



Producción externalizada en la televisión autonómica

**RTVV: un motor gripado
para el sector audiovisual local**

*** * * * ***

Raúl Carbonell Górriz

NAUllibres

Colección Cuadernos de Pensamiento, Comunicación y Cultura, 1

Directores de la colección:

Javier Marzal Felici. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I de Castellón

Patricia Núñez Gómez. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid

Comité Científico:

Juan Miguel Aguado. Catedrático de Periodismo. Universidad de Murcia.
Ericka Patricia Álvarez Flores. Catedrática de Comunicación Social. Universidad Estatal de Sonora, México.
Andreu Casero Ripollés. Catedrático de Periodismo. Universitat Jaume I de Castellón.
Fernando Canet Centellas. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Univ. Politécnica de Valencia.
Luis Deltell Escolar. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad Complutense de Madrid.
Pietsie Feenstra. Catedrática de Estudios Fílmicos. Universitè Paul Valéry 3, Montpellier, Francia.
Berta García Orosa. Catedrática de Periodismo. Universidad de Santiago de Compostela.
Gloria Jiménez-Marín. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla.
Immaculada Martínez Martínez. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Murcia.
Dolors Palau Sampió. Catedrática de Periodismo. Universitat de València.
Nekane Parejo Giménez. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Málaga.
Patricia Prieto-Blanco. Lecturer in Digital Media Practice. Lancaster University, Reino Unido.
Mar Ramírez Alvarado. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla.
Salvador Rubio Marco. Catedrático de Estética y Teoría de las Artes. Universidad de Murcia.
Sandra Francisca Teixeira. Catedrática de Estrategias de Marketing Digital. Universidad de Porto, Portugal.
Santiago Tejedor Calvo. Catedrático de Periodismo. Universitat Autònoma de Barcelona.
Marisa Torres da Silva. Catedrática de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nova Lisboa, Portugal
Victoria Tur Viñes. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Alicante.

Comité Editorial

Roberto Arnau Roselló. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universitat Jaume I de Castellón.
Leire Azkúnaga García. Profesora Ayudante Doctora de la Universidad del País Vasco.
Marta de Miguel Zamora. Profesora Ayudante Doctora de la Universidad Complutense de Madrid.
Víctor Manuel Cerdán Martínez. PPL de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Univ. Complutense de Madrid.
Antonio Loriguillo López. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Univ. Jaume I de Castellón.
Luis Rodrigo Martín. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Valladolid.
Teresa Sorolla Romero. Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universitat Jaume I de Castellón.

© Raúl Carbonell Górriz

© De esta edición:

Nau Llibres. Periodista Badía 10. 46010 València. Tel.: 96 360 33 36

E-mail: nau@naullibres.com web: www.naullibres.com

ISBN: 978-84-19755-77-3

Depósito Legal: V-5374-2025

Diseño de cubierta y maquetación:

Pablo Navarro y Artes Digitales Nau Llibres

Ilustración de la cubierta:

[rootstocks] / Depositphotos.com

Impresión: Podiprint

Este obra se distribuye bajo licencia Creative Commons
Atribución-No Comercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)



Índice

Prólogo	9
<i>Lola Bañon Castellón</i>	
1. Introducción	19
2. La televisión pública en el ámbito europeo, nacional y local.....	27
2.1. Evolución y tendencia de los medios de comunicación públicos en el contexto europeo	27
La transmisión de la televisión.....	28
Evolución en los hábitos de consumo.....	29
2.2. La televisión pública en Europa.....	32
Financiación de la televisión pública europea.....	36
2.3. La televisión pública en España	42
2.4. La televisión de proximidad.....	49
2.4.1. Evolución de las televisiones autonómicas en España	51
2.4.2. La crisis de las televisiones públicas autonómicas	56
2.4.3. La dinamización de los sectores audiovisuales autonó- micos.....	67
3. Un recorrido histórico por el sector audiovisual valenciano.....	71
3.1. Nacimiento de RTVV y aparición de empresas girasol.....	72
3.2. Asociacionismo en el sector audiovisual valenciano.....	74
3.3. Iniciativas públicas para la dinamización del audiovisual valenciano	77
3.3.1. Ley de la Generalitat Valenciana 7/1984, de 4 de julio, de creación de la entidad pública RTVV (RTVV), y regu- lación de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana.....	78
3.3.2. 1997. Protocolo de actuaciones de la Generalitat para la promoción y fomento del sector audiovisual valenciano ..	78
3.3.3. Libro Blanco del Sector Audiovisual.....	82
3.3.4. Ley 1/2006 de la Generalitat Valenciana, del Sector Audiovisual.....	83
3.3.5. Regulación de la TDT	85

3.3.6. Ley Orgánica 1/2006, de 10 de abril, de Reforma de la Ley Orgánica 5/1982, de 1 de julio, de Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana.	86
3.3.7. Ley 6/2016, de 15 de julio, de la Generalitat, del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de Titularidad de la Generalitat.....	87
3.3.8. Ley 10/2018, de 18 de mayo, de la Generalitat, de creación del Consell del Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV).....	91
3.3.9. Ley 2/2024, de 27 de junio, de la Corporación Audiovisual de la Comunitat Valenciana	91

4. Tendencias en la externalización de contenido en RTVV 93

4.1. Tendencias en la producción de contenidos de entretenimiento..	97
4.2. Tendencias en la producción de contenidos de ficción	101
4.3. Tendencias en la producción de contenidos informativos.....	105
4.4. Conclusiones sobre las tendencias en la producción de las televisiones de España	108

5. La externalización de la producción de contenidos y servicios audiovisuales en Radiotelevisión Valenciana

1989-2013.....	113
5.1. Externalización de la producción de ficción en RTVV	118
5.1.1. Externalización de la producción de series de ficción.....	118
5.1.2. Coproducción de <i>TV MOVIES</i>	139
5.1.3. Externalización de la producción de miniseries	147
5.2. Externalización de la producción de entretenimiento en RTVV ..	151
5.2.1. Externalización de la producción de series documentales y divulgativos	152
5.2.2. Externalización de la producción de programas de cocina.....	167
5.2.3. Externalización de programas concurso.....	170
5.2.4. Externalización de la producción de <i>talk shows</i> , y programas de entrevistas y debates	178
5.2.5. Externalización de programas de humor.....	186
5.2.6. Externalización de la producción de magazines.....	191
5.2.7. Externalización de la producción de <i>Talent shows</i>	197
5.2.8. Externalización de la producción de <i>Reality shows</i>	202

5.2.9. Externalización de la producción de programas musicales y de variedades	206
5.2.10. Externalización de la producción de programas culturales	213
5.2.11. Externalización de la producción de otros programas de difícil clasificación	218
5.2.12. Conclusiones sobre la externalización de programas de entretenimiento	219
5.3. Externalización de programas informativos y deportivos	226
5.3.1. Externalización de programas informativos no diarios ...	226
5.3.2. Externalización de programas deportivos	232
5.4. Externalización de servicios audiovisuales: el doblaje	237
6. El declive de RTVV. Repercusión en el sector	245
6.1. Las productoras “amigas”	245
6.1.1. Externalización de la producción con empresas domiciliadas fuera de la Comunidad Valenciana	246
6.1.2. Externalización de la producción con empresas domiciliadas en la Comunidad Valenciana	262
6.2. Crisis económica y cierre de RTVV	276
6.2.1. El endeudamiento de RTVV	277
6.2.2. La caída de la audiencia	282
6.2.3. Los impagos a proveedores	284
6.2.4. ERE, externalización por lotes y cierre de RTVV	285
7. Conclusiones	291
Referencias bibliográficas	297
Acerca de la colección	303

Acerca de la colección

La Colección *Cuadernos de Pensamiento, Comunicación y Cultura (CCPCC)* publica monografías, ensayos de autoría individual y obras colectivas centradas en la comunicación en un sentido amplio, con una preocupación transversal: impulsar el pensamiento crítico en el marco de la cultura audiovisual contemporánea.

Partimos de la idea de que la comunicación es hoy uno de los ejes principales de reflexión de las humanidades y las ciencias sociales: un campo multidisciplinar en el que confluyen enfoques y metodologías diversos. Entre sus áreas de interés se incluyen, entre otras:

- comunicación audiovisual, cine, televisión y cultura visual
- periodismo y estudios de la información
- comunicación publicitaria y relaciones públicas
- dirección de comunicación y comunicación estratégica
- sociología, historia y psicología de la comunicación
- comunicación política y estudios culturales

- fotografía, estética y comunicación artística
- videojuegos y narrativas digitales
- filosofía y teoría crítica de la comunicación
- comunicación de masas, crítica mediática y análisis del discurso

Tipos de obras que publica la colección

La CCPCC está abierta, principalmente, a los siguientes tipos de propuestas:

1. **Monografías o ensayos** derivados de investigaciones relevantes, firmadas por autoras y autores con trayectoria académica consolidada, del ámbito español y/o iberoamericano.
2. **Investigaciones de interés científico, social y/o cultural** procedentes de proyectos competitivos y/o tesis doctorales con prestigio académico acreditado.
 - Si la obra procede de una tesis doctoral, se exige su reescritura y adaptación al formato de ensayo académico.
3. **Obras colectivas** vinculadas a proyectos competitivos y/o investigaciones individuales o de grupo con financiación (convocatorias competitivas u otros fondos). En esos casos, deberá constar una mención explícita de la financiación en la propia obra y la inclusión de los logotipos correspondientes en la contraportada.
4. **Resultados de investigación** de naturaleza teórica o aplicada (estudios de caso, investigación empírica, experimentos, análisis de la praxis profesional, etc.) con potencial para su uso como manuales docentes, especialmente en titulaciones y asignaturas del ámbito de la comunicación.

Lenguas de publicación: las principales lenguas de la colección son el castellano y el valenciano (o catalán).

Compromiso editorial: calidad, transparencia y rigor

Esta iniciativa de la editorial Nau Llibres aspira a cumplir con las prácticas de calidad de las editoriales de referencia en los campos científicos de las humanidades y de las ciencias sociales. Para ello, la colección adopta un marco de trabajo basado en transparencia, rigurosidad y evaluación experta.

Envío de propuestas

La editorial ha habilitado un procedimiento de recepción de originales y propuestas en:

www.ccpcc.naullibres.com/propuestas

Requisitos de presentación

- Obras individuales: se aceptarán únicamente manuscritos completos, acompañados del Curriculum Vitae del autor/a o autores/as.
- Obras colectivas: se presentará un proyecto de libro con estructura pautada, que incluirá:
 - descripción detallada de la obra (objetivos, enfoque, índice provisional y justificación)
 - currículos de autores/as y editores/as
 - planificación y plazo de entrega del manuscrito final

Evaluación editorial y revisión por pares

Las propuestas serán evaluadas en dos fases:

1. Evaluación inicial por el Comité Editorial de la colección.
2. Si la propuesta supera esta fase, el manuscrito final se someterá a revisión por pares externa, a cargo de dos especialistas ajenos a la editorial. El anonimato de las evaluaciones será preservado.

Las revisiones externas de los manuscritos serán remuneradas. Las decisiones editoriales se adoptarán con criterios de rigor y serán debidamente argumentadas y comunicadas por escrito a las autoras y autores.

La selección de títulos publicados en la CCPCC responderá exclusivamente a la calidad de las obras, con independencia de la procedencia institucional de autores/as y editores/as (universidades, centros de investigación, entidades educativas o empresas).

Las decisiones editoriales se tomarán desde el máximo rigor e independencia, con la participación de la dirección de la colección, del Comité Científico y del Comité Editorial.

Transparencia en la financiación

La web de la colección informará sobre la fuente o fuentes de financiación de los títulos publicados. Cuando exista financiación pública, se dejará constancia en la introducción de la obra y, en su caso, se incluirán en la contraportada los logotipos de las entidades financiadoras.

Finalmente, todo el proceso editorial de la colección seguirá un sistema de garantía de calidad, conforme a estándares y rutinas profesionales de gestión editorial.

Distribución y acceso

Todas las obras se publicarán en versión impresa (papel) y versión digital.

Con el objetivo de favorecer la difusión, en el caso de monografías y obras colectivas se ofrecerá en acceso abierto:

- el índice, y
- un extracto que incluirá el prólogo y la introducción.

Publicación en acceso abierto de la obra completa (cuando proceda)

Cuando la naturaleza del proyecto de investigación requiera la difusión sin coste para el lector, la viabilidad económica del libro podrá articularse mediante coedición, de manera que la obra (monografía u obra colectiva) esté disponible en acceso abierto desde la fecha de publicación oficial:

- en el sitio web de la colección de Nau Llibres, y
- en el sitio web del proyecto de investigación y/o de la entidad coeditora.

Depósito en repositorios (versión del autor)

Se permitirá el depósito en acceso abierto de la versión del autor (manuscrito previo a la maquetación editorial), una vez queden cubiertos los costes de edición, de acuerdo con las condiciones establecidas para cada proyecto.



“Esta publicación ha sido posible con la ayuda del proyecto de investigación “Alfabetización mediática en los medios de comunicación públicos. Análisis de estrategias y procesos de colaboración entre medios e instituciones educativas en Europa y en España (AMI-EDUCOM)”, con código PID2022-13884NB-I00, bajo la dirección de Javier Marzal Felici (IP1) y Roberto Arnau Roselló (IP2), en el periodo 2023-27, financiado por la Agencia de Investigación Estatal (AEI) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España.

Además, esta obra ha recibido apoyo económico de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual del Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana en la Universitat Jaume I, bajo la dirección de Javier Marzal Felici y de la Cátedra RTVE de "Cultura Audiovisual y Alfabetización Mediática" en la Universitat Jaume I, bajo la dirección de Teresa Sorolla Romero”.