat de València. Ha participat en diversos projectes de què cal destacar «La Comunicación de la Ciencia en Televisión. Estrategias Narrativas del Documental Científico en Europa» o «El vídeo online como herramienta para comunicar la ciencia» amb la col·laboració de les Universitats de Navarra, Pompeu Fabra, Universitat de Porto, la Universitat Lliure de Berlín, University of North Carolina i University of Otago. Entre les seues principals publicacions bibliogràfiques cal destacar: *La Producción de Documentales en la Era Digital*, *Hacia un nuevo modelo televisivo*, *Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión*, o *La Televisión de la crisis ante el abismo digital*. I com a director del Taller d'Audiovisuals ha produït nombrosos documentals de divulgació científica com ara *Bajo La Piel del Conflicto*, *Ser Joan Fuster*, *Mediterránea Viva*, *Tras la Huella de Darwin* o *La Huerta a la Vuelta de la Esquina*.

miquel.frances@uv.es

Josep Lluís Gómez Mompert

Llicenciat en Història i en Periodisme, i doctor en Ciències de la Informació, és Catedràtic de Periodisme en la Universitat de València des de 2002. Va ser premi extraordinari de Doctorat i la seua tesi, *La gènesi de la premsa diària de masses a Catalunya, 1914-1923*, va merèixer el Premi Joan Givanel i Más de l'Institut d'Estudis Catalans a la millor tesi sobre periodisme.

Va ser professor titular en la Universitat Autònoma de Barcelona (1981-2001), director del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació i director de la revista científica *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*. Ha sigut president de l'Associació d'Historiadors de la Comunicació. Actualment és el director de la secció de «Producció i circulació de continguts» de l'Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació (AE-IC). Ha sigut professor i investigador invitat en una quinzena d'universitats, moltes de les quals americanes.

És investigador principalment en història de la comunicació i història del periodisme; transformacions del periodisme en la societat de la informació; qualitat periodística; comunicació satírica; comunicació alternativa i moviments socials; i, comunicació i ciutat a Europa i Amèrica del segle XX. Fruit de les seues investigacions, ha escrit una dotzena de llibres, cinc d'ells com a autor únic, ha publicat més de seixanta articles en revistes especialitzades indexades i més de setanta capítols en obres col·lectives.

També va ser periodista professional de premsa i televisió. Va treballar -entre altres mitjans, a més de col·laborar en diversos periòdics- en la revista *Mundo*, en *Diario de Barcelona* i en *Mundo Diario*; va ser corresponsal de *Doblón* en Catalunya, redactor en cap d'*El Viejo Topo*, reporter de TVE i director i coguionista del programa de TV3 *L'Ofici d'Aprenre*.

josep.ll.gomez@uv.es

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

José Luis González Esteban

Professor Titular de Periodisme i Vicedegà en la Universitat Miguel Hernández d'Elx (Alacant), on imparteix les assignatures de «Producció Periodística» i «Comunicació Política». També és docent en el Màster d'Innovació en Periodisme (MIP) on coordina l'assignatura «El periodisme: contingut, producte i servei», a més de ser professor en el programa de Doctorat «Nous Models Periodístics». En aquesta mateixa universitat és editor de la revista científica de comunicació *Miguel Hernández Communication Journal (MHCJ)*. També ha exercit la docència a Espanya a la Universitat CEU Cardenal Herrera, i en la Universitat de Castella-la Manxa. González es va doctorar en Periodisme per la Universitat Complutense de Madrid i és Màster en Dret Comunitari per la UCLM. En l'àmbit docent, ha sigut també professor invitat en la NCSU (North Carolina State University, Estats Units) i en la Universitat de Wroclaw i en la Wyższa Szkoła Filologiczna, també de Wroclaw (Polònia). Ha publicat una trentena de llibres, capítols de llibre i articles en revistes científiques de comunicació, i ha dirigit tres tesis doctorals.

jose.gonzalez@umh.es

Isabel M. González Mesa

Professora associada de Periodisme i Comunicació Audiovisual en la Universitat Miguel Hernández d'Elx, on imparteix les assignatures de Periodisme Televisiu i Programació en Televisió. Llicenciada en Ciències de la Informació per la Universitat Autònoma de Barcelona i DEA en Comunicació Audiovisual per la Universitat d'Alacant. Directora de l'informatiu universitari Notícies UMH TV i del Títol d'Expert Universitari en Ràdio de la Universitat Miguel Hernández. Anteriorment ha treballat com a periodista en els serveis informatius de Canal 9 Televisió Valenciana, Ràdio 9, RNE a Alacant i com a professora titular en el grau de Comunicació Audiovisual del Centre d'Estudis Ciutat de la Llum. És membre del Grup d'Investigació en Comunicació de la Comunitat Valenciana (GICOV) de la UMH, on centra els seus estudis en el sector de la radiotelevisió de proximitat, especialment en el cas de Tele Elx. Ha participat en l'elaboració de diversos informes anuals sobre l'estat de la comunicació comarcal en la província d'Alacant i és autora d'articles sobre periodisme de proximitat com “*Periodismo televisivo de proximidad en Elche: la cohabitación entre RTVV y Tele Elx*”, “*El sector de la radiotelevisión: entre la ilusión y la precariedad*” o “*Reinventar los medios locales*”.

i.gonzalez@umh.es

Mar Iglesias García

Llicenciada en Ciències de la Informació (Periodisme) per la Universitat Complutense de Madrid, Doctora per la Universitat d'Alacant i Especialista Universitària en Aplicacions Educatives de les Tecnologies de la Informació. Al llarg de 10 anys va treballar a la Ràdio Autònoma Valenciana (*Ràdio Nou*) i va col·laborar en diverses publicacions com *Expansión*, *Diario Médico*, *Gaceta Universitaria* i *El Periódico*, entre d'altres. Ha treballat al ciberdiari *Vilaweb Alacant*, des del 1997 fins al 2010, i ha dirigit 4 anys la revista *Reefviews.com* dels alumnes de Publicitat de la Universitat d'Alacant.

BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

En l'actualitat és professora Contractada Doctora del Departament de Comunicació i Psicologia Social, i Directora del Secretariat de Promoció Cultural i Lingüística de la Universitat d'Alacant.

En recerca, ha format part de tres projectes de R+D+I finançats pel Ministeri de Ciència i Tecnologia: "Convergencia digital en los medios de comunicación en España – Contenidos" (2006-2009), "La evolución de los cibermedios en el marco de la convergencia digital. Análisis del mensaje" (2010-2012) i "Audiencias activas y periodismo. Interactividad, integración en la web y buscabilidad Información" (2012-2015). Des del 2010, coordina el projecte "Xarxa Comunic@ndo", finançat per l'Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat d'Alacant i dirigeix el ciberperiòdic comunicandoua.com dels alumnes de Publicitat i Relacions Públiques.

mar.iglesias@ua.es

Javier Marzal Felici

Doctor i Llicenciat en Comunicació Audiovisual, en Filologia Hispànica i Filosofia i Ciències de l'Educació per la Universitat de València, Màster en Comunicació i Educació per la Universitat Autònoma de Barcelona, és Catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Jaume I, on és actualment Director del Departament de Ciències de la Comunicació i Subdirector del LabCom UJI.

És membre de la Comissió Interuniversitària en favor d'una Radiotelevisió Pública Valenciana (CIRTPV), i de la Mesa Sectorial de l'Audiovisual Valencià (MESAV), on participa com a representant de la Universitat Jaume I de Castelló.

Entre les seues principals publicacions destaquen *David Wark Griffith, La mirada cautiva. Formas de ver en el cine contemporáneo* (con Juan Miguel Company), *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada, El desarrollo de la televisión digital en España* (con Andreu Casero), *Periodismo en televisión: nuevos horizontes, nuevas tendencias* (con Andreu Casero), *Diccionario de conceptos y términos audiovisuales. Herramientas para el análisis fílmico*, con Fco. Javier Gómez, *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza* (con Jessica Izquierdo y Andreu Casero) i *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*.

És codirector de la Col·lecció de llibres «Guías para ver y analizar cine» (56 títols), editada per Nau Llibres i Octaedro, i co-director de *adComunica. Revista sobre Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* que edita l'Associació adComunica. És Director del Grup d'Investigació «Investigacions en Tecnologies Aplicades a la Comunicació Audiovisual» (ITACA-UJI), els interessos del qual se centren en l'estudi de la cultura visual, les relacions entre tecnologia i visualitat, la teoria de la imatge, l'economia política de la comunicació i l'anàlisi de textos audiovisuals.

marzal@uji.es

Héctor Julio Pérez López

Héctor J. Pérez (Madrid, 1971) es Professor Titular de Comunicació Audiovisual en la Universitat Politècnica de València (Escola Politècnica Superior de Gandia). Va iniciar la seua trajectòria d'investigació en el Musikwissenschaftliches Institut de la Universität Leipzig (1995-97) i va rebre un doctorat europeu en estètica en 1999 de la Universidad de Murcia, posteriorment va continuar amb estudis postdoctorales en la Università degli

**BASES PER A LA RENOVACIÓ DE L'ESPAI COMUNICATIU VALENCIÀ
I LA RESTITUCIÓ DEL SERVEI PÚBLIC DE RADIOTELEVISIÓ**

Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)

Studi di Milano, Dipartimento di Estetica (1997-2002). Les seues principals línies de recerca són l'estètica de la narració serial, la narrativa audiovisual cognitivista i les relacions entre l'òpera i la tecnologia. Es autor de cinc llibres i nombrosos articles en revistes indexades internacionals, entre elles les més recents són *Cine y mitología: de las religiones a los argumentos universales* (Berna, 2013), o "The Three Bodies of Narration: A Cognitivist Poetics of the Actor's Performance" (L'Atalante 19). Es editor de [SERIES, International Journal of TV Serial Narratives](#) i investigador principal del projecte nacional d'investigació, *Theoretical Innovation Strategies in the Analysis of Narration in Television Series* (CSO2014-51872-R) <https://upv.academia.edu/HéctorJPérez>
hperez@har.upv.es

Rafael Xambó

És Professor Titular del Departament de Sociologia i Antropologia Social de la Universitat de València. Premi Extraordinari de Doctorat per la tesi: *El sistema comunicatiu valencià* (1996). Va realitzar un estatge d'estudi i recerca al Centro de Documentazione e Studio (RAI. Roma. 1988) i fou investigador invitat al Glasgow University Media Group en dos períodes (tres mesos el 2008 i mig any el 2009). Ha investigat en Sociologia de la Comunicació i la Cultura i ha publicat articles i llibres en aquest camp. Fou membre del Consell d'Administració de RTVV del 2011 fins al tancament.

rafael.xambo@uv.es