

# Propuesta de remodelación de Televisión Valenciana



**empreses  
audiovisuales  
valencianes  
federades**



	<b>Pàg</b>
<b>1. PRÓLOGO</b>	<b>3</b>
<b>2. LA TELEVISIÓN QUE QUEREMOS</b>	<b>5</b>
2.a. Una televisión <b>pública</b>	6
2.b. Una televisión <b>en valenciano</b>	8
2.c. Una televisión <b>sostenible</b>	11
- 1ª tarea. Saldar la deuda	13
- 2ª tarea. Obtener ingresos	15
- 3ª tarea. Ajustar el gasto	24
- 4ª tarea. Invertir, no gastar	28
2.d. Una televisión <b>de proximidad</b>	36
<b>3. EPÍLOGO</b>	<b>41</b>
3.a. Conclusiones	43
3.b. Fuentes documentales	46

# 1. Prólogo

**E**mpresas Audiovisuales Valencianas Federadas (EAVf) es una federación empresarial integrada por las cuatro principales asociaciones empresariales del sector audiovisual valenciano:

- Productores Audiovisuales Valencianos (PAV)
- Asociación de Empresas de Servicios del Audiovisual Valenciano (AESAV)
- Asociación de Empresas de Doblaje y Sonorización (AVEDIS)
- Asociación Valenciana de Empresas Productoras de Animación (AVEPA)

Se creó el año 2001, con el ánimo de aunar los esfuerzos de las empresas audiovisuales valencianas y reivindicar ante la Administración la activación de políticas activas de fomento del audiovisual en el territorio autonómico.

Actualmente, EAVf acoge más de 150 empresas audiovisuales. Gran parte de ellas han nacido y crecido junto a Radiotelevisión Valenciana, que siempre ha sido un cliente preferencial para el sector y un socio aliado en el proceso de crecimiento y desarrollo industrial del audiovisual valenciano.

La situación económica adversa y el complicado escenario financiero en que se encuentra inmersa España en general, y la Comunidad Valenciana en particular, hace necesaria la activación de ajustes presupuestarios encaminados a rentabilizar al máximo los recursos existentes.

La Generalitat Valenciana, en su afán por reducir el déficit público y optimizar la gestión de las empresas públicas, ha hecho pública su intención de reformular el sis-

tema de funcionamiento de la radiotelevisión autonómica.

Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas, como agente activo fundamental por al tejido productivo del audiovisual en la Comunidad Valenciana, y dada su vinculación empresarial con Radiotelevisión Valenciana, ha decidido elaborar el presente informe en el que deja patente como debería ser esa nueva Televisión Valenciana.

A continuación se expone una propuesta de remodelación del principal canal de la televisión autonómica, Canal 9, que deja claro que los empresarios del audiovisual valenciano quieren una televisión pública basada en cinco líneas maestros:

- la titularidad pública de la televisión
- su necesario papel de promotora del uso y aprendizaje de la lengua valenciana
- su sostenibilidad económica
- la proximidad cultural e informativa de sus contenidos
- su trabajo como motor principal del audiovisual local.

Solo se plantea la remodelación del primer canal de la cadena porque se considera que es el canal de referencia y donde tendría que verse reflejada la mayor parte de la audiencia valenciana.

Con la presentación de esta propuesta, EAVf como colectivo empresarial, no pretende definir ni defender ningún tendencia política o social. Simplemente queremos defender el sector audiovisual valenciano en su globalidad, y acercar la televisión autonómica a los estándares europeos por lo que respecta al presupuesto, la programación, la producción y las audiencias. Además, y ante todo, pretendemos que Televisión Valenciana vuelva y se mantenga en el lugar que nunca debió dejar, y esté de nuevo en la primera línea nacional de las televisiones autonómicas.

## 2. La televisión que queremos

Las televisiones autonómicas deben existir como servicio público fundamental porque es una consecuencia de nuestra estructura constitucional, de nuestra estructura autonómica, en la que se otorga a las Comunidades una competencia de cultura.

A partir de 1982, las Televisiones Autonómicas nacen y empiezan a emitir con el objetivo de difundir y promover la cultura, las tradiciones, la lengua propia y la realidad social e institucional de la Comunidad, ofreciendo un servicio público de proximidad. Junto a esto, las televisiones autonómicas asumen un papel fundamental como motores de la industria audiovisual de la autonomía y de la innovación audiovisual en el conjunto del país.

Además, la televisión pública autonómica es el apoyo imprescindible de la comunicación comercial de anunciantes locales que solo a través de ellas pueden transmitir sus mensajes con capacidad de competir con las grandes marcas. La promoción del tejido industrial local no consiste únicamente en la emisión de publicidad, sino que se realiza igualmente por medio de otro tipo de contenidos que promueven los productos/servicios de las empresas de la región de forma integrada en la programación del canal.

Hay que destacar que la industria audiovisual española representa el 0,57% del PIB español, del que el 16% es la aportación de las televisiones públicas autonómicas. En los últimos 8 años el número de productoras ha crecido un 40%.

Por todo eso, Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas (EAVf) como agente activo del tejido productivo del audiovisual valenciano, defiende la existencia de una televisión autonómica en el territorio valenciano y propone las siguientes líneas maestras para la remodelación de la televisión autonómica valenciana:

## 2.a. una televisión pública

***“La televisión autonómica de los valencianos debe ser propiedad de todos los valencianos y no estar sometida a los intereses económicos de una empresa privada que la gestione, sino dedicada a generar los beneficios sociales, culturales, y educativos que una televisión debe aportar a una sociedad”***

Los empresarios audiovisuales de la Comunidad proponemos que la televisión autonómica valenciana continúe siendo un servicio público, propiedad de la Generalitat, y como servicio público debe tener como principal objetivo servir y continuar sirviendo los valencianos que son, en definitiva, su razón de ser.

La televisión autonómica de los valencianos debe ser propiedad de todos los valencianos y no estar sometida a los intereses económicos de una empresa privada que la gestione, sino dedicada a generar los beneficios sociales, culturales, y educativos que una televisión debe aportar a una sociedad, y que una sociedad como la valenciana requiere de su televisión autonómica.

La Administración Autonómica debe ser consciente de que un instrumento como la televisión, básico para el cultivo de la sensibilidad y la inteligencia de los valencianos, no puede caer en manos de los intereses del mercado porque hay principios elementales de la democracia como son la libertad, el progreso, la independencia o el pluralismo, que deben ser estimulados permanentemente, y solo desde una televisión pública puede garantizarse el compromiso de fomento de algunos conceptos básicos como la veracidad, la objetividad, la imparcialidad, o la libertad de expresión.

Nada más manteniendo su carácter de servicio público, la televisión autonómica podrá consolidar su papel de defensora de la pluralidad de la sociedad valenciana y podrá fomentar la educación en una verdadera libertad de expresión.

Además, solo en su calidad de servicio público, la televisión podrá proyectar como se requiere la diversidad cultural y lingüística de nuestra Comunidad, condiciones sin las que es imposible preservar el adecuado funcionamiento de una democracia participativa y de calidad.

## 2.b. una televisión en valenciano

***“Cualquier espectador puede acceder a una oferta aproximada de 40 canales y todos emiten en lengua castellana. Si la televisión valenciana no oferta su programación en valenciano, no tiene sentido su existencia”***

La lengua valenciana forma parte de la riqueza y el patrimonio cultural de los valencianos. Protegerla y fomentar su enseñanza y uso debe ser un objetivo primordial de la sociedad en general y de los gobernantes del territorio autonómico en particular. La televisión autonómica pública es un excelente vehículo de difusión y promoción de la lengua, y los valencianos deben encontrar en la cadena un auténtico referente lingüístico que les ayude a aprender la lengua y les invite a conocerla y a hablarla.

Ninguna otra cadena de televisión ofrece al pueblo valenciano la posibilidad de formarse, informarse y entretenerse en la lengua propia del territorio, por tanto, el uso del valenciano como lengua vehicular se convierte en una fortaleza que la cadena debe saber utilizar frente de sus competidores, y una oportunidad única de captar entre su audiencia a un gran volumen de espectadores que utiliza la lengua valenciana en sus relaciones personales y profesionales, y que no encuentra ventanas audiovisuales que ofrezcan contenidos en la lengua que les es propia.

Tal como destaca la Ley 4/1983, de 23 de noviembre, de uso y enseñanza del valenciano, *“el Consell de la Generalitat Valenciana velará para que el valenciano tenga una adecuada presencia en las emisoras de radio y televisión y otros medios*

*de comunicación gestionados por la Generalitat Valenciana, o sobre los que esta Ley tenga competencia”.*

La mencionada Ley atribuye a los medios de comunicación de titularidad pública, la obligación de fomentar las manifestaciones culturales y artísticas que se realizan en las dos lenguas, con especial consideración a las desarrolladas en valenciano.

Además se reconoce el derecho de los valencianos a ser informados en la lengua propia de la Comunidad, así como el derecho a utilizar el valenciano oral y escrito en los propios medios en igualdad de condiciones con el castellano.

EAVf entiende que el valenciano, además de ser un valor cultural, es un valor de distinción para la cadena autonómica. Ninguna empresa de radiodifusión televisiva utiliza la lengua valenciana en su programación, es por eso que todos aquellos espectadores valenciano hablantes, pueden y deben encontrar en la televisión valenciana una cadena de referencia en la que informarse y entretenerse en la lengua que les es propia y que utilizan diariamente en sus relaciones personales y profesionales. En la actualidad, cualquier espectador puede acceder a una oferta aproximada de 40 canales que emiten en abierto y todos emiten en lengua castellana. Si la televisión valenciana no oferta su programación en valenciano, no tiene sentido su existencia.

Los empresarios audiovisuales de la Comunidad Valenciana consideramos que Televisión Valenciana debe impulsar el uso de la lengua valenciana como lengua vehicular en la mayor parte de su programación, tanto en los informativos y programas de entretenimiento, como en toda la producción ajena, películas y series de procedencia nacional e internacional que mediante el doblaje o la subtitulación pueden ser traducidas al valenciano con la intención de fomentar el uso de la lengua propia en todas las franjas horarias de la programación. Por todo eso, la lengua institucional para prestar el servicio público de comunicación televisiva debe ser el valenciano.

La cadena debe prestar especial atención al uso de la lengua propia de los valencianos en toda la programación infantil y juvenil, ya que la difusión de dibujos animados y otro contenidos infantiles doblados al valenciano facilita a los niños y jóvenes espectadores, no solos el entendimiento de la lengua, sino su aprendizaje y utilización en todos los ámbitos de su vida diaria.

Para conseguir este objetivo, la televisión destinará una partida de su presupuesto anual al doblaje y subtitulación de producciones adquiridas a distribuidoras nacionales e internacionales, ya sean películas, series o productos de animación.

## 2.c. una televisión sostenible

***“EAVf propone una remodelación de la televisión autonómica que la haga sostenible económicamente, y que le permita mantener una inversión asequible para el gobierno autonómico y para la sociedad valenciana en general”***

Las primeras televisiones públicas autonómicas de España nacieron en un contexto socioeconómico de explosión de la demanda y escasa industria audiovisual, lo cual provocó que las cadenas en su origen adoptaran estructuras internas que cubrían la totalidad de la cadena de valor, desde la producción de contenidos hasta la emisión de la señal. Fue un modelo copiado del inicial modelo de Televisión Española y afectó a las primeras cadenas autonómicas: ETB y TV3, y más tarde TVV, Canal Sur o TVG.

Las televisiones autonómicas creadas a finales de los años noventa y principios del siglo XXI ya fueron creadas con un modelo mucho más ligero y moderno. Es el caso de la televisión de Aragón, Canarias, Castilla-La Mancha o Murcia. El año 2007, Televisión Española se vio abocada a realizar un proceso de reestructuración con el objetivo de aligerar su infraestructura, su volumen técnico y humano, y ajustar su balance presupuestario.

La crisis financiera que azota a medio planeta, y la crisis alimentaria que afecta la otra mitad, han colocado a todos los países del mundo en una situación de extrema gravedad. España no es ajena a este fenómeno, y desde el año 2008 sufre una tendencia bajista de su economía que la mantiene en receso en los dos últimos ejercicios económicos.

La crisis global y la recesión económica española arrastra también la situación económica y financiera de las comunidades autónomas que han visto reducidos drásticamente sus ingresos por la reducción de las aportaciones impositivas de los ciudadanos, y que han visto incrementados sus gastos por la necesidad de invertir en políticas sociales y hacer frente a las necesidades primarias de muchos de sus ciudadanos.

Las entidades y empresas públicas de todas las regiones españolas se han visto resentidas por esta situación de declive económico. Los gobiernos autonómicos se han visto obligados a reajustar de manera permanente los presupuestos de todas sus empresas participadas para intentar ajustar una balanza financiera que cada vez muestra registros más negativos.

Las televisiones autonómicas, como empresas públicas que son, se han visto afectadas por este fenómeno y están sufriendo directamente la ausencia de recursos económicos que dificultan la producción de contenidos, el pago de los recursos humanos, y el mantenimiento de sus infraestructuras. Esta falta de recursos económicos y financieros que afecta todas las cadenas televisivas, sumada a la permanencia de un modelo de televisión que se ha quedado obsoleto en la mayoría de los casos, hace necesaria una verdadera reconversión de las televisiones autonómicas en general, y de la valenciana en particular hacia un modelo que sea sostenible económicamente y que esté ajustado a las necesidades del pueblo valenciano y a las posibilidades presupuestarias de la Generalitat.

Por todo eso, Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas (EAVf) propone una remodelación de la televisión autonómica que la haga sostenible económicamente, y que le permita mantener una inversión asequible para el gobierno autonómico y para la sociedad valenciana en general.

Primera tarea,

**saldar la deuda**

***“La única opción que le queda a la Generalitat para sanear la deuda de RTVV es afrontarla en su totalidad antes de diseñar un verdadero plan de control presupuestario para la cadena que vete totalmente en el futuro las políticas de endeudamiento de carácter financiero”***

Como ya hemos destacado anteriormente, la crisis económica global ha resen-tido considerablemente las finanzas de todos los gobiernos nacionales y autonómicos que se han visto obligados a reajustar de manera permanente los presupuestos de todas sus empresas participadas y a generar deuda pública con que hacer frente a los pagos a proveedores y a las obligaciones de gasto corriente de las propias admi-nistraciones.

La Comunidad Valenciana no es ajena a esta situación, y la televisión autonó-mica, como empresa participada por la Generalitat, tampoco. En los últimos años, la Generalitat ha avalado el endeudamiento de la cadena autonómica para poder hacer frente a los desajustes presupuestarios que se iban produciendo ejercicio a ejercicio. El prolongado mantenimiento del aval sobre un deuda creciente, ha sido una decisión política renovada anualmente por el Consell, frente a las alternativas de afrontar, cada año, las cancelaciones reales y efectivas de los costes con fondos públicos, o de evi-tarlas con la elevación de las subvenciones en las cantidades necesarias para una adecuada prestación del servicio público radiotelevisivo.

Actualmente, el resultado para la Generalitat Valenciana es de un sobrecoste importante por intereses acumulados y una imagen precaria para la cadena por su exagerado nivel de endeudamiento.

La única opción que le queda a la Generalitat para sanear la deuda de RTVV es afrontarla en su totalidad antes de diseñar un verdadero plan de control presupuestario de la cadena que vete totalmente en el futuro las políticas de endeudamiento de carácter financiero para evitar que el proceso de endeudamiento permanente sufrido en los últimos años pudiera volverse a producir.

En este sentido se ha expresado recientemente el Vicepresidente del Consejo, José Císcar, que ha asegurado que la nueva RTVV *“tendrá déficit cero, de manera que la Generalitat deberá asumir el deuda de 1.099 millones de euros de RTVV”*.

La fórmula no es nueva, de hecho El Gobierno Central asumió el año 2006 la deuda de aproximadamente 7.500 millones de euros de Radiotelevisión Española antes de transformar el ente en el actual Corporación RTVE. Y en 2007, en una jugada semejante a la del Gobierno Central, la Generalitat de Cataluña se hizo cargo de la bola de nieve en forma de más de 2.000 millones de euros de deuda acumulada en la Televisión de Cataluña durante los 23 años de Gobierno de Jordi Pujol.

## Segunda tarea

### **obtener los ingresos**

Una vez saneada la entidad televisiva, el procedimiento de financiación de la nueva Radiotelevisión Valenciana, como entidad pública, debe basar su diseño, estabilidad y eficacia en un modelo claramente definido y de fácil reconocimiento, ajustado a las exigencias de las normas vigentes al respecto en la Unión Europea, con un encargo expreso por parte del gobierno autonómico y una asignación económica clara, respetuosa con la proporcionalidad en el mercado y bajo el control de una autoridad independiente.

En la actualidad, ante una reducción de ingresos publicitarios y una presión cada vez mayor por la reducción de la subvención pública, y con una capacidad limitada de reducir los costes de producción para no penalizar la calidad de los contenidos, es la estructura de costes una variable clave a tener en cuenta para afrontar los retos de sostenibilidad en un futuro cada vez más incierto.

Un análisis del entorno televisivo nacional y europeo da muchas pistas de la realidad televisiva en el continente, y de las estrategias de financiación que llevan a cabo otras cadenas de televisión del territorio europeo con características semejantes a la televisión autonómica valenciana.

Para obtener una radiografía precisa de la situación de la televisión en Europa se ha realizado un exhaustivo estudio de las principales televisiones públicas europeas y de las distintas televisiones autonómicas españolas. Estos datos evidencian cuáles son las medias y ratios europeas, y generan una idea clara de lo que se está haciendo más allá de nuestras fronteras.

**DATOS DE PAISES EUROPEOS**

Cuadro nº 1

Cifras en millones de euros	ALEMANIA		FRANCIA	ITALIA	REINO UNIDO		PAÍS DE GALES	ESPAÑA		TOTALS
	ZDF	ARD			CHANNEL 4	BBC		TVE	AUTONÓMI-QUES	
Presupuesto cadena	2.065	6.160	3.136	2.991	1.017	5.875	128	1.183	1.493	24.048
Aportación Estado	1.768	5.420	2.412	1.704	0	4.227	123	502	1.260	17.416
Aportación total	7.188		2.412	1.704	4.227		123	1.762		17.416
Publicidad	245	697	697	622	867	0	0	361	233	3.722
Otros	52	43	102	102	150	1.648	5	320	0	2.422
Habitantes (millones)	82		64,7	60,3	62		2,9	46	42	318
Aportación pública por habitante (€)	87,7		37,3	28,3	68,2		42,4	10,9	30	54,8
Canon por hogar	215		123	110,5	177		112	0	0	

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



Joint venture, lloguers, royalties...

Aportación telecos, televisión en abierto, pagos

Porcentaje canon radioeléctrico de los operadores

La parrilla anterior deja constancia de las tendencias tomadas por los distintos gobiernos europeos en materia de inversión en las televisiones públicas de cada estado.

Las cifras de inversión pública por habitante, es decir, el dinero que aporta el estado a financiar la televisión, dividido por el número de habitantes de cada país, refleja que la televisión en España es una de las más baratas de Europa, aunque falta por determinar el alcance que tendrá la Sentencia de la UE sobre el financiación de TVE a través de las compañías de telecomunicación. En concreto, el gobierno alemán aporta entorno a los 90 euros por habitante, mientras que el gobierno británico invierte en la televisión cerca de 70 euros por habitante. Las aportaciones de los gobiernos francés e italiano rondan los 30 euros por habitante. La media europea está en 54,8 euros por cada habitante.

Hay que destacar que, además de ser las españolas las televisiones que menos aportación reciben del erario público, es España el único país en que el gobierno NO cobra a los ciudadanos un canon para el financiación de la televisión pública. Del cuadro número 1 se desprende también que todas las televisiones europeas, excepto la

BBC, y actualmente TVE, obtienen ingresos por la vía de la publicidad. LA BBC se financia únicamente por inversión pública mediante el cobro del mencionado canon por habitante. TVE, sin embargo, se financia por tres vías: presupuesto del Estado, canon a las compañías de telecomunicaciones, y canon a las televisiones por utilización del espacio radioeléctrico.

### INFORME SOBRE OTRAS TELEVISIONES REGIONALES DE EUROPA (2009)

Cuadro nº 2

PAÍS	CADENA	COSTE / HABITANTE
Finlandia	YLE	69,9
Dinamarca	DR	68,1
Austria	ORF	44,6
Alemania	ARD	43,3
Gales	S4C	40,9
Holanda	NPO	36,9
Belgica	RTBF	35,6
<b>España</b>	<b>Autonómicas</b>	<b>30,6</b>
Bélgica	VRT	26,4
Portugal	RTP	16,1

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

Si comparamos estas cifras con la inversión que realizan los gobiernos autonómicos de España en sus respectivas televisiones, la cifra es de unos 30 euros por habitante, muy parecida a la inversión realizada por los gobiernos italiano o francés, y muchísimo menos que los gobiernos alemán o británico.

En el cuadro anterior se constata que las televisiones autonómicas en España reciben una aportación de los gobiernos autonómicos muy inferior a la media de otras televisiones regionales europeas. En países como Finlandia, Dinamarca, Àustria o Alemania, las televisiones regionales están recibiendo entre 40 y 70 euros por habitante, mientras que en España la media de aportación pública está en los 30 euros por habitante.

Si nos centramos en las datos de inversión de los gobiernos autonómicos españoles en el año 2009, los datos revelan que ese año el gobierno valenciano invirtió en la televisión una cantidad muy aproximada a la media de inversión del resto de gobiernos autonómicos en sus respectivas televisiones.

En los cuadros anteriores se observa que hay gobiernos autonómicos como el del País Vasco que invirtieron en el 2009 cerca de 60 euros por habitante, mientras que otros gobiernos como el de Aragón o Baleares se aproximaron a los 50 euros de inversión. Cataluña y Galicia rondaron los 40 euros de inversión por habitante, mientras que el gobierno valenciano invirtió 35 euros por habitante para la financiación de la televisión autonómica.

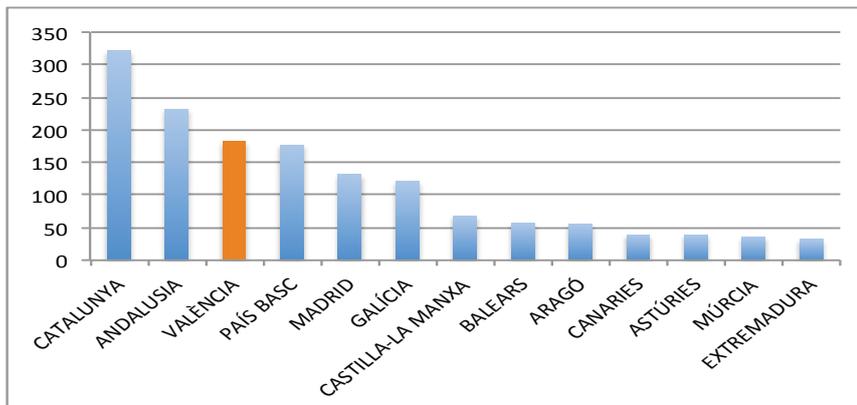
#### DATOS DE TELEVISIONES AUTONÓMICAS ESPAÑOLAS (2009)

Cuadro nº 3

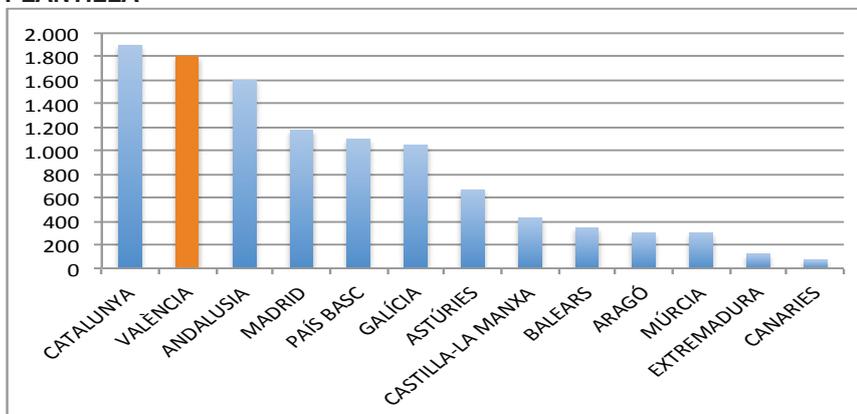
COMUNIDAD	PRESUPUESTO (en millones de euros)	PLANTILLA	TRABAJADORES POR CADA MILLÓN DE PRESUPUESTO	EUROS/ HOGAR	EUROS/ HABITANTE
PAÍS VASCO	177	1.100	6,2	153	58,85
ARAGÓN	56	120	5,3	126	48,46
BALEARES	57	340	5,9	126	48,46
GALICIA	121	1.050	8,6	98	37,69
ASTURIAS	39	670	17,1	76	29,23
CANARIAS	39	70	1,7	66	25,38
ANDALUCÍA	232	1.600	6,9	51	19,62
CATALUÑA	321	1.900	5,9	109	41,92
<b>VALENCIA</b>	<b>183</b>	<b>1.800</b>	<b>9,8</b>	<b>92</b>	<b>35,38</b>
MURCIA	36	300	8,3	87	33,46
CASTILLA-LA MANCHA	68	425	6,2	82	31,54
MADRID	132	1.175	8,9	49	18,85
EXTREMADURA	32	120	3,7	64	24,62
TOTAL	1.493	10.850	7,2	78	30,00

Fuente: Diario Las Provincias

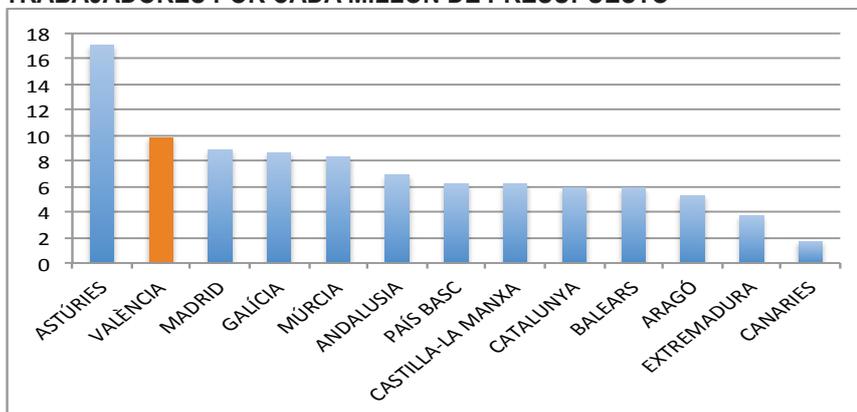
**PRESUPUESTO AÑO 2009**



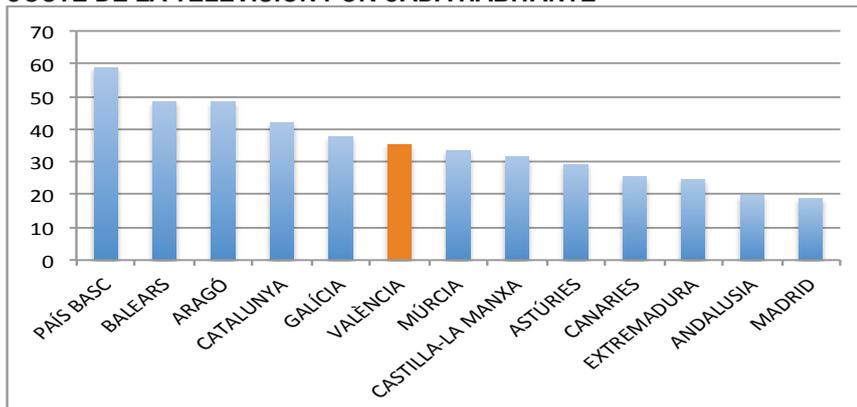
**PLANTILLA**



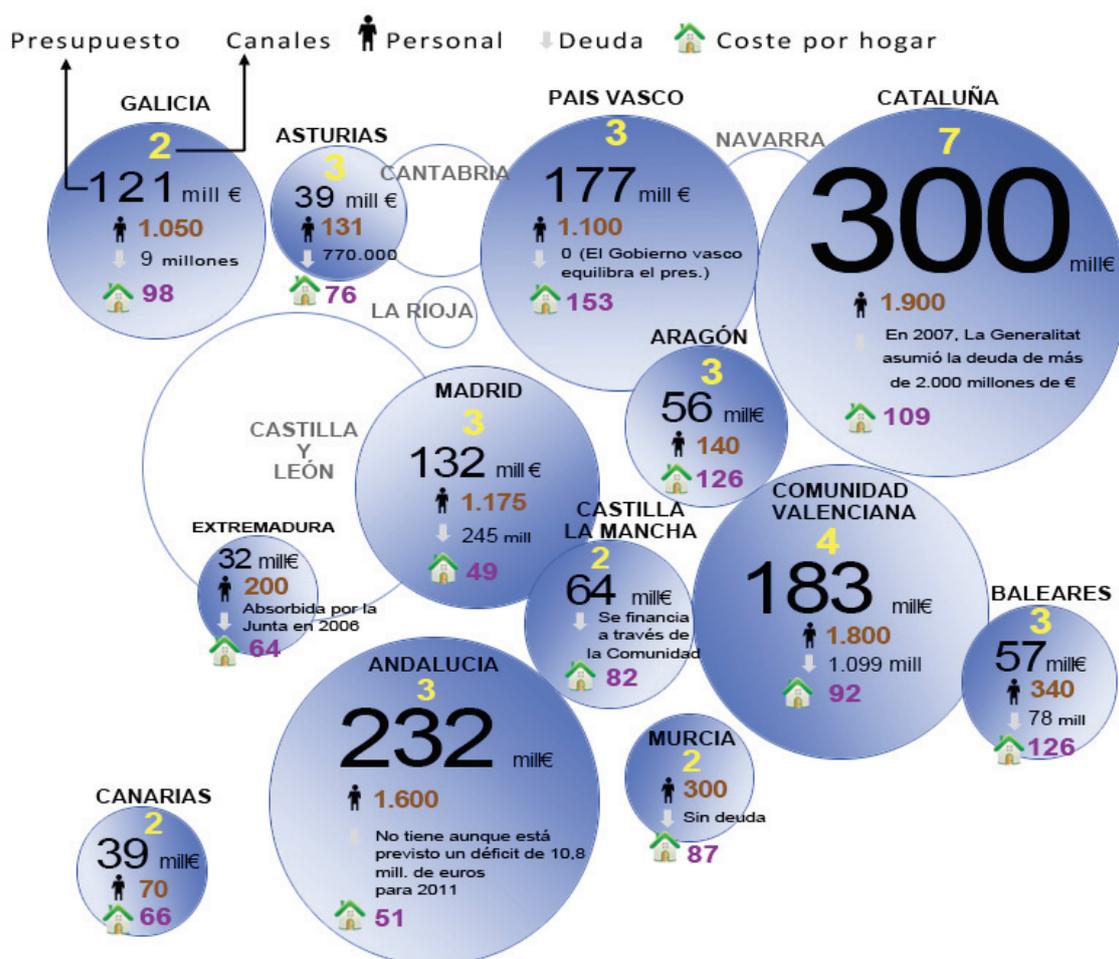
**TRABAJADORES POR CADA MILLÓN DE PRESUPUESTO**



**COSTE DE LA TELEVISIÓN POR CADA HABITANTE**



La cifra de inversión por habitante en la Comunidad Valenciana en el 2009 fue de 35,38 €, bastante próxima a los 30 euros de media que invirtieron ese año los gobiernos autonómicos españoles en sus respectivas televisiones. En el 2011, en la Comunidad Valenciana, esa cifra bajó hasta los 28 euros de inversión por habitante. Para el 2012, según los presupuestos de la Generalitat y antes del cierre del año, esa cifra rondaría los 20 euros por habitante.



En el gráfico anterior se observa claramente cuál fue la inversión realizada por cada gobierno autonómico en el año 2009 en su respectiva televisión, cuál fue el gasto anual por habitante, la deuda acumulada de cada cadena y el volumen de plantilla.

De todos estos datos se desprende que los gobiernos autonómicos europeos participan con sus aportaciones directas en la financiación de las televisiones públicas nacionales y regionales, y que muchos de ellos aportan cantidades mucho mayores a las aportadas por el gobierno español y por el gobierno autonómico valenciano. Por tanto, el gobierno autonómico valenciano no puede ir en una dirección diferente de la marcada por el resto de gobiernos autonómicos y nacionales europeos.

Para realizar el cálculo del nuevo presupuesto de TVV, se han tomado diversos indicadores objetivos a nivel nacional y europeo:

- La media del coste de las 13 televisiones autonómicas a España es de 30 euros por habitante y año.
- La media del coste de las principales televisiones europeas es de 54,8 euros por habitante y año.
- En los 4 grandes países europeos analizados (Alemania, Francia, Italia y Reino Unido), está implantado un canon por hogar para la financiación de la televisión pública.
- La media en Europa para la financiación de las televisiones regionales se sitúa en 42 euros por habitante y año.

Cuadro nº 4

	<b>Coste anual por habitante</b>
Televisión Pública Nacional Europea	54,8 €
Televisión Autonómica Europea	42 €
Televisión Autonómica Española	30 €

Dada la coyuntura económica general existente a España y concretamente en la Comunidad Valenciana, se considera oportuno que se tenga que realizar un esfuerzo y ajustar al máximo la aportación de la Generalidad para la nueva televisión autonómica valenciana. Después de analizar la tendencia en inversión por habitante que tienen los gobiernos europeos, EAVf propone una inversión anual por habitante de 18-19 euros, una cifra que está muy por debajo de la media nacional y europea.

La federación empresarial considera que los ingresos para financiar anualmente RTVV deberían venir de la aplicación de un sistema mixto, basado preferentemente en recursos públicos y completado con publicidad y patrocinios, además de otros ingresos comerciales o institucionales. Así pues, los ingresos provendrían principalmente por la aportación de la Generalitat, por medio de la suscripción de un contrato programa entre la Generalitat Valenciana y Radiotelevisión Valenciana, al estilo del suscrito el año 2007 por la Generalitat Catalana y la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, y se completarían con ingresos publicitarios y otras fuentes de ingresos diversas.

Este Contrato Programa dotaría a Radiotelevisión Valenciana de una partida anual del presupuesto autonómico adscrita a compensar el coste del servicio de carácter público ejercido por la cadena. Este presupuesto debe elaborarse y gestionarse de acuerdo con los principios de equilibrio presupuestario, con la finalidad de evitar déficits de caja eventuales o definitivos, y de permitir una cobertura por medio de superávit de las entidades y las sociedades incluidas en el presupuesto integrado.

El mencionado Contrato Programa fijaría los criterios para la obtención de ingresos resultantes de publicidad y otros fondos, y concretaría la emisión de publicidad teniendo en cuenta el control de calidad, el contenido de los mensajes publicitarios, y la adecuación de los tiempo de publicidad a la programación.

Este Contrato Programa establecería las cuotas de producción exigidas por la Normativa europea, por el estatal y por la valenciana, así como los criterios de selección de las producciones.

Cuadro nº 5

<b>PRESUPUESTO ANUAL DE INGRESOS</b>	<b>2013</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Total	98.000.000	188.000.000	239.000.000
Aportación GVA	90.000.000	163.000.000	199.000.000
Publicidad	7.000.000	20.000.000	35.000.000
Otros ingresos	1.000.000	5.000.000	5.000.000

La propuesta de EAVf para el presupuesto de 2013 contempla unos ingresos aproximados de 98 millones de euros, con una aportación de la Generalitat de la mitad que en el año 2009. El resto de los ingresos vendrían de la publicidad, venta de derechos de emisión, etc.

Esta propuesta de ingresos no puede olvidar la necesaria obligación de los gestores de la cadena de realizar un esfuerzo extraordinario por mejorar la productividad en la cadena a través de una mayor eficacia en la gestión. De manera que los rendimientos que pudieran conseguirse derivados de esa mejor gestión de los recursos, pudieran ir destinados a reforzar la calidad de la oferta y de los medios. Es muy importante también potenciar los 'otros ingresos' a través de nuevos canales y soluciones comerciales y también monetización de contenidos, venta de producciones, etc.

Tercera tarea

**ajustar el gasto**

***“La plantilla actual de RTVV cuenta con cerca de 1.800 trabajadores. Una plantilla que supera las de Telecinco, Antena 3 y La Sexta juntas”***

La reducción del presupuesto es una tarea necesaria si queremos tener una Televisión Valenciana sostenible. A continuación se comparan los gastos reales de la cadena en el 2009 y 2010 con la propuesta de presupuesto para 2013 que presenta EAVf.

Quadre nº 6

<b>PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS</b>	<b>2013</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Coste de personal	<b>16.000.000</b>	79.975.533	81.268.793
Aprovisionamientos	<b>58.200.000</b>	72.343.372	129.628.859
Otros gastos de explotación	<b>20.000.000</b>	30.402.215	22.517.274
Amortización de inmovilizado	<b>4.000.000</b>	5.181.181	5.949.531
Deterioro de inmovilizado	<b>150.000</b>	153.839	3.346
<b>TOTAL</b>	<b>98.150.000</b>	188.056.140	239.367.803

Del análisis de esta parrilla se desprende el planteamiento de una reducción sustancial en los gastos para el ejercicio 2013, ya que el presupuesto de la cadena se quedaría por debajo de la mitad que en el año 2009. De esta manera el presupuesto anual de gastos pasaría a 98 millones de euros, frente de los 239 que se gastaron en el año 2009.

Por partidas, 16 millones se reservarían para el apartado de gastos de personal, 58 millones de euros para el apartado de aprovisionamientos, 20 millones a otros gastos de explotación y 4 millones a la amortización de inmovilizado. El gasto que más se reduce es el adscrito a contratación de personal. Un análisis de los gastos de personal de otras televisiones europeas y nacionales nos aporta muchos datos interesantes.

**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. Análisis comparativo de la televisión en Europa. Estudio de los modelos de televisión pública en Europa

En los cuadros número 3 y 7 se muestran algunos datos del desglose de presupuestos de las televisiones autonómicas españolas y las públicas europeas respectivamente. En concreto, el presupuesto total, la aportación del estado, el coste y la plantilla de personal de cada una de las cadenas con su correspondiente coste.

Tanto a nivel europeo como en las diferentes televisiones autonómicas nacionales, hay ratios e indicadores para determinar de forma objetiva el presupuesto del coste de personal de una televisión pública:

- El número de trabajadores contratados por cada millón de presupuesto en las cinco principales Televisiones públicas nacionales europeas (Alemania, Francia, Italia, Reino Unido y España) es de 3,32 sobre el total del presupuesto de explotación. El número de trabajadores de la Televisiones Autonómicas españolas es justo el doble que el europeo y representa que hay 7,27 personas contratadas por cada millón de presupuesto.

- Por otro lado, en las cinco grandes Televisiones Europeas estudiadas, el porcentaje del coste de personal sobre el presupuesto total es del 26,1%, en Televisión Valenciana fue de un 46,5% en el año 2010 y de un 55,33% en el año 2011 como se destaca en el siguiente cuadro:

Cuadro nº 8

	Número de trabajadores por cada millón de presupuesto	Gastos de personal, % sobre el presupuesto total
Televisiones públicas nacionales europeas	3,32	26,1
Televisiones públicas autonómicas españolas	7,27	-
Televisión Valenciana en 2010	9,84	46,5
Televisión Valenciana en 2011	11	55,33
Propuesta para el año 2013	3	16

La plantilla de la cadena debe estar ajustada a las necesidades de producción propia, y la inversión debe ser contenida y ajustada al presupuesto anual aprobado por el Consell y por las Cortes Valencianas. La plantilla actual de RTVV cuenta con cerca de 1.800 trabajadores entre fijos y eventuales. Una plantilla que supera las de Telecinco, Antena 3 y La Sexta juntas.

La propuesta concreta de EAVf sería establecer una plantilla cuyo volumen estaría directamente relacionado con el presupuesto de la cadena, de tal forma que hubiera aproximadamente 3 trabajadores por cada millón de euros de presupuesto. Sería una cifra ligeramente inferior a la media europea, la mitad que la media de las televisiones autonómicas, y por supuesto una cifra muy por debajo de la actual, ya que en estos momentos en RTVV hay una ratio de 11 trabajadores por millón de presupuesto, que contrasta mucho con las 3,32 personas por millón a nivel europeo y las 3 que propone EAVf para el futuro inmediato.

Por lo que respecta al porcentaje que los gastos de personal representan sobre el presupuesto total de la cadena, EAVf propone que el coste de personal represente

un porcentaje del 16% del presupuesto total, un 40% menos que la media europea y una quinta parte del coste actual del gasto actual en personal. Aunque el sueldo medio por trabajador estaría muy por debajo de la media europea, sería exactamente igual que el sueldo medio actual.

Hay que destacar que en el panorama de las televisiones autonómicas solo el 24% de los gastos son estructurales, mientras que el 76% son de producción, con un 61% de externalización de esa producción, que repercute de forma positiva en las productoras locales. EAVf propone que el presupuesto de Televisión Valenciana para 2013 destine un 30% a gastos estructurales y que el otro 70% se destine a llenar la parrilla de programación.

Cuarta tarea

**invertir, no gastar**

***“Solo si se contrata toda la producción propia externalizada a empresas de la Comunidad Valenciana se generarán puestos de trabajo en el territorio autonómico, y se podrá reactivar el sector audiovisual valenciano. Solo así se valencianizará la parrilla y se fidelizará a la audiencia”***

El desarrollo del tejido industrial, provocado por las propias televisiones autonómicas, ha permitido el traspaso gradual de la producción de programas a la empresa privada y hoy, más del 60% de los contenidos de todas las televisiones autonómicas españolas es de producción externalizada, realizada por las productoras locales de cada comunidad autónoma.

En el conjunto de televisiones autonómicas españolas, del total de gastos, el 76% corresponden a la producción de contenidos. Este es un factor primordial para obtener una programación de calidad. Estas tres cuartas partes del total de presupuesto se tienen que invertir en los contenidos que se verán en la emisión y no en gastos superfluos que nunca se verán por la pequeña pantalla. Además, está absolutamente comprobado que la audiencia está directamente relacionada con los contenidos y estos con la inversión que se realice para producirlos. A más inversión en contenidos mayor audiencia.

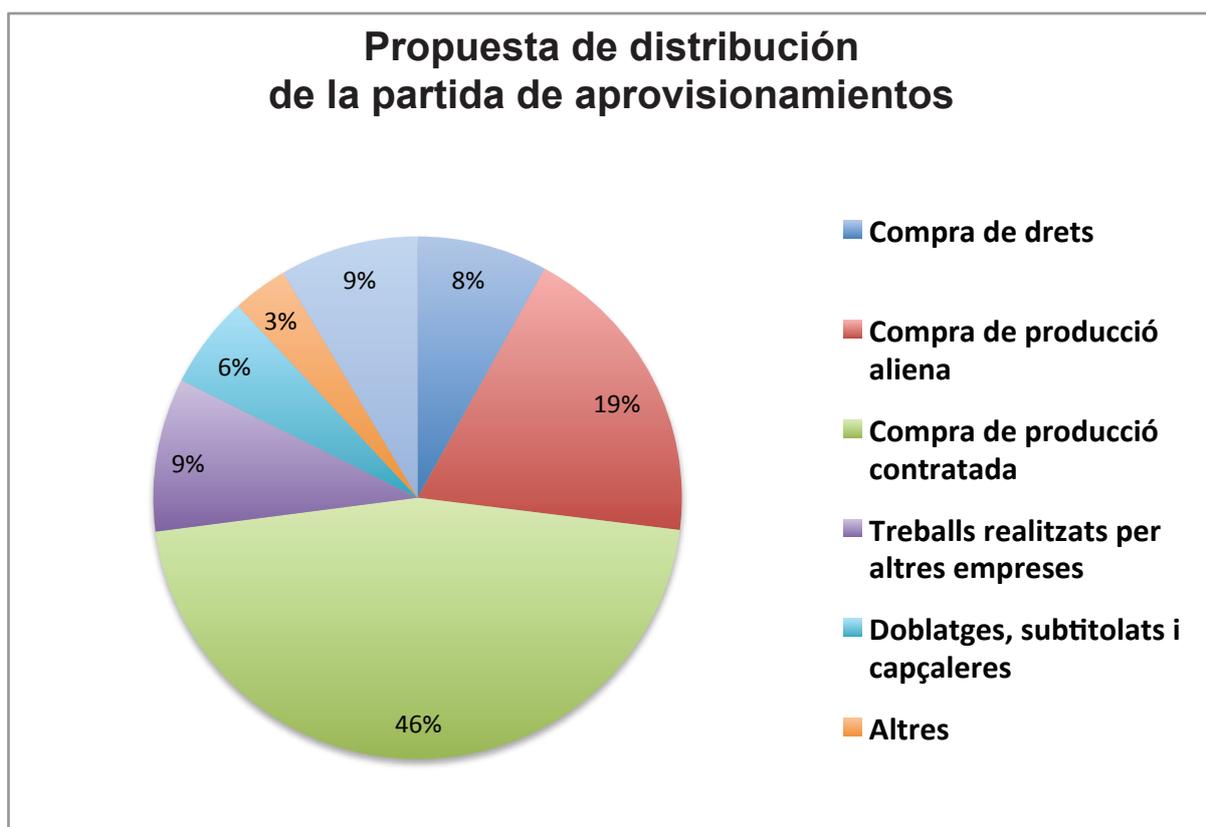
Según la propuesta presupuestaria planteada por EAVf para la nueva RTVV, la mayor partida del presupuesto sería la destinada a aprovisionamientos de producción

externalizada, para la que se reservaría un 58% del presupuesto total. Los empresarios del audiovisual proponen también una redistribución de las partidas dentro de esa parte del presupuesto adscrita a aprovisionamientos de producción externalizada:

Cuadro nº 9

Partida de aprovisionamientos	Porcentaje
Compra de derechos	8%
Compra de producción ajena	19%
Compra de producción contratada	46%
Trabajos realizados por otras empresas	9,5%
Doblajes, subtítulos y cabeceras	5,7%
Otros	3,4%
Variación de existencias	8,5%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia



La parrilla anterior propone que un 8% de la partida de aprovisionamientos se dedique a la compra de derechos de retransmisiones, tanto las deportivas como las taurinas que tan buenos resultados de audiencia han tenido siempre en la Comunidad Valenciana.

Un 19% de la partida de aprovisionamientos se reservaría para la compra de producción ajena, una partida reducida considerablemente con respecto a presupuestos anteriores ya que, tal como resaltan los empresarios del audiovisual valenciano, la producción ajena es un contenedor de contenidos provenientes de distribuidoras nacionales e internacionales que no ayuda a cumplir con los objetivos de la cadena autonómica como dinamizador del sector audiovisual local, no fomenta el aprendizaje y uso del valenciano, y no potencia la identidad cultural del pueblo valenciano.

Para la compra de producción contratada se destinaría un 46% del total de la partida de aprovisionamientos. Las empresas audiovisuales valencianas quieren señalar la necesidad de destinar gran parte del presupuesto de aprovisionamientos a esta partida. La producción propia externalizada de ficción y entretenimiento es fundamental para fidelizar a la audiencia, pero además esa producción propia externalizada debe contratarse a empresas de la Comunidad Valenciana, para que ese presupuesto contemplado como un gasto pase a convertirse en una inversión.

Con esta partida EAVf propone la producción de contenidos de ficción y entretenimiento de diversa índole. Los empresarios consideran que la mitad del presupuesto destinada a producción contratada debería dedicarse a la producción de series de ficción tanto de tira semanal como diaria.

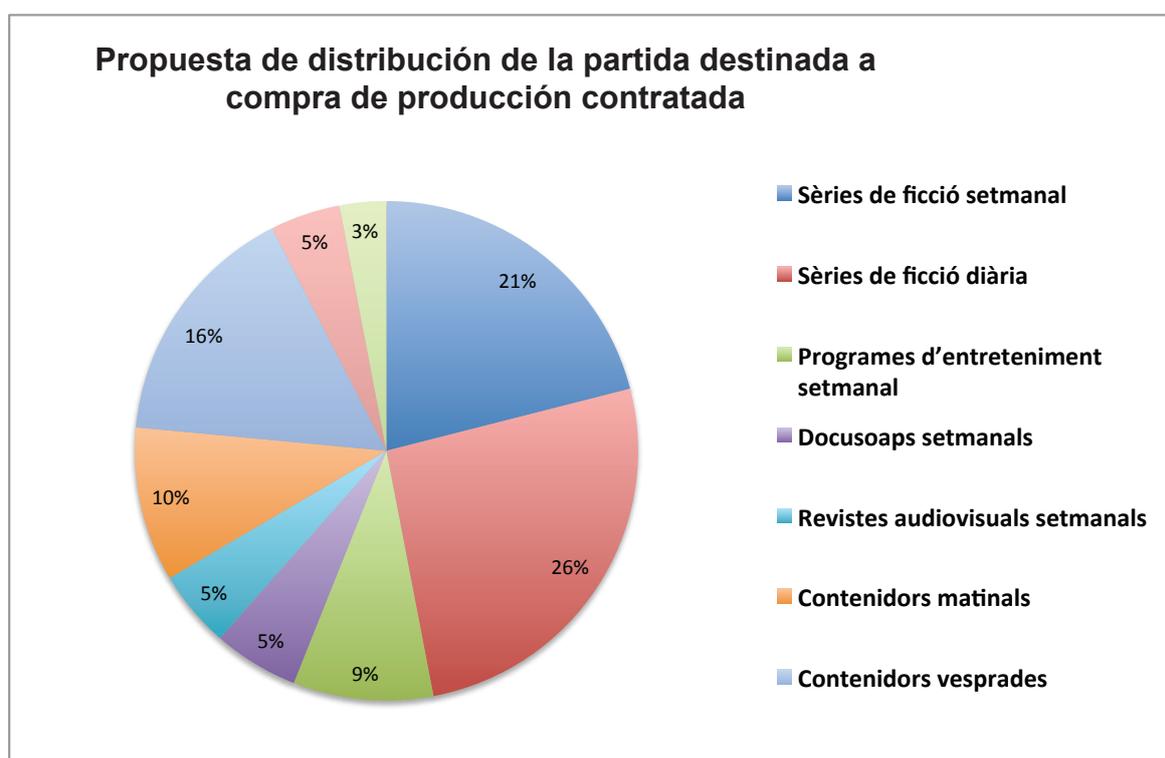
Hay que destacar que en los últimos años, este tipo de producciones ha dado muy buenos resultados de audiencia a la cadena y ha conseguido fidelizar a los espectadores en los horarios de emisión de las mismas, además de proporcionar trabajo a un gran número de personas, tanto al colectivo de actores como al de guionistas y técnicos.

Títulos como “L’Alqueria Blanca”, “Socarrats”, “Autoindefinitos”, “Senyor retor” o “Bon dia, bonica” han reactivado la producción de ficción televisiva en la Comunidad

Valenciana generando cientos de puestos de trabajo para profesionales técnicos y artísticos valencianos.

El resto del presupuesto de producción contratada se destinaría a la producción de entretenimiento, con una gran diversidad de programas para llenar la parrilla de programación de producción propia. En concreto, se propone la producción de programas de entretenimiento semanal, diversos docu-soaps semanales, varias revistas audiovisuales semanales y contenedores de mañana y tarde.

No podemos olvidar la necesaria inversión que la cadena debe hacer en coproducción de animación entre productoras radicadas en la Comunidad Valenciana y productoras de otros territorios. La producción de animación propia es una buena manera de generar contenidos próximos al público infantil y captar una franja de edad muy complicada de la audiencia. Los empresarios proponen que un 3% de esa producción externalizada se destine a la animación.



Se ha realizado un minucioso estudio de dos parrillas de programación de dos televisiones autonómicas históricas y que desean jugar en la misma división de honor. Se trata de TVG y TVV, y se ha realizado un desglose de las distintas fórmulas de producción utilizadas por cada una de las cadenas. A continuación se hace un resumen semanal de la parrilla en cada una de ellas:

### DISTRIBUCIÓN DE LAS HORAS DE PROGRAMACIÓN DE TELEVISIÓN DE GALICIA

Semana 16/22 abril de 2012

Share semanal: 12,02%	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	TOTAL MINUTOS	TOTAL HORAS	%
Producción ajena (series y películas)	270	450	300	270	390	480	90	2.250	37,5	28,2
Informativos i tertulias	390	360	270	330	330	210	120	2.010	33,5	25,2
Producción propia reposición	90	30	120	180	60	120	450	1.050	17,5	13,2
Producción propia	240	180	120	120	150	120	210	1.140	19,0	14,3
Producción propia directos							60	60	1,0	0,8
Producción propia externalizada gallega	150	120	180	240	210	210	180	1.290	21,5	16,2
Producción propia externalizada no gallega								0	0,0	0,0
Futbol			150				30	180	3,0	2,3
<b>TOTAL MINUTOS</b>	<b>1.140</b>	<b>7.980</b>	<b>133,0</b>	<b>100,0</b>						
<b>TOTAL HORAS</b>	<b>19,0</b>		<b>133,0</b>							

Cuadro nº 10

Fuente: Elaboración propia

### DISTRIBUCIÓN DE LAS HORAS DE PROGRAMACIÓN DE TELEVISIÓN VALENCIANA

Semana 16/22 abril de 2012

Share semanal: 6,04%	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	TOTAL MINUTOS	TOTAL HORAS	%
Producción ajena (series y películas)	600	600	480	390	630	720	480	3.900	65,0	50,2
Informativos i tertulias	300	300	270	300	300	120	150	1.740	29,0	22,4
Producción propia reposición	100	100	100	240	100		30	670	11,2	8,6
Producción propia	110	80	80	80	80	60	70	560	9,3	7,2
Producción propia directos							280	280	4,7	3,6
Producción propia externalizada valenciana		30		30		90	70	220	3,7	2,8
Producción propia externalizada no valenciana				70			30	100	1,7	1,3
Futbol			180			120		300	5,0	3,9
<b>TOTAL MINUTOS</b>	<b>1.110</b>	<b>7.770</b>	<b>129,5</b>	<b>100,0</b>						
<b>TOTAL HORAS</b>	<b>18,5</b>		<b>129,5</b>							

Cuadro nº 11

Fuente: Elaboración propia

La propuesta de parrilla de programación para TVV que hace EAVf según el modelo de presupuesto y producción contratada es la siguiente:

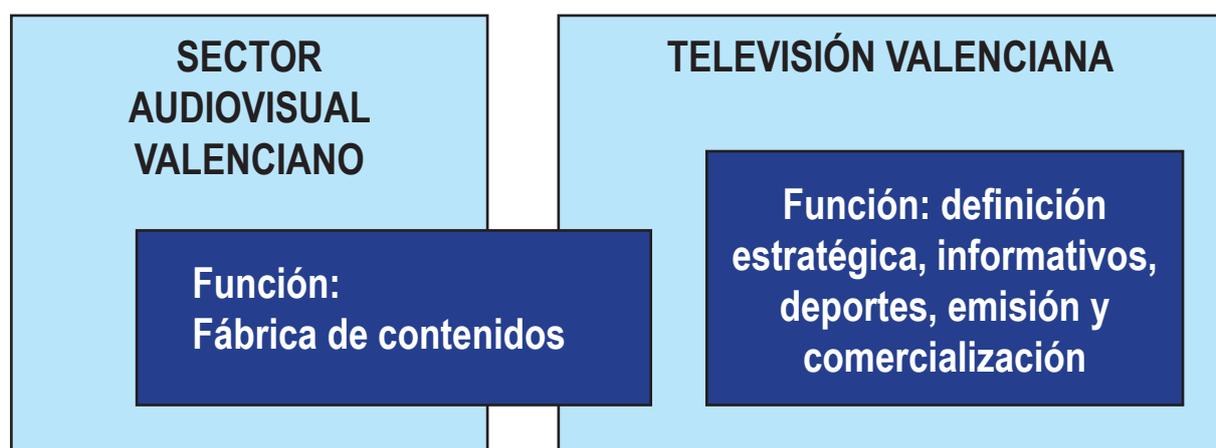
**PROPUESTA DE DISTRIBUCIÓN DE LAS HORAS DE PROGRAMACIÓN  
PARA EL NUEVO MODELO DE RTVV**

Objetivo de share: 10%	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	TOTAL MINUTOS	TOTAL HORAS	%
Producción ajena (series y películas)	150	210	150	60	240	510	390	1.710	28,5	22,6
Informativos i tertulias	270	270	270	270	270	270	270	1.710	28,5	22,6
Producción propia reposición						90	180	270	4,5	3,6
Producción propia						60	60	120	2,0	1,6
Producción propia directos							90	90	1,5	1,2
Producción propia externalizada valenciana	660	600	660	750	570	90	210	3.540	59,0	46,8
Producción propia externalizada no valenciana								0	0,0	0,0
Futbol						120		120	2,0	1,6
<b>TOTAL MINUTOS</b>	<b>1.080</b>	<b>7.560</b>	<b>126,0</b>	<b>100,0</b>						
<b>TOTAL HORAS</b>	<b>18,0</b>		<b>126,0</b>							

Cuadro nº 12

Fuente: Elaboración propia

EAVf insiste en la necesidad de contratar toda esa producción propia externalizada a empresas de la Comunidad Valenciana, porque solo así se generarán puestos de trabajo en el territorio autonómico y se podrá reactivar el sector audiovisual valenciano. Solo con esta fórmula s’aconseguiría valencianizar la parrilla con contenidos de proximidad que fidelizan a la audiencia y con una inversión presupuestaria capaz de generar riqueza y puestos de trabajo en el territorio.



La compra de producciones realizadas fuera del territorio autonómico sería un verdadero error en el replanteamiento de la nueva televisión autonómica, ya que lo que podría ser una inversión se convertiría en un gasto, y las empresas y profesionales de la Comunidad se verían abocados definitivamente a la inactividad total.

Según el estudio realizado por la propia federación empresarial, un volumen de trabajadores mucho superior al afectado por el previsible ajuste de plantilla planteado por el gobierno autonómico, podría ser absorbido por el sector audiovisual privado si la cadena modificara los presupuestos en la línea apuntada en este informe, y el 35% del presupuesto total se dedicara a la compra de producción contratada en empresas del territorio autonómico.

Para la producción de las 59 horas semanales de producción externalizada valenciana que se proponen en el cuadro nº 13 se requerirían cerca de 2.200 profesionales según un estudio realizado por la propia federación empresarial en base a datos reales de contratación para los diferentes tipos de producciones, tanto de ficción como de entretenimiento. El resultado global de ese estudio da el siguiente detalle:

<b>PROFESIONALES</b>	<b>TOTALES</b>
ACTORES	210
ACTORES DE DOBLAJE	320
PRESENTADORES	17
FIGURACIÓN	480
GUIONISTAS	78
REDACTORES	65
DIRECTORES	35
DIRECTORES DOBLAJE	14
REALIZADOR	25
TÉCNICOS	636
PRODUCCIÓN	116
TRADUCTORES	14
ADAPTADORES	14
ANIMADORES-MODELADORES	56
ADMINISTRACIÓN	122
<b>TOTAL PERSONAL</b>	<b>2.202</b>

Cuadro nº 13

Fuente: Elaboración propia

Estas 2.202 personas son la ocupación directa que se contrataría para realizar la programación planteada. Además de esta ocupación directa, se podría calcular una ocupación indirecta de más de otros 2.000 personas distribuidas en numerosas empresas de servicio de más de 60 especialidades como: agencias de actores y modelos, empresas de figuración, especialistas, subtitulación, efectos, peluquería y maquillaje, gestoría laboral, asesores fiscales, empresas de informática, diseño gráfico, alquiler de vestuario, lavandería, empresas de construcción de decorados, empresas de contenedores, alquileres de recintos de rodaje, empresas de càtering, empresas de mobiliario, almacén de atrezzo, platós, mutuas de trabajo, empresas de casting, mensajería, alquiler de almacenes, telefonía, alquiler de carpas, caravanas, material de iluminación, alquiler de grúas, grupos electrógenos, helicópteros, material de sonido, alquiler de vehículos, unidades móviles, agencias de viajes, hoteles, laboratorios cinematográficos, empresas de seguridad, auditores, empresas de marketing, empresas de comunicación, etc.

En resumen, y según una estimación de la federación empresarial, se generaría trabajo para el siguiente número de empresas:

EMPRESAS	TOTALES
PRODUCTORAS	26
SERVICIOS	70
DOBLAJE	6
ANIMACIÓN	2

Cuadro nº 14

Fuente: Elaboración propia

## 2.d. una televisión de proximidad

***“La sociedad debe verse reflejada en su televisor porque solo así nuestra televisión será capaz de fidelizar y hacer crecer su audiencia”***

La sociedad valenciana, como cualquiera otra, tiene necesidad de acceder a una programación televisiva de proximidad, a una ventana mediática en la que ver reflejadas sus peculiaridades, las de sus conciudadanos y las de su entorno próximo. Solo un servicio público como la radiotelevisión autonómica puede garantizar la prestación de unos servicios informativos plurales, objetivos, veraces, y antes que nada, próximos, y una programación de entretenimiento en que quede plasmada la idiosincrasia del territorio y de las personas que lo habitan.

La proximidad es fundamental en un ámbito como el de la información. Conocer lo que ocurre en nuestro entorno, en nuestra provincia, en nuestra ciudad, en nuestro barrio, es una necesidad para cualquiera ciudadano en el espacio europeo del siglo XXI. Conocer de primera mano las decisiones que toman nuestro políticos, saber con detalle cuál ha sido el resultado de nuestro equipo de fútbol, o enterarse de si la meteorología será adversa en las próximas horas, justifica la existencia de un medio de comunicación como la televisión autonómica que encuentra en la proximidad informativa una de sus principales razones de ser.

En el territorio autonómico valenciano no hay otra empresa o entidad, más que RTVV, que cuente con la infraestructura y la capacidad técnica y humana para informar de cuanto ocurre en nuestro entorno. Potenciar esta evidencia es una oportunidad que la cadena autonómica no puede dejar escapar si quiere mantener un nicho sustancial de audiencia entre aquellos ciudadanos que demandan una oferta informativa diferente de la que ya encuentran en el resto de cadenas televisivas del país.

La Televisión Valenciana debe ser capaz de reforzar la identidad nacional como proceso integrador de la ciudadanía. Debe avanzar hacia la creación de unos referentes en que se identifiquen los ciudadanos. El pueblo valenciano es inmensamente rico en patrimonio cultural material e inmaterial. La difusión televisiva de la riqueza cultural fomenta la cohesión social y la pertenencia territorial de sus habitantes. A través de los programas informativos y de entretenimiento, la televisión autonómica debe vehicular la promoción de la diversidad cultural del territorio, de las peculiaridades de sus gentes, de las singularidades de sus fiestas, del valor de sus monumentos, de la creatividad de sus artistas o el potencial de sus investigadores. La sociedad debe verse reflejada en su televisor porque solo así nuestra televisión será capaz de fidelizar y hacer crecer su audiencia.

Es por eso que la programación en general, con todos los contenidos de entretenimiento que la componen, debe ser en su globalidad fiel reflejo de la riqueza y variedad cultural del territorio autonómico y de sus gentes. Las fiestas, las tradiciones, los costumbres valencianas deben tener su espacio en la parrilla de programación de la cadena. Los artistas, creadores, y pensadores valencianos deben encontrar en la cadena su espacio para la opinión y la reflexión colectiva. La historia debe cobrar vida a través de las imágenes, y la reflexión colectiva sobre lo que somos y lo que queremos ser debe ser un argumento permanente en todos los espacios divulgativos que se programan. Las entidades deportivas, las sociedades musicales, las asociaciones

culturales y el resto de colectivos deben sentirse partícipes de una programación con la que se sienten identificados y que valoran como propia.

Esta propuesta no descarta la posibilidad de que, en casos excepcionales, se tegan que adquirir derechos de emisión de acontecimientos deportivos o culturales que puedan interesar a Televisión Valenciana, que reflejen un interés para la sociedad valenciana, y que sean rentables tanto económicamente como para la audiencia de la cadena.

Solo así, convirtiéndose en un canal temático de la proximidad, la televisión autonómica podrá convertirse en un referente para los espectadores, y los valencianos buscarán en ella la información y el entretenimiento que se le requiere a una televisión de estas características. Una programación de proximidad que, por el hecho de ser próxima, será muy diferente de la ofrecida por la resto de cadenas nacionales generalistas y de canales especializados, que además persiguen unos objetivos muy diferentes de los de nuestra televisión autonómica.

Si la televisión autonómica se convierte en un referente de proximidad para los valencianos, se convertirá también en la televisión de referencia para los anunciantes locales que encontrarán en ella un verdadero escaparate en que anunciar sus productos y abrir mercado entre el público próximo. Solo de esta manera la televisión autonómica se convertirá en un dinamizador comercial de la autonomía, fomentando el consumo interno y el crecimiento empresarial de las marcas locales. Hay que destacar que las televisiones públicas autonómicas ofrecen un canal publicitario asequible al tejido empresarial de la Comunidad que no encuentra en las televisiones estatales.

Para convertir la televisión autonómica en una cadena de referencia, es necesario invertir esfuerzos en la fidelización de la audiencia infantil y juvenil. Porque acostumbrar a los jóvenes espectadores a consumir una televisión, pública, en valenciano

y que nos oferta información y contenidos de proximidad, es asegurar el futuro de una cadena que debe su razón de ser a su audiencia.

En los últimos años, los datos de audiencia de la cadena autonómica sitúan la media de edad de los televidentes en la franja que va de los 45 a los 65 años, siendo el segundo grupo de espectadores más numeroso el de mayores de 65 años. Además, es en los entornos rurales y de poblaciones menores de 10.000 habitantes donde más audiencia tiene la cadena. Rejuvenecer la media de edad de la televisión autonómica debe ser un objetivo a medio y largo plazo.

Las empresas productoras de animación en la Comunidad Valenciana juegan un papel fundamental en esta estrategia de acercar la televisión autonómica a los niños y jóvenes valencianos. Estas empresas ofrecen la posibilidad de crear productos animados atractivos para las capas más jóvenes de la sociedad, unos productos capaces de educar en valores a los ciudadanos del futuro para hacer de la valenciana una sociedad cada vez más justa e igualitaria.

La programación de nuevos contenidos, actuales, dinámicos, y próximos a los gustos y actividades de los jóvenes valencianos, y arraigados en entornos urbanos, conseguiría modernizar la imagen de la cadena y vincularla a un público más joven y más urbano, garantizando así una audiencia de futuro y con gran potencial consumidor, un aspecto altamente interesante para los anunciantes.

Para cautivar a la población infantil y juvenil es necesario que la televisión autonómica apueste por la innovación, no solo en los contenidos, sino también en las propuestas de difusión y de promoción multiplataforma. La adaptación de los contenidos audiovisuales que se programan a las exigencias de las nuevas plataformas de consumo (ordenadores, tablets, móviles...) es fundamental para aproximarse a una audiencia juvenil que vive permanentemente conectada a estas nuevas ventanas de

consumo en que no puede faltar una interesante oferta de información y entretenimiento de proximidad.

Además, la cadena pública debe promover acciones que dinamicen la investigación y coloquen el sector audiovisual valenciano en la vanguardia de la tecnología audiovisual y de la producción de contenidos para las nuevas plataformas de difusión televisiva. Porque tradicionalmente las cadenas públicas han sido las que han podido destinar recursos a la investigación, a la innovación, a la implantación de nuevas tecnologías, y son las que han generado talento y conocimiento que han acabado exportando a otras cadenas. Solo si se potencia la innovación, la investigación y el talento, las empresas audiovisuales de la Comunidad estarán capacitadas para conquistar mercados audiovisuales más allá de nuestras fronteras.

# 3. Epílogo

***“La televisión autonómica tiene que tener para el futuro una hoja de ruta clara, en forma de contrato programa aprobado por la ciudadanía a través de los órganos parlamentarios, con objetivos medibles i con dotaciones presupuestarias plurianuales”***

De todos los datos y extractos de informes presentados en las páginas anteriores podemos destacar una serie de conclusiones que resumen la propuesta que los empresarios audiovisuales valencianos planteamos para la remodelación de la televisión valenciana. Algunas de estas conclusiones parecen obvias, pero a veces es necesario repetirlas y ponerlas negro sobre blanco para afianzar los conceptos y recordar que están aquí.

Queda claro que la Televisión Autonómica debe ser un espejo y altavoz de la realidad social, cultural, lingüística e institucional de las comunidades autónomas, que aporta la visibilidad esencial requerida al modelo constitucional del país. Para eso, debe cumplir con su cometido de servicio público en el conjunto de su programación.

La televisión autonómica debe ser próxima, acercando la realidad cultural y social de la Comunidad al ciudadano, y eso significa vertebración y sentimiento de pertenencia, y por tanto, incrementar el nivel y calidad de convivencia de la población. De hecho el 19% de la programación de las televisiones públicas autonómicas está dedicado a la emisión de contenidos culturales y retransmisión de los acontecimientos sociales más significativos de cada lugar.

Las televisiones autonómicas son cada vez más eficientes económicamente, reduciendo costes y amortizando su infraestructura y recursos técnicos y humanos. La financiación de las televisiones autonómicas se ha reducido significativamente en los tres últimos años, coincidiendo con el crecimiento de su número de canales, lo cual demuestra una mayor eficiencia. El contexto actual, obliga a poner en marcha planes claros de reorganización con modelos de trabajo que equilibren la estructura propia con la externalización de servicios.

Las Televisiones Públicas Autonómicas han demostrado unos niveles de servicio público que cubren claramente los objetivos establecidos en su creación, pero deben continuar trabajando hacia una gestión más eficiente, buscando un equilibrio con el sector privado que les permita flexibilizar su estructura sin perder el control. Y más importante, dibujar para el futuro un hoja de ruta clara, en forma de contrato programa aprobado por la ciudadanía a través de los órganos parlamentarios, con objetivos medibles y con dotaciones presupuestarias plurianuales.

## 3.a. conclusiones

**1.** **Televisión Valenciana** debe continuar siendo **pública**, propiedad de la Generalitat, porque **es la mejor manera de garantizar su obligación de servir los valencianos** y garantizar los derechos constitucionales básicos relacionados con la información y la comunicación.

**2.** **Televisión Valenciana** debe emitir su programación preferentemente en valenciano,

-porque como medio de comunicación público **debe impulsar el uso y aprendizaje de la lengua** que es propia del territorio,

-porque **debe ser referente para todos los espectadores valenciano-hablantes** que deben encontrar en ella una alternativa televisiva a las cadenas nacionales que emiten en lengua castellana,

-porque **debe continuar dinamizando la actividad profesional de las empresas valencianas del doblaje y la subtitulación**. Las empresas y profesionales valencianos del doblaje y la sonorización tienen un papel fundamental en el objetivo de adaptar las versiones de series y películas extranjeras a la lengua valenciana.

**3.** **Televisión Valenciana debe ser sostenible económicamente**. Para eso la Generalitat **debe saldar la deuda acumulada** de la cadena y establecer un nuevo procedimiento para el control y la gestión presupuestaria de la cadena que limite la posibilidad de endeudamiento de la televisión.

**4.** **Televisión Valenciana debe establecer un Contrato Programa con la Generalitat** que fije la inversión anual que el gobierno valenciano debe realizar para financiar la televisión autonómica, y los servicios que ésta debe prestar a la

sociedad en compensación por esa inversión. Esa inversión anual de la Generalitat Valenciana debería ser **de unos 18-19 euros por habitante al año**. Una cifra que es un 45% menor que la media de las televisiones autonómicas españolas, y la tercera parte menor que la media de las televisiones públicas europeas.

**5** ■ Televisión Valenciana debe reducir las partidas de gasto en personal y ajustar la plantilla a las necesidades de producción de informativos, y gestión comercial y de la emisión. La plantilla **no puede superar los 3 trabajadores por cada millón de presupuesto** siguiendo la tendencia de las televisiones europeas. **El coste de personal no puede ser superior nunca al 16% del presupuesto total** de la cadena para cumplir con las medias europeas.

**6** ■ La partida presupuestaria adscrita a inversión en contenidos debe representar, como mínimo, un 70% del presupuesto total de la cadena, y el 30% a gastos estructurales. Dentro de esta partida, debe cobrar mayor fuerza la inversión adscrita a producción propia externalizada y reducir la adscrita a adquisición de producción ajena.

**7** ■ Televisión Valenciana **debe contratar toda la producción propia externalizada a las empresas audiovisuales de la Comunidad** para que ese gasto se convierta en una inversión que permita a las empresas valencianas generar puestos de trabajo y dinamizar la actividad empresarial de cara a afrontar otros proyectos nacionales e internacionales.

**8** ■ Televisión Valenciana debe ser un **canal temático de la proximidad**, con una parrilla de programación centrada en el reflejo de las singularidades sociales y culturales de los valencianos. Solo de esta manera será capaz de distinguirse de sus directos competidores, las cadenas generalistas nacionales, que no consiguen

dar cobertura a la información y entretenimiento más próximo. Solo con contenidos de proximidad los espectadores se sentirán identificados con la televisión que fidelizará a su audiencia incrementando también los registros de share.

**9.** Televisión Valenciana **debe rejuvenecer su audiencia** con la programación de contenidos atractivos para niños y jóvenes. Las productoras de animación del territorio autonómico pueden ser un gran aliado para la consecución de este objetivo.

**10.** Televisión Valenciana **debe ser una cadena innovadora**, que esté permanentemente en la vanguardia tecnológica, y presente en todos los dispositivos de visualización televisiva para captar el mayor volumen y la mayor diversidad de público posible.

**11.** **La audiencia media de la cadena no debe bajar de dos dígitos.** Para conseguir este objetivo la televisión autonómica debe ser la televisión de referencia para los valencianos en todas las franjas horarias todos los días de la semana.

**12.** Televisión Valenciana **debe ser un canal efectivo de publicidad para las Pequeñas y Medias Empresas del territorio**, un aspecto esencial en estos tiempo de crisis en que se hace más necesario que nunca llegar a clientes potenciales y competir con las grandes marcas.

## 3.b. fuentes documentales

DELOITTE. Analisis comparativo de la televisión regional en Europa: una propuesta para España.

Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado elaborado por el Consejo creado al efecto según Real Decreto 744/2004, de 23 de abril. Febrero de 2005.

Informe sobre el papel de la televisión pública autonómica en España. Accenture para FORTA. 2012

Ley 4/1983, de 23 de noviembre, de la Generalitat Valenciana, de uso y enseñanza del valenciano.

Ley de la Generalitat Valenciana 7/1984, de 4 de julio, de creación de la entidad pública Radiotelevisión Valenciana (RTVV), y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana.

Ley 1/2006, de 19 de abril, de la Generalitat, del Sector Audiovisual.

Ley 11/2007, d'11 de octubre, de la Generalitat Catalana, de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales.

Contrato Programa. Corporación Catalana de Radio y Televisión. 2006-2009.

Diario Las Provincias

Diario digital Fórmula TV

Revista Economía 3

Revista Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana

Este informe fue elaborado por **Raúl Carbonell Górriz**  
en Valencia en el mes de mayo de 2012 por encargo de  
**Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas**