

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.
Inmaculada 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.
Sandrina 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

Prólogo

Lola Bañon Castellón

El ecosistema comunicativo es casi siempre un medidor solvente para calibrar la cohesión y solidez de una sociedad. En el caso de los valencianos y valencianas, la historia nos ha dado experiencias de fracaso que no han sido compartidas por otros territorios, lo que nos convierte en exponente de debilidades crónicas que amenazan periódicamente nuestra cohesión colectiva.

Las televisiones autonómicas nacieron para reforzar identidades y lenguas propias, acercar la información de proximidad y posibilitar un servicio público que no siempre puede garantizarse desde las atalayas de los grandes medios de alcance nacional, muy marcados por la ubicación en el centro e irradiaciones muy selectivas a determinadas periferias.

La Comunidad Valenciana tuvo medios propios mucho más tarde que otras nacionalidades; vascos, catalanes, andaluces y madrileños, por ese orden, fueron por delante de nosotros. RTVV fue un proyecto que costó sacar adelante, pero su nacimiento fue

celebrado y causó un gran impacto social logrando excepcionales audiencias especialmente en las coberturas informativas y en programas capitaneados por personajes carismáticos, como fue el mítico Joan Monleón.

Raúl Carbonell ha hecho, con este libro, un ejercicio de retrospección quirúrgica para analizar cómo ha sido la difícil relación entre lo público y lo privado, encarnada en la gestión de la contratación externa a lo largo de los veinticuatro años de la vida de RTVV. Un ejercicio más valioso por inusual: los procesos evaluativos son una excepción en nuestra sociedad. Pero no solo esto; la peculiaridad de la experiencia valenciana –con el cierre de su cadena pública, caso único en España y con solo otro precedente en la Grecia de la crisis– nos obliga a atender con atención los errores que se fueron cometiendo en el camino, para intentar no dejar de reivindicar un futuro más oxigenado y con esperanza.

Este libro analiza el papel que Radiotelevisión Valenciana desempeñó en sus 24 años de existencia (1989-2013) como motor –a veces gripado– del sector audiovisual. El autor concluye que fue, sin duda, un dinamizador del sector audiovisual en el territorio autonómico. La cadena producía casi en su totalidad los programas informativos y deportivos, pero confió en un 90 por ciento de los casos a la producción ajena los espacios de ficción y entretenimiento. En cómo se realizó este reparto y atribución encontramos no solo detalles reveladores de un modelo de gestión opaco, sino además síntomas de ausencia de compromiso político vertebrador de la industria local.

La investigación realizada por el autor explora 517 programas, lo que supone un escáner sobre 45.651 capítulos producidos por Radiotelevisión Valenciana. De ellos, según el presente trabajo, “el 45,22% se realizaron con producción propia, mientras que en el 54,78% restante se recurrió a la producción externalizada o asociada con empresas externas a RTVV”.

En esta proporcionalidad de reparto, la cadena pública valenciana tuvo un comportamiento similar al de las restantes autonómicas españolas, en una práctica conocida como externalización o subcontratación. No obstante, en un proyecto de comunicación financiado con fondos públicos, la delegación de producción de contenidos plantea desafíos que no siempre se han resuelto de forma equilibrada. Para empezar, el recurso a empresas privadas ha de hacerse sin poner en riesgo la función constitucional de garantizar el pluralismo, la veracidad y el acceso universal a la información. Las relaciones entre sector público y privado en el ámbito televisivo español han acusado tradicionalmente un déficit de transparencia, que ha agudizado en muchas ocasiones las tensiones entre obligación de servicio público y eficiencia económica.

A lo largo de seis capítulos, el autor elabora una fotografía panorámica de cómo fue esa colaboración, contextualizando en las primeras páginas las claves de la televisión pública en el ámbito europeo, español y local. Es a partir del capítulo tres cuando se centra en un recorrido histórico por el audiovisual valenciano, desde la creación de RTVV y la generación de las llamadas empresas girasol a los intentos de asociacionismo del tejido industrial audiovisual. En los capítulos cuatro y cinco se analizan las tendencias de la externalización, tanto en los programas de entretenimiento como en los productos de ficción y no ficción. El capítulo seis entra en el declive de RTVV, los contratos con las llamadas productoras amigas y el endeudamiento galopante y provocado, que acabaría cimentando el discurso justificativo del cierre.

Raúl Carbonell ha efectuado un trabajo exhaustivo y quirúrgico sobre un periodo clave en la historia de la comunicación valenciana. Su diagnóstico no pretende lanzar una losa de abatimiento sobre la proyección futura de nuestro ecosistema comunicativo propio. Por el contrario, el conocimiento de los detalles sobre cómo se ha procedido en la historia de las contrataciones televisivas del sector audiovisual público debe servir para iniciar un

nuevo debate fundamentado, constructivo y con serenidad de cómo deben gestionarse los medios que pertenecen a toda nuestra sociedad. Se trata no únicamente de una decisión económica o artística, sino que conlleva además una perspectiva política, jurídica y una percepción de un proyecto social que afecta a la calidad democrática.

De hecho, la investigación nos dibuja no solo un estado de la cuestión de cómo fue la relación del sector privado con el audiovisual público, sino que revela una suerte de termómetro político del comportamiento del proyecto autonómico valenciano.

En el libro se aprecia la identificación de dos periodos bien diferenciados en la praxis externalizadora de RTVV, marcados por las diferencias en su gestión política. El primero de ellos –el que abarca el gobierno socialista de Joan Lerma, desde la inauguración de la radiotelevisión hasta la llegada de los populares a la Generalitat– se distingue por la escasez de recursos para la externalización. El sector acusó cierta desilusión ante lo que se consideraba una falta de atención. Si bien se alcanzaron acuerdos para impulsar la producción local, pero las cifras del estudio en que se basa este trabajo de Carbonell concluyen, por ejemplo, que en 1994 sólo el 40,4 por ciento de los programas se realizaban localmente, y la mayoría del presupuesto iba a parar a adquirir contenidos internacionales.

El cambio político que se concretó en 1995 con la llegada del Partido Popular llegó acompañado de promesas de amor y fidelidad para las empresas audiovisuales valencianas; algunas de las cuales no fueron, incluso, nada discretas en mostrar su entusiasmo ante el cambio en la Generalitat. Sin embargo, el tiempo demostró que aquellas intenciones se cumplieron sólo de forma muy selectiva. El lector puede advertir, a través de la lectura de este libro, que bajo los gobiernos populares –con Zaplana, primero, y con Camps y Fabra después– efectivamente se disparó la externalización de programas, tanto de entretenimiento como de ficción, mientras menguaba la producción propia. En el interior de la propia RTVV,

1. | Introducción

Revisar el pasado siempre es una ayuda para afrontar el presente y planificar el futuro. El ámbito audiovisual no es ajeno a esta necesidad de mirar atrás y, por ello, en este libro recuperamos una parte muy importante de la historia del sector audiovisual valenciano. Examinar los datos relacionados con la producción externalizada de Radiotelevisión Valenciana entre 1989 y 2013, resulta clave para entender cuáles fueron los aciertos y cuáles los fallos, una información fundamental para tomar mejores decisiones en la gestión de los desafíos que nos plantea la televisión actual.

Por ello nos retrotraemos al año 1984, cuando las Cortes Valencianas aprobaron la Ley 7/1984, de 4 de julio, de creación de la entidad pública Radiotelevisión Valenciana y regulación de los servicios de Radiodifusión y Televisión de la Generalitat Valenciana. Nació así la cadena autonómica de nombre Radiotelevisión Valenciana, en adelante RTVV, que inició sus emisiones en octubre de 1989 y a su albor se fueron creando productoras de contenidos,

empresas de doblaje, y otras empresas auxiliares que encontraron en la cadena autonómica un importante cliente y confiaron en su capacidad como motor del audiovisual en el territorio autonómico. Durante los 24 años de vida de RTVV, todas estas «empresas girasol», como las define Enrique Bustamante (Bustamante, 2002:231), tuvieron a la cadena autonómica como principal y, en ocasiones, único cliente, constituyéndose el ente público como un auténtico motor del sector en la región.

Cabe destacar que, en este sentido, RTVV no ha sido un caso especial distinto al resto de televisiones autonómicas de España. El patrón de externalización de la producción y el papel de las distintas televisiones públicas autonómicas como dinamizadoras de los sectores audiovisuales locales, se ha repetido en todas las autonomías con televisión propia, especialmente en aquellas que se crearon en la década de los ochenta y noventa y que imitaron la estructura y sistema de funcionamiento de Televisión Española (TVE). Autores como Juan Carlos Miguel de Bustos y M. A. Casado (2012: 26) destacan que la existencia de las televisiones autonómicas ha sido clave en las políticas de promoción del sector audiovisual ya que todas las cadenas autonómicas han destinado una parte importante de sus presupuestos a financiar coproducciones audiovisuales, comprar derechos, series y programas, producciones asociadas, doblajes, etc.

Al papel que RTVV cumplió como motor del audiovisual local en el periodo 1989-2013 se unieron otros agentes que también contribuyeron al desarrollo de la industria audiovisual en la Comunitat Valenciana, como las líneas de ayudas públicas para el fomento del audiovisual puestas en marcha por la Generalitat Valenciana a través de la Conselleria de Cultura y de la Conselleria de Presidencia, principalmente, o la creación en Alicante del complejo cinematográfico Ciudad de la Luz en el año 2004.

Vinculadas al sector audiovisual valenciano, han emergido asociaciones profesionales y medios de comunicación especiali-

zados, se han generado alianzas de coproducción con empresas de otros territorios, se han creado centros formativos relacionados con el audiovisual, y se ha ido incrementando, poco a poco, la profesionalización del sector. De hecho, las propias asociaciones profesionales forzaron al gobierno autonómico y a RTVV a activar mecanismos de impulso del audiovisual como fueron el Protocolo de actuaciones de la Generalitat para el fomento del audiovisual firmado en el año 1997, el Libro Blanco del Audiovisual Valenciano publicado en 2002, o La Ley del Sector Audiovisual aprobada en 2006.

Gracias a éstas y otras iniciativas, en los 24 años de vida de RTVV fueron bastantes las películas, series, documentales, cortometrajes y programas de televisión que se produjeron en colaboración con el audiovisual local. La externalización de parte de la producción propia de RTVV generó puestos de trabajo para empresas y profesionales del audiovisual local, que consiguieron con ello perfeccionar sus metodologías de trabajo, ampliar su red de contactos profesionales y dar a conocer su talento dentro y fuera de las fronteras del territorio autonómico.

En 2002, el sector audiovisual valenciano contaba con 600 empresas, una facturación de 465 millones de euros (0,8% del PIB autonómico y 7% del total del audiovisual nacional). Para 2010, debido a la crisis económica, su participación en el audiovisual nacional se redujo al 3% y una facturación aproximada de 85 millones de euros. La crisis económica y el alto endeudamiento de RTVV frustraron las expectativas del sector audiovisual valenciano. En 2010, RTVV debía cerca de 20 millones de euros a las productoras, cifra que ascendió a 30 millones en 2012. El cierre de RTVV en 2013 afectó gravemente a un sector altamente dependiente de la cadena televisiva, lo que supuso un remate final para numerosas empresas, y obligó a muchos profesionales a emigrar o cambiar de sector.

Todo este dinamismo empresarial y profesional, incluida la dura crisis padecida por el audiovisual valenciano, centró la aten-

ción de entidades e investigadores que han publicado numerosos estudios y análisis sobre la evolución de los procesos de producción y otros aspectos relacionados directa o indirectamente con el audiovisual local. Un claro ejemplo es el ya mencionado Libro Blanco del Audiovisual Valenciano, editado en el año 2002 por la Generalitat Valenciana. Un exhaustivo diagnóstico sobre la situación del sector audiovisual local que determinaba dónde se encontraba el audiovisual local y marcaba 250 acciones para dinamizar la industria audiovisual valenciana a lo largo de la década.

En el ámbito académico son muy destacables las tesis doctorales firmadas por José María Ánchel Cubells, *Canal 9: Historia de una programación (1989-1995)*, por Rafael Quílez Sánchez, *Canal 9-TVV: por un modelo valenciano de televisión pública* y por Toni Mollà, *La televisión valenciana del siglo XXI. Nuevos factores y nuevas funciones*, todas ellas de enorme validez para el análisis de la televisión pública en la Comunidad Valenciana.

Especialmente reseñables son los estudios realizados por investigadores de las universidades valencianas y del resto de España, así como algunos trabajadores de RTVV, que en los últimos años han centrado sus esfuerzos en relatar los entresijos del funcionamiento del ente autonómico de radiodifusión. Destacan las obras colectivas *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, coordinada por Javier Marzal, Jéssica Izquierdo y Andreu Casero, y *Las televisiones públicas autonómicas del Siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, coordinada por Javier Marzal, ambas obras publicadas en 2015 en la Colección Aldea Global, que editan la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universitat Pompeu Fabra, la Universitat Jaume I y la Universitat de València. También en esta línea se encuentra el libro *Los medios de comunicación públicos de proximidad en Europa. RTVV y la crisis de las televisiones públicas*, editada por Javier Marzal Felici, Pablo López Rabadán y Jessica Izquierdo Castillo publicada por la editorial Tirant.

2. | La televisión pública en el ámbito europeo, nacional y local

2.1.

EVOLUCIÓN Y TENDENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS EN EL CONTEXTO EUROPEO

Para analizar con acierto la realidad de la televisión pública autonómica en la Comunidad Valenciana, es conveniente revisar la evolución de la televisión pública en el contexto europeo y nacional. Las tendencias en cuanto a gobernanza, financiación, difusión, producción de contenidos, y audiencias, son compartidas en la mayoría de los países de la Unión Europea

Desde las primeras emisiones regulares de televisión, hace casi un siglo, hasta la fecha, la televisión ha evolucionado de una manera continua, consolidando cada vez más su hegemonía entre el conjunto de los medios de comunicación social. Mucho ha llovido desde sus inicios basados en la transmisión de imágenes en

movimiento y sonido utilizando las ondas hertzianas, de manera gratuita, con un flujo organizado de programas que se visionan en un televisor sincrónicamente a su emisión, hasta la televisión actual que es multisoporte, multidispositivo, interactiva, etc.

La transmisión de la televisión

La transmisión televisiva ha evolucionado de las ondas hertzianas a múltiples soportes como cable, satélite, redes IP, internet y redes móviles (3G y 4G). Estas tecnologías, aunque distintas, cumplen la misma función de transportar la señal televisiva y han ampliado su alcance, superando fronteras territoriales para lograr una cobertura universal.

En Europa, los operadores de televisión se centran en el desarrollo de redes de pago como cable, satélite, IPTV y telefonía móvil, mientras la TDT, generalmente gratuita, va perdiendo protagonismo. Las redes hertzianas, antes clave para una difusión universal y gratuita, están cediendo espacio electromagnético a las comunicaciones móviles, en detrimento de la televisión.

De los datos se deriva que el sistema de distribución tradicionalmente mayoritario de la televisión en Europa ha sido el cable, que caracteriza un modelo de televisión de pago. Sin embargo, España no ha seguido esa tendencia europea, si bien es cierto que en nuestro país se reduce cada vez más el consumo televisivo por TDT a favor del consumo a través de internet. En 2016 la TDT era la forma habitual de ver la televisión en el 60,3 % de los hogares, mientras que la cifra en 2020 descendía hasta el 44,1 %. En ese periodo creció exponencialmente la IPTV lineal, del 21,5 % al 30,8 %; y creció ligeramente el cable, del 8,1 % en 2016 a un 8,7 % en 2020.

Según datos de comScore y KantarMedia para Barlovento Comunicación, en 2015 la audiencia de televisión superaba ampliamente a la de internet, con 44 millones de personas accediendo a

televisión frente a unos 26 millones que consumían contenidos en línea. Sin embargo, esta tendencia ha ido cambiando. En 2018, según el Estudio General de Medios, el 40% de los televidentes ya consumían televisión a través de internet, duplicando la cifra en solo tres años.

En países de nuestro entorno como Francia la evolución es similar. En 2020, en Francia, el 52,7 % de los hogares optaban por la IPTV lineal, 7 puntos más que en 2016; el satélite alcanzaba al 21,7 % de hogares, dos puntos más que en 2016; y la TDT bajaba hasta el 17,8 %, diez puntos menos que en 2016; mientras que el cable en Francia alcanzaba tan solo al 7,9 % de los hogares, un punto más que cuatro años antes.

Estas tendencias dejan claro que el futuro de la televisión está ligado a su convergencia con internet. Cualquier emisora nacional o autonómica debe avanzar hacia una oferta multidispositivo, integrándose cada vez más con la telefonía e internet a través de modelos como el *multiple play* y la televisión conectada (IPTV), sistemas que desafortunadamente son menos públicos y más orientados al pago.

Evolución en los hábitos de consumo

La televisión no solo ha evolucionado en el método de transmisión, también lo ha hecho al pasar de un modelo lineal en el que los programas se emitían un determinado día a una determinada hora, a uno que combina programación tradicional con contenidos a demanda. Los espectadores ahora pueden elegir qué ver y cuándo, personalizar su experiencia, recibir recomendaciones y explorar con mayor libertad. En definitiva, la televisión actual ofrece la libertad de ver lo que quieres cuando quieres.

La audiencia está cambiando sus hábitos hacia un mayor consumo de vídeo on line. Los operadores adaptan sus contenidos a internet mediante plataformas propias o de terceros, desarrollan

aplicaciones exclusivas para televisión y gestionan comentarios en redes sociales sobre sus programas.

Uno de los cambios más evidentes de la televisión actual en comparación con la del siglo XX es la diversidad de dispositivos disponibles para ver contenidos. El televisor ya no es el único medio, y ahora se puede acceder a la señal televisiva desde una amplia gama de pantallas: televisores de pantalla plana, videowalls, proyectores, computadoras de escritorio, portátiles, tabletas, teléfonos móviles, entre otros. Esta evolución también ha transformado los espacios de consumo, desplazando el tradicional salón del hogar para permitir disfrutar de la televisión desde cualquier lugar.

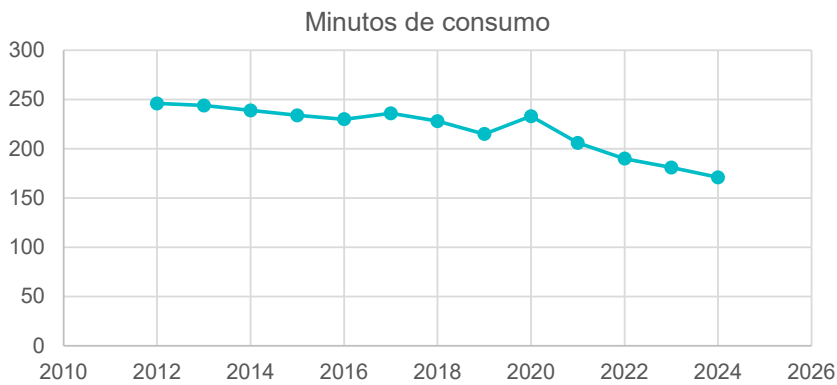
Llama la atención que según datos de la consultora Barlovento Comunicación en 2022, 10,8 millones de personas utilizaban diariamente el televisor para actividades distintas a la televisión convencional, como ver YouTube, escuchar Spotify, jugar a videojuegos o sintonizar la radio, entre otras. De este grupo, 1,6 millones eran usuarios exclusivos de estas actividades, es decir, empleaban el televisor únicamente para funciones diferentes al consumo de contenido televisivo.

También ha cambiado el formato y la resolución de la imagen, dejando atrás la proporción clásica 4:3, por la actual de 16:9, y las resoluciones SD y HD, por el Full HD, el 4k y 8k.

No podemos ignorar que la audiencia ha evolucionado profundamente, pasando de ser homogénea y masiva, a fragmentada, segmentada, personalizada y conectada. Este cambio plantea un reto significativo para la medición de audiencias, que enfrenta grandes dificultades para evaluar de manera precisa el consumo en un escenario donde los contenidos se distribuyen a través de diversas plataformas y dispositivos.

Por otra parte, el consumo total de televisión ha mostrado una disminución sostenida desde su pico en 2012, cuando alcanzó un promedio diario de 246 minutos por espectador.

Gráfico 1.
Evolución del consumo de televisión en España.



Fuente: Elaboración propia

Como se puede comprobar en el gráfico, el consumo televisivo ha disminuido progresivamente desde 2013, con repuntes ocasionales como en 2020 debido a la pandemia. En 2024, según GECA, se registró el menor promedio histórico, con 171 minutos diarios, consolidando la tendencia a la baja. En la siguiente tabla observamos cómo ha evolucionado la televisión en las últimas décadas:

Tabla 1.
Evolución de la televisión

	Inicios	Actualidad
Transmisión	Ondas hertzianas	Internet
Audiencia	Masiva	Fragmentada
Pantalla	Televisor	Multipantalla
Formato	4:3	16:9
Resolución	PAL 576 líneas	8K
Financiación	Gratuita	De pago
Gobernanza	Pública	Privada
Programación	Lineal	A demanda

Fuente: Elaboración propia

2.2.

LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN EUROPA

Hemos comentado anteriormente que la televisión en Europa avanza hacia la privatización, es por ello que, parece conveniente reflexionar y analizar cuál es el papel y situación actual de la televisión pública en los países europeos. Numerosos estudios nos llevan a afirmar que la televisión pública es una pieza fundamental de la política audiovisual europea, sin embargo, su posición estratégica actual es de estancamiento o retroceso y de paulatina pérdida de peso e influencia provocada por dos motivos:

- por un lado, las dificultades tanto legales como orgánicas existentes para su reestructuración, con dificultades de financiación, estados no demasiado proclives al mantenimiento de los medios públicos, falta de flexibilidad y de adaptación a los rápidos cambios tecnológicos del entorno, y estructuras de gobernanza y de funcionamiento demasiado pesadas y anquilosadas, además de las dificultades para adaptarse ante el reto de Internet y la Web 2.0, etc.
- y por otro lado, por la fuerte competencia de la televisión privada y su mayor dinamismo y capacidad de adaptación (Campos Freire, 2013:108).

Para Campos Freire, las cuatro grandes preocupaciones de la televisión pública europea son: lograr mantener la financiación suficiente para garantizar su viabilidad, tratar de estar presente en todas las plataformas posibles de difusión y sobre todo en Internet, avanzar y acertar en los procesos de reestructuración sin dañar los principios generales de servicio público de calidad y lograr mantener la credibilidad a través de la mejora de la gobernanza (Campos Freire, 2013-113).

En Europa encontramos distintos modelos de televisiones públicas, que podríamos agrupar en dos grandes bloques, el primero formado por las televisiones públicas estatales, y el segundo for-

mado por las televisiones públicas de ámbito regional, con una identidad lingüística y cultural más destacada y que en España identificamos como televisiones autonómicas. Es decir, encontramos cadenas públicas de televisión de corte centralista y contenidos generalistas y otras descentralizadas que prestan mayor atención a los territorios regionales y a los contenidos de proximidad.

Existen diversos modelos descentralizados de televisión pública en Europa, como el francés y el alemán, donde la producción audiovisual es financiada por los poderes públicos y realizada de forma descentralizada para reflejar la diversidad territorial. España, según algunos expertos, tiene un nivel de descentralización similar al de Alemania, aunque nuestro sistema autonómico es único en Europa.

En el Reino Unido, la BBC también sigue un modelo descentralizado. Escocia cuenta con centros territoriales, una programación propia, y cadenas en lenguas minoritarias como el gaélico escocés y el galés. Además, la mayoría de los trabajadores de la BBC están fuera de Londres, con grandes centros de producción en ciudades como Manchester y un total de 160 delegaciones en todo el país, lo que refuerza su esfuerzo por evitar el centralismo.

Los investigadores coinciden en que la televisión pública es clave para la democracia en Europa, pero debe ser competitiva, independiente de influencias políticas y del mercado, y distribuir contenidos en múltiples plataformas para conectar eficazmente con la ciudadanía.

Emili Prado y Miguel de Moragas definen las radios y televisiones de servicio público como aquellas que ofrecen:

garantías democráticas (especialmente defensa del pluralismo), estímulo a la participación ciudadana, función cultural, identitaria, social y de bienestar social, de equilibrio territorial, económico y desarrollo, motor de la industria audiovisual, innovación y experimentación creativas, función humanística y moralizadora, y función divulgadora y socializadora del conocimiento (Moragas y Prado, 2000:379-380).

Aunque si queremos conocer las funciones que debería cumplir la televisión pública en España, podemos recurrir a la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, que en su artículo 40.1 define las radiotelevisiones públicas como:

servicio esencial de interés económico general que tiene como misión difundir contenidos que fomenten los principios y valores constitucionales, contribuir a la formación de una opinión pública plural, dar a conocer la diversidad cultural y lingüística de España, y difundir el conocimiento y las artes, con especial incidencia en el fomento de una cultura audiovisual. Asimismo los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual atenderán a aquellos ciudadanos y grupos sociales que no son destinatarios de la programación mayoritaria.

Está claro que, en muchas ocasiones, las leyes son cuestionables y la redacción de las mismas no siempre responde a los intereses de la ciudadanía o no siempre incluye todos los aspectos necesarios para una adecuada regulación. Algunos autores cuestionan la Ley 7/2010 por las restricciones que aplica a la condición de servicio público de la cadena pública estatal, al añadir obligaciones adicionales de servicio público que restringen la programación de contenidos atractivos para la audiencia. Por ejemplo, entre estas obligaciones adicionales estaría la dedicación de al menos 10 horas semanales en horario no residual a emitir programas en que se dé acceso a los grupos políticos, sindicales y sociales, la dedicación de tiempo a retransmitir en directo los debates parlamentarios de las Cortes Generales, la limitación del 10% del presupuesto anual de aprovisionamientos, compras y servicios exteriores, la adquisición de derechos de emisión de eventos deportivos, o la imposibilidad de emitir en el conjunto de sus canales más de 70 películas de estreno al año en horario de máximo consumo televisivo. Limitaciones que podrían revelar “la intencionalidad de convertir a RTVE en una televisión residual (De Carreras, 2009:41).”

En este sentido, Jesús M. Santos hace hincapié en la necesidad de que las televisiones públicas programen un entretenimiento

3. | Un recorrido histórico por el sector audiovisual valenciano

En los capítulos anteriores hemos revisado la situación de la televisión pública en Europa y España y la evolución de la televisión de proximidad. Llegados a este punto, creemos interesante describir el contexto histórico en el que se desarrolla el tema de investigación que abordamos, a saber, la externalización de la producción en RTVV. Para ello, revisaremos algunos datos sobre el origen de RTVV, conoceremos el papel que las asociaciones profesionales han jugado en la evolución de la cadena autonómica pública valenciana, y repasaremos las iniciativas legislativas relacionadas con el audiovisual que se han aprobado en la autonomía.

3.1.

NACIMIENTO DE RTVV Y APARICIÓN DE EMPRESAS GIRASOL

No es posible determinar una fecha exacta para el nacimiento del sector audiovisual valenciano, pero diversos indicadores permiten aproximar su inicio y las condiciones que dieron lugar a su desarrollo actual. El sector audiovisual valenciano como lo conocemos en la actualidad, comenzó a desarrollarse a finales de los años 70 y principios de los 80, con empresas como Estudios Andro y Estudios Tabalet. En 1986, antes de la puesta en marcha de RTVV, existían 24 productoras en la región, pero solo 13 contaban con equipamiento técnico propio.

Podríamos considerar que la aprobación del Estatuto de Autonomía de 1982, contribuyó a sentar las bases del nacimiento de un sector audiovisual en la región, al establecer en su artículo 37 las competencias de la Generalitat Valenciana en materia de comunicación. Estas competencias permitían a la Generalitat la puesta en marcha de una televisión propia.

El Estatuto de Autonomía también daba competencias a la Generalitat para el desarrollo legislativo de la radiodifusión en el ámbito local, la concesión de nuevas emisoras de FM, y la creación del Consejo Asesor de Radiotelevisión Española en la Comunidad Valenciana.

Pero sin duda alguna, el elemento decisivo para el nacimiento de una industria audiovisual en la Comunidad fue la aprobación en 1984 de la Ley que permitió la puesta en marcha de RTVV (Ley 3/1984, de 4 de julio, de creación del Ente Público RTVV). Esta Ley tenía entre sus objetivos generales el desarrollo, la promoción y el impulso de la industria audiovisual propia aunque ese objetivo no constaba de una manera tan explícita.

Fueron muchas las empresas audiovisuales que se crearon ante las expectativas creadas por la puesta en marcha de RTVV. Según Fernández Quijada, entre 2004 y 2005, el sector audiovisual valenciano dependía en gran medida de RTVV, con 22 productoras trabajando exclusivamente para ella. Astel lideró la producción con el 64,5% del contenido emitido, seguida por La Granota Gropa con el 19,91%, mientras que el 15,6% restante se distribuyó entre 25 productoras, la mayoría con menos del 1% de participación.

Según Fernández Quijada, la sensación de microproductoras y atomización de la producción se confirma al observar los datos de facturación. El autor, en 2007, ya destacaba la poca capacidad de las empresas audiovisuales valencianas de participar en operadores de ámbito estatal o de otras regiones, lo que originó una fuerte dependencia del operador público autonómico.

De ese monoclientelismo hablan también Marzal y Soler:

“un error clave cometido por muchas empresas productoras de la Comunidad Valenciana es no haber diversificado su cartera de clientes”, con lo que al depender en gran medida de RTVV, la mala situación financiera de la televisión pública les arrastró a la debacle (Marzal y Soler, 2015).

Àlvar Peris lo ejemplifica de manera metafórica: “Es lo mismo que pasó cuando la compañía norteamericana Ford decidió instalarse en Almussafes, en la Ribera Baixa, en el año 1976. Con ello, la actividad económica de la zona se transformó y empezaron a generarse negocios (lo que conocemos como industria auxiliar) que dependen de la empresa matriz”. (Peris, 2015:67)

En resumen, podemos afirmar que los años 80 y principios de los 90 fueron clave para la creación de empresas de producción y doblaje en la Comunidad Valenciana. La llegada de RTVV impulsó el sector, pero también generó una dependencia excesiva de las productoras hacia la cadena autonómica.

3.2.

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR AUDIOVISUAL VALENCIANO

Uno de los síntomas del desarrollo de cualquier sector industrial es el asociacionismo, tanto a nivel empresarial como profesional. En el audiovisual valenciano este hecho no ha sido una excepción, y podemos afirmar que el asociacionismo ha sido uno de los principales cimientos para la dinamización del sector audiovisual valenciano en los últimos 30 años. La proliferación de empresas y profesionales, y la necesidad de interlocución con la administración autonómica, motivaron el nacimiento de numerosas y variadas asociaciones profesionales y empresariales en la década de los 80 y 90. Estas asociaciones se han encargado, de manera conjunta o por separado, de instigar a la administración para la puesta en marcha de políticas activas de dinamización del sector y negociar inversiones públicas de apoyo al audiovisual.

A continuación se expone un listado de las principales asociaciones y organizaciones profesionales y empresariales junto con su año de creación:

Tabla 7.
Relación de asociaciones profesionales y empresariales del audiovisual en la Comunidad Valenciana

Nombre	Siglas	Creación
Asociación Valenciana de empresarios de cines	Avecine	1977
Asociación de empresas de doblaje y sonorización	AVEDIS	1980
Asociación de empresas de servicios del audiovisual valenciano	AESAV	1989
Associació d'actors i actrius Professionals Valencians	AAPV	1989
Asociación de traductores, adaptadores y asesores lingüísticos	APTAA	1991

Nombre	Siglas	Creación
Associació de Directors de Cinema Valencians	ADCV	1994
Escritores valencianos del audiovisual	EVA	1995
Federación Valenciana del Audiovisual	FeVa	1996
Asociación de Productores Audiovisuales Valencianos	PAV	1998
Asociación valenciana de empresas productoras de animación	AVEPA	1999
Asociación de Tecnicos Audiovisuales de la Comunidad Valenciana	ATACV	2001
Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas	EAVf	2001
Fundación para la investigación en el audiovisual	FIA	2001
Asociación de músicos para el audiovisual	Musimagen	2002
Asociación Valenciana de Productores Independientes	AVAPI	2004
Col·lectiu de professionals del doblatge	CPD	2004
Centro para la dinamización del audiovisual valenciano	CEDAV	2007
Cluster audiovisual valenciano	CAV	2007
Plataforma de nous realitzadors	PNR	2008
Asociación de Empresas y Servicios Audiovisuales de la provincia de Alicante	Alicante audiovisual	2008
Asociación de trabajadores del audiovisual	ATRAU	2012
Plataforma de afectados por el ERE de Canal 9	Mildenou	2012
Mediterránea audiovisual		2014
Mesa del audiovisual valenciano	Mesav	2014
Asociación valenciana de empresas de producción audiovisual y productores independientes	AVANT	2016
Asociación de profesorado de imagen y sonido de la Comunidad Valenciana	APISCV	2017
Acadèmia Valenciana del Audiovisual	AVAV	2018

Fuente: elaboración propia.

De la tabla anterior podemos destacar algunas federaciones que actuaron como entidades aglutinadoras de las distintas asociaciones para facilitar las negociaciones del sector con la administración y la coordinación entre los distintos subsectores de la industria audiovisual. Es el caso de la Federación Valenciana del Audiovisual (FEVA) que llegó a agrupar a todas las asociaciones de profesionales. También Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas (EAVf), la mayor y más representativa agrupación empresarial del audiovisual valenciano que engloba a cuatro asociaciones empresariales: Productors Audiovisuals Valencians (PAV), la Asociación de Empresas de Servicios Audiovisuales Valencianas (AESAV), l'Associació Valenciana d'empreses de doblatge i sonorització (AVEDIS) y la Asociación Valenciana de empresas productoras de animación (AVEPA).

Por su parte, el Centro para la dinamización del audiovisual valenciano fue una entidad que aglutinó iniciativas impulsadas por las principales asociaciones de empresarios audiovisuales de la Comunidad. Esta organización fue la impulsora del Cluster audiovisual valenciano (CAV), agrupación empresarial estratégica formada por 52 empresas.

En 2014 también se creó la Mesa del audiovisual valenciano (MESAV), un foro de debate en el que participaban representantes de asociaciones profesionales, centros educativos vinculados al audiovisual y profesionales a título propio. Esta Mesa del audiovisual trabajó en la elaboración de diversos documentos capaces de marcar las líneas maestras que, en su opinión, debería seguir la administración autonómica en cuanto a fomento y dinamización del sector.

La última gran asociación de profesionales del audiovisual valenciano es la Acadèmia Valenciana de l'Audiovisual (AVAV), creada en 2018 siguiendo el modelo de otras academias como la Academia de Cinema Català o la Academia Galega do Audiovisual. Entre sus objetivos destaca el de convertirse en espacio de

reflexión sobre las artes audiovisuales valencianas, generando opinión, análisis, e investigación.

Algunas de estas asociaciones o colectivos continúan en activo, reivindicando ante la administración un cambio en las políticas públicas de fomento del sector. Otras, por falta de actividad profesional, han cesado su actividad, pero todas han trabajado o trabajan de manera sindicada por la mejora de las condiciones de trabajo y el desarrollo de actuaciones públicas para la dinamización de la industria audiovisual en la Comunidad Valenciana.

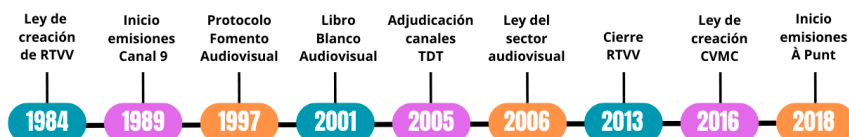
3.3.

INICIATIVAS PÚBLICAS PARA LA DINAMIZACIÓN DEL AUDIOVISUAL VALENCIANO

Tanto desde la administración autonómica como desde las empresas públicas, se han llevado a cabo numerosas iniciativas para la dinamización del sector audiovisual en el territorio autonómico valenciano. Destacamos a continuación algunas de las más importantes.

Gráfico 4.

Principales iniciativas públicas de apoyo al sector audiovisual valenciano



Fuente: Elaboración propia

3.3.1.

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

De todas las iniciativas públicas recogidas en este apartado, la aprobación de la Ley 7/1984 es, sin duda, la más importante. La Ley de creación de RTVV fue clave para el desarrollo del sector audiovisual valenciano, promoviendo la aparición de numerosas empresas dependientes de la cadena autonómica. La creación de RTVV se aprobó por Ley en 1984, pero no fue hasta el 9 de octubre de 1989 cuando la cadena inició sus emisiones. Aunque la Ley no incluía explícitamente el fomento del sector audiovisual local, RTVV se convirtió en un motor de la industria durante sus 24 años de actividad, marcando el rumbo de empresas y profesionales en la Comunidad Valenciana.

3.3.2.

1997. Protocolo de actuaciones de la Generalitat para la promoción y fomento del sector audiovisual valenciano

Las presiones de las distintas asociaciones profesionales del audiovisual llevaron a la firma de un primer convenio de colaboración entre la Conselleria de Cultura y RTVV para el estímulo y apoyo a la industria audiovisual valenciana. Se firmó el 19 de agosto de 1997 entre Francisco Camps, Conseller de Cultura, y José Vicente Villaescusa, Director General del ente público RTVV. El citado convenio destacaba que la Conselleria de Cultura tiene entre sus principales objetivos el apoyo al sector audiovisual valenciano y consideraba que una de las medidas a adoptar para ello era la concesión de ayudas destinadas a la producción de largometrajes, cortometrajes y series con especial interés artístico cultural. En sus cláusulas la Conselleria de Cultura se comprometía a destinar 89.100.000 pesetas, mediante convocatoria pública, para

4. Tendencias en la externalización de contenido en RTVV

Este libro habla de la externalización de la producción televisiva, por ello se considera importante explicar en qué consiste la externalización y cuáles son los métodos de producción utilizados por las cadenas televisivas para la creación o adquisición de sus contenidos. Así pues, podemos distinguir las siguientes fórmulas:

- Producción propia. Hablamos de producción propia cuando una cadena de televisión utiliza sus propios recursos técnicos y humanos para producir un espacio televisivo. Los derechos de emisión y explotación del programa son de la cadena en su totalidad. Es decir, en este caso es la propia empresa de radiodifusión quién contrata al personal y adquiere el equipamiento necesario para sacar adelante la producción, y se responsabiliza de todo el proceso sin contratar a empresas externas.

- **Producción propia externalizada.** Hablamos de producción propia externalizada cuando la cadena televisiva utiliza sus recursos económicos para contratar la producción de un espacio televisivo a una empresa externa. En este modelo de producción, la cadena supervisa la producción del espacio a través de un productor delegado y puede intervenir en la toma de decisiones sobre el guión o la deriva de la producción. Los derechos de emisión y explotación del programa pueden ser propiedad de la cadena en su totalidad o compartidos con la empresa productora según se acuerde en el contrato. En resumen, en este caso la empresa de radiodifusión contrata a una empresa externa para que se haga cargo de la producción de un producto audiovisual. La empresa externa será la encargada de todo el proceso de producción, desde la redacción del guión hasta la postproducción. La contratación del personal y la adquisición del equipamiento técnico necesario para la producción también corre a cargo de la empresa externa.

La externalización de la producción es un procedimiento cada vez más utilizado por las cadenas, tanto públicas como privadas, pero es importante señalar que esta subcontratación de procesos de producción, que puede fomentar la actividad económica y reducir costes, resulta delicada en el ámbito de los servicios públicos, donde es crucial que la empresa emisora mantenga siempre la coordinación y el control del proceso productivo, garantizando la continuidad y el perfil de sus proyectos propios, que siguen siendo parte de su identidad y derechos.

- **Producción asociada.** La cadena se asocia con otra empresa para la producción de un espacio televisivo. Los derechos de emisión y explotación del espacio se acuerdan en el contrato como también la inversión que cada una de las empresas realizará para sacar adelante la producción. Es un método similar a la externalización, pero en este caso la producción

se realiza de manera compartida sin tanta delegación por parte de la empresa radiodifusora, es lo que se suele llamar coproducción.

- **Producción ajena.** En esta opción, la cadena televisiva, haciendo uso de sus recursos económicos, adquiere los derechos de emisión de un espacio televisivo que ha sido producido en un contexto completamente ajeno al control y supervisión de la cadena. Este espacio puede haber sido producido en el propio territorio o en el ámbito nacional o internacional. Generalmente se adquieren los derechos de emisión de un número limitado de pases y con limitaciones en el soporte de difusión utilizado. Por ejemplo, se puede adquirir un espacio para su difusión por ondas radioeléctricas en el territorio autonómico, pero no por internet o a través del canal internacional.

Aunque esta fórmula es más económica y flexible que la producción propia, no ofrece contenidos de proximidad, dificultando la identificación del espectador con el producto. Además, difunde valores y tradiciones extranjeras, principalmente anglosajonas, promoviendo referentes globales, muchas veces diseñados para fomentar el consumo.

El Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) analizó las tendencias de externalización de contenidos que entre 2002 y 2017 siguieron las televisiones de España. Entre los datos que aporta este estudio se encuentra también el análisis de las tendencias de producción de contenidos en RTVV, lo que nos permite comparar el comportamiento de la cadena autonómica valenciana respecto del resto de televisiones públicas y privadas del territorio español.

Cabe destacar que estos datos facilitados por GECA ya han sido analizados por otros investigadores como Miquel Francés, que en el artículo “Los contenidos audiovisuales en el marco de la multi-difusión digital. Nuevas rutinas productivas en la comunicación

de proximidad valenciana” estudia las diferentes modalidades de producción de contenidos audiovisuales y su comportamiento en el flujo radiotelevisivo.

Los datos han sido analizados agrupando los distintos productos televisivos en tres grandes macrogéneros: entretenimiento, ficción, e informativos. Autores como Amigo Latorre o Inmaculada Gordillo, identifican esta clasificación de macrogéneros como propia de la paleotelevisión que se podría datar hasta mediados de los ochenta. La paleotelevisión corresponde a los primeros años de desarrollo televisivo, caracterizados por los balbuceos tecnológicos y la hegemonía de canales estatales en la mayor parte del mundo. Estos autores distinguen entre los siguientes macrogéneros:

- a. Referencial. Es un macrogénero que abarca los discursos informativos y periodísticos, incluyendo las retransmisiones en directo de acontecimientos, las entrevistas, los debates, los reportajes documentales. Incluiría aquellos programas basados en hechos sucedidos realmente.
- b. Ficcional. El macrogénero ficcional comprende aquellos programas cuyo contenido no pertenece al mundo referencial, sino que construyen universos fingidos con mayor o menor grado de verosimilitud. Entrarían en este apartado producciones como las telenovelas, los telefilmes, las telecomedias, los dibujos animados, etc.
- c. Publicitario. Engloba los discursos cuyo principal objetivo es vender productos, divulgar una marca o advertir mediante mensajes institucionales.
- d. Variedades o entretenimiento. Se trata de un macrogénero heterogéneo que contiene programas con características variadas, desde magazines a concursos televisivos, programas de música y espectáculos, etc. (Gordillo, I., 2009)

En el siguiente análisis de tendencias de producción de contenidos televisivos, hemos eludido el macrogénero publicitario.

4.1.

TENDENCIAS EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DE ENTRETENIMIENTO

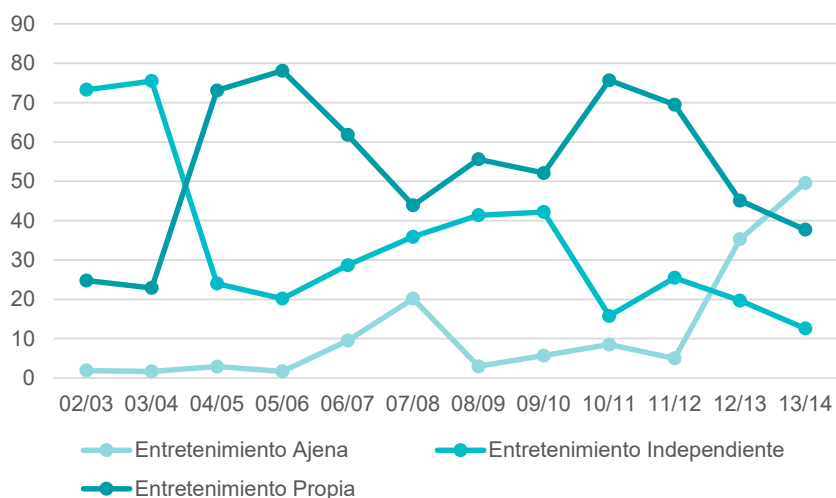
La siguiente tabla presenta los datos de producción de entretenimiento en RTVV entre 2002-2013 distribuidos por el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

Tabla 8.
Porcentajes de producción de entretenimiento en RTVV (2002-2013)

Entretenimiento			
Temporada	Ajena	Independiente	Propia
2002/03	1,9	73,3	24,8
2003/04	1,7	75,5	22,9
2004/05	2,9	24	73,1
2005/06	1,7	20,2	78,1
2006/07	9,5	28,7	61,8
2007/08	20,2	35,9	43,9
2008/09	3	41,4	55,6
2009/10	5,7	42,2	52,1
2010/11	8,5	15,8	75,7
2011/12	5	25,5	69,5
2012/13	35,3	19,7	45,1
2013/14	49,6	12,6	37,7

Fuente: GECA.

Gráfico 5.
Evolución de la producción de entretenimiento en RTVV (2002-2013)



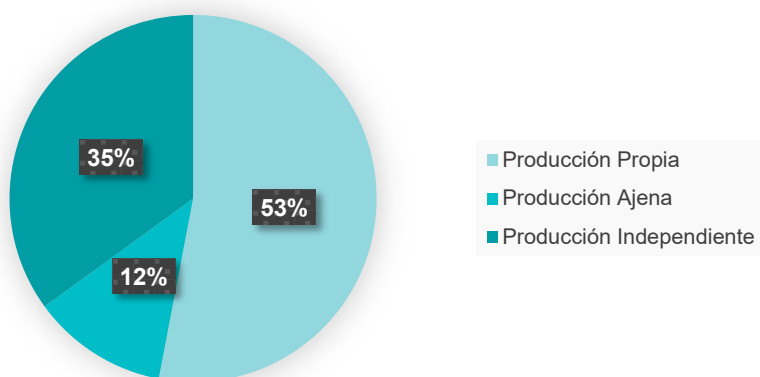
Fuente: GECA.

De la gráfica que muestra la evolución de la producción de RTVV en materia de entretenimiento se desprende que la cadena autónoma durante el período analizado tuvo una evolución muy desigual en materia de inversión en producción de este macrogénero. Si bien, la cadena apuesta en los primeros años (2002 y 2003) por la producción externalizada de estos programas con cerca del 75% del total, a partir del ejercicio 2004-2005, este tipo de producción desciende bruscamente hasta el 20% de 2005-06. Posteriormente tiene un ligero crecimiento que llega a alcanzar el 42,2% en 2009-10, y que vuelve a decaer hasta el ejercicio de cierre de la cadena en que la producción externalizada de entretenimiento queda en un 12,6% del total.

Podríamos decir que, en líneas generales, los ejercicios en que la producción externalizada desciende, es la producción propia la que asciende. Por tanto, se puede deducir que la cadena, en el periodo analizado, ha ido alternando, según los años, la producción propia de entretenimiento con la producción externalizada

de este tipo de espacios. Tan sólo a partir del ejercicio 2011-12 se aprecia una clara tendencia al alza de la adquisición de producción ajena que pasa del 5% al 49,6% en 2013-14 en solo dos temporadas. Esta tendencia al alza de la producción ajena coincide con la época en que la cadena autonómica, ya sumida en una grave crisis económica, dejó de invertir en producción propia y propia externalizada y completó la parrilla de programación con reposiciones y programas enlatados.

Gráfico 6.
*Porcentajes en la producción de entretenimiento
en Televisión Valenciana (2002-2013)*

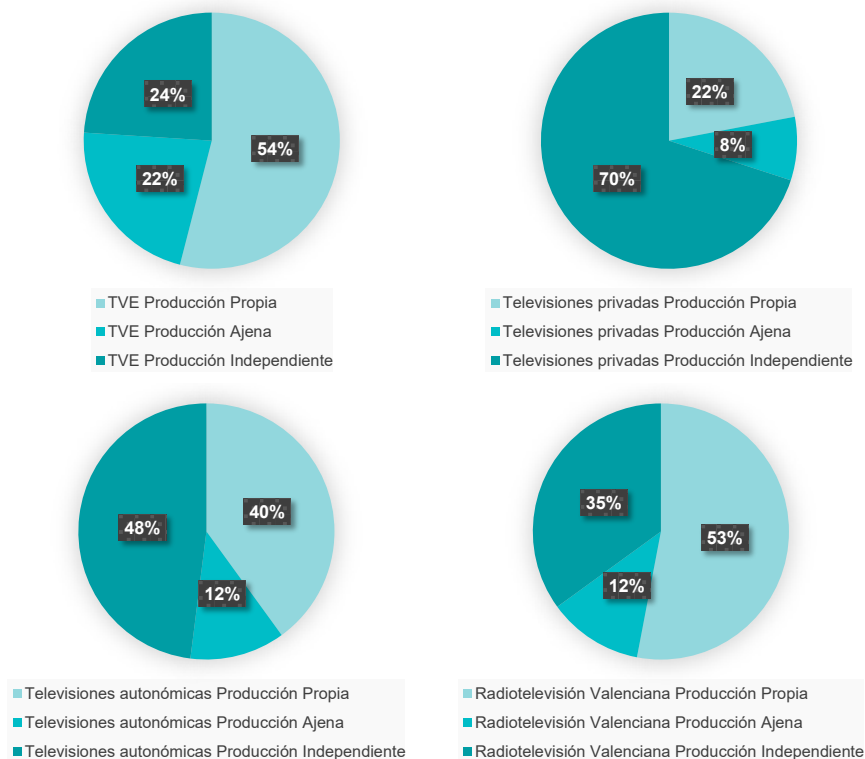


Fuente: GECA.

Si analizamos los datos globales de inversión, apreciamos que en los años analizados, la cadena autonómica apostó por la producción propia de entretenimiento en un 53%, y por la producción externalizada en un 35%. La adquisición de producción ajena solo representó el 12% de todo el periodo. De estas cifras se deduce que la cadena autonómica valenciana optó por las fórmulas en que podía controlar el proceso de producción de los programas de entretenimiento.

A continuación comparamos los datos de RTVV con los del resto de cadenas del territorio español:

Gráfico 7.
Comparativa de los gráficos de porcentajes
de la producción de entretenimiento (2002-2017)



Fuente: GECA.

De la gráfica se desprende que RTVV se comportó de manera muy similar a RTVE en la producción de entretenimiento televisivo, con un porcentaje de producción propia del 54% en el caso de RTVE y del 53% en el caso de RTVV. Es curioso que el resto de televisiones autonómicas no obedecen exactamente a este comportamiento y apuestan más por la producción de entretenimiento externalizada con empresas independientes, de manera que la producción propia cae a un 40%, y la producción externalizada se posiciona en un 48%, muy por encima del 35% de TVV y del 24% de TVE. Este comportamiento de las televisiones autonómicas

5. La externalización de la producción de contenidos y servicios audiovisuales en Radiotelevisión Valenciana 1989-2013

En el presente capítulo analizaremos detalladamente la producción de RTVV en el periodo 1989-2013 en los diversos géneros, tanto de entretenimiento como de ficción, para poder extraer conclusiones sobre las tendencias de externalización que siguió la cadena autonómica.

Iniciamos el capítulo con una introducción que nos habla sobre el papel de RTVV en el contexto del audiovisual local. A partir de ahí analizaremos la producción de programas en RTVV, primero

de los programas del macrogénero de la ficción agrupados en los siguientes géneros:

- Series ficción
- *Tv movies*
- Miniseries

Seguidamente analizaremos la producción de programas del macrogénero de entretenimiento agrupados en los siguientes géneros:

- Series documentales
- Concursos
- *Talk shows*
- Programas de cocina
- Programas de humor
- Magazines
- *Talent shows*
- *Reality shows*
- Musicales y variedades
- Programas culturales

Finalmente realizaremos un repaso del análisis de los géneros informativos y de deportes que, como se ha destacado en el capítulo anterior, prácticamente se produjeron al 100% con recursos propios de la cadena.

Para concluir daremos algunas pinceladas sobre la influencia que la política tuvo en la gestión de la cadena, afirmaciones basadas principalmente en la opinión de diversos autores que han analizado el asunto.

La mayor parte de los datos obtenidos para la realización de este capítulo provienen de la propia RTVV y han sido publicados por Miquel Francés i Domènec y Javier Marzal Felici en el catálogo Fem Tele de 9 que se puede consultar en la web <https://mediauni.uv.es/femtele9/ft9.html>. Este catálogo se elaboró gracias a la

colaboración de cuatro extrabajadores de RTVV: F. Javier Argente Vidal, Jordi Hidalgo Sánchez, Alfons Pelló Tomillo i Francesc M. Picó Esteve que tras el cierre de la cadena autonómica facilitaron toda la información y datos necesarios para la realización del catálogo que a continuación se analiza.

No podemos dejar de mencionar la dificultad de clasificar los programas producidos en géneros televisivos. Una dificultad propia de la hipertelevisión, época televisiva que surge en la primera década del siglo XXI y que se caracteriza por la diversificación de géneros en subgéneros híbridos, llamados hipergéneros, donde las fronteras tradicionales entre géneros desaparecen.

El macrogénero informativo ha resistido bien la evolución televisiva, manteniendo características esenciales como decorados básicos, ausencia de público, emisión en directo y horarios fijos. Aunque ha incorporado avances tecnológicos y mayor interacción entre presentadores, sigue siendo fiel a su esencia original, lo que facilita su identificación y lo diferencia de otros géneros más híbridos.

Actualmente, el entretenimiento televisivo es el macrogénero que presenta mayor hibridación, en el que los programas evolucionan combinando elementos de distintos formatos para innovar y atraer audiencias. El magazine destaca como un género híbrido que incluye información, música, opinión y entretenimiento, adaptándose a los cambios televisivos. Otros géneros híbridos han surgido de esta tendencia, como el info-show, que mezcla informativos con humor y ficción; el talk-show, que combina debates con elementos de reality y participación del público; y el reality-show, que transforma la realidad en espectáculo mediante personajes hiperrealistas, identificación del espectador y un marcado voyeurismo. También sobresalen formatos como el docushow o docudrama, que parten de hechos reales pero incluyen elementos de ficción para equilibrar lo racional y lo emocional.

Por su parte, el macrogénero de la ficción presenta géneros y formatos estables con poca hibridación, lo que facilita su clasificación. Entre ellos destacan:

- TV movies o telefilms: Películas creadas para televisión, con tramas autoconclusivas y presupuestos ajustados.
- Miniseries: Relatos autoconclusivos divididos en pocos capítulos.
- Teleseries: Narraciones seriadas divididas en drama (soap operas, telenovelas, dramas) y comedia (sitcoms, dramedias):
 - Soap operas: Episodios diarios centrados en conflictos emocionales y relaciones humanas.
 - Telenovelas: Similar a soap operas pero producidas en Latinoamérica, con énfasis en el amor romántico como eje central.
 - Dramas: Series con tramas complejas que combinan acción, intriga y emociones.
 - Sitcoms: Comedias autoconclusivas basadas en humor cotidiano con repartos corales y personajes estereotipados.
 - Dramedias: Mezclan elementos dramáticos y cómicos, con capítulos que desarrollan tramas principales y secundarias.

La ficción televisiva equilibra narrativas autoconclusivas y continuas, adaptándose a las preferencias de la audiencia y las dinámicas de las plataformas de streaming.

Es imposible cuantificar el volumen económico que RTVV invirtió en la dinamización del sector audiovisual independiente. De la presente investigación se desprende que la externalización de la producción fue variable a lo largo de los 24 años de vida de la cadena y, tal y como se destaca en la introducción, no fue tan destacada como hubiera sido deseable.

Como ponen de manifiesto Marzal y Soler en su artículo “La relevancia estratégica de RTVV en el sistema comunicativo va-

lenciano y para el desarrollo económico, social y cultural de la Comunidad Valenciana” (Marzal y Soler, 2015), RTVV es la cadena autonómica que menos ha contribuido porcentualmente a la economía de su territorio, además de ser una de las cadenas que menos externalizó, y cuya externalización es de las que menos ha repercutido en el sector audiovisual de su región.

Tabla 13.
*Repercusión de la externalización de la producción
en las televisiones públicas autonómicas*

Comunidades autónomas	"Gasto en producción externa TPA (en millones euros)"	% Productoras situadas en las CC.AA.	% Facturación de las productoras a la TPA
Aragón	14,737 m€	80%	64%
Región de Murcia	14,063 m€	100%	39%
Illes Balears	12,537 m€	80%	51%
Principado de Asturias	16,012 m€	100%	84%
Castilla La Mancha	13,773 m€	ND	ND
Comunidad de Madrid	3,664 m€	100%	23%
Andalucía	38,641 m€	100%	82%
Comunidad Valenciana	21,487 m€	68%	13%
Galicia	19,831 m€	100%	35%
Canarias	31,141 m€	100%	88%
Catalunya	49,041 m€	100%	33%
País Vasco	31,085 m€	100%	96%

Informe de la Consultora Accenture para FORTA (datos de 2010).
Comisión Nacional del Mercado de Telecomunicaciones, Cuentas Anuales

En los siguientes epígrafes se analiza con detalle la producción de programas de entretenimiento, informativos y de ficción realizados por RTVV en el periodo 1989-2013.

5.1.

EXTERNALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN EN RTVV

Como ya hemos comentado en capítulos anteriores, las cadenas tienen tendencia a adquirir producción ajena de ficción para completar su parrilla de programación. No obstante, aproximadamente un 10% de la ficción que emiten las cadenas españolas la producen las propias cadenas junto con productoras arraigadas en el territorio. Principalmente las cadenas optan por la fórmula de la producción externalizada para la realización de series de ficción y miniseries, mientras que para la producción de *tv movies* o largometrajes, al ser proyectos más caros, se limitan a aportar una parte de la financiación, y es por la vía de la coproducción con otras cadenas como se completa la financiación de este tipo de proyectos. En los siguientes epígrafes analizaremos la producción externalizada de productos de ficción en RTVV en el periodo 1989-2013.

5.1.1.

Externalización de la producción de series de ficción

La producción de series de ficción es, a día de hoy, una constante en cualquier cadena generalista nacional o autonómica que pretenda fidelizar a su audiencia y pelear por la captación del mayor número posible de televidentes. Pero esto, que actualmente parece una obviedad, no era una realidad en la década de los 90 cuando las televisiones autonómicas iniciaban su andadura y la producción propia de ficción todavía no era garantía de éxito.

La producción de ficción seriada supone para cualquier cadena de televisión una inversión presupuestaria considerable, motivo por el cual los programadores consideran extremadamente arriesgado poner en marcha proyectos de estas características, y suelen

apostar por la compra de derechos de emisión de producción ajena, cuyo éxito ya está contrastado tras su emisión en otras cadenas extranjeras.

La inversión de RTVV en la producción de ficción seriada fue muy desigual a lo largo de sus 24 años de historia. En los primeros años de existencia de la cadena autonómica la externalización de la producción no fue demasiada, ni mucho menos la inversión en producción de ficción. En estos primeros años de vida de la cadena se programaron numerosas series de ficción, pero todas ellas adquiridas en los mercados de distribución televisiva y casi ninguna realizada por la propia cadena o por empresas del territorio autonómico.

Las primeras experiencias de producción de ficción en RTVV no fueron exactamente series como las entendemos en la actualidad. El programa “Bona nit”, del que se emitieron 189 capítulos entre 1989 y 1990, se realizó con recursos propios de la cadena y consistía en la emisión de una serie de monólogos en clave humorística que cerraban la emisión durante la primera temporada de la cadena autonómica.

Una de las primeras propuestas de externalización fue el programa “Solfa íntima” producido por la empresa valenciana Videquip. Tal y como destaca José María Anchel Cubells en su Tesis “Canal 9: Historia de una programación (1989-1995)”, “Solfa íntima” precedió a “Trobats a l'estació” y en 14 capítulos se dedicó a contar la vida de otros tantos artistas valencianos. Se encargó a la productora Videquip con guiones de José Manuel Granero. Durante 55 minutos se trataba no sólo de entrevistar de manera original a los artistas y ofrecer testimonios, sino también de introducir también elementos de ficción –sketches– a cargo del grupo teatral Tutú-Droguería.

A continuación hemos indicado el listado de las 29 series de ficción por orden alfabético que se han tomado en consideración para la realización de este estudio:

Tabla 14.
Series de ficción producidas por RTVV (1989-2013)

	Serie	Productoras
1	A flor de pell	Drimtim Entertainment SA, Continental Producciones SL
2	Altra oportunitat	Malvarrosa Media SL
3	Autoindefinit	Conta Conta Produccions SL, Albena Produccions SL
4	Benifotrem	Estudios Andro SL, Videquip SA
5	Bon dia, bonica	Servicios Audiovisuales Mat Media SL, Zeta Ficción Tv
6	Café express	Tiburón Tv SL
7	Check-in-hotel	Conta Conta Produccions SL, Albena Produccions SL
8	Colegio mayor	Central de Producciones Audiovisuales SL
9	De moda	Columbia Pictures SA, Diagonal Televisió SL
10	El faro	Atlántida Media Aie
11	Él y ella	Tiburón Tv SL
12	En l'aire	Createle Creative Consulting SL
13	Evolució	Conta Conta Produccions SL, Albena Produccions SL
14	Herència de sang	Drimtim Entertainment SA
15	Historietes medievals	Índex Producciones SL
16	Inquilinos	Intercartel SL, Alerce Producciones SA
17	L'alqueria blanca	Trivisión SL, Zenit Tv SA
18	Les moreres	Estudios Valencia Television SL, Zebra Producciones SA
19	Maniàtics	Conta Conta Produccions SL, Albena Produccions SL
20	Matrimonis i patrimonis	Trivisión SL, Zenit Tv SA
21	Negocis de família	Estudios Valencia Television SL, Zebra Producciones SA

	Serie	Productoras
22	Per nadal, torrons!	Conta Conta Produccions SL, Albena Produccions SL
23	Planta 25	Alba Adriática SL
24	Russafa 56	Television Valenciana SA, Ascle Films SA
25	Sainets d'escalante	Moviestudio SA
26	Senyor retor	Nadie Es Perfecto P.C.
27	Singles	Nadie Es Perfecto P.C.
28	Socarrats	Conta Conta Produccions SL, Albena Produccions SL
29	Unió musical da capo	Conta Conta Produccions SL, Albena Produccions SL

Fuente: elaboración propia

En los primeros años de vida de la cadena autonómica, una iniciativa interesante para el apoyo al sector audiovisual local fue la producción de “Sainet”, la primera apuesta dramática de Canal 9. La cadena programó la adaptación de 12 sainetes del autor valenciano Eduardo Escalante (1834–1895). Fueron grabados en el Teatro Talía de Valencia y realizados bajo la dirección de Juli Leal que movilizó casi 100 actores y actrices. Al igual que en los casos anteriores, la producción de “Sainet” más que una serie de ficción podría considerarse la grabación multicámara de una obra de teatro. Si bien podría considerarse precursora de las actuales sit com, el formato de este programa está muy alejado de lo que entendemos actualmente por serie de ficción.

No fue hasta 1993, cuatro años después de su puesta en marcha, cuando la cadena se lanzó a la producción de su primera serie de ficción con empresas y profesionales valencianos: “Russafa 56”. Según fuentes de RTVV, “Russafa 56” fue una comedia de situación que narraba las peripecias de una familia moderna, los Solbes. Se emitieron 13 capítulos entre abril y junio de 1993 los viernes en horario de prime time. Estuvo interpretada por Magüi Mira, Paco

Sanchis, Pepe Gil, Clara Sanchis y Carmen Segarra. La serie estuvo rodada en los estudios Galaxia por la productora Ascle Films SA para Televisión Valenciana y estuvo dirigida por el cineasta valenciano Carles Mira, y guionizada por Vicente Muñoz Puelles, Rodolf Sirera y Ferran Torrent. Russafa 56 consiguió un share del 17,23% y una audiencia media de 191.000 espectadores.

En estos primeros años, RTVV ya empezó a apoyarse en las producciones de la FORTA que se realizaban de manera conjunta por todas las televisiones autonómicas que conforman este organismo. Así pues, parte de la inversión en producción propia externalizada fue a parar a series de ficción como “Colegio Mayor” de la cual se produjeron 41 capítulos entre enero de 1994 y abril de 1996. Protagonizada por Jorge Sanz, contaba la vida de un grupo de jóvenes residentes del Colegio Mayor Baroja. La primera temporada de 15 capítulos fue producida por Telemadrid para FORTA y en la segunda temporada de 26 capítulos de 45 minutos entraron en la coproducción Televisión Española, RTVV y Euskal Telebista. La serie tuvo una audiencia media de 209.000 espectadores y un 14,05% de share.

La segunda apuesta seria por la producción propia externalizada de ficción se tituló “Benifotrem”. Producida por las productoras valencianas Estudios Andro SL y Videquip SA, esta comedia basaba su trama en las relaciones que un equipo de televisión establecía con los habitantes de los distintos municipios a los que se desplazaba para grabar las fiestas locales. Calificada por la propia cadena como una comedia de situación mediterránea, se produjeron entre 1995 y 1996 un total de 13 capítulos de 28 minutos de duración dirigidos por el valenciano Toni Canet que se emitían los lunes en horario de prime time y que tuvieron una audiencia media de 260.000 espectadores y un share del 15%. En el reparto destacaban Rosana Pastor, Juan Gea, Guillermo Montesinos y Paco Alegre.

También entre 1995 y 1996, la cadena produjo su primera tele-serie dramática, esta vez en colaboración con la productora cata-

lana Drimtim Entertainment. La serie se tituló “Herència de sang” y de ella se emitieron 100 capítulos de 27 minutos de duración. La teleserie estaba basada en una obra del dramaturgo valenciano Rodolf Sirera y contaba los conflictos de la familia Casany por la venta de unas tierras, y las relaciones sentimentales que se establecían entre los personajes. Pese a estar producida por la empresa catalana Drimtim Entertainment SA y dirigida por el barcelonés Xavi Barraondo, contaba en el reparto con actores y actrices valencianos de la talla de Juli Mira, Carme Benlloch, Chema Cardena o Pilar Almería, entre otros. “Herència de sang” tuvo una audiencia media de 142.000 televidentes y un 12,6% de cuota de pantalla.

Una vez finalizada la emisión de “Herència de sang”, la cadena autonómica encargó de nuevo a Drimtim Entertainment SA la producción de otra teleserie titulada “A flor de pell”. Con una concepción artística muy similar a la de “Herència de sang”, de este drama, también guionizado por Rodolf Sirera, se emitieron 180 capítulos entre enero y septiembre de 1997. La serie contaba la historia de dos familias ilicitanas, los Sáez-Carratalá y los Altamira-Lledó, con sus luchas de poder y sus inevitables conflictos sentimentales. 44.000 espectadores de media siguieron “A flor de pell” con un 12,6% de share. Estuvo protagonizada por Queta Claver, Juli Mira, Teresa Lozano, Mariola Reche y Raúl Julbe, y dirigida por el catalán Daniel Ventura.

A partir de 1997, tras los bajos índices de audiencia de “Herència de sang” y “A flor de pell”, la cadena dejó de invertir en la producción externalizada de series de ficción. Las únicas experiencias de externalización de ficción se realizaron bajo el paraguas de la FORTA en coproducción con otras cadenas de este organismo. Es el caso de la serie “Inquilinos” producida por las empresas madrileñas Intercartel SL y Alerce Producciones SA en el año 1997. De esta serie se emitieron 52 capítulos de 27 minutos entre 1997 y 1998 que captaron una audiencia media de 36.000 espectadores con un 11% de share. Dirigida por Alejandro Rojas y protagoniza-

da por Fernando Guillem Cuervo contaba la historia de un viejo aristócrata que se ve obligado a alquilar las habitaciones de su casa familiar.

Otra serie de ficción producida para FORTA fue “Él y ella”. Encargada a la productora Tiburón TV SL, de la cual se produjeron 245 capítulos entre 2001 y 2003 con 236.000 espectadores de media y una cuota de pantalla del 14,9%. En horario de prime time, al finalizar la segunda edición del informativo, se emitían estas historias cortas en clave de humor basadas en las relaciones de pareja. El formato original de origen canadiense se titulaba “Love books”.

En 2002, y después de 5 años sin producir ficción 100% valenciana, la cadena autonómica apostó, de manera casi testimonial, por la serie “Historietes medievales” producida por la empresa valenciana Índex Producciones SL y protagonizada por el cómico Xavi Castillo y su compañía teatral Pot de plom. 12 capítulos de 15 minutos de duración en los que se narraban cuentos tradicionales valencianos transmitidos oralmente de generación en generación. Esta serie cosechó una audiencia media de 44.000 espectadores y un share del 14,4%.

En 2003, RTVV confió de nuevo en la productora Tiburón TV SL para la coproducción junto a Telemadrid y Euskal Telebista de Café Express, una serie de sketches de humor en los que la máquina de café se convierte en lugar de paso obligado para los trabajadores de una peculiar empresa. Como se trataba de un formato con poco diálogo, se pensó que podría funcionar en las tres autonomías sin necesidad de adaptar la serie lingüísticamente. En la producción participaron profesionales de las tres autonomías, tanto actores como técnicos. Se emitieron 65 capítulos entre 2003 y 2004 en horario de prime time con una audiencia media de 56.000 espectadores y un 12,5% de share. Pese a la baja aceptación que tuvo en Canal 9, Telecinco adquirió los derechos y comenzó a emitirla en 2005 con éxito de audiencia.

6. | El declive de RTVV. Repercusión en el sector

Tras analizar en el capítulo anterior los procedimientos de externalización de la producción utilizados por RTVV en el periodo 1989-2013, dedicaremos este capítulo a repasar cómo afectó el declive de la cadena autonómica a las empresas del sector audiovisual valenciano, y cuáles fueron las estrategias de externalización de RTVV en sus últimos años de vida.

6.1. LAS PRODUCTORAS “AMIGAS”

Los datos analizados en el capítulo anterior dejan constancia que RTVV externalizó parte de su producción contratando la producción de un amplio número de programas con un limitado número de productoras. Podría afirmarse, por tanto, que la cadena

autonómica primó la contratación con determinadas empresas a la hora de externalizar su producción. Son las que podríamos denominar como productoras “amigas”. A continuación analizaremos cuáles fueron las productoras que más programas produjeron para RTVV. Muchas de estas productoras priorizadas para la externalización de los programas tenían su domicilio fiscal fuera del territorio autonómico, principalmente en Madrid o Barcelona, pero también algunas de estas productoras “amigas” tenían su sede en la Comunidad Valenciana.

6.1.1.

Externalización de la producción con empresas domiciliadas fuera de la Comunidad Valenciana

A lo largo de los capítulos anteriores se ha ido destacando que una constante en los 24 años de vida de la cadena fue la contratación de la producción de contenidos audiovisuales a productoras ubicadas fuera del territorio autonómico. En el sector audiovisual local, siempre ha existido la sensación de que los responsables de la cadena autonómica no confiaban en el saber hacer de los profesionales valencianos, y preferían contratar las producciones en otras comunidades autónomas como Madrid o Barcelona, con sectores audiovisuales más consolidados. El sentir general es que las productoras foráneas se llevaban las grandes producciones y las partidas presupuestarias más interesantes de la externalización de la programación, dejando para las productoras locales programas de pequeño formato y bajo presupuesto.

Esta desconfianza en las empresas audiovisuales locales ya se detectaba en los primeros años de vida de la cadena autonómica y se fue consolidando con el paso de los años. Por ejemplo, en los cinco primeros años de vida de la cadena, la productora catalana Gestmusic fue la responsable de programas como “Amor a primera vista”, “El món per un forat”, “Nit de misteri” o “Ruina total”, etc.

Anchel Cubells ya se hacía eco de esta situación hace años en su tesis doctoral:

“¿No hay en Canal 9 ni en la Comunidad Valenciana creativos y productoras capaces de elaborar programas de calidad que sustituyan a la decena de espacios que producen Gestmusic, DCO, Moreno y Globo? ¿Cómo es posible que la franja horaria de máxima audiencia esté copada por concursos? ¿Dónde está la tan cacareada creatividad valenciana?... ¿Por qué una televisión pública, pagada con los impuestos de todos los valencianos, ‘evade’ cientos de millones fuera de la Comunidad Valenciana impidiendo el crecimiento de las productoras valencianas y relegando a los profesionales de TVV a meros técnicos al servicio de productoras foráneas?” (Anchel, 2002:354).

En concreto, la productora catalana Gestmusic Endemol SA fue una de las que más programas produjo para RTVV. Especialmente entre 1991 y 2001, esta productora mantuvo un hueco permanente en la parrilla de programación de la cadena autonómica. A continuación se detallan los 20 programas realizados por esta productora en el periodo analizado:

Tabla 46.
*Programas realizados por la productora Gestmusic Endemol SA
para RTVV en el periodo 1989-2013*

Programa	Género	Cap. emitidos	Temporadas
Amor a primera vista	Concurso	241	1991 - 1995
Olé tus vídeos	Concurso	79	1991 - 1993
El món per un forat	Concurso	22	1992
Ruïna Total	Concurso	35	1992
Luna de miel	Concurso	43	1992 - 1993
Nit de misteri	Divulgativo	13	1993 - 1994
Enamorats	Talk show	13	1993 - 1994
Moltes gràcies	Humor	28	1993 - 1994

Programa	Género	Cap. emitidos	Temporadas
Tot per l'audiència	Humor	9	1994
Si l'encerte, l'endivine	Concurso	421	1995 - 1997
Taxi, taxi	Humor	5	1995
No estamos locos	Humor	13	1996 - 1997
Sal y pimienta	Humor	8	1996
Benvinguts	Debate	120	1998 - 1999
Un siglo de canciones	Musical	36	1999
Vídeo y medio	Humor	351	2000 - 2002
2000 Canciones	Musical	24	2000
Nuestras canciones	Musical	13	2001
Vil metall	Concurso	7	2006
Crash	Concurso	40	2008

Fuente: RTVV – Elaboración propia

La productora catalana Gestmusic Endemol SA produjo 20 programas para RTVV entre 1989 y 2013. La mayoría fueron concursos, como “Amor a primera vista” (241 entregas), “Olé tus vídeos” (79 entregas), “El món per un forat” (22 entregas), “Ruïna total” (35 entregas), “Luna de miel” (43 entregas), “Si l'encerte, l'endevine” (421 entregas), “Vil metall” (7 entregas en 2006), y “Crash” (40 entregas en 2008). También produjo programas de humor como “Moltes gràcies”, “Tot per l'audiència”, “Taxi, taxi”, “Sal y pimienta” y “No estamos locos”. Además, realizó el talk show “Enamorats”, el programa de debate “Benvinguts” (120 entregas), y los espacios musicales “Un siglo de canciones”, “2000 canciones” y “Nuestras canciones”. También produjo el divulgativo sobre ciencias ocultas “Nit de misteri”. Algunos programas, como “Olé tus vídeos” y “Luna de miel”, fueron coproducidos con FORTA, mientras que el resto fueron encargos directos de la cadena valenciana.

Álvar Peris, en su artículo «Canal 9 y el sector audiovisual valenciano: una relación traumática», denuncia la contratación de productoras externas por parte de RTVV, especialmente destacando la relación con el productor madrileño José Luis Moreno. A través de su empresa Alba Adriática SL, Moreno firmó en 2007 un contrato por dos millones de euros para producir la serie de ficción “Planta 25”. Sin embargo, la Sindicatura de Comptes reveló que un millón setecientos mil euros no fueron justificados, y en lugar de devolver el dinero, la productora entregó en 2010 otro programa, “De un tiempo a esta parte”, ya emitido en Castilla La Mancha Televisión.

En la siguiente tabla se especifican los programas contratados por RTVV a productoras vinculadas al productor madrileño José Luis Moreno.

Tabla 47.

Programas realizados por las productoras Gegacuma SL, Miramon Mendi SA y Alba Adriática SL para RTVV en el periodo 1989-2013

Programa	Productora	Género	Cap. emitidos	Temporadas
Entre amigos	Gegacuma SL	Musical	83	1989-1993
Verano de estrellas	Gegacuma SL, Miramon Mendi SA	Musical	33	1993
Imprevisible	Gegacuma SL	Concurso	9	1993
Noche espectacular	Gegacuma SL, Miramon Mendi SA	Musical	79	1993-1995
Tu gran Noche	Miramon Mendi SA	Musical	8	2002
Planta 25	Alba Adriática SL	Serie de ficción	107	2006-2011
Noche sensacional	Alba Adriática SL	Musical	126	2007-2010
Siempre estrellas	Alba Adriática SL	Musical	13	2011
De un tiempo a esta parte	Alba Adriática SL	Musical	40	2011-2012

Fuente: RTVV – elaboración propia

José Luis Moreno, a través de sus productoras Alba Adriática SL, Miramon Mendi SA y Gecaguma SL, contrató con RTVV hasta 9 programas, la mayoría de ellos de contenido musical y tipo gala de variedades. Algunos de los más destacados fueron “Entre amigos” (83 entregas, 1989-1993), “Verano de estrellas” (33 entregas, 1992), y “Noche espectacular” (79 entregas, 1993-1995). La relación entre el productor y la cadena se reanudó en 2002 con el programa “Tu gran noche” y continuó con la producción de “Planta 25” (107 capítulos, 2006-2011) y “Noche sensacional” (126 entregas, 2007-2010).

En 2011, se contrató a Alba Adriática para los programas “Siempre estrellas” y “De un tiempo a esta parte”. Un informe pericial reveló que RTVV pagó sobrecostes millonarios a Alba Adriática por estos programas. La serie “Planta 25” se valoró en 2,025 millones de euros, mientras que su coste real debía ser mucho menor. El programa “De un tiempo a esta parte” también incurrió en sobrecostes, con un precio elevado por capítulo en comparación con su valor estimado.

En otra línea, Producciones 52 SL es otra de las productoras madrileñas a las que RTVV contrató la producción de hasta 13 programas. En la siguiente tabla se detallan los programas producidos por esta empresa para su emisión en la cadena autonómica.

Tabla 48.

Programas realizados por la productora Producciones 52 SL para RTVV en el periodo 1989-2013

Programa	Género	Cap. emitidos	Temporadas
A la Fresca	Debate	25	1994 - 1995
Te'n records?	Entrevistas	50	1994 - 1996
Simplement viure	Info-show	20	1996
Canciones para el recuerdo	Musical	15	1996 - 1998
Parle vosté, calle vosté	Debate	73	1996 - 1998

Programa	Género	Cap. emitidos	Temporadas
En exclusiva	Entrevistas	21	1997
En primera persona	Talk show	245	1997 - 1998
Tómbola	Debate	383	1997 - 2004
Terrassa d'estiu	Debate	12	1998
Coses de família	Concurso	12	1998
Gente con chispa	Humor	79	1999 - 2001
Cantamos contigo	Musical	11	2001
Sé que ho saps	Concurso	28	2011

Fuente: RTVV – elaboració propia

Producciones 52 SL produjo 13 programas para RTVV entre 1994 y 2011. Entre ellos se incluyen el programa de debate “A la fresca” (25 entregas), el espacio nostálgico “Te’n recordes?” (50 entregas), y el infoshow “Simplement viure” (20 entregas). Además, produjeron programas musicales como “Canciones para el recuerdo” (1996-1998) y el debate “Parle vosté, calle vosté” (71 entregas). También crearon otros programas como “En exclusiva” (21 entregas), el talk show “En primera persona” (245 entregas), y el concurso “Coses de família” (1998). En 1997, produjeron el controvertido programa “Tómbola” (383 entregas), centrado en temas del mundo rosa.

A pesar de la variedad de géneros, muchos de los programas fueron presentados por figuras de otras comunidades. Algunos, como “Tómbola” y “Parle vosté, calle vosté”, incluyeron contenidos polémicos para aumentar la audiencia. Tras un parón, la productora regresó en 2011 con el concurso “Sé que ho saps” (28 entregas).

Esta productora fue fundada en 1994 por Ángel Moreno, marido de la presentadora Nieves Herrero. Moreno fue también gerente de otras productoras que recibieron contratos de RTVV como es el caso de Contenidos Audiovisuales Extra TV que produjo hasta 7 programas entre 2005 y 2007.

Tabla 49.

Programas realizados por la productora Contenidos Audiovisuales Extra TV SL para RTVV en el periodo 1989-2013

Programa	Género	Cap. emitidos	Temporadas
Operación vacaciones	Concurso	10	2005
Teles-copy	Magazín	49	2005
Abaniní	Talk show	27	2005 - 2006
Operación Clon	Concurso	3	2006
Qué serà (serà)	Talk show	23	2006 - 2007
Shalakabula	Humor	13	2006 - 2007
Sessió hipnòtica	Humor	5	2007

Fuente: RTVV – elaboración propia

Entre 2005 y 2007, Contenidos Audiovisuales Extra TV produjo varios programas para RTVV. Entre ellos, el concurso “Operación vacaciones” (10 entregas, 2005), el magazín de humor “Teles-copy” (49 entregas, 2005), y el talk show “Abanibí” (27 entregas, 2005-2006). En 2006, la productora creó el concurso “Operación Clon” (3 entregas), el talk show “Qué serà (serà)” (23 entregas), y el espacio de magia y humor “Shalakabula” (13 entregas). En 2007, produjeron el programa de humor “Sessió hipnòtica” (5 entregas). A pesar de que estos programas tuvieron una corta duración y poca estabilidad, la cadena continuó contratando diversos formatos de esta productora durante esos años.

El periodista Francesc Arabí informó que, en 1997, las empresas de Ángel Moreno facturaron a RTVV 10,2 millones de euros por cinco programas, incluyendo *Tómbola*, cuyo coste anual fue de más de 4 millones de euros y alcanzó 32 millones a lo largo de su emisión. Ese año, dos tercios del presupuesto del departamento de programas se destinaron a producciones de estas empresas, según denuncias también recogidas por Rafael Xambó.

El investigador Álgvar Peris señala que *Tómbola*, emblema de la telebasura durante la época en que Eduardo Zaplana gobernaba en la Comunitat, garantizaba audiencia y escándalos semanales. El programa, con tertulianos como Jesús Mariñas, quien cobraba 3.000 euros brutos por programa, también pagó grandes sumas a invitados, como Bárbara Rey, quien recibió 12.000 euros en 1997 por no ser entrevistada en exclusiva. Posteriormente, Bárbara Rey presentó el programa *En casa de Bárbara* en RTVV entre 2000 y 2005.

Además de los programas enumerados anteriormente producidos por Producciones 52 SL y Contenidos Audiovisuales Extra TV, Ángel Moreno también fue partícipe de otras producciones como “Tela marinera” o “La música es la pista”, dos de los programas más longevos de la parrilla de la televisión autonómica valenciana que se mantuvieron durante varios años en antena.

Tabla 50.
Programas realizados por las productoras Minuto producciones y Producciones Cibeles para RTVV en el periodo 1989-2013

Programa	Productora	Género	Cap. emitidos	Temporadas
Tela marinera	Minuto producciones	Magazín	1225	1998 - 2003
La música es la pista	Producciones Cibeles SL	Concurso	1072	1998 - 2002

Fuente: RTVV – elaboración propia

El programa “Tela marinera” era un magacín de sobremesa con información sobre el mundo del corazón y la prensa rosa del que se emitieron 1225 entregas entre 1998 y 2003. Por su parte, “La música es la pista” fue un concurso musical presentado por la modelo madrileña Mar Flores, del que se emitieron 1072 entregas entre 1998 y 2002.

La empresa catalana Pirtel SL también se benefició de algunos contratos de RTVV para la producción de un total de 4 programas:

Tabla 51.
*Programas realizados por la productora Pirtel SL para RTVV
en el periodo 1989-2013*

Programa	Género	Cap. emitidos	Temporadas
Carta blanca	Debate	142	1992 - 1996
Sexe i ...	Divulgativo	13	1993 - 1994
A la fresca	Debate	25	1994 - 1995
L'últim, que apague llum	Humor	5	1997

Fuente: RTVV – elaboración propia

El programa de debate “Carta blanca” se emitió entre 1992 y 1996 con 142 entregas en directo, presentado por Josep Ramon Lluch. Lluch también estuvo involucrado en otros programas de debate como “A la fresca” y “Parle vosté, calle vosté”. Entre 1993 y 1994, Pirtel SL produjo “Sexe i...”, un programa de debate y divulgación con 13 entregas. También se emitió “A la fresca”, otro programa de debate con 25 entregas, y “L’últim, que apague la llum”, un programa de humor y entrevistas que tuvo sólo 5 entregas en 1997.

Otra de las productoras domiciliadas fuera del territorio autonómico con las que RTVV mantuvo una relación contractual continua fue Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA. Esta productora vinculada al periódico El Mundo, produjo para RTVV los programas que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 52.
*Programas realizados por la productora Canal Mundo Producciones
Audiovisuales SA para RTVV en el periodo 1989-2013.*

Programa	Género	Cap. emitidos	Temporadas
P.V.P.	Debate	85	1999 - 2001
Fora de sèrie	Serie documental	13	2000 - 2001

Programa	Género	Cap. emitidos	Temporadas
Investigació TV	Actualidad	69	2001 - 2003
Reportatge d'investigació TV	Actualidad	9	2002 - 2003
La bomba	Magazín	170	2003 - 2004
La naranja metálica	Talk show	40	2003 - 2004
Mira allí	Humor	8	2005
Copa maremàgnum	Concurso	56	2005 - 2006
Escáner	Debate	31	2005 - 2006
I+D	Actualidad	6	2007
Sumari obert	Actualidad	46	2007 - 2008
Tant de gust	Cocina	92	2009

Fuente: RTVV – elaboración propia

La productora madrileña Canal Mundo Producciones Audio-visuales SA produjo 12 programas para RTVV entre 1999 y 2009. Entre ellos, destacan “P.V.P.”, un programa de debate con 85 entregas (1999-2001), “Fora de sèrie”, una serie de documentales biográficos (2000-2001), y “Investigació TV”, similar a “P.V.P.” (2001-2003). También produjo “La bomba”, un magazín diario (170 entregas, 2003-2004), y “La naranja metálica”, un talk show en prime time (40 entregas, 2003-2004). Otros programas incluyen “Mira allí” (8 entregas, 2005), “Copa maremàgnum” (56 entregas, 2005-2006), “Escáner” (31 entregas, 2005-2006), “Sumari obert” (un docu soap), “I+D” (2007), y “Tant de gust” (92 entregas, 2009). La productora fue criticada por recibir contratos ventajosos en la externalización de contenidos.

Otra de las productoras domiciliadas fuera del territorio autonómico valenciano que recibió diversos encargos de RTVV fue Europroducciones TV SA. Esta empresa domiciliada en Madrid produjo para la cadena autonómica valenciana un total de 7 programas, la mayoría de ellos concursos y talent shows:

Tabla 53.
*Programas realizados por la productora Europroducciones TV SA
 para RTVV en el periodo 1989-2013.*

Programa	Género	Cap. emitidos	Temporadas
El desafío de los dioses	Concurso	13	1994 - 1995
Hora d'impacte	Actualidad	39	2006 - 2007
Grand Prix	Concurso	40	2007 - 2009
¿Qué apostamos?	Concurso	13	2008
Un beso y una flor	Talent show	16	2009 - 2010
Generación de estrellas	Talent show	9	2010
Pensat i fet	Concurso	13	2011 - 2012

Fuente: RTVV – elaboración propia

Europroducciones TV SA produjo varios programas para RTVV entre 1994 y 2010. En 1994, produjo el concurso “El desafío de los dioses” (13 entregas) presentado por Ramón García. Después, en 2006, la cadena contrató “Hora d'impacte”, un programa de vídeos caseros sobre sucesos sorprendentes. En 2007, la productora produjo junto con FORTA el concurso “Gran Prix” (40 entregas) presentado por Bertín Osborne. En 2008, se emitió “¿Qué apostamos?” (13 entregas) y en 2009, “Un beso y una flor” (16 entregas), ambos presentados por Bertín Osborne. En 2010, produjo “Generación de estrellas” (9 entregas) y el concurso “Pensat i fet” (13 entregas), siendo este el último programa encargado por RTVV a la productora.

También recibió diversos encargos de RTVV la empresa madrileña Prime Time Communications SA. En total fueron seis los programas que la cadena autonómica valenciana contrató a esta empresa domiciliada en Madrid entre 1995 y 2003, cinco de los cuales fueron concursos.

7. | Conclusiones

A nadie se le escapa que la televisión ha evolucionado mucho desde su creación hace casi un centenar de años. El consumo de televisión en el año 2025 está cada vez más vinculado a internet que a las ondas hertzianas, y las nuevas generaciones de televidentes ya nacen con una televisión conectada, alejados de la programación lineal y acostumbrados al servicio on demand, ver lo que quieren cuando quieren. Los contenidos han pasado de difundirse en 4:3 a un formato más rectangular con una proporción 16:9, y su resolución ha crecido desde las 576 líneas del sistema PAL, hasta las 1080 del Full HD. Hoy los televidentes no se sientan junto al resto de la familia a ver un único canal en el televisor del salón como ocurría hace 40 años, ahora la televisión se consume a través de una gran diversidad de pantallas: móvil, tablet, ordenador, smart TV, etc. y la oferta de contenidos se ha multiplicado tan exponencialmente,

que la audiencia se ha fragmentado hasta dejar las cifras de share de muchas cadenas de televisión en porcentajes ridículos.

La evolución de la televisión también ha afectado a la gobernanza. La gestión de la televisión que comenzó siendo pública, está cada vez más en manos privadas, comprometiendo demasiado a menudo el servicio público que ésta debería prestar como medio de comunicación de masas.

La televisión de proximidad no es ajena a este fenómeno. La evolución tecnológica, la fragmentación de la audiencia, y los problemas de financiación derivados de la cada vez menor implicación de los gobiernos con los servicios públicos de comunicación, tienen en jaque a las televisiones públicas autonómicas.

En este contexto analizamos el papel que Radiotelevisión Valenciana desempeñó en sus 24 años de vida (1989-2013) como dinamizador del sector audiovisual en el territorio autonómico valenciano. Del análisis se desprende que RTVV siguió las tendencias de producción del resto de televisiones autonómicas y nacionales españolas, tanto públicas como privadas. Los programas informativos y deportivos se produjeron prácticamente al 100% con recursos propios de la cadena, mientras que en ficción se recurrió en un 90% de los casos a la producción ajena. Es en el macrogénero de los programas de entretenimiento donde se produce mayor diversificación entre la producción propia y la producción externalizada.

De los 517 programas analizados y 45651 capítulos producidos por RTVV, 444 pertenecen al macrogénero del entretenimiento, mientras que 73 programas corresponden al macrogénero informativo-deportivo. Del total de programas, el 45,22% se realizaron con producción propia, mientras que en el 54,78% restante se recurrió a la producción externalizada o asociada con empresas externas a RTVV.

En el macrogénero de la información de actualidad y deportiva, aparte de los informativos diarios no contabilizados en este

estudio, se produjeron 73 programas (6790 capítulos). De ellos, el 84% (5696 capítulos) se produjo con recursos propios de la cadena, mientras que sólo un 16% fue externalizado.

En el macrogénero del entretenimiento, la externalización crece, con un porcentaje de producción propia del 38,5% (14947 capítulos), frente a un 61,5% (23914 capítulos) en que participaron empresas externas por la fórmula de la producción asociada o externalizada. De los 444 programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013, lo que más se produjo fueron series documentales y programas divulgativos (168), además de concursos (74) y talks shows, entrevistas y debates (68), mientras que se emitieron pocos reality shows (9), talent shows (8) y programas de cocina (8). Para los programas musicales y de variedades, los *talent show*, y los programas culturales se recurrió mayoritariamente a la producción propia, mientras que para los programas de cocina, *reality shows* y series documentales y divulgativos se optó mayoritariamente por la externalización. De los programas que fueron externalizados, casi un 65% de las entregas estuvieron producidas por empresas valencianas, y aproximadamente un 35% de estas producciones se encargaron a empresas de fuera del territorio autonómico. Los programas más longevos y con mayor número de entregas fueron los producidos por la propia cadena autonómica, y los años de mayor emisión de programas de entretenimiento fueron los comprendidos entre 2000 y 2008, con la mayor concentración en el año 2006.

En el macrogénero de la ficción, la investigación demuestra el importante papel desempeñado por RTVV, especialmente entre 2004 y 2010, para el fomento de la producción asociada con empresas audiovisuales del territorio autonómico, de 29 series, 48 tv movies y 17 miniseries. Cabe destacar que algunas de estas 17 miniseries fueron producidas por Radiotelevisión Española con financiación procedente de la Generalitat Valenciana. El 34,5% de los capítulos de ficción seriada externalizados por RTVV estuvie-

ron producidos íntegramente por alguna productora valenciana, un 34,6% estuvieron producidos por empresas de fuera del territorio autonómico, y un 30,9% de las series se produjeron en régimen de coproducción entre una empresa valenciana y una empresa de fuera del territorio autonómico.

La investigación identifica dos periodos clave en la externalización de la producción en RTVV, marcados por las diferencias en su gestión política:

- Durante el periodo 1989-1995, bajo el gobierno socialista de Joan Lerma, RTVV se enfocó en la producción propia con pocos recursos destinados a la externalización o a la ficción. Las críticas se centraron en el incumplimiento de la ley de creación, el uso predominante del castellano y la escasa atención al sector audiovisual valenciano. Aunque se firmaron acuerdos para impulsar la producción local, la inversión en productoras valencianas fue limitada. En 1994, solo el 40,4% de los programas se realizaban localmente, y la mayoría del presupuesto se destinaba a adquirir contenidos internacionales. La situación generó desilusión en el sector audiovisual valenciano, que esperaba un mayor apoyo de la cadena autonómica.
- Entre 1995 y 2010, con la llegada del Partido Popular al gobierno de la Generalitat Valenciana, y bajo los gobiernos de Eduardo Zaplana, Francisco Camps y Alberto Fabra, RTVV experimentó un fuerte aumento en la externalización de programas, reduciendo la producción propia. Los gastos en producción externalizada pasaron de 11-18 millones de euros anuales entre 1992 y 1995, a 57 millones en 2006, disminuyendo a 24 millones en 2010 debido a la crisis económica. Todos los indicadores apuntan a 2006 y 2007 como los años de mayor producción propia o externalizada de programas de entretenimiento y ficción. Aunque este incremento favoreció el desarrollo del sector audiovisual valenciano y pro-

pició el surgimiento de nuevas productoras, no faltaron las denuncias sobre favoritismo hacia empresas afines al gobierno del Partido Popular, muchas de ellas con sede en Madrid.

Los datos dejan claro que RTVV externalizó gran parte de su producción con determinadas empresas que recibieron numerosos contratos de producción. Son las que hemos denominado como “productoras amigas”. Muchas de estas empresas tenían su domicilio social fuera de la Comunidad Valenciana, como es el caso de las productoras de José Luis Moreno: Gegacuma SL, Miramon Mendi SA y Alba Adriática SL; Contenidos Audiovisuales Extra TV SL, Producciones 52 SL, Gestmusic Endemol o Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA. Estas productoras subcontrataban a empresas locales por menores costes, lo que generó críticas sobre corrupción y mala gestión en la adjudicación de contratos. A pesar del crecimiento del sector audiovisual, estas prácticas reflejaron un uso político de la televisión pública como herramienta de beneficio económico para grupos cercanos al poder.

Pero también algunas empresas audiovisuales valencianas se vieron especialmente beneficiadas por la firma de numerosos contratos de producción de contenidos tanto de ficción como de entretenimiento. Entrarían en este apartado empresas como Malvarrosa Media SL y Gabinete de comunicación global SL, ambas regentadas por el productor José Luis Forteza, Conta Conta Productions SL, Trivisión SL, Índigomedia SL o Endora Producciones SL, entre otras.

La crisis económica global de 2008 afectó gravemente a RTVV, que ya arrastraba una gran deuda, alcanzando los 1.217 millones de euros en 2011. En 2013 contaba con 1.695 empleados con un presupuesto para personal de 72 millones de euros, y una audiencia en descenso paulatino hasta alcanzar el 4,6%. En 2012, el gobierno autonómico intentó reducir costes aprobando un ERE que afectaba a más de 1.000 trabajadores, y externalizando 1371 horas de producción de contenidos de entretenimiento. Los tres lotes

de la externalización fueron adjudicados a la unión temporal de empresas formada por Endora Producciones SL, Producciones Televisivas Mecomlys SL y la alicantina Videac SA, filial del grupo madrileño Tres360, anteriormente denominado Vértice, pero el Tribunal Superior de Justicia anuló el ERE y ordenó la reincorporación de los despedidos. Como respuesta, el presidente de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra, decidió cerrar RTVV, lo que generó aún más costes públicos por salarios e indemnizaciones, frustrando el objetivo de ahorro.

El cierre de RTVV sumió al sector audiovisual local en una gravísima crisis sin precedentes, con cifras de desempleo que alcanzaron a más del 90% del sector audiovisual y que obligó a muchos profesionales a cambiar de ámbito profesional o a buscar trabajo en empresas audiovisuales de otras autonomías o incluso del extranjero. Gran parte de las productoras y empresas audiovisuales valencianas tuvieron que cesar su actividad de manera definitiva.

Transcurridos doce años desde el cese de las emisiones de RTVV, se puede afirmar que el cierre de la cadena autonómica valenciana fue una mala decisión política, un error que supuso un gasto desmesurado de dinero público para hacer frente a la liquidación del ente y que supuso la quiebra de un gran volumen de empresas y la pérdida de numerosos puestos de trabajo. Además, el cierre de un medio de comunicación de proximidad como RTVV contribuyó a la pérdida de identidad social y cultural de los valencianos, mermó la difusión lingüística del idioma, y fulminó las funciones que como servicio público cumplió RTVV en sus 24 años de vida. Así pues, podemos confirmar que la decisión de Alberto Fabra estuvo más cerca de ser un experimento de la derecha política española en la búsqueda por tratar de eliminar los servicios públicos de radiotelevisión autonómicos, que una medida de gobierno tomada para beneficiar al conjunto de la ciudadanía. Y, sin duda, queda certificado que el cierre de RTVV fue una catástrofe para el sector audiovisual local.

Referencias bibliográficas

- Albornoz, Luis y Cañedo, Azahara. (2015): La reflexión académica sobre la televisión autonómica en España: entre la reivindicación de la diversidad y la denuncia por manipulación política. En: En J. Marzal Felici: *Las televisiones públicas autonómicas el Siglo XXI*. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat, Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.
- Anchel Cubells, José María (2002): Canal 9: Historia de una programación (1989-1995), Tesis Doctoral dirigida por Julio Montero Díaz, Madrid, Universidad Complutense de Madrid
- Arabí, Francesc (2019). Ciudadano Zaplana: La construcción de un régimen corrupto. Tres Cantos (Madrid). Ediciones Akal
- Azurmendi, Ana.; López, Nereida. y Manfredi, José Luis (2011). La reforma de la televisión pública autonómica en el nuevo marco legal

audiovisual (Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual). *Derecom*, núm. 5, pp. 1-24.

Boix, Andrés (2015). ¿Por qué una radiotelevisión pública valenciana? Una reflexión sobre su necesidad y, en su caso, sobre las directrices para un nuevo modelo de radiotelevisión pública valenciana. En: J. Rodríguez y Santonja (ed.), *Pasado, presente y futuro de RTVV*. Valencia: Uno y cero ediciones.

Boix, Andrés. y Pereiro, Manuel. (2017). La regulación tradicional de los medios audiovisuales frente a la diversidad cultural. En: Francés, M. y Orozco, G. (coords), *La televisión de proximidad en el entorno transmedia*. Madrid: Editorial Síntesis.

Bustamante, Enrique (2002). *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona. Gedisa

Bustamante, Enrique (2015). El servicio público en España: manual de las malas prácticas. En: J. Marzal Felici, J. Izquierdo Castillo y A. Casero Ripollés (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat, Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.

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.

Campos Freire, Francisco. (2013). El futuro de la TV europea es híbrido, convergente y cada vez menos público. *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 68, 89-118.

Col·lectiu Ricard Blasco (2014): *Reset RTVV*. Benicarló: Onada Edicions.

De Carreras Serra, Lluís (2009). Hacia una televisión pública residual. En: Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa.

Francés, Miquel (2009). *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa.

Francés, Miquel (2015): Los contenidos audiovisuales en el marco de la multidifusión Digital. Nuevas rutinas productivas en la comunica-

- ción de proximidad valenciana. En: J. Rodríguez y Santonja (ed.), *Pasado, presente y futuro de RTVV*. Valencia: Uno y cero ediciones.
- Francés, Miquel (2015): La producción audiovisual ante la crisis del sistema televisivo. El caso RTVV. En: En J. Marzal Felici: *Las televisiones públicas autonómicas el Siglo XXI*. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat, Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.
- Francés, Miquel y Llorca, Germàn. (2017): Retos de la TDT local como base de una televisión de proximidad valenciana. En Francés, M. y Orozco, G. (coords), *La televisión de proximidad en el entorno transmedia*. Madrid: Editorial Síntesis
- Gordillo, Inmaculada (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito, Ecuador: Editorial Quipus, CEISPAL.
- Llorca, Germán (2009). Entretenimiento y televisión pública. En: Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa
- López, Bernat., Risquete, Jaume. y Castelló, Enric. (1999). España: consolidación del modelo autonómico en la era multicanal. En: Moragas, M.; Garitaonandia, C. y López, B. (Eds.), *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat, Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.
- López Olano, Carlos (2015). Historia de un fracaso anunciado: la evolución de la audiencia en Canal 9 RTVV. En *La pantalla insomne*. Universidad de La Laguna, diciembre 2015.
- Marzal, Javier., Izquierdo, Jessica., y Casero, Andreu. (2015): La crisis de la televisión pública y el cierre de RTVV como síntoma. En: J. Marzal Felici, J. Izquierdo Castillo y A. Casero Ripollés (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat, Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.

- Marzal, Javier y Soler, María (2015): La relevancia estratégica de RTVV en el sistema comunicativo valenciano y para el desarrollo económico, social y cultural de la Comunidad Valenciana. En: J. Marzal Felici, J. Izquierdo Castillo y A. Casero Ripollés (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat, Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.
- Marzal Felici, Javier (2015) *Las televisiones públicas autonómicas del Siglo XXI*. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat, Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.
- McQuail, Denis. (1998). La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.
- Miguel de Bustos, Juan Carlos, y Casado del río, Miguel Ángel. (2012). *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Miguel de Bustos, Juan Carlos, y Casado del río, Miguel Ángel. (2015). La crisis de la radiotelevisión pública autonómica. En: J. Marzal Felici, J. Izquierdo Castillo y A. Casero Ripollés (eds.): *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat, Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.
- Monclús, Belén (2017). Adaptación de la televisión de proximidad europea al nuevo entorno digital. En: Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa.
- Moragas, Miguel de; Prado, Emili. (2000). *La televisió pública en l'era digital*. Barcelona: Pòrtic.
- Musso, Pierre (1991). *Régions d'Europe et Télévision*. Lille: Miroirs.
- Pastor Pérez, José Ignacio (2009). *La gobernanza de la televisión pública: al servicio de la ciudadanía*. En: Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa.

- Pastor Pérez, José Ignacio (2011). *Una altra RTVV era possible... i serà?. Accountabilty del Consell d'Administració 2007-2011*. Valencia: Obra propia.
- Peris Blanes, Àlvar (2015). Canal 9 y el sector audiovisual valenciano: una relación traumática. En: J. Rodríguez y Santonja (ed.), *Pasado, presente y futuro de RTVV*. Valencia, Uno y cero ediciones.
- Peris Blanes, Àlvar (2017). La ficción en las televisiones de proximidad: imaginario colectivo, industria autóctona, y contenidos transmedia. En: Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa.
- Prado Picó, Emili (2015). Indispensabilidad de la televisión pública en el universo convergente. En: J. Marzal Felici, J. Izquierdo Castillo y A. Casero Ripollés (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat, Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.
- Santos, Jesús (2009). Medios públicos siempre necesarios ¿todavía posibles?. En: Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa.
- Sarikakis, Katherine (2017). Los medios de servicio público en la Europa de la crisis económica y política. En Marzal, J., López, P., Izquierdo, J. (eds), *Los medios de comunicación públicos de proximidad en Europa. RTVV y la crisis de las televisiones públicas*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Zallo, Ramón. (2011). Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital. Barcelona: Gedisa.
- Zallo, Ramón. (2015). Razones e implicaciones del cierre de Radiotelevisió Valenciana. En: J. Marzal Felici, J. Izquierdo Castillo y A. Casero Ripollés (eds.): *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat, Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.

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”.