

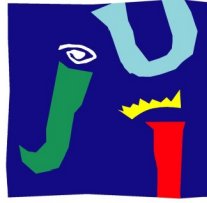
**UNIVERSITAT
JAUME·I**

Externalización de la producción en la televisión pública autonómica valenciana: el caso RTVV

Autor:
RAÚL CARBONELL GÓRRIZ

Directores:
**JAVIER MARZAL FELICI
MARIA SOLER CAMPILLO**

Castellón, Octubre de 2022



**UNIVERSITAT
JAUME I**

Programa de doctorado en Ciencias de la Comunicación

Escuela de doctorado de la Universitat Jaume I

Externalización de la producción en la televisión pública autonómica valenciana: el caso RTVV

**Memoria presentada por Raúl Carbonell Górriz para optar
al grado de doctor por la Universitat Jaume I**

Doctorando
Raúl Carbonell Górriz

Directores
Javier Marzal Felici

María Soler Campillo

Castelló de la Plana, Octubre de 2022

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. Para poder reutilizar contenido de esta tesis doctoral se debe solicitar expresamente el permiso del autor, excepto en los casos previstos por la Ley de Propiedad Intelectual (como la copia privada o el derecho de citación).

Para la realización de esta tesis no se ha recibido financiación por parte de ningún organismo público o privado

Agradecimientos:

A todas las personas que de una u otra manera han colaborado para hacer posible esta investigación.

A Empar Julià por estar siempre dispuesta a echar una mano.

Al doctor Josep Martí por sus sabios consejos y por preguntar cada viernes: "Raül, com va la tesi?", presión positiva y necesaria.

A todos mis amigos y familia que han soportado mis lamentos en algún momento de este largo trayecto.

A los doctores Javier Marzal y María Soler, directores de esta Tesis doctoral, por sus orientaciones, por toda la documentación facilitada, por la ilusión demostrada en este proyecto, por insistirme en la importancia estratégica de este estudio y, sobre todo, por su inmensa paciencia.

1. INTRODUCCIÓN	8
1.1. <u>Justificación</u>	8
1.2. <u>Objetivos</u>	14
1.3. <u>Preguntas de investigación</u>	15
1.4. <u>Hipótesis</u>	16
1.5. <u>Metodología</u>	17
2. MARCO TEÓRICO	22
2.1. <u>La televisión pública en el ámbito europeo, nacional y local</u>	22
2.1.1. <u>Evolución y tendencia de los medios de comunicación públicos en el contexto europeo</u>	22
2.1.1.1. <u>La transmisión televisiva en Europa</u>	26
2.1.1.2. <u>La televisión pública en Europa</u>	27
2.1.1.3. <u>La financiación de la televisión pública europea</u>	33
2.1.1.4. <u>Los contenidos en la televisión europea</u>	35
2.1.2. <u>La televisión pública en España</u>	39
2.1.3. <u>La televisión de proximidad, dinamizadora del sector audiovisual local</u>	45
2.1.3.1. <u>Evolución de las televisiones autonómicas en España</u>	48
2.1.3.2. <u>La crisis de las televisiones públicas autonómicas</u>	53
2.1.3.3. <u>La dinamización de los sectores audiovisuales autonómicos</u>	65
2.2. <u>Producción propia y producción externalizada</u>	68
2.3. <u>Los géneros y formatos televisivos</u>	74
2.3.1. <u>Evolución de los géneros televisivos</u>	76
2.3.2. <u>Hibridación de los géneros televisivos</u>	79
2.3.3. <u>Diferencia entre género y formato</u>	83
2.4. <u>Conclusiones</u>	85
3. CONTEXTO DEL QUE PARTE LA INVESTIGACIÓN	88
3.1. <u>Nacimiento de Radiotelevisión Valenciana y aparición de «empresas girasol»</u>	88
3.2. <u>Asociacionismo en el sector audiovisual valenciano</u>	91
3.3. <u>Iniciativas públicas para la dinamización del audiovisual valenciano</u>	94
3.3.1. <u>Ley de la Generalidad Valenciana 7/1984, de 4 de julio, de creación de la entidad pública Radiotelevisión Valenciana (RTVV), y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana</u>	94
3.3.2. <u>Protocolo de actuaciones para el fomento del audiovisual</u>	95
3.3.3. <u>Libro blanco del audiovisual</u>	99
3.3.4. <u>Ley 1/2006, de la Generalitat, del sector audiovisual</u>	100
3.3.5. <u>Regulación de la TDT</u>	103
3.3.6. <u>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</u>	105
3.3.7. <u>Ley 6/2016, de la Generalitat, del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de Titularidad de la Generalitat</u>	105
3.3.8. <u>Ley 10/2018, de 18 de mayo, de la Generalitat, de creación del Consell del Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)</u>	108
3.4. <u>Conclusiones</u>	108
4. TENDENCIAS DE EXTERNALIZACIÓN DE CONTENIDOS EN LAS TELEVISIONES DE ESPAÑA	110
4.1. <u>Introducción</u>	110
4.2. <u>Análisis de la producción en la televisión pública estatal</u>	112
4.2.1. <u>Producción de entretenimiento en la televisión pública estatal</u>	112
4.2.2. <u>Producción de ficción en la televisión pública estatal</u>	114
4.2.3. <u>Producción de informativos en la televisión pública estatal</u>	115
4.2.4. <u>Producción de deportes en la televisión pública estatal</u>	117
4.2.5. <u>Conclusiones sobre la producción en la televisión pública estatal</u>	118
4.3. <u>Análisis de la producción en las cadenas privadas</u>	119
4.3.1. <u>Producción de entretenimiento en las cadenas privadas estatales</u>	119
4.3.2. <u>Producción de ficción en las cadenas privadas estatales</u>	120
4.3.3. <u>Producción de informativos en las cadenas privadas estatales</u>	122
4.3.4. <u>Producción de deportes en las cadenas privadas estatales</u>	124

4.3.5. <u>Conclusiones sobre la producción en las cadenas privadas estatales</u>	125
4.4. <u>Análisis de la producción en las cadenas autonómicas públicas</u>	126
4.4.1. <u>Producción de entretenimiento en las cadenas autonómicas públicas</u>	126
4.4.2. <u>Producción de ficción en las cadenas autonómicas públicas</u>	127
4.4.3. <u>Producción de informativos en las cadenas autonómicas públicas</u>	129
4.4.4. <u>Producción de deportes en las cadenas autonómicas públicas</u>	131
4.4.5. <u>Conclusiones sobre la producción en las cadenas autonómicas</u>	132
4.5. <u>Análisis de la producción en los canales temáticos de TDT</u>	132
4.5.1. <u>Producción de entretenimiento en los canales temáticos TDT</u>	132
4.5.2. <u>Producción de ficción en los canales temáticos TDT</u>	134
4.5.3. <u>Producción de informativos en los canales temáticos TDT</u>	134
4.5.4. <u>Producción de deportes en los canales temáticos TDT</u>	136
4.5.5. <u>Conclusiones sobre la producción en los canales temáticos TDT</u>	138
4.6. <u>Análisis de la producción en Televisión Valenciana</u>	140
4.6.1. <u>Producción de entretenimiento en Televisión Valenciana</u>	140
4.6.2. <u>Producción de ficción en Televisión Valenciana</u>	142
4.6.3. <u>Producción de informativos en Televisión Valenciana</u>	144
4.6.4. <u>Producción de deportes en Televisión Valenciana</u>	145
4.6.5. <u>Conclusiones sobre la producción en Televisión Valenciana</u>	146
4.7. <u>Análisis global de la producción en las cadenas españolas</u>	147
4.7.1. <u>Producción de entretenimiento en las cadenas españolas</u>	147
4.7.2. <u>Producción de ficción en las cadenas españolas</u>	149
4.7.3. <u>Producción de informativos en las cadenas españolas</u>	150
4.7.4. <u>Producción de deportes en las cadenas españolas</u>	152
4.7.5. <u>Conclusiones sobre la producción en las cadenas españolas</u>	153
4.8. <u>Comparativa de datos globales</u>	154
4.8.1. <u>Comparativa de las gráficas de producción de entretenimiento</u>	154
4.8.2. <u>Comparativa de las gráficas de producción de ficción</u>	155
4.8.3. <u>Comparativa de las gráficas de producción de informativos</u>	156
4.8.4. <u>Comparativa de las gráficas de producción de deportes</u>	157
4.9. <u>Conclusiones</u>	158
5. LA EXTERNALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS Y SERVICIOS AUDIOVISUALES EN RADIOTELEVISIÓN VALENCIANA 1989-2013	160
5.1. <u>El papel de RTVV en el contexto del audiovisual local</u>	161
5.1.1. <u>Externalización de la producción periodo 1989-1995</u>	163
5.1.2. <u>Externalización de la producción periodo 1996-2013</u>	165
5.2. <u>La externalización de la producción de ficción</u>	168
5.2.1. <u>Externalización de la producción de series ficción</u>	168
5.2.2. <u>Coproducción de tv movies</u>	188
5.2.3. <u>Externalización de la producción de miniseries</u>	200
5.2.4. <u>Conclusiones sobre la externalización de la producción de ficción</u>	206
5.3. <u>La externalización de la producción de entretenimiento</u>	208
5.3.1. <u>Externalización de la producción de series documentales y divulgativos</u>	209
5.3.2. <u>Externalización de la producción de programas de cocina</u>	227
5.3.3. <u>Externalización de la producción de concursos</u>	232
5.3.4. <u>Externalización de la producción de talk shows, y programas de entrevistas y debates</u>	240
5.3.5. <u>Externalización de la producción de programas de humor</u>	247
5.3.6. <u>Externalización de la producción de magazines</u>	253
5.3.7. <u>Externalización de la producción de talent shows</u>	259
5.3.8. <u>Externalización de la producción de reality shows</u>	265
5.3.9. <u>Externalización de la producción de musicales y variedades</u>	271
5.3.10. <u>Externalización de la producción de programas culturales</u>	278
5.3.11. <u>Externalización de la producción de otros programas de difícil clasificación</u>	283
5.3.12. <u>Conclusiones sobre la externalización de programas de entretenimiento</u>	284
5.4. <u>La externalización de programas informativos y de deportes</u>	291
5.4.1. <u>La externalización de programas informativos</u>	292
5.4.2. <u>La externalización de programas de deportes</u>	298

5.5. <u>Externalización de servicios audiovisuales: el doblaje</u>	304
6. <u>CRISIS Y CIERRE DE RTVV. REPERCUSIÓN EN EL SECTOR</u>	313
6.1. <u>Las productoras "amigas"</u>	313
6.1.1. <u>Externalización de la producción con empresas domiciliadas fuera de la Comunidad Valenciana</u>	313
6.1.2. <u>Externalización de la producción con empresas de la Comunidad Valenciana</u>	332
6.2. <u>Crisis económica, externalización por lotes y cierre de Radiotelevisión Valenciana</u>	349
6.2.1. <u>El endeudamiento</u>	350
6.2.2. <u>La caída de la audiencia</u>	355
6.2.3. <u>Los impagos a proveedores</u>	358
6.2.4. <u>ERE, externalización por lotes y cierre de RTVV</u>	359
6.3. <u>Conclusiones</u>	366
7. <u>LA CREACIÓN DE LA CVMC Y À PUNT MÈDIA</u>	369
7.1. <u>Aprobación de la Ley y puesta en marcha de À Punt Mèdia</u>	370
7.2. <u>Externalización de la producción en À Punt Mèdia</u>	377
7.3. <u>Conclusiones</u>	390
8. <u>CONCLUSIONES</u>	395
8.1. <u>Respuesta a las preguntas de investigación</u>	398
8.2. <u>Confirmación de la hipótesis</u>	405
8.3. <u>Propuestas para futuras investigaciones</u>	408
9. <u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	410
9.1. <u>Libros, artículos y capítulos de libro</u>	410
9.2. <u>Tesis doctorales e Informes</u>	421
9.3. <u>Legislación</u>	424
9.4. <u>Prensa</u>	426
10. <u>ANEXO</u>	431
10.1. <u>Acrónimos utilizados</u>	431
10.2. <u>Índice de tablas</u>	433
10.3. <u>Índice de gráficos</u>	441

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación

El audiovisual valenciano ha constituido en los últimos 30 años un sector con capacidad de generación de empleo y riqueza en la Comunidad Valenciana. En el año 1984 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. La cadena autonómica de nombre Radiotelevisión Valenciana, en adelante RTVV, 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.

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 (en adelante TPAs) 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). Algunos autores lo relatan en sus investigaciones. Juan Carlos Miguel de Bustos y M. A. Casado (2012: 26) han destacado 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. Ana Isabel Rodríguez Vázquez, Ana Silva Rodríguez y Tania Fernández Lombao también hacen referencia a este asunto en su estudio «El impacto de la crisis económica en CRTVG (2008-14)» en el que destacan que la televisión de Galicia está consolidada como «faro que guía la actividad creativa de numerosas productoras gallegas que venden sus productos exclusivamente al ente», señalando un avance decidido hacia la externalización creciente. (Rodríguez, Silva y Fernández, 2015: 88)

Al papel que RTVV cumplió como motor del audiovisual local en el periodo 1989-2013 se unió la línea de ayudas públicas para el fomento del audiovisual puesta en marcha por la Generalitat Valenciana, que en la década de los noventa supuso un auténtico revulsivo para el sector. A través de las

Conselleria de Cultura y de la Conselleria de Presidencia, principalmente, el gobierno autonómico valenciano convoca desde hace un par de décadas ayudas a la producción de largometrajes, cortometrajes, documentales, series documentales para tv, programas seriados para tv, miniseries, *tv movies*, productos transmedia y crossmedia, creación de guiones y proyectos de largometrajes.

Por otra parte, también favorable para el desarrollo del audiovisual local fue la puesta en marcha en Alicante del complejo cinematográfico Ciudad de la Luz en el año 2004. En sus nueve años de vida fueron diversas las productoras nacionales e internacionales que pasaron por los estudios de Alicante para el rodaje de producciones de todo tipo, pero principalmente de películas de ámbito nacional.

Vinculadas al sector audiovisual valenciano, han emergido asociaciones profesionales y medios de comunicación especializados, 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 valenciano. 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. De hecho, en 2002 el sector contaba con cerca de 600 empresas, y un volumen estimado de facturación de unos 465 millones de euros, lo que representaba aproximadamente el 0,8% del PIB de la autonomía. El volumen de facturación del sector se correspondía con el 7% del total ingresado por la industria audiovisual española en su conjunto. (Corporación Multimedia, 2001: 86).

Pero la llegada de la crisis económica de 2008 y el excesivo endeudamiento de la cadena autonómica dio al traste con todas las expectativas que el sector audiovisual había puesto en la televisión autonómica. En noviembre de 2010, según fuentes de la Asociación de Productores Audiovisuales Valencianos (PAV), RTVV adeudaba cerca de 20

millones de euros a las productoras valencianas por facturas emitidas hacía 20 meses. En febrero de 2012 la cifra alcanzaba los 30 millones de euros en facturas impagadas desde septiembre de 2009. El cierre de RTVV en el año 2013 supuso una sentencia de muerte para un sector extremadamente dependiente de la cadena autonómica. En los años posteriores al cierre de la cadena numerosas empresas cesaron su actividad y los profesionales del audiovisual local se vieron obligados a emigrar a otros territorios o buscar empleo en otros sectores productivos.

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

Otras entidades como la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE) también publican periódicamente estudios relacionados con el sector. Esta entidad señalaba en su memoria anual del año 2011 que la facturación del sector de la producción audiovisual (cine y televisión) había sufrido una disminución del 14,67% respecto a 2010, y que, en el caso de la Comunidad Valenciana, la facturación del sector audiovisual en la Comunidad Valenciana se había reducido a un 3% del total nacional. (FAPAE 2012:62).

También el Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX) realizó en 2013 un estudio relacionado con el audiovisual valenciano en el que se afirmaba que el sector audiovisual estaba formado por 1.138 empresas (que abarcaban también actividades como fotografía), de las que 519 se dedicaban a actividades cinematográficas, vídeo, radio y televisión. De este modo, la Comunitat Valenciana concentraba, a fecha de 2010, y según el citado informe, aproximadamente el 5% del empleo en el sector audiovisual español, un 3% de la facturación nacional del sector audiovisual (frente al 49% de la Comunidad de Madrid, el 30% de Cataluña y el 6% de Andalucía), y se calculaba que el empleo directo generado por el sector audiovisual alcanzaba unos 7.600 empleados y la facturación era cercana a 85 millones de euros.

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. También hay que destacar la tesis doctoral de Azahara Cañedo, *Televisión del Principado de Asturias: dinamización y diversidad en el sector audiovisual asturiano*, de similares características a esta investigación, y otros reseñados en el apartado de bibliografía.

Especialmente destacables son los estudios realizados por investigadores de las universidades valencianas y del resto de España, así como algunos trabajadores de la cadena autonómica, que en los últimos años han centrado sus esfuerzos en relatar los entresijos del funcionamiento del ente autonómico de radiodifusión. Así pues, han sido diversos los libros publicados en relación con RTVV y que se han tomado muy en consideración para la elaboración de esta Tesis doctoral.

En primer lugar, cabe destacar 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.

Otros libros como *12:19 Manipulació, saqueig i mort de RTVV* de Pura Requena (Editorial Llibres de la Drassana), *Reset RTVV* del Col.lectiu Ricard Blasco (Onada Edicions - Biblioteca La Nau), *Adéu, RTVV* de Borja Flors García y Vicent Climent i Ferrando editores (Universitat de València. Servei de Publicacions) y *Pasado, presente y futuro de RTVV*, coordinado por Josep Rodríguez i Santonja (Uno y Cero Ediciones), se consideran referentes fundamentales para entender el proceso objeto de estudio.

No podemos olvidar otros trabajos que, pese a no centrarse exclusivamente en RTVV, también recogen algunas claves relacionadas con la evolución reciente de las TPAs en España y su situación actual. Enrique Bustamante (2015), Juan Carlos Miguel De Bustos y Miguel Ángel Casado del Río (2015) o Ramón Zallo (2015) expresan en diferentes estudios ideas muy relacionadas con el objeto de análisis.

Asimismo, la prensa escrita de la Comunidad Valenciana también constituye una guía a tener en cuenta dado el recorrido informativo que en los últimos años ha realizado sobre el funcionamiento de Radiotelevisión Valenciana y su relación con los proveedores de contenidos audiovisuales, tanto del propio territorio autonómico como del resto del estado español. Eso sí, no podemos tomar las publicaciones en prensa como fuente documental definitiva por la fragilidad que en el contraste informativo demuestran en ocasiones algunos artículos, haciendo necesario un posterior trabajo de investigación para consolidar documentalmente las informaciones publicadas.

La presente Tesis doctoral está encuadrada en la denominada mesocomunicación, campo de investigación que, en oposición a la megacomunicación, se centra en el estudio de fenómenos comunicacionales desarrollados en territorios inferiores al Estado-nación. Está en línea con investigaciones recientes centradas en analizar los sistemas comunicativos y culturales autonómicos y con la redacción de libros blancos de las industrias culturales elaborados por diferentes gobiernos autonómicos. (Badillo, 2003; Zurbano, 2005; Guimerà i Orts, 2006; Casado del Río, 2008). Podemos destacar, por su similitud temática, la reciente Tesis Doctoral de Azahara Cañedo, que bajo el título “Televisión del Principado de Asturias: dinamización y diversidad en el sector audiovisual asturiano (2005-2015)” fue publicada en el año 2018.

Este estudio ha tomado como base documental la información del catálogo “Fem tele de 9” que recopila la producción propia de Radiotelevisión Valenciana en sus 24 años de historia. Este catálogo que recoge la información de 517 programas producidos por la cadena entre 1989 y 2013, ha sido realizado por Javier Argente Vidal, Jordi Hidalgo Sánchez, Alfons Pelló Tomillo y Francesc Picó Esteve, y coordinado por los catedráticos Javier Marzal Felici y Miquel Francesc i Doménec. Aunque este catálogo no recoge toda la producción de la cadena en sus 24 años de historia, y mucho menos la producción audiovisual de la Comunidad Valenciana en ese periodo, sí que nos permite revisar con datos el trabajo audiovisual realizado en la Comunidad en el periodo analizado.

Para la realización de esta Tesis doctoral no hemos podido obviar la opinión de los representantes del sector, especialmente del colectivo de Empresas Audiovisuales Valencianas (EAVf) y de la Mesa Sectorial de l’Audiovisual Valencià (MESAV), entidad en la que tienen representación profesionales de todas las áreas del audiovisual que vienen reflexionando en los últimos años sobre los errores cometidos, trazando interesantes propuestas de trabajo para el diseño de una nueva cadena autonómica que debería ser más plural, democrática, transparente y moderna que la anterior en sus procesos de externalización de la producción de contenidos.

Todos estos estudios, publicaciones y opiniones demuestran que el audiovisual valenciano despierta el interés de los investigadores y su continua evolución como sector industrial con amplias expectativas de desarrollo. Un asunto de total actualidad en el ámbito de la Comunidad Valenciana muy relacionado con la trayectoria profesional del autor de esta investigación que además de trabajar en la propia Radiotelevisión Valenciana en los años 2001 y 2002, he dedicado parte de mi trayectoria profesional a la dirección de la revista *Enfoque Audiovisual* de la Comunidad Valenciana editada por Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas entre 2003 y 2010. La labor desarrollada como director de esta publicación especializada me ha permitido realizar un seguimiento evolutivo de la realidad del sector audiovisual en el periodo indicado así como mantener una vinculación directa con los principales agentes de la industria audiovisual local entre los que se encontraba Radiotelevisión Valenciana. Una magnífica azotea desde la que conocer y analizar las peculiaridades del sector audiovisual de la Comunidad Valenciana.

Además, mi dedicación profesional a la docencia, tanto como profesor asociado del Departamento de Comunicación de la Universitat Jaume I en el periodo 2005-2009, como como profesor técnico de Formación Profesional en la especialidad de Imagen y Sonido desde el 2004 hasta la actualidad, acentúan mi interés por analizar e investigar el papel que la cadena autonómica ha realizado en la dinamización del sector audiovisual independiente de la Comunidad Valenciana.

Todos ellos son motivos que justifican mi elección de este tema como autor de esta investigación, con la intención de dejar constancia del papel que RTVV ha cumplido en sus últimos 24 años de vida como motor del audiovisual valenciano, repasar cuál ha sido la inversión pública en el fomento del sector local y realizar una aproximación al retorno que esa inversión ha tenido en la sociedad valenciana. Además, sobre esta base documental, pretendo valorar y trazar líneas estratégicas acerca de la relación que la nueva radiotelevisión valenciana debería tener con las productoras y empresas audiovisuales del territorio autonómico, además de planificar el futuro y exigir a los gobiernos la necesaria inversión en políticas de dinamización del sector audiovisual.

1.2. Objetivos

Esta tesis doctoral se plantea como objetivo general analizar el papel que Radiotelevisión Valenciana desempeñó como dinamizador del sector audiovisual valenciano en sus 24 años de historia. Comprobar si la televisión autonómica, en su función de servicio público, contrató sus servicios con productoras domiciliadas en la Comunidad Valenciana o de fuera de ella, y si programó contenidos diversos y de proximidad como corresponde a una cadena de televisión de estas características. Para ello, se establecen los presentes objetivos:

1. Reflexionar sobre las tendencias de externalización de la producción de contenidos en las televisiones públicas.
2. Identificar el papel que las televisiones públicas autonómicas juegan como dinamizadores de las industrias audiovisuales locales.
3. Estimar el volumen de programación externalizado por Radiotelevisión Valenciana a lo largo de sus 24 años de vida.
4. Recopilar, a modo de base documental, la producción realizada por Radiotelevisión Valenciana en colaboración con las empresas y profesionales del audiovisual local. En este sentido se pretende clasificar los distintos tipos de producciones encargadas por la cadena autonómica a las empresas audiovisuales locales, y analizar qué tipo de productos han sido los más demandados por la televisión autonómica tanto en el ámbito de la ficción como del entretenimiento televisivo.
5. Analizar el grado de presencia de los diferentes macrogéneros televisivos en la parrilla de programación de la televisión autonómica valenciana.
6. Comparar el grado de presencia de los diferentes macrogéneros televisivos en la parrilla de programación de Radiotelevisión Valenciana respecto de otras televisiones autonómicas y nacionales, públicas y privadas.
7. Reconocer el papel que Radiotelevisión Valenciana ha desempeñado como motor del sector audiovisual valenciano a lo largo de sus 24 años de historia.
8. Determinar las prácticas habituales de la cadena autonómica para la externalización de las producciones, así como los procedimientos de

selección de contenidos y contratación utilizados para la confección de la parrilla de programación.

9. Estimar el volumen de programas externalizado con productoras domiciliadas en la Comunidad Valenciana y domiciliadas en otros territorios
10. Definir el grado de presencia del idioma valenciano en la programación de Televisión Valenciana y el doblaje al valenciano de la producción ajena.
11. Conocer las peculiaridades de los procedimientos de externalización por lotes aplicados en Radiotelevisión Valenciana y en otras cadenas autonómicas como las de Aragón o Murcia. Analizar las ventajas y desventajas de este sistema de externalización.
12. Revisar las prácticas de clientelismo denunciadas en diversas publicaciones en relación con las externalizaciones realizadas por la cadena autonómica para la producción de diversos espacios televisivos.
13. Valorar la repercusión que el cierre de Radiotelevisión Valenciana ha tenido en la industria audiovisual local y determinar la responsabilidad que la cadena autonómica ha tenido en la crisis del audiovisual local.
14. Comparar la metodología de externalización utilizada por Radiotelevisión Valenciana con la puesta en marcha por la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación a través de À Punt.
15. Realizar un acercamiento a los procedimientos de externalización de la producción aplicados por la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación para dotar de contenidos audiovisuales a À Punt.
16. Trazar líneas de actuación para un nuevo modelo de externalización de la producción en las televisiones públicas autonómicas basado en la transparencia de los procesos y la gestión de calidad como ejes de la selección de contenidos y la contratación.

1.3. Preguntas de investigación

Uno de los pasos más importantes en cualquier estudio es la definición de las preguntas de investigación que debemos intentar que sean lo más concretas posible. La pregunta general que nos planteamos en esta

investigación es la siguiente: ¿Contribuyó Radiotelevisión Valenciana en sus 24 años de vida a la dinamización del sector audiovisual valenciano independiente?

Pregunta 1. ¿Qué tendencias de producción de contenidos siguió Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013?

Pregunta 2. ¿Siguió Radiotelevisión Valenciana las tendencias de producción de contenidos de otras cadenas nacionales y autonómicas?

Pregunta 3. ¿Qué contenidos audiovisuales de ficción externalizó Radiotelevisión Valenciana en el periodo analizado?

Pregunta 4. ¿Qué contenidos audiovisuales de entretenimiento externalizó Radiotelevisión Valenciana en el periodo analizado?

Pregunta 5. ¿Qué productoras participaron en la externalización de contenidos de Radiotelevisión Valenciana?

Pregunta 6. ¿Hubo productoras valencianas o de fuera del territorio autonómico que participaron especialmente de la externalización de contenidos de Radiotelevisión Valenciana?

Pregunta 7. ¿Confió Radiotelevisión Valenciana en las empresas valencianas a la hora de externalizar sus contenidos?

Pregunta 8. ¿En qué medida dinamizó Radiotelevisión Valenciana el sector del doblaje en la Comunidad Valenciana?

Pregunta 9. ¿Qué procedimientos se utilizaron para la selección y contratación de los contenidos externalizados?

1.4. Hipótesis

La hipótesis que guía la presente investigación se podría enunciar en los siguiente términos: «Radiotelevisión Valenciana jugó un importante papel como dinamizador del sector audiovisual valenciano independiente, pero ese papel no fue suficiente para consolidar la industria audiovisual valenciana».

En este sentido se plantean como subhipótesis:

- Radiotelevisión Valenciana impulsó con éxito la producción de series de ficción y la producción de *tv movies* con empresas y profesionales de la Comunidad Valenciana.

- Radiotelevisión Valenciana no confió en las productoras valencianas para la producción de programas de entretenimiento televisivo tipo concurso, divulgativo, *talk show*, *reality show*, etc.
- La cadena confió en las productoras valencianas para la producción de numerosas series documentales que se emitían principalmente en el segundo canal.
- Radiotelevisión Valenciana confió en empresas domiciliadas fuera de la Comunidad Valenciana para la externalización de numerosos programas de entretenimiento.
- La cadena autonómica invirtió en la dinamización del sector del doblaje aunque no apostó decididamente por la difusión de producciones en lengua valenciana.
- El cierre de Radiotelevisión Valenciana derivó en el cierre de las principales empresas audiovisuales de la Comunidad Valenciana y produjo una migración de profesionales a otros territorios o a otros sectores profesionales.

1.5. Metodología

La metodología de trabajo a aplicar para la realización de esta tesis doctoral ha sido exploratoria en su fase inicial, para pasar a un proceso más descriptivo y explicativo en las fases posteriores. De esta manera se ha pretendido profundizar en el objeto de análisis para conseguir extraer las conclusiones que nos permitan poner a prueba las hipótesis a priori establecidas.

Para la obtención de los datos que son objeto de análisis se han planteado dos procedimientos, uno cuantitativo y otro cualitativo.

La información cuantitativa se ha obtenido a partir del análisis de la información aportada por diversas entidades públicas y privadas relacionadas directamente con el objeto de estudio:

- Radiotelevisión Valenciana (RTVV)
- Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas (EAVf)
- Productors Audiovisuals Valencians (PAV)
- Asociación Valenciana de empresas productoras de animación (AVEPA)
- Asociación Valenciana de empresas de doblaje y sonorización (AVEDIS)

- Asociación de empresas de servicios audiovisuales valencianas (AESAV)
- Conselleria de Cultura – Culturarts
- Sindicatura de Comptes
- Catálogo Fem tele de 9
- Universitat Jaume I de Castelló
- Universitat de València
- Otros organismos

La información cualitativa se ha obtenido mediante técnica documental y técnica de campo a partir del análisis de la información aportada por las siguientes fuentes:

- Técnica documental, a partir de la información aportada por investigadores que, directa o indirectamente, han tratado el tema objeto de análisis en sus publicaciones e informes y han expresado sus valoraciones y análisis sobre el objeto de estudio
- Técnica de campo, basada en dos aspectos:
 - Realización de un formulario de preguntas de opción cerrada difundido entre los profesionales y empresarios del sector audiovisual local, para conocer de primera mano su opinión sobre los procesos de externalización en la televisión autonómica. El formulario ha sido realizado con la herramienta «Formularios de Google», y el enlace al formulario ha sido distribuido con la colaboración de diversas asociaciones empresariales y profesionales del sector audiovisual local. Se estima que el universo total de encuestados puede situarse en torno a 800 profesionales. La cifra sobre el número de miembros de cada organización es aproximada, puesto que no existen datos oficiales ni censos exactos, de carácter público, por lo que se han obtenido a través del contacto directo con sus responsables y/o con la información disponible en sus páginas web. Además, puede darse el caso de que algunos profesionales tengan vinculación con varias organizaciones al mismo tiempo. A continuación se detallan las Asociaciones que han colaborado en la distribución del cuestionario entre sus asociados y asociadas:

DENOMINACIÓN DE LA ASOCIACIÓN	Nº ASOCIADOS/AS
Acadèmia Valenciana de l'Audiovisual (AVAV)	240
Actors i Actrius Professionals Valencians (AAPV)	30
Associació de Dones Cineastes i de Mitjans Audiovisuals (CIMA)	10
Associació d'Empreses de Serveis de l'Audiovisual Valencià (AESAV)	40
Associació de Productors Audiovisuals Valencians (PAV)	100
Associació de Treballadors de l'Audiovisual Valencià (ATRAU)	174
Associació Valenciana d'Empreses de Producció Audiovisual i Productors	25

Independents (AVANT)	
Associació Valenciana d'Empreses Productores d'Animació (AVEPA)	15
Associació Valenciana d'Estudis d'Animació (ANIMAT)	15
Associació Valenciana d'Estudis de Doblatge i Sonorització (AVEDIS)	5
Associació Valenciana de Productors Independents (AVAPI)	20
Escriptors de l'Audiovisual Valencià (EDAV)	136

Tabla 1. Asociaciones empresariales y profesionales participantes en la fase cualitativa de la investigación. Elaboración propia

Llama la atención la escasa participación de los profesionales del audiovisual, con 71 respuestas sobre un universo aproximado de 800 profesionales. Es decir, aproximadamente un 10% de los empresarios y profesionales a los que se ha hecho llegar la encuesta han participado en el estudio.

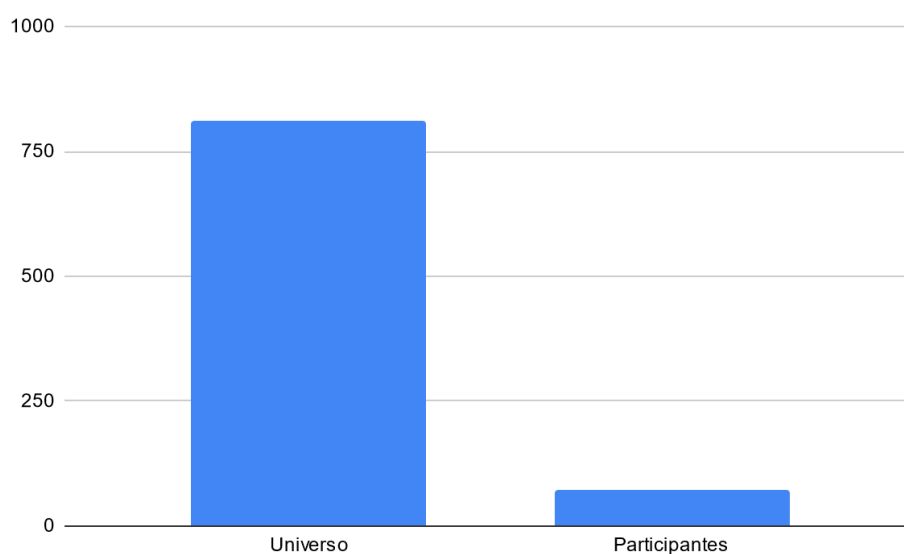


Gráfico 1. Comparativa entre el número de participantes y el universo potencial de profesionales y empresarios a los que se ha distribuido el cuestionario

Disponemos de datos sobre el perfil de los empresarios y profesionales que han participado en el estudio, relacionados con el sexo y con la situación profesional de los encuestados en febrero de 2020. Los gráficos que se derivan de estos datos son los siguientes:

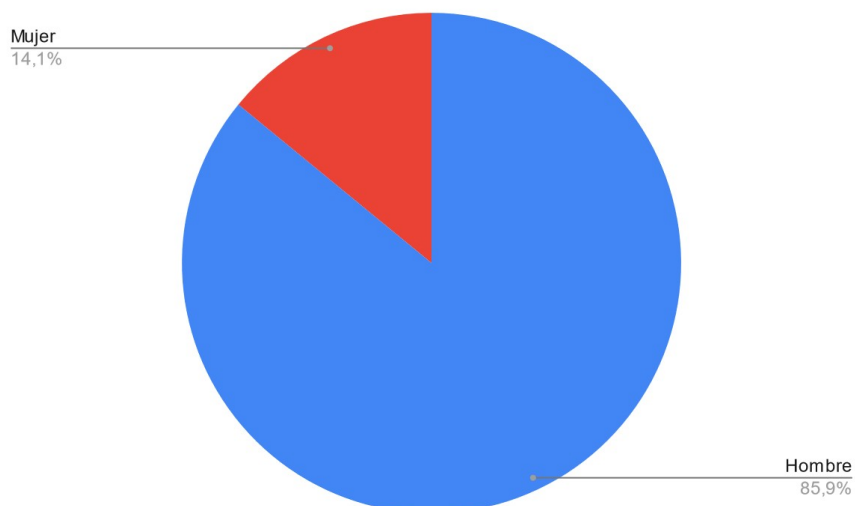


Gráfico 2. Análisis de los participantes en función de su sexo

Del gráfico anterior se deriva que apenas un 14% de los participantes son mujeres, respecto al 86% de hombres. Estos datos podrían guardar relación directa con la representatividad que el sexo femenino tiene en el sector, altamente masculinizado.

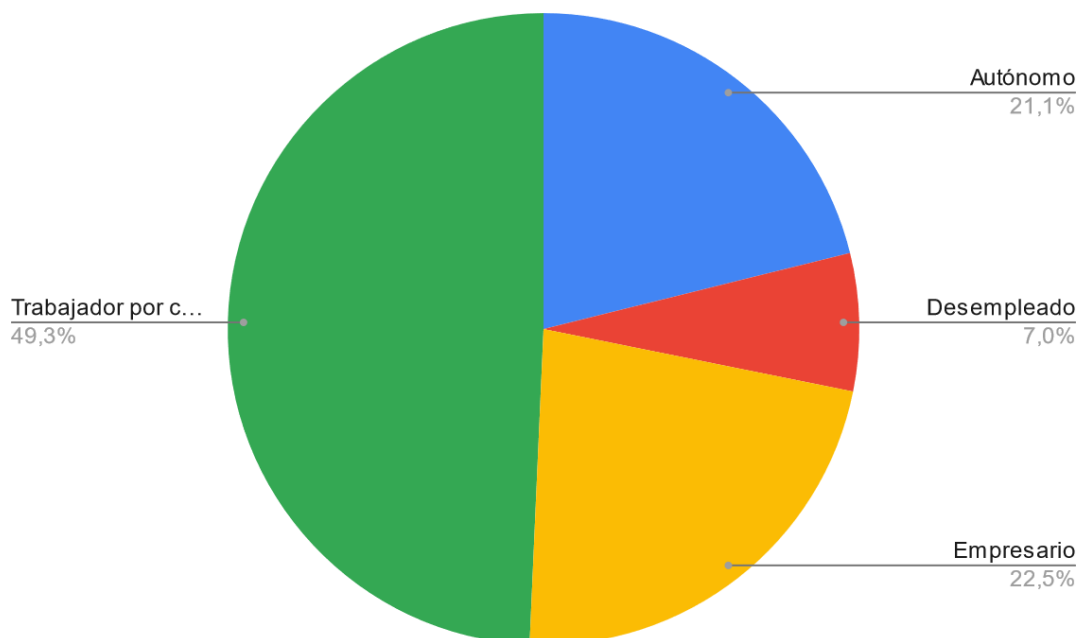


Gráfico 3. Comparativa de los participantes según su situación laboral en febrero de 2020

El gráfico anterior nos muestra los porcentajes de participantes en relación a su situación laboral en el mes de febrero de 2020. Cabe destacar que prácticamente el 50% de los encuestados eran trabajadores por cuenta ajena, es decir, se encontraban contratados por una empresa del sector audiovisual. El 21% de los participantes era autónomo, mientras que uno de

cada cuatro participantes era empresario. Tan sólo un 7% de las personas que han completado el formulario se encontraba en situación de desempleo.

- Realización de entrevistas en profundidad a cinco profesionales directamente vinculados con el ámbito de estudio que a través de sus opiniones personales dejan constancia empírica de los procedimientos de externalización establecidos en la cadena autonómica valenciana. Han participado en estas entrevistas los siguientes profesionales:
 - Ximo Pérez (productor de cine y televisión y expresidente de Productors Audiovisuals Valencians y Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas)
 - Jordi Hidalgo (exresponsable del Departamento de producción externa de Radiotelevisión Valenciana)
 - Joana Chilet (extrabajadora del Departamento de producción externa de Radiotelevisión Valenciana)
 - Luis Gosálbez (Gerente de Productors Audiovisuals Valencians y Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas)
 - José Ignacio Pastor (Vicepresidente del Consell d'Administració de Radiotelevisió Valenciana 2003-2011)

El plan de trabajo se ha dividido en cinco etapas:

- Etapa 1: Elaboración de la estructura básica de la tesis doctoral y redacción de los apartados de introducción, definición de objetivos e hipótesis, y establecimiento de la metodología de trabajo.
- Etapa 2: Revisión y análisis de publicaciones e informes relacionados con el tema de estudio y redacción del marco teórico
- Etapa 3: Recopilación y Análisis de información cuantitativa y redacción del cuerpo de la investigación.
- Etapa 4: Realización de entrevistas cualitativas y redacción de conclusiones
- Etapa 5: Redacción de conclusiones para los distintos capítulos, valoraciones finales del documento y revisión de la bibliografía.

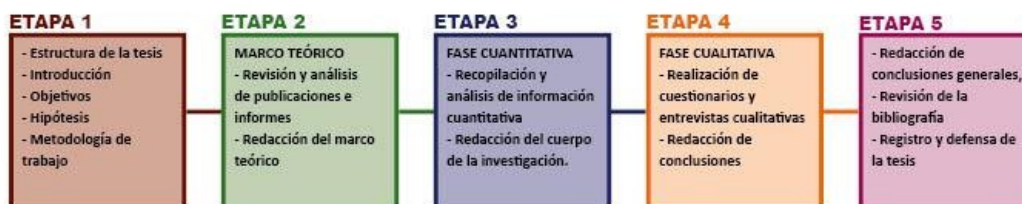


Gráfico 4. Etapas en que se divide la investigación

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico que a continuación se expone gira en torno a tres grandes temas: el papel de la televisión pública en el ámbito europeo, nacional y local, las metodologías de producción televisiva y las tipologías de géneros y formatos televisivos.

En el primer epígrafe se revisa la investigación de numerosos autores sobre la evolución y tendencias de la televisión en Europa para después centrarnos en el análisis de la televisión en España y, más concretamente, de la televisión pública autonómica y su papel como motor de las industrias audiovisuales regionales. Dado que el análisis de esta Tesis doctoral se centra en la externalización de la producción de una televisión pública autonómica, RTVV, parece interesante contextualizar cuál ha sido la evolución de las televisiones europeas y nacionales, y cuáles son las tendencias de gobernanza y funcionamiento de las televisiones de proximidad.

En el segundo epígrafe repasamos los distintos modos de producción televisiva, estableciendo la distinción entre producción ajena, externalizada, asociada y propia. Consideramos importante distinguir el significado de estos cuatro términos para comprender la información analizada en el corpus de la investigación.

Para finalizar, un tercer epígrafe se centra en la diferencia entre géneros y formatos televisivos y repasamos las características de los formatos más habituales, sin olvidar el concepto de hibridación, tan presente en este ámbito. Este epígrafe se considera necesario para comprender la clasificación de la información analizada en el corpus de investigación.

2.1. La televisión pública en el ámbito europeo, nacional y local en la última década

2.1.1. Evolución y tendencia de los medios de comunicación públicos en el contexto europeo

Desde las primeras emisiones regulares de televisión, hace casi un siglo, hasta la fecha, este medio de comunicación ha evolucionado de una manera continua consolidando cada vez más su hegemonía entre el conjunto de los medios de comunicación social.

Emili Prado, en el informe titulado “Indispensabilidad de la televisión pública en el universo convergente” sintetiza los rasgos principales de la

televisión actual y los cambios que han llevado a este medio de comunicación desde sus inicios basados en la transmisión de imágenes en movimiento y sonido utilizando las ondas hertzianas, 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.

Así pues, destaca Prado que en el campo de la transmisión de la señal televisiva hemos pasado del soporte único de las ondas hertzianas, al uso de múltiples soportes: hertziano terrestre, cable, satélite, redes IP dedicadas, internet, 3G y 4G. Curiosamente, pese a tener diferentes tecnologías de transmisión, todas ellas cubren la misma función básica: transportar la señal televisiva entre emisor y receptor (Prado, 2015:44). Un aspecto a destacar de estas nuevas tecnologías de transmisión de la señal televisiva, es que nos han permitido superar las fronteras territoriales en el ámbito de la transmisión televisiva que ha pasado de ser local, regional o nacional, a tener una cobertura universal. “Hemos pasado de un alcance nacional a la convivencia de servicios de alcance nacional con otros de alcance local, transnacional y global (Prado, 2015:45).”

En este sentido, Jessica Izquierdo nos recuerda que la audiencia está marcando la tendencia mediante la transformación de sus hábitos de consumo de contenidos audiovisuales. Izquierdo destaca el incremento exponencial del consumo de vídeo on-line en los últimos años en un país en que la alta penetración de smartphones (85,5% en 2014) y la contratación de servicios de tarifa plana de datos por más de un 80% de la población en 2013, facilitan el acceso de la ciudadanía al contenido audiovisual (Izquierdo, 2015:81). Destaca la autora que los operadores ofertan sus contenidos en internet a través de sus propias plataformas o de plataformas operadas por terceros. Además diseñan aplicaciones exclusivas para los contenidos televisivos y canalizan los comentarios de las redes sociales sobre los contenidos en emisión.

Los estudios revelan que cada vez es más habitual la combinación de los consumos televisivos y de internet.

“Más de la mitad de la audiencia suele realizar alguna actividad mediante el Smartphone o la Tablet mientras ve la televisión. Además es curioso que los estudios destacan que la audiencia presta más o menos atención al dispositivo móvil según el contenido que esté visionando en la televisión. Así pues las series y los deportes consiguen mantener la atención en el televisor mientras que los programas de entretenimiento reparten más la atención (Izquierdo, 2015:81).

Pero además, la televisión actual presenta otro cambio evidente, el que hace referencia a la programación que hasta hace bien poco había sido

completamente lineal y que en la actualidad, además de la linealidad, ofrece la posibilidad del consumo a demanda, “elección entre un repertorio de productos, autoprogramación asistida, autoprogramación sugerida, navegación asistida y navegación autónoma”, en definitiva, ver lo que quieras cuando quieras (Prado, 2015:45).

En esta idea incide también Miquel Francés que considera que la televisión continuará produciendo y realizando contenidos audiovisuales a fin de alimentar su flujo de programación lineal diario, pero apostará fuerte por el desarrollo de sus players o plataformas de televisión a la carta, para la difusión de sus contenidos en la red, a la vez que se impulsa la llegada de los contenidos televisivos a los dispositivos de movilidad o smart TV. “Además, con la puesta en valor de nuevos contenidos audiovisuales enriquecidos o “transmedia” la andadura televisiva difumina más sus fronteras con Internet (Francés, 2015:123).”

Uno de los cambios más explícitos de la televisión actual frente a la televisión del Siglo XX, es la variedad de dispositivos en que podemos visionar los contenidos televisivos. El televisor ha dejado de ser el terminal único y se han multiplicado las posibilidades a todo tipo de pantallas habilitadas para la recepción de la señal televisiva: “televisores de pantalla plana y extraplana, de todas las dimensiones, con un ratio de apariencia 16:9, en alta definición y 3D, videowalls, proyectores, PC, laptops, notebooks, tabletas, dispositivos de mano, teléfonos móviles y otros dispositivos personales con pantalla (Prado, 2015:45).” Destaca el autor que estos cambios han motivado también un cambio en los lugares de consumo, abandonando el tradicional salón de la casa para consumir la televisión en cualquier lugar.

Cambios fácilmente asimilados por los consumidores pero no de tan rápida asimilación por los operadores y productores de contenidos televisivos que, en la actualidad, continúan adaptando sus tecnologías y procesos de producción y creación a la realidad del mercado audiovisual y a las demandas de una audiencia cada vez más conectada.

En este sentido, Emili Prado destaca también los cambios sufridos por la audiencia que “ha pasado de ser masiva a ser fragmentada, segmentada, micro, individual y conectada (Prado, 2015:46).” Lo cual supone una dificultad y un reto para la audiometría que, en el contexto actual tiene serias complicaciones para ofrecer una medida eficiente de la audiencia que tienen los programas que son consumidos en un contexto multiplataforma y multidispositivo.

Todo este panorama de cambios y la evolución constante del proceso de digitalización y la convergencia del audiovisual e internet, ha llevado a muchos

escépticos a augurar la muerte de la televisión. Emili Prado indica que “los cambios en el panorama mediático han estimulado una nueva ola de pronósticos sobre la muerte de la televisión, algo que se produce cíclicamente con cada innovación tecnológica aparecida desde el nacimiento de la televisión (Prado, 2015:39).” No hay que olvidar que con la aparición del cine ya se auguró la muerte de la fotografía, y la televisión iba a suponer la desaparición del cine y la radio. Augurios que, afortunadamente, no se han producido ya que cada nuevo medio ha sabido adaptarse a las nuevas realidades, actualizando sus capacidades comunicativas y creando su propio espacio de interacción con el público.

Por tanto, mientras algunos vaticinan la muerte de la televisión a manos de internet, otros insisten en que la televisión está más viva que nunca. “Podemos asegurar que la televisión no está muerta. Está más viva que nunca. Es más accesible que nunca. La televisión ocupa más espacio que nunca en la vida de los ciudadanos. Y los ciudadanos pasan más tiempo que nunca interactuando con los contenidos televisivos (Prado, 2015:53).”

De hecho, al analizar el número de españoles que consumen contenidos audiovisuales, según los datos de comScore y KantarMedia para Barlovento Comunicación, se observaba cómo en 2015 la audiencia acumulada en televisión aún superaba ampliamente a la de Internet, siendo 44 millones las personas que accedían a televisión y en torno a 26 millones las que lo hacían en Internet (Francés, 2015:122). En la actualidad las cifras están cambiando, ya que según el Estudio General de Medios, en 2018 el 40% de los televidentes consumían televisión a través de internet. En tan solo 3 años, el consumo de televisión por internet se duplicó y la tendencia es alcista.

Según el informe anual del Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA), en 2021 cada espectador vió una media de 206 minutos diarios de televisión, la cifra más baja desde 1993, cuando el consumo televisivo fue de 204 minutos diarios (GECA, 2022). Este estudio indica que el pico de mayor consumo de televisión se produjo en 2012 con 246 minutos de media. A partir de ese año el consumo no ha dejado de descender, 244 minutos en 2013, 239 en 2014, 234 en 2015, 230 en 2016, un pequeño repunte hasta 236 en 2017, 228 en 2018 y 215 en 2019. En 2020, de manera extraordinaria por la pandemia de COVID19 y el confinamiento de la población, la cifra volvió a crecer hasta los 233 minutos de consumo medio.

Llaman la atención los datos ofrecidos por la consultora Barlovento Comunicación en 2022, que afirma que 10,8 millones de personas usan el televisor diariamente para actividades diferentes a ver la televisión convencional, como visionado de youtube o escucha de spotify, jugar a videojuegos o escuchar la radio, entre otras. Y 1,6 millones es audiencia

exclusiva diaria de esta modalidad, es decir, solo utilizan el televisor para actividades distintas a consumir contenido televisivo (Barlovento, 2022)

2.1.1.1.La transmisión televisiva en Europa

Ante este panorama de cambios y evolución en la televisión actual, parece interesante realizar una revisión de la situación de la televisión en Europa. Son muchos los autores que analizan la evolución de los medios en el continente. Por ejemplo, Campos Freire ha analizado la televisión de 20 países europeos tomando como referencia datos del Observatorio Audiovisual Europeo de principios de la década. De los datos se deriva que el sistema de distribución tradicionalmente mayoritario de la televisión en Europa es el cable, que caracteriza un modelo de televisión de pago convergente con las telecomunicaciones. La cuota de penetración del cable superaba en 2012 el 42 por ciento, pero no era un modelo totalmente dominante porque hay algunos países –Italia o Grecia– en el que el cable tiene muy poco desarrollo o, incluso, otros como España, Francia y Reino Unido donde su cota de penetración es baja (Campos-Freire, 2013:92).

Por lo que respecta al satélite, la penetración media europea de este sistema de difusión era en 2012 del 23 por ciento. La TDT, que es el tercer sistema europeo de distribución de radiodifusión, tenía una cuota media europea de penetración que no superaba el 20% aunque en algunos países, como España e Italia, el sistema sigue siendo predominante con porcentajes del 65,4% y 58,3% respectivamente. Siguen el Reino Unido con 34,8%, Francia con 33,8%, República Checa con 30%, Finlandia con 26,5%, Suecia con el 21% y Noruega el 19,5% (Campos-Freire, 2013:94).

Por tanto, se puede afirmar que las estrategias y el despliegue de la televisión europea se concentran en las redes de pago (cable, satélite, IPTV y telefonía móvil) frente a la radiodifusión hertziana abierta (la TDT, televisión digital terrestre). El espacio hertziano, que es un bien público escaso, tiende a reducir su libre disponibilidad para los servicios básicos universales de televisión generalista en abierto, a medida que avanza su privatización a través de lo que se denomina como dividendo digital, liberándolo para la telefonía y otros contenidos de mayor valor añadido para las comunicaciones de movilidad. Así pues, el espectro radioeléctrico original de difusión terrestre de la televisión, como servicio público de interés general, es cada vez más sobreexplotado, privatizado y reducido (Campos-Freire, 2013:91).

Es decir, en Europa tendemos a una televisión convergente, conectada, interactiva y cada vez más de pago. Por sistemas de difusión, predomina el cable, con una cota de penetración cercana al 50% y con posibilidades de

seguir creciendo; seguido del satélite y la TDT, con el 23% y el 20% de participación, y la vigorosa emergencia del IPTV, con el 6,56% a nivel europeo. Las tendencias apuntan al futuro del IPTV y al desplazamiento de las redes hertzianas terrestres, tradicionalmente garantes de la difusión universal y gratuita, que dejarán el espacio electromagnético a las comunicaciones telefónicas de movilidad en detrimento de la propia televisión (Campos-Freire, 2013: 112).

La propia recomendación del Parlamento Europeo a través del informe elaborado por Jean Marie Cavada en 2012 sobre la distribución en línea de obras audiovisuales en la Unión Europea (Cavada, 2012) es alentar a todos los operadores de televisión a estar presentes en todas las plataformas. Ahí tenemos ya el Internet Protocol Television (IPTV), desarrollado a partir del *video-streaming*, para converger con la conexión a la red de redes, televisión a la carta y la metamorfosis de las cinco pantallas: televisor, ordenador, consola, teléfono móvil y cine en casa (Campos-Freire, 2013:97).

A la vista de estas tendencias, no hay duda de que el futuro de la televisión pasa por la convergencia con internet, y que cualquier teledifusora de ámbito nacional o autonómico debe trabajar en la opción de multidispositivo, una televisión cada vez más convergente con la telefonía e Internet (múltiple play) y conectada (IPTV), que también cada vez va a ser menos pública y más de pago (Campos-Freire, 2013: 103). De hecho la televisión pública en Europa ya representa menos del 15%, los canales internacionales un 10% y la televisión privada más del 75%.

2.1.1.2. 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 de la Unión. 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 en esta segunda década del siglo XXI 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 formado por las 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.

Si atendemos al nivel de descentralización de las cadenas, Andrés Boix identifica dos modelos de televisión pública de referencia en Europa con una clara apuesta por la descentralización: el francés y el alemán. En Francia la segunda cadena pública, France 3, está muy regionalizada, mientras que en Alemania se sigue un modelo televisivo descentralizado. Ambos coinciden en un aspecto: “es necesaria la producción de contenidos audiovisuales, tanto de radio como de televisión, financiados por los poderes públicos y realizados de forma descentralizada para servir de espejo del territorio donde están (Boix, 2015:22).” Otros autores consideran que desde el punto de vista de la organización del modelo radiotelevisivo público y privado, España se situaría en un nivel de descentralización similar al de Alemania (Campos-Freire, 2013: 103). Aunque Juan Carlos Miguel de Bustos y Miguel Ángel Casado del Río, indican que en “en ningún país de Europa –salvo Alemania, Bélgica o Suiza- se puede encontrar un sistema televisivo equiparable al servicio público autonómico español (Miguel y Casado, 2015:61).”

En 1974, Raymond Williams ya definió cuatro modelos de intervención estatal en los servicios de radiodifusión: el autoritario, el paternalista, el comercial y el democrático (Williams, 1974: 123-133). El modelo autoritario es aquel en el que los medios contribuyen a que una minoría gobierne a una sociedad, transmitiendo instrucciones, ideas y normas de la clase hegemónica con estrategias como la censura para reforzar el orden social (Williams, 1974: 125). El modelo paternalista se basa en un sistema autoritario con conciencia y

estrategias de control directo e indirecto que no solo pretenden el mantenimiento del propio poder sino también proteger y guiar a una mayoría hacia las maneras de pensar de la minoría. Por su parte, el modelo comercial se basa en el liberalismo económico y reclama la no injerencia estatal en el asunto de los medios de comunicación. Por último, el modelo democrático en el que el Estado se erige como garante de la emisión y la recepción televisiva y que, como destaca Azahara Cañedo pone el derecho a la comunicación a la altura del resto de derechos humanos básicos (Cañedo, 2018:54):

“Vale la pena recurrir al plano jurídico para comparar el derecho de acceso a la información con el derecho a la educación, no para forzar el análisis sino para intentar comprender en mayor profundidad el rol de la televisión pública y el valor de la circulación de contenidos audiovisuales y formatos televisivos en toda su magnitud (no solo desde su aspecto económico) (Olivieri y Guerin en Guerin *et al.*, 2013: 18).”

Se abre así un arduo debate sobre el papel que la televisión pública debe jugar en el contexto actual, y sobre todo el papel que las radiotelevisiónes públicas tienen para reforzar las garantías democráticas en los estados europeos. Emili Prado, por ejemplo, considera que los medios públicos son de vital importancia para garantizar la salud democrática. Para ello es importante que sean competitivos y permanezcan ajenos tanto al control partidista como a los condicionantes del mercado. “Estos servicios públicos deberían mantener una oferta en todas las plataformas, redes y formatos para multiplicar sus oportunidades de contacto con los ciudadanos (Prado, 2015:54).”

Enrique Bustamante incide en que “resultaría superfluo y reiterativo recordar, en efecto, que el servicio público de radiotelevisión es un mandato imperativo de nuestro modelo social europeo, por mucho que cada Estado tenga la capacidad de adecuarlo a las situaciones nacionales”. En este sentido recuerda las continuas menciones al protocolo de Ámsterdam, al Tratado de Lisboa, al Tratado de derechos fundamentales de la Unión de 2007, o a las comunicaciones sobre financiación pública de la Comisión Europea de 2001 y 2009, a la propia Constitución Española, o al Convenio de la Diversidad de la UNESCO, “documentos y reglamentos europeos, sintetizados por muchos autores en tiempos recientes, únicos mimbres que posibilitan la construcción y sostenibilidad del servicio público para el futuro con sus misiones y funciones inequívocas (Bustamante, 2015: 24).”

El autor recuerda que las buenas prácticas de servicio público, testadas y verificadas durante años, especialmente en la británica BBC y en las alemanas ARD y ZDF, han sido recopiladas y sistematizadas por informes del Consejo de Europa que guardan toda su vigencia. Recomendaciones que también recoge

el *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado* elaborado en 2005 en España (Bustamante, 2015:28).

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 definía 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. Lluís de Carreras, por ejemplo, cuestiona especialmente esta 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. Entre estas obligaciones adicionales estarían 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, en opinión de este autor, revelan “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 programen un entretenimiento digno, creativo y participativo porque “tienen un compromiso ineludible con los ciudadanos: ofrecerles posibilidades de ocio y entretenimiento de calidad (Santos, 2009:195).” Santos insiste en que la programación de la televisión pública debe ser entretenida para que el servicio público resulte eficaz en la sociedad.

Boix y Pereiro van más allá y exigen a las televisiones públicas estén a la vanguardia con una programación y producción propia más innovadora, atrevida y abierta, para atender así la necesaria diversidad cultural que se les requiere como servicio público que son (Boix y Pereiro, 2017:37).

Sin embargo, Germà Llorca considera que el debate acerca de qué contenidos debería albergar la parrilla de una televisión pública generalista se aparca constantemente o se zanja con generalidades e inconcreciones. “Esta carencia de una definición de lo que son los contenidos de calidad beneficia la homogeneización general de los contenidos y perjudica la adopción de un modelo basado en la calidad de la programación (Llorca, 2009:294).” Recuerda este autor que los denominados contenidos de calidad suelen relegarse a los lugares menos interesantes de la parrilla de programación, o a segundos o terceros canales.

Emili Prado ha realizado un decálogo sobre la indispensabilidad de la televisión pública. Este autor considera que estas cadenas siguen siendo necesarias para:

1. Poner a disposición de los ciudadanos un amplio repertorio de contenidos relacionados con su identidad cultural
2. Proporcionar información independiente que permita a los ciudadanos interpretar la realizada compleja de su entorno.
3. Propiciar diversidad de programas para contrarrestar la homogeneización de la oferta televisiva actual.
4. Permitir la experimentación e innovación en el uso de los géneros, del lenguaje y de la televisión.
5. Desempeñar el papel de motor de la industria audiovisual nacional, y local.
6. Fomentar la participación de todos los ciudadanos y grupos sociales, dando visibilidad a sus ideas y creaciones.
7. Asegurar la visibilidad del talento creativo del territorio
8. Poner en valor la memoria audiovisual y facilitar el acceso de los ciudadanos a ese patrimonio
9. Liderar la producción multiplataforma
10. Garantizar el pluralismo ideológico y la independencia editorial (Prado, 2015:58).

Tal y como se destaca en los puntos 4 y 9, unas de las misiones de servicio público que tienen las televisiones son las de innovar y ser líderes en el desarrollo de nuevas tecnologías, entre ellas internet, pero las estructuras clásicas de organización de los medios, la dificultad de destinar recursos a este fin en tiempos de crisis, y la escasa legitimación que a día de hoy tienen las audiencias en la red, llevan a las cadenas “a plasmar una estrategia pasiva y marginal hacia internet (Miguel y Casado, 2015:77).”

Emili Prado incide en las necesidades de la televisión pública para conseguir los objetivos de servicio público que se le asignan:

- Presupuesto estable, proporcional a la dimensión de sus objetivos
- Ser juzgada con criterios de rentabilidad social
- Medir el éxito de sus programas en términos de cumplimiento de los objetivos y no por la cuota de pantalla
- Disponer de un sistema de gestión que garantice su independencia y la aplicación de criterios profesionales en la toma de decisiones. (Prado, 2015:59)

Este último aspecto, la necesaria gestión autónoma de la cadena, es algo reivindicado por muchos autores que han analizado los sistemas de gobernanza en las televisiones públicas. En este sentido, se tiende a coincidir en la necesidad de disponer de un director general y un consejo de administración nombrados por el Parlamento por mayorías cualificadas reforzadas con profesionales de experiencia en el campo audiovisual. Esta recomendación que en España se aplicó en Radiotelevisión Española (RTVE) con la Ley de 2006, no ha sido trasladada al ámbito autonómico salvo en el caso de la Corporación Catalana, la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación y parcialmente las radiotelevisiones de Andalucía y Asturias. Cabe destacar que tanto en el caso de RTVE como en Cataluña, el sistema fue modificado posteriormente para retroceder a los sistemas de control gubernamental. En el caso de la Comunidad Valenciana, el sistema está siendo cuestionado al considerarse que los profesionales del audiovisual no siempre son los mejor capacitados para el ámbito de la gestión, debiendo dar entrada en estos órganos de gestión a profesionales del derecho y la economía.

Por su parte, Maria Soler y Javier Marzal también han analizado el papel de la televisión pública en la sociedad actual. En sus investigaciones añaden una función más para el servicio público de televisión: “la cohesión social y vertebración del territorio, para construir, en definitiva, la identidad de un pueblo, como el valenciano, que tiene una lengua y cultura propias, con una larga tradición histórica (Marzal y Soler, 2015:137-138)”.

2.1.1.3. Financiación de la televisión pública europea

El debate sobre las perspectivas de la televisión pública en Europa no solo se centra en definir los objetivos de este tipo de cadenas. Uno de los principales problemas que amenazan la supervivencia de los medios públicos de comunicación es su financiación. Garantizar la sostenibilidad económica de las televisiones públicas es el principal problema de los gobiernos y los investigadores no son ajenos a esta situación.

En su trabajo, Peña (2013: 143 y ss) ha descrito con detalle las fórmulas de financiación de los principales entes de radiotelevisión públicos europeos. La BBC británica se financia a través de una triple vía: un canon vía impuestos, las operaciones comerciales sobre los contenidos de producción propia y los subsidios de la Foreign Office, la Commonwealth Office y la Cabinet Office. El presupuesto global de la BBC con dinero público es de unos 5.000 millones de euros. La ARD y ZDF alemanas se financian a través del canon y la publicidad. El presupuesto, en este caso, sube hasta los 8.200 millones de euros. La RTF francesa se financia a través de un gravamen a los operadores de telecomunicaciones y se ha propuesto la retirada progresiva de la publicidad. Una parte de su presupuesto se financia vía inversiones del Estado, que estudia la posibilidad de hacer extensible un canon a los propietarios de tablets y smartphones. La cantidad de dinero público en el servicio francés es de unos 3.000 millones de euros. Por último, la RAI italiana hace servir un modelo mixto de ingresos publicitarios y financiación por parte del Estado, que desembolsa anualmente unos 1.900 millones de euros.

El modelo de financiación de la televisión pública estatal de España, Radiotelevisión Española (RTVE), era similar al italiano, aunque hay que destacar que desde 2010 RTVE ha suprimido la publicidad de su parrilla televisiva y el Estado se encarga del 100% del presupuesto, estimado en unos 1.200 millones de euros por año. Por tanto, en la actualidad, RTVE se situaría más en la línea de la televisión francesa mientras que los canales autonómicos españoles mantendrían un modelo mixto de financiación como la RAI italiana (Llorca, 2015:107).

También si tenemos en cuenta el coste por habitante de la televisión pública, las cifras indican que el caso español es similar al francés con una de las cifras más baratas de Europa. Los hogares europeos en los que el coste por hogar es más barato son Bulgaria, Letonia y Lituania (menos de 10 euros). El máximo se da en Suiza (175 euros) (Miguel y Casado, 2015:68). La media de coste por hogar en la Unión Europea se situó en los 156,2 euros, mientras que el coste por hogar en España era de 98,8€. A continuación se expone una tabla con el coste por habitante de la televisión pública, estatal o autonómica, en algunos territorios de la Unión Europea.

TERRITORIO	COSTE POR HABITANTE
Europa	66,9€
España	38,9€
Dinamarca	164,1€
Alemania	121€
Alemania (autonómicas)	85€
Bélgica (autonómicas)	72,5€
España (autonómicas)	28,5€
Lituania	7,5€

Tabla 2. Coste de la televisión por habitante en los países de la Unión Europea. Fuente: FORTA 2017

En este punto no podemos olvidar hablar de la financiación de la radiotelevisión pública valenciana, objeto de investigación en esta tesis doctoral. El sistema de financiación de Radiotelevisión Valenciana (RTVV) respondía también al modelo de la RAI italiana, con sistema de financiación mixto basado en la financiación por parte del gobierno autonómico a través de un presupuesto fijo anual a lo que se añadían los ingresos obtenidos por la explotación publicitaria. RTVV tuvo en 2012 un presupuesto total de 154 millones de euros, lo que supuso una inversión de 30,8€ por habitante. La nueva cadena autonómica valenciana, À Punt, ha perpetuado este sistema mixto de financiación, pero su contrato programa con la Generalitat contempla un presupuesto anual de 55 millones de euros, que se corresponde con un gasto de 11 euros por habitante.

Germán Llorca destaca que en Europa los estados continúan siendo intervencionistas y reclama una directiva comunitaria vinculante, de carácter armonizador, que unifique los modelos televisivos públicos para evitar el debate sobre quién tiene que pagar el servicio público de la radiotelevisión (Llorca, 2015:10). El objetivo sería tratar de evitar que la financiación estatal influya en el modelo programático de la televisión pública. A lo largo de la historia, este sistema de financiación tan dependiente de las administraciones públicas ha derivado en presiones financieras que “no solo socavan su independencia, sino que también limitan su capacidad para financiar la programación (Steemers, 2017: 29).”

Ramón Zallo considera que la financiación de la televisión pública por parte del Estado es necesaria, porque únicamente con los ingresos publicitarios es imposible cumplir con los objetivos encomendados de servicio público, menos teniendo en cuenta la batalla por la audiencia implementada por las televisiones privadas. “No es posible, ni siquiera teóricamente, una financiación exclusivamente publicitaria y el cumplimiento de los objetivos de servicio público (Zallo, 1992: 151).”

Miguel y Casado destacan que en un contexto como el actual, de dificultades de financiación para las cadenas públicas, los objetivos de servicio público deben ser revitalizados y colocados en primer lugar, de forma que los recursos sean canalizados hacia la consecución de dichos objetivos (Miguel y Casado, 2015:76).

Para afrontar este problema de financiación de las televisiones públicas, los gobiernos tienden a establecer contratos-programa entre las cadenas públicas de televisión y el propio gobierno, normalmente revisables cada tres años y supervisados y aprobados por el Parlamento. Estos contratos-programa suelen incluir indicadores de seguimiento cualitativos y cuantitativos controlados por la Comisión del Parlamento, y por la autoridad audiovisual independiente. (IRME, 2005:102-103). Este sistema facilita una financiación suficiente sin endeudamiento, pública y transparente. En España, Enrique Bustamante destaca la situación de la Corporación RTVE, que suscribió su mandato marco a nueve años pero nunca formalizó el contrato-programa con el gobierno ni con el Parlamento. Por lo que hace a las televisiones autonómicas el panorama es diverso, y son pocos los entes públicos que cuentan con mandatos-marco.

Por su parte, Andrés Boix recuerda que hay que tener presente que la regulación que viene de la Unión Europea en materia de competencia y financiación pública de determinadas actividades ha considerado posible y razonable la convivencia de un sector público con el mercado privado en el sector audiovisual. Destaca este autor que en el caso de que además de mercado privado haya televisiones públicas financiadas con recursos públicos, “el dinero público sólo podrá ir destinado a la parte de la programación de estas televisiones que tenga la consideración de servicio público y nunca a aquella en la que el operador público esté compitiendo con los privados. Parcela de actividad en la que, si hay ayudas públicas, todos han de poder acceder a las mismas en condiciones de igualdad (Boix, 2015:22).”

Si esta situación se cumpliera, y el dinero público solo se destinara a financiar los espacios televisivos considerados de servicio público, todavía se complicaría más la supervivencia de los medios públicos de comunicación, tal y como se comenta en el siguiente epígrafe.

2.1.1.4. Los contenidos en la televisión europea

En los epígrafes anteriores hemos hecho mención a los objetivos de la televisión pública en Europa, así como a los problemas de financiación a que se enfrentan estas cadenas. A continuación nos centraremos en el debate sobre los contenidos que emiten o deberían emitir estas cadenas, así como en

la función de servicio público de los contenidos que se insertan en sus parrillas de programación.

Los autores que han analizado los contenidos de las televisiones públicas en Europa, reconocen cierta tendencia al incremento de la producción ajena con más de la mitad de las adquisiciones de origen norteamericano y casi un 25% europeas. La baja circulación interna del mercado audiovisual europeo contrasta con la constante demanda de cine norteamericano, que sigue siendo una garantía de audiencia (Campos-Freire, 2013:111). En este sentido, el informe de 2009 de la Unión Europea sobre el audiovisual y las emisiones europeas de televisión revela que el 62,4% de las emisiones televisivas de 2007 correspondieron a obras europeas y el 31% a producciones independientes.

Emili Prado recuerda que, por lo que hace a los contenidos, la oferta pública de televisión es más diversa y distinta de la oferta privada. Aunque hay autores como Alfred Boix que cuestionan la calidad de los contenidos de la televisión pública en España respecto a la de otros países europeos:

“hay televisiones públicas más «simpáticas», modernas y plurales – propias de países, como pueden ser Alemania o el Reino Unido, donde se considera que la diversidad de la población y su riqueza cultural es un valor añadido...– y cosas como RTVE –con un modelo unitario culturalmente muy anclado en las visiones dominantes, en todos los aspectos, incluido el lingüístico, que hay en Madrid sobre lo que es o debería ser idealmente España (Boix, 2015:32).”

Estructura general de la oferta según géneros de las televisiones públicas y privadas (Temporada 2011-2012)

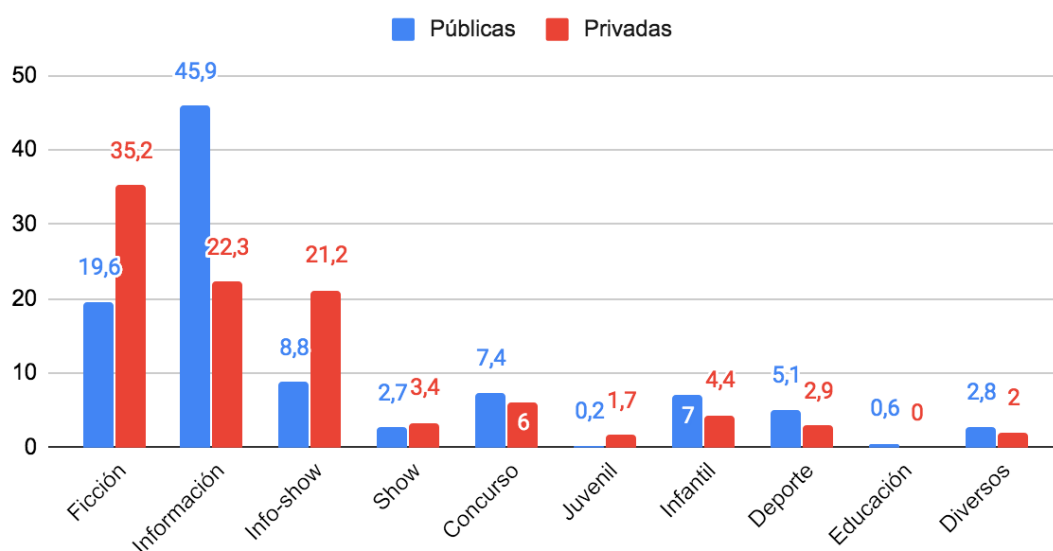


Gráfico 5. Oferta de contenidos por géneros en España en la temporada 2011-2012.
Fuente: (Prado, 2015: 55)

Emili Prado asegura que las televisiones públicas europeas en su conjunto mantienen un perfil de la oferta de contenidos dominado por el macrogénero de la información (45,9%), mientras que las privadas están dominadas por el macrogénero de la ficción (35,2%). Además, las televisiones privadas dedican al género de la telerrealidad un 21,2%, más del doble de tiempo que sus competidoras públicas. De los datos se desprende también que las televisiones públicas dedican más tiempo que las privadas a los contenidos infantiles y otorgan más espacio a la educación y al deporte (Prado, 2015:55-56).

En este sentido, la información, “corazón de la distinción de servicio público”, debe dotarse de un estatuto y un consejo de información, que garanticen su independencia respecto de las presiones políticas y económicas. (IRME, 2005:102-103) Por ello es muy importante la independencia editorial “que refleje el pluralismo político y social del ámbito de cobertura”. (Ley General del Audiovisual, 2010. Art. 42.) Los programas de información deben ser reflejo de la pluralidad y diversidad de la sociedad, recogiendo todos los puntos de vista a nivel “político, religioso, étnico, generacional, de sexos y de regiones (Portales en Rincón, 2005: 127).”

Está claro que en el macrogénero de la información las televisiones públicas cumplen una función social, pero en el ámbito del entretenimiento, lo difícil es distinguir qué programas son de servicio público y cuáles no, algo que en opinión de Emili Prado, es indistinguible ya que en cuanto un espacio televisivo se integra en una estructura de programación y ha sido ideado o adquirido para cumplir con unos objetivos marcados en un contrato programa, es un programa de servicio. Para este autor, no es adecuado diferenciar entre programas de servicio público y programas comerciales ya que, por definición,

“No es posible aplicar una distinción entre programas de servicio público y otros que no lo son, en cuanto se integran en una estructura de programación y han sido ideados o adquiridos para cumplir con unos objetivos marcados en un contrato programa. No es adecuado, pues, tratar de diferenciar una vez establecida con claridad la misión de la televisión pública todas sus emisiones responderán a la consecución de los objetivos marcados, es decir, al criterio de servicio público (Prado, 2015:57).”

En esta línea se expresa también Toni Mollà en *Quina televisió pública? Amenaces i oportunitats a l'era digital* (Bromera, 2009) para quien las buenas televisiones públicas europeas se han caracterizado, entre otras razones, por ser un polo de referencia del sector audiovisual, educativo y cultural, el denominador común de los cuales radica en la construcción multifactorial de la cultura y de la vida en sociedad (Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:21).

No podemos olvidar que la multiplicación de canales ha llevado aparejada una extraordinaria sectarización de los contenidos y a día de hoy, el ciudadano tiene más posibilidades que nunca de seleccionar los contenidos audiovisuales más afines a sus gustos o puntos de vista. Una idea que cuestiona Emili Prado, quien considera que

“multiplicidad no significa necesariamente diversidad: una mayor oferta en canales no es sinónimo de diversidad externa y, aunque desemboca en la fragmentación de las audiencias, no garantiza que cada espectador realice un consumo cultural televisivo basado en contenidos diferentes y diversos” (Prado en Marzal *et al.*, 2015: 54).

Aún así, las televisiones públicas deben ser capaces de garantizar la diversidad de contenidos en su parrilla de programación, así como atender los gustos y necesidades de las minorías, habitualmente desatendidas por las televisiones comerciales.

“Una televisión pública puede y debe impulsar programas para públicos específicos o que no alcancen el pleno financiamiento. La tarea de la administración será hacer compatible el financiamiento del “todo” con la realización de aquellas “partes” deficitarias que contribuyen al mejor cumplimiento de su misión (Rincón, 2005: 111).”

En ocasiones, la competencia por la audiencia introducida por la televisión privada, pone en riesgo la vocación social de la televisión pública que llega a abandonar el camino de lo público en la búsqueda del incremento de espectadores. Lógicamente, se establece una lucha desigual por la audiencia, ya que las televisiones privadas realizan una programación para la mayoría de ciudadanos, sinónimo de ingresos económicos y posibilidades de financiación, mientras que las televisiones públicas se ven obligadas a realizar una programación que atienda la diversidad social y dé cobertura mediática a las minorías, con un mayor componente cultural que no siempre es garantía de audiencia.

Según datos del Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual (GECA), las cadenas tienen a incrementar los contenidos de entretenimiento e informativos, y a reducir el porcentaje de contenidos de ficción. Esta tendencia es más acentuada en Televisión Española y en las televisiones autonómicas. Para algunos autores, esta tendencia de incremento del entretenimiento es síntoma de la tendencia a la imitación de la televisión comercial que realizan las cadenas públicas, que van reduciendo la producción propia de ficción, referencia de calidad televisiva y de coste más elevado, por la producción de entretenimiento siguiendo el modelo de la televisión comercial.

Por lo que hace a los deportes, se ha reducido en los últimos años su presencia en las cadenas públicas debido a los altos costes de los derechos de emisión, y se ha incrementado la programación deportiva en las cadenas privadas dispuestas a invertir en este tipo de contenidos por la rentabilidad de audiencia que les reporta.

En este maremágnum de posibilidades televisivas, se abren una serie de oportunidades para las industrias locales de producción audiovisual que pueden encontrar en la proximidad de los contenidos un importante factor de enganche, en tanto que se refiere al medio del usuario, a su entorno de relaciones personales y sociales, y a su universo de cultura de proximidad.

Las industrias locales junto con las televisiones autonómicas, encuentran en la diversidad lingüística y cultural de los territorios una fuente personalizada de contenidos cuya difusión, como nos recuerda Azurmendi, está recogida en la Ley General de la Comunicación Audiovisual que garantiza los derechos de los ciudadanos “a recibir comunicación audiovisual en condiciones de pluralismo cultural y lingüístico mediante la protección de las obras europeas y españolas, así como de las distintas lenguas oficiales y manifestaciones culturales españolas (Azurmendi et al., 2011).”

En resumen, el equilibrio entre los contenidos de servicio público y la batalla por la audiencia pone a las televisiones públicas en una complicada situación a la hora de definir su parrilla de programación. Es por ello que una financiación estable de cualquier medio público de comunicación es imprescindible para que se pueda mantener el objetivo de servicio público a pesar que las audiencias no siempre respalden la emisión al mismo nivel que lo hacen con la oferta privada.

2.1.2. La televisión pública en España

Tras repasar en el punto anterior la evolución y tendencias de la televisión Europea, nos acercaremos al ámbito nacional para conocer cómo ha evolucionado la televisión en nuestro país.

Mucho ha cambiado el panorama televisivo en nuestro país desde que en 1956 dieron comienzo las emisiones oficiales de la cadena pública española, Radiotelevisión Española (RTVE). En los orígenes, la televisión en España tuvo carácter de servicio público al tomar como referentes otros modelos televisivos adoptados en Europa y en contraposición al modelo estadounidense que se decanta mayoritariamente por la gestión privada y comercial. Transcurrieron diez años hasta que en 1966 se iniciaron las emisiones del segundo canal de la

televisión pública nacional, más conocida como La 2, y no fue hasta 1982 cuando empezaron a emitir las primeras cadenas públicas autonómicas.

En los casi cuarenta años que han transcurrido desde 1982, hemos pasado de tener en España una oferta televisiva en la que solo había dos canales de televisión estatal, La 1 y La 2 de RTVE, a un escenario en el que, poco a poco, fueron emergiendo las primeras radiotelevisiones autonómicas públicas. Así pues, entre 1982 y 2006, y amparadas por la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, del Tercer Canal de Televisión se crearon operadores públicos en trece de las diecisiete comunidades autónomas: El País Vasco (1982), Cataluña (1983), Galicia (1985), Madrid (1989), Comunidad Valenciana (1989), Andalucía (1989), Canarias (1999), Castilla-La Mancha (2001), Islas Baleares (2005), Extremadura (2006), Asturias (2006), Aragón (2006) y Murcia (2006). Así pues, en España, salvo en territorios como Navarra, Cantabria, La Rioja, Castilla y León, Ceuta o Melilla, todas las comunidades autónomas tienen televisiones regionales públicas o semipúblicas. A estas debe sumarse la Comunidad Valenciana tras el cierre de RTVV en 2013 y la apertura de À Punt (2018).

No hay que olvidar que frente al panorama de televisiones públicas, desde 1990 han emergido también numerosos canales de televisión privada. Las concesionarias que recibieron en 1990 las primeras licencias fueron: Antena 3 Televisión, Gestevisión Telecinco y la Sociedad Española de Televisión Canal Plus. Una adjudicación que, según destaca Jessica Izquierdo, provocó la acusación hacia el gobierno “de haber propiciado la dualidad, con la derecha (Antena 3) y la izquierda (Telecinco) y el partidismo en beneficio de los intereses del gobierno del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) (Canal Plus)” (Izquierdo, 2014:737).

En 2005 se otorgó una nueva licencia analógica, concedida para La Sexta, conformada por Televisa (40%) y un consorcio de productoras españolas (60%) entre las que destaca Globomedia y Mediapro. Además, la decisión iba acompañada de una modificación de la licencia de 1989 de Canal Plus, que se convertía en abierto con el canal Cuatro. Por lo tanto, el mapa televisivo con cobertura estatal en abierto pasó de estar formado por cuatro actores (La 1, La 2, Telecinco y Antena 3) a seis (La 1, La 2, Telecinco, Antena 3, Cuatro y La Sexta)

La llegada de la Televisión Digital Terrestre en 2005 supuso una revolución en el panorama televisivo nacional con la adjudicación de un múltiplex (4 canales) para cada televisión privada y dos múltiplex para TVE, por lo que se multiplicaron los canales temáticos de emisión en abierto y de pago, hasta la amplia oferta de que disponemos en la actualidad liderada por los grandes grupos mediáticos Mediaset y Atresmedia.

Tras la reasignación de licencias que se produjo en octubre de 2015, la distribución de canales de ámbito nacional en TDT queda, actualmente, de la siguiente manera:

- Mediaset: Telecinco, Cuatro, FDF, Divinity, Boing, Energy, Be Mad
- Atresmedia: Antena 3, La Sexta, Neox, Nova, Mega, Atreseries
- Radio Blanca: Kiss TV
- COPE: 13 TV
- Secuoya: D10
- Discovery Max y Veo TV
- Disney Channel
- Paramount Channel
- Real Madrid TV

Así pues, entre 2005 y 2019, en España hemos pasado de 5 canales (6 en las autonomías con televisión propia), a una treintena de canales. “La proliferación de canales ha repercutido en los canales autonómicos y locales con la consecuencia de un descenso paulatino de su cuota de pantalla (Alonso, 2017:110-111)”. Los datos confirman esta afirmación, ya que las televisiones autonómicas en los últimos 15 años han registrado un descenso del 15% al 8% en cuota de pantalla

Cabe destacar que, para muchos autores, esta multiplicación de canales no ha venido aparejada de una multiplicación de la diversidad de contenidos ni de un incremento de la pluralidad, “pues se observa un cierto mantenimiento del statu quo en el sistema de medios e incluso un incremento de la concentración frente a la pluralidad (García Castillejo, 2017: 45)”. No es de extrañar, teniendo en cuenta que el panorama televisivo estatal está prácticamente en manos de dos grandes grupos mediáticos, Mediaset y Atresmedia, que permanentemente se miran de reojo en el diseño de sus parrillas de programación y tratan de reproducir los programas de éxito.

Sugiere Andrés Boix que, en aras a fomentar la pluralidad de contenidos, y evitar la concentración, la concesión de estas licencias de TDT deberían ir vinculadas a un determinado tipo de contenidos y orientación cultural, como los educativos, culturales, dirigidos a la ficción, etc., o reservar algunas licencias directamente para ciertos colectivos u organizaciones como universidades y otros centros educativos, ONGs, iglesias, asociaciones, sindicatos, etc. “alternativa que no ha sido apenas explorada en España hasta la fecha, a diferencia de lo ocurrido, sobre todo en el ámbito local, en otros países europeos (Boix y Pereiro, 2017:33).”

Por tanto, en los últimos 30 años, el monopolio del operador público ha

desaparecido dando paso a un mercado audiovisual aparentemente más plural en el que los medios privados han liquidado la hegemonía de los medios públicos (Boix y Pereiro, 2017:29). Mediaset y Atresmedia controlan el 50% de los canales nacionales de TDT y en septiembre de 2013 acaparaban el 57% de las audiencias de televisión y el 88% de los ingresos publicitarios. Por tanto, estamos plenamente inmersos en un mercado con dos operadores dominantes que captan la mayoría de la audiencia. “Desde el punto de vista de la diversidad ideológica esta concentración es una amenaza (Prado, 2015:58).”

Miguel de Bustos y Casado del Río lo resumen de la siguiente manera:

“la audiencia acumulada de los canales de estos grupos privados fue cercana al 60%; le seguían los servicios públicos de ámbito español y autonómico (25%); a distancia, los canales de pago (cable, satélite y ADSL), y con un porcentaje reducido –rondando el 3%- en emisión abierta en TDT correspondiente al resto de grupos privados (Miguel y Casado, 2015:64).”

En este sentido, Ángel García Castillejo nos recuerda que un sistema plural de medios de comunicación es un requisito básico para la continuidad del modelo de sociedad democrática europea. La concentración de la propiedad de los medios de comunicación favorece la monopolización del mercado de la publicidad, presenta barreras a la entrada de nuevos actores e implica la uniformidad de los contenidos. (García, 2009:130)

Destacan Moragas, Garitaonandía y López (Moragas et al, 1999:29) que las programaciones de estas televisiones privadas hegemónicas españolas, dado que aspiran a dirigirse al mayor número de espectadores posible, “ofrecen mayoritariamente productos desterritorializados, programas de éxito adquiridos en el mercado exterior, o espacios de producción propia sin referentes socioculturales particulares más allá de la reproducción de ciertos formatos internacionales de éxito.”

Además, no podemos olvidar que, a esta oferta de televisiones privadas que emiten en abierto, hay que sumar la oferta de televisión por cable y televisión por satélite, y la de las numerosas cadenas locales que han ido surgiendo por toda la geografía española, y operadores internacionales como Netflix, HBO, Amazon o Disney que a través de sus plataformas repletas de contenidos de ficción de alta calidad están cambiando los hábitos de consumo televisivo de la sociedad española. Fuerte competencia, todas ellas, para la televisión pública, muy alejada ya de la hegemonía con que lideró las audiencias hasta la década de los noventa.

Por tanto, podríamos afirmar que en el panorama mediático español el modelo privado es hegemónico, y que, tal y como destaca Enrique Bustamante,

puede considerarse uno de los más concentrados y antidemocráticos de Europa. Esta situación no es casual. Lluís de Carreras nos recuerda que entre la aprobación de la Ley 17/2006, reguladora de la Corporación RTVE y la aprobación de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual, hubo un cambio radical en la política audiovisual del gobierno socialista de José Luis Rodríguez Zapatero, “que supone el apogeo de la televisión privada e inicia el paso de RTVE, en otro tiempo monopolio, hacia su nuevo papel de televisión residual (De Carreras, 2009:39).”

De Carreras ya vislumbraba en 2009 un mapa televisivo con una televisión privada estatal potente, unas televisiones autonómicas de importancia desigual según las distintas regiones, y una televisión pública estatal minoritaria. 13 años después, aquel vaticinio es una realidad.

Una consecuencia de la eclosión de canales en abierto provocada por la implantación de la TDT, y causa de la situación actual del panorama televisivo, fue la fragmentación de la audiencia acusada por todas las cadenas pero especialmente por algunos canales públicos autonómicos que desde ese momento redujeron considerablemente sus cifras de share. En este sentido, los expertos coinciden en que las cifras de audiencias que se obtienen con el sistema actual de mediciones son muy poco fiables, y parecen favorecer únicamente a los dos grandes grupos mediáticos privados –Mediaset y Atresmedia–. Profesionales de la publicidad, agencias de medios y de publicidad, anunciantes, etc., reconocen que el sistema actual se mantiene por la presión que ejercen estos dos grandes grupos, lo que explica la fuerte guerra soterrada que existe de las televisiones privadas contra los medios públicos.

Evolución de la audiencia en las televisiones de España

CADENA	2002	2007	2012	2019
TV3 (Cataluña)	21,4	16,6	14,3	14,6
TVG (Galicia)	16,7	14,1	11,5	9,3
ATV (Aragón)	-	6,7	11,3	8,8
CS (Andalucía)	17,2	16,9	10,1	8,0
ETB2 (Euskadi)	18,5	14,8	9,9	8,3
TVAC (Canarias)	11,1	9,3	7,6	5,6
TPA (Asturias)	-	4,5	6,9	5,9
IB3 (Baleares)	-	6,5	6,3	3,5
TM (Madrid)	17,2	10,5	5,3	5,1
TVM (Castilla)	7,3	11,1	5,1	6,1
Canal 9 / À Punt (Valencia)	18,4	12,7	5	2,1
7RM (Murcia)	-	2,8	2,5	2,8
Telecinco	20,2	20,3	13,9	14,8
Antena 3	20,2	17,4	12,5	11,7
TVE	24,7	17,2	12,2	9,4

Tabla 3. Evolución de la audiencia en España 2002-2019. Fuente: Noticias de la comunicación (2013), Miguel y Casado, 2015:64, y elaboración propia

En este contexto de competencia por la tarta mediática y la audiencia, los analistas observan una tendencia de las cadenas públicas a imitar los modelos de programación comercial de las cadenas privadas más preocupadas por ofrecer contenidos atractivos para la mayoría que en prestar un servicio público de calidad adecuado a los requerimientos de la ciudadanía. Germán Llorca deja constancia de este planteamiento y del alejamiento de los medios públicos respecto de su razón de ser:

“Sobre el papel, los medios públicos españoles han estado definidos por la lógica de lo público. Es decir, por un sentido planificado de servicio entendido, de una forma generosa, para todas las personas (DOGV, 2012: 22021; BOE, 2006: 3-5). No obstante, la práctica ha supuesto la existencia de unos medios, esencialmente generalistas, que han competido con los privados con unos razonamientos ajenos a su naturaleza (Llorca, 2015:106).”

Por su parte, Bustamante pone el foco de atención en el centralismo del sistema mediático español y en la poca atención que los medios estatales prestan a la riqueza cultural y social autonómica del estado español, “a contrapié de la estructura constitucional del Estado autonómico y de la diversidad lingüística y cultural de nuestras regiones y nacionalidades (Bustamante, 2015:28).”

Este centralismo audiovisual del que habla Enrique Bustamante no solo está relacionado con los contenidos que emiten las cadenas, sino que también tiene relación directa con el desarrollo de las industrias audiovisuales en las distintas autonomías. A este asunto hace referencia el Col·lectiu Ricard Blasco en la obra *Reset RTVV* que se hace eco de los datos de FAPAE elaborados a partir del Directorio Central de Empresas elaborado por el INE, según los cuales la Comunidad Valenciana es una zona casi irrelevante en lo que a actividad audiovisual se refiere. El siguiente cuadro resume los porcentajes de producción audiovisual de las distintas zonas del país.

Porcentaje de la producción audiovisual	
COMUNIDAD	%PRODUCCIÓN
Madrid	52
Barcelona	33
Andalucía	4
País Vasco	4
Galicia	3
Comunidad Valenciana	2
Otros	2

Tabla 4. Porcentaje de la producción audiovisual en cada autonomía respecto del total nacional. Fuente: Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:124.

El cuadro deja constancia de que la actividad audiovisual en España está concentrada en la ciudad de Madrid en un 52%. Tan solo Barcelona hace sombra a la capital con un 33% de descentralización de la actividad audiovisual. El resto de comunidades con lengua propia o televisión autonómica no superan el 4% sobre el total de la actividad audiovisual nacional, reafirmando la idea del centralismo audiovisual del Estado español.

Así es que, resumiendo, podemos afirmar que la evolución de la televisión en España nos ha llevado a una multiplicación exponencial del número de canales, que, según los investigadores, no siempre responde a una multiplicación de la diversidad y pluralidad de los contenidos. El crecimiento de la oferta de televisión privada, ha conllevado un descenso paulatino de la presencia de la televisión pública, estatal o autonómica, en la dieta mediática de los españoles, que, en la actualidad, consumen principalmente la oferta televisiva de dos grandes grupos, Mediaset y Atresmedia, y se muestran cada día más cómodos con las propuestas de pago y televisión a la carta de plataformas como Netflix, HBO, Disney+, Movistar o Amazon.

2.1.3. La televisión de proximidad, dinamizadora del sector audiovisual local

En los dos epígrafes anteriores nos hemos aproximado a la realidad de la televisión tanto en el ámbito europeo como nacional, pero la investigación que nos ocupa está relacionada con el ámbito autonómico y la televisión de proximidad, es por ello que se considera necesario realizar un acercamiento a la situación actual de las televisiones autonómicas en España y su papel como dinamizadoras de los sectores audiovisuales locales.

Empezaremos realizando un repaso a la evolución de la televisión de proximidad en Europa, para centrarnos en el caso español con el nacimiento, evolución y crisis de las televisiones autonómicas.

Belén Monclús, basándose en investigaciones de Miguel de Moragas y otros autores, afirma que el embrión del sistema de televisión regional surge tras la Segunda Guerra Mundial, cuando los aliados fragmentan el sistema audiovisual alemán. A partir de ahí, el desarrollo de la televisión regional se basa en su papel de articuladoras del territorio y de fomento de la identidad cultural, además de tener una fuerte influencia política (Monclús, 2017: 74).

De ello hablan también Miquel de Moragas, Carmelo Garitaonandía y Bernat López que destacan que el proceso de consolidación de la Europa unida de finales del siglo XX, ha estado acompañado de un auge de los espacios locales y regionales a nivel político, económico y cultural.

“muchas comunidades anteriormente periféricas, como los galeses o escoceses en Reino Unido, los catalanes, los vascos y los gallegos en España, los frisios en Holanda, los bretones y corsos en Francia, la comunidad de lengua gaélica en Irlanda, y muchas otras, protagonizan una recuperación a la que contribuyen decisivamente los medios de comunicación y, en particular, la televisión (Moragas *et al.*, 1999: 16).”

La regionalización de la televisión en Europa es un proceso que se desarrolló principalmente a partir de la década de los 90. Son muchos los autores que hablan de las crisis del Estado-nación y del protagonismo que lo regional y lo local comenzaron a tomar frente a lo nacional.

“La región trascendió la definición geográfica para pasar a ser un espacio de historia, un ámbito de desarrollo y una experiencia común. Era evidente entonces que el diseño de las televisiones regionales debía estar cercano a esta comprensión (Rey en Rincón, 2005: 96).”

Estos autores definen la televisión regional como aquella que recoge las “actividades televisivas de cobertura específica y deliberadamente regional (menor que la cobertura estatal y mayor que la local) en el doble sentido geográfico y periodístico (de contenidos) (Moragas *et al.*, 1999: 18).” E introducen el concepto de televisión de proximidad para designar las experiencias de emisión a pequeña y mediana escala, aquellas que prestan atención preferente a los contenidos informativos relativos al propio territorio de referencia, atención que se extiende hacia otros géneros como los reportajes, las entrevistas, las tertulias, los debates y *talk shows*, los documentales, los magazines de actualidad... El concepto de proximidad aplicado a los contenidos audiovisuales tiene que ver “con la idea de que entre emisor y receptor existe un escenario de experiencias compartidas que se refleja en los contenidos de la programación (Torres, 2017:69).”

También Belén Monclús plantea una definición de televisión de proximidad. Esta autora considera que la televisión de proximidad es aquella que está creada “para una comunidad determinada en un espacio geográfico delimitado”, y cuyos contenidos están relacionados con esa sociedad a la que se dirigen, dando voz a sus ciudadanos y reflejando y ayudando a preservar sus costumbres y tradiciones (Monclús, 2017:72).

En esta línea, Moragas, Garitaonandía y López indican que el panorama de la televisión local y regional en Europa está muy lejos de la homogeneidad. Existen multiplicidad de modelos de televisiones locales y regionales que responden a la gran diversidad cultural, lingüística, política, demográfica y geográfica existente en el continente. Por ello proponen una clasificación de la

televisión de proximidad en siete modelos diferentes :

1. La televisión de producción delegada en la región: centros regionales que producen programas para una televisión nacional, su producción es escasa y actúan como delegaciones informativas para la central.
2. La televisión descentralizada: centros regionales dependientes de una televisión nacional que producen y emiten un informativo diario para su región de una duración de 15-30 minutos.
3. La televisión de desconexión regional: centros regionales dependientes de una televisión nacional que emiten en desconexión de una hora o más una parrilla diversificada de reportajes, programas culturales, debates, concursos y deportes, incluso publicidad regional.
4. La televisión de organización federal: organismos televisivos jurídicamente independientes pero asociados entre sí para la gestión de un canal nacional y la producción de programas para el mismo.
5. La televisión independiente de cobertura específicamente regional: organismos televisivos regionales independientes que producen y emiten para su región una programación completa y generalista.
6. La televisión regional independiente con cobertura suprarregional, nacional o internacional: organismos televisivos regionales independientes que producen y emiten para su región y para ámbitos territoriales superiores una programación completa.
7. La televisión local de influencia regional: emisoras locales de difusión hertziana cuya zona de difusión e influencia alcanza una parte importante de la región en que radican (Moragas, et al, 1999: 22-23).

Si bien es cierto que, de los modelos expuestos anteriormente, en España podríamos encontrar casos para ejemplificar la mayoría de ellos, podemos afirmar que se han desarrollado mayoritariamente dos:

- el número 2. Televisión descentralizada, ya que encontramos centros territoriales de Televisión Española distribuidos por las diferentes regiones que emiten un informativo diario de 15-30 minutos y actúan como delegaciones informativas para la cadena central.
- y el número 5. La televisión independiente de cobertura específicamente regional, que responde al modelo de televisiones autonómicas tal y como las conocemos en nuestro país.

Estos dos modelos coinciden con la propuesta tipológica de Pierre Musso que distingue entre “televisiones espejo” y “televisiones ventana” (Musso, 1991). Las televisiones espejo serían aquellas emisoras de proximidad que reflejan la realidad local con una programación completa e independiente, y las televisiones ventana serían aquellas emisoras de proximidad que insertan en la programación de una cadena nacional espacios desconectados dirigidos a la región en que desarrollan su actividad.

La Plataforma europea de autoridades reguladoras del audiovisual (EPRA) también afronta la definición de la televisión de proximidad. Según este organismo podrían clasificarse como tales todas aquellas cadenas que no son televisiones suprarregionales, nacionales e internacionales, y quedarían excluidas también las denominadas ventanas regionales y locales que son aquellas producidas por las emisoras suprarregionales, nacionales e internacionales para la transmisión de información local. Es decir, siguiendo la nomenclatura de Pierre Musso, para la EPRA serían televisiones de proximidad las televisiones espejo, y quedarían fuera de esta clasificación las televisiones ventana.

Para McQuail se espera de estos medios que suministren noticias y comentarios acerca de acontecimientos locales. Suelen estar al servicio de las instituciones locales y ofrecen canales para la expresión de la cultura del lugar. Además, los medios regionales y locales cumplen una función económica como canales de publicidad e información y se espera de ellos que contribuyan a formar y mantener el consenso comunitario local (McQuail, 1998:227).

Una vez identificada la situación de diversidad de las televisiones regionales en Europa y tras un acercamiento al concepto de televisión de proximidad, nos adentraremos en la evolución de la televisión autonómica en España.

2.1.3.1. Evolución de las televisiones autonómicas en España

En España, la Constitución aprobada en 1978 reconoce en su artículo segundo el derecho a la autonomía de las nacionalidades y regiones que integran España. A partir de ahí, el territorio español se organizó en 17 comunidades autónomas de tamaño, población y características muy diversas. En los más de 40 años transcurridos desde la aprobación de la Constitución Española, se ha alcanzado un grado de descentralización considerable. Coexisten diversas lenguas oficiales: el español o castellano que es la lengua oficial del Estado y se habla en todo el país, y el catalán, gallego y vasco que son lenguas minoritarias que se hablan en determinados territorios.

Las televisiones autonómicas en España nacieron por iniciativa de los gobiernos autonómicos, con la intención de garantizar la diversidad geográfica y evitar la concentración mediática. Este hecho evitó que la posterior llegada de la televisión comercial mermara la oferta de contenido local y regional o el uso de los idiomas minoritarios al haberse creado previamente los altavoces regionales.

La primera televisión autonómica que emitió en España fue Euskal Irrati Telebista en 1982 en el País Vasco, y supuso una trascendental mutación del escenario audiovisual al romper el monopolio que desde 1956 tenía Televisión Española (López, B., Risquete, J. y Castelló, R. 1999:153). Le siguió Televisió de Catalunya en 1983, provocando una importante conmoción política en todo el país por el fuerte contenido simbólico que tenía la creación de una televisión pública en un territorio de tan alta identidad nacionalista como el catalán.

En 1985 comenzó su actividad la Televisión de Galicia. Cabe destacar que en los tres casos coincide el hecho de ser nacionalidades históricas, con la presencia de una lengua y cultura propias (López, B., Risquete, J. y Castelló, R. (1999:153) y que el nacimiento de la televisión autonómica se enmarca en el programa de recuperación lingüística y cultural de estas nacionalidades.

Estos autores consideran también que el nacimiento temprano de estas tres televisiones autonómicas fue resultado de la tensión política entre centro y periferia. También lo subrayan Guimerá y Blasco Gil para quien estas cadenas buscaban la normalización lingüística del vasco, catalán y gallego respectivamente, pero

“en el caso de los dos primeros se iba más allá de la normalización lingüística y se buscaba crear unos medios que fueran instrumentos tanto de profundización del autogobierno como de reconstrucción y reafirmación nacional tras la dictadura franquista.” (Guimerá, 2012:38-39)

De esta última idea hablan también Moragas, Garitaonandía y López que destacan que la pugna centro-periferia se halla detrás de muchas experiencias de televisión regional. Son muchos los casos en que las élites regionales han intentando influir en las estructuras radiotelevisivas para utilizarlas como instrumentos de influencia ideológica en relación con el Estado central (Moragas et al, 1999: 28).

En este sentido podemos hacer referencia a la Carta europea de las lenguas regionales o minoritarias, adoptada por el Comité de Ministros del Consejo de Europa. Este texto, posterior a la creación de las cadenas autonómicas con lengua propia de España, orienta a los Estados a que gestionen la diversidad y la no discriminación lingüística. Además, reivindica la misión de servicio público de los medios de comunicación e insta a la creación de, al menos, una estación de radio y una cadena de televisión en las lenguas regionales o minoritarias y que se tomen las disposiciones apropiadas para que los difusores programen en estas lenguas (Consejo de Europa, 1992, art. 11).

Autores como López, B., Risquete, J. y Castelló, R. , dividieron en tres periodos la evolución de la televisión pública autonómica en España. La

primera etapa se correspondería con la puesta en marcha de las tres primeras cadenas en País Vasco, Cataluña, y Galicia, que supuso la ruptura con el monopolio centralista de TVE. Una segunda etapa entre 1986 y 1989 con la puesta en marcha de las televisiones autonómicas de Andalucía, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana, basada en la consolidación del modelo autonómico de radiotelevisión. Y una tercera etapa a partir de 1996 en la que se agruparía la puesta en marcha del resto de televisiones autonómicas de España (López et al.,1999:155).

Para Miguel de Bustos y Casado del Río, la evolución de la televisión autonómica en España se podría dividir en cuatro periodos, muy similares a los propuestos por López, B., Risquete, J. y Castelló, R. El primer periodo se correspondería con la aparición de las tres primeras cadenas en Euskadi, Cataluña y Galicia. El segundo periodo se extendería desde finales de los 80 hasta finales de los 90 con el nacimiento de las televisiones autonómicas de Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana. El tercer periodo iría aparejado al nacimiento de las cadena autonómicas de nueva generación en Aragón, Asturias, Murcia, Castilla-La Mancha, Canarias, Baleares... La novedad de esta propuesta es el establecimiento de un cuarto periodo relacionado con la crisis del sistema público de radiotelevisión a partir del año 2011 (Miguel y Casado, 2015:62-63).

A continuación se muestran los 12 entes públicos autonómicos de radiotelevisión que operan actualmente en España.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	ENTE PÚBLICO	APROBACIÓN LEY	INICIO EMISIONES
País Vasco	Euskal Irrati Telebista	1982	1982
Cataluña	Corporació catalana de mitjans audiovisuals	1983	1983
Galicia	Corporación Radio e Televisión de Galicia	1984	1985
Madrid	Radiotelevisión Madrid	1984	1989
Andalucía	Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	1987	1989
Comunidad Valenciana	Radiotelevisió Valenciana Corporació Valenciana de mitjans de comunicació	1984 2016	1989 2018
Islas Canarias	Ente Público Radiotelevisión Canarias	1984	1999
Castilla la Mancha	Ente público Castilla La Mancha Media	2000	2001
Islas Baleares	Ens Públic Radiotelevisió de les Illes Balears	1985	2005
Murcia	Radiotelevisión de la Región de Murcia	2004	2006
Aragón	Corporación Aragonesa de Radio y Televisión	1987	2006
Asturias	Radio Televisión del Principado de Asturias	2005	2006
Extremadura	Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales	2000	2006

Tabla 5. Listado de los entes públicos de radiotelevisión autonómica.
Fuente: elaboración propia

Todas las televisiones autonómicas de la tabla anterior, excepto la Televisión de Extremadura, se encuentran federadas en la Federación de

Organismos de Radiotelevisión Autonómica (FORTA). Tal y como destacan López, B., Risquete, J. y Castelló, R. (1999:159), este organismo se creó en 1989 con el objetivo prioritario de crear grupos de compras que permitan a los canales acceder con capacidad competitiva a los mercados internacionales de derechos audiovisuales y además crear un marco estable para llegar a acuerdos de coproducción entre las diferentes cadenas.

Las 13 cadenas públicas autonómicas enumeradas anteriormente no responden a un modelo similar de funcionamiento. Algunos autores como Miquel Francés o Mónica García se hacen eco de estas diferencias de modelo con que han nacido las distintas cadenas públicas autonómicas diferenciando dos grandes bloques o grupos según el modelo de gestión. Por una parte, aquellas comunidades que pronto se apuntaron a la iniciativa del tercer canal, con unas claras referencias culturales y lingüísticas más vinculadas a las autonomías históricas. Estas primeras cadenas públicas autonómicas nacieron a imagen y semejanza del único operador que existía en España en los 80, Televisión Española y se caracterizan por tener un amplio organigrama que cubre diferentes áreas encargadas de la producción propia de muchos contenidos audiovisuales, un número elevado de trabajadores públicos, unas instalaciones propias, dependencia total de los presupuestos del gobierno regional y una externalización de la producción muy reducida, excepto para la producción de ficción que en gran medida se externalizó o se optó por la compra puntual de derechos. Entrarían en este grupo Euskadi (EITB, 1982), Catalunya (CCMA, 1983), Galicia (CRTVG, 1985), C. Valenciana (RTVV, 1989), Andalucía (RTVA, 1989) y Madrid (EPRTVM, 1989). Todas habrían nacido en el primer y segundo periodos definidos por Miguel de Bustos y Casado del Río.

Como crítica a este modelo, destacan estos autores que, al nacer a imagen y semejanza de RTVE, las primeras cadenas autonómicas copiaron su sistema de gestión que deja en manos de los políticos la elección de los consejos de administración y de los directores generales que a la larga ha derivado en falta de independencia y credibilidad, escasa transparencia, alta subordinación política y extrema debilidad de los mecanismos de control (Miguel y Casado, 2015:69). Además, este sistema de gobernanza no permite dar estabilidad de gestión a los medios que cambian de manos cada vez que hay elecciones autonómicas y se instaura un nuevo gobierno regional.

En el otro lado estarían las cadenas autonómicas públicas más jóvenes, sin embargo, nacieron con el deseo de no imitar el viejo modelo de televisión pública, y se caracterizan por unas plantillas reducidas de trabajadores públicos y un elevado grado de externalización de los contenidos, incluso, de los informativos, hasta rozar, en algunos casos, la privatización. Sería el caso de Canarias (RTVC, 1999), Castilla-La Mancha (RTVCM, 2001), Islas Baleares

(EPRTVIB, 2005), Aragón (CARTV, 2006), Principado de Asturias (RTPA, 2006), Extremadura (CEXMA, 2000) y Murcia (RTRM, 2006).

Estas corporaciones tampoco responden a un modelo perfecto de funcionamiento y gobernanza ya que tienen muy poca producción propia y externalizan gran parte de su producción o directamente nacen como iniciativas privadas. Para Miquel Francés “este segundo grupo ha generado un espacio con muchos déficits en la producción de contenidos audiovisuales desde un servicio público en la comunicación de proximidad (Francés, 2015:128).”

Caso aparte se encuentran algunas autonomías que en lugar de crear sus propios entes públicos de televisión optaron por la adjudicación de licencias de emisión para el ámbito territorial autonómico a empresas privadas que ofrecen el servicio de radiodifusión de manera completamente autónoma. Es el caso de La Rioja (TVR, 1998), Castilla León (RTVCyL, 2009), Navarra (NATV, 2012), Melilla (TVM, 1998) y Ceuta (RTVCE, 2000).

Álvar Peris también se hace eco de esta dicotomía de modelos de gestión en las televisiones públicas autonómicas al afirmar que en España encontramos diferentes modelos de éxito de televisiones públicas y autonómicas que pueden servir de referencia. Para Peris en un extremo, tendríamos a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), que presenta una estructura muy potente, con gran cantidad de personal contratado para atender varios canales de radio y televisión, con un porcentaje elevado de producción propia pero sin descuidar la industria audiovisual autóctona. En el otro extremo estaría Aragón TV, que cuenta con muy pocos trabajadores fijos y tiene externalizada toda la programación, incluidos los informativos (Peris, 2015:98). En esta línea se expresa también Campos Freire cuando señala que en España podemos encontrar entes como la Corporación Catalana de Medios audiovisuales con 1700 empleados, 295 millones de presupuesto, 6 canales de televisión y una audiencia cerca al 15%, frente a estructuras completamente externalizadas con apenas presupuesto o empleados (Campos Freire, 2012).

Cabe destacar que la mayoría de las cadenas públicas autonómicas de España nacieron con un único canal y que, poco a poco, fueron multiplicando la oferta con canales especializados en información, entretenimiento infantil y juvenil, etc. En este sentido, el factor que más afectó a la oferta fue la implantación de la TDT ya que a cada autonomía se le asignó un múltiplex en su territorio, lo que daba la posibilidad de emitir hasta cuatro canales autonómicos. En Cataluña se asignaron 3 múltiplex autonómicos (Casado y Miguel, 2015:63).

En definitiva, no podemos hablar de un único modelo de televisión pública autonómica porque la diferente cobertura en términos de población, la

diversidad de modelos de gobernanza, ingresos, estructuras, y relación entre producción propia y externalizada, hacen de cada cadena autonómica un modelo propio de difícil clasificación. Podemos identificar similitudes entre algunas de ellas y, en general, coincidencias en los problemas de financiación y gobernanza que han motivado una grave crisis en las televisiones públicas autonómicas de España.

2.1.3.2. La crisis de las televisiones públicas autonómicas

La televisión de proximidad se encuentra en un momento extremadamente delicado. A la expansión de las tecnologías, que incrementa la competitividad en el mercado audiovisual, se suma la paulatina reducción de ingresos y una búsqueda permanente de nuevas fuentes de financiación para alcanzar un modelo de negocio sostenible. “A pesar de la multiplicidad de televisiones de proximidad existentes actualmente en Europa, hay un factor común en todas ellas: la difícil situación en la que se encuentran (Monclús, 2017:72).”

Como ya hemos comentado anteriormente, Miguel de Bustos y Casado del Río hablan de una cuarta etapa en la evolución de las televisiones autonómicas de España. Estos autores consideran que en 2011 se inicia un periodo de crisis para las televisiones públicas autonómicas motivado por varias causas: la multiplicación de actores en el escenario audiovisual, recortes presupuestarios y de ingresos publicitarios derivados de la crisis económica, y problemas de gobernanza y presiones al gobierno por parte de las televisiones privadas para el desmantelamiento del sistema público de televisión (Miguel y Casado, 2015: 65).

Aunque consideran que la crisis del modelo de televisión autonómica se inicia en 2011, se podría afirmar que la base está en 2010, con la aprobación de nuevas normativas de ámbito nacional que provocaron modificaciones sustanciales de los sistemas de gestión de las televisiones públicas autonómicas. Por una parte, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, aprobada durante el mandato del socialista José Luis Rodríguez Zapatero, ya abrió la puerta a la liberalización del sector de la televisión, “para garantizar la sostenibilidad financiera de las empresas que prestan el servicio de televisión”, así como la base legal que favoreció la concentración mediática en torno a los dos grandes grupos dominantes en la actualidad Atresmedia y Mediaset (Zallo, 2010). Esta Ley ya suavizaba los criterios de externalización de la Ley del Tercer Canal y daba cobertura legal a los operadores que comenzaron su actividad en los últimos años, “apostando por fórmulas de externalización que claramente excedían los límites legales (Sarabia Andúgar, Sánchez Martínez y Alonso Fernández, 2012:106).”

Posteriormente, ya bajo el gobierno del popular Mariano Rajoy, se aprobó la Ley 6/2012, de 1 de agosto, que modifica la Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual, para flexibilizar los modos de gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual autonómicos. La propia Ley en los párrafos 4 y 5 del preámbulo indica:

“Las Comunidades Autónomas podrán decidir sobre la prestación del servicio público de comunicación audiovisual, pudiendo optar por la gestión directa o indirecta del mismo a través de distintas fórmulas que incluyan modalidades de colaboración público-privada”.

Y continua:

“Además, las Comunidades Autónomas que vinieran prestando el servicio público de comunicación audiovisual podrán transferirlo a un tercero de acuerdo con su legislación específica”.

Y en el punto 3 del artículo único destaca:

“Las Comunidades Autónomas que acuerden la prestación del servicio público de comunicación audiovisual determinarán los modos de gestión del mismo, que podrán consistir, entre otras modalidades, en la prestación del servicio de manera directa a través de sus propios órganos, medios o entidades, en la atribución a un tercero de la gestión indirecta del servicio o de la producción y edición de los distintos programas audiovisuales, o en la prestación del mismo a través de otros instrumentos de colaboración público-privada, de acuerdo con los principios de publicidad, transparencia y concurrencia, así como no discriminación e igualdad de trato. Asimismo, las Comunidades Autónomas podrán acordar transformar la gestión directa del servicio en gestión indirecta, mediante la enajenación de la titularidad de la entidad prestadora del servicio, que se realizará conforme con los principios citados anteriormente”.

Esta modificación de la Ley dio paso a un nuevo régimen de producción y explotación audiovisual de los servicios públicos radiotelevisivos. Así pues, y basándose en esta normativa, las televisiones públicas autonómicas pueden optar por la gestión indirecta del servicio de radiodifusión, subcontratando el servicio a una empresa o convocando concursos para la adjudicación de gran parte de su programación. En este sentido, Marzal, Izquierdo y Casero consideran que los cambios normativos introducidos “constituyen, de facto, un cuestionamiento profundo del sentido mismo de lo que entendemos por “servicio público”, en el ámbito de los medios de comunicación (Marzal, Izquierdo y Casero, 2015:13).” Para Enrique Bustamante, esta Ley permite “privatizar o externalizar a voluntad de cada partido en el poder la gestión de los canales autonómicos y sus servicios públicos esenciales, incluyendo los

servicios informativos (Bustamante, 2015:31).” Para Miguel de Bustos y Casado del Río esta Ley “instauró la filosofía de la externalización (Miguel y Casado, 2015:71).”

Miquel Francés considera que estas nuevas normativas que regulan la comunicación de proximidad han querido validar los diferentes niveles de externalización que ya aplicaban algunas televisiones públicas autonómicas, como las de Aragón, Castilla y León, Castilla-La Mancha o Extremadura, y por otra parte, dejar vía libre a la privatización encubierta en la Comunidad Valenciana, Madrid y Murcia. “Con lo que el objetivo no es el control y gestión en tiempos de crisis, sino directamente la liquidación o la externalización total”. (Francés, 2015: 129) Una idea reforzada por Enrique Bustamante que considera que la Ley estaba hecha a medida de Telemadrid o Canal 9 (RTVV) “caracterizadas desde hacía años por su gestión de despilfarro económico y por su manipulación descarada de la información, y castigadas por su caída libre de audiencias –menos del 4,5% en 2012-, que podrían así confiar plenamente su gestión a empresas privadas después de ejecutar ERES masivos que pusieron inmediatamente en marcha (Bustamante, 2015:31).”

Antes de la aprobación de estas leyes, varias televisiones autonómicas – Canarias, Murcia, Baleares y Aragón- ya tenían externalizada una parte de su producción. Canarias, por ejemplo, se ha relacionado muchos años con empresas como Videoreport, una filial de Vértice 360, y también con Secuoya.

Murcia, por su parte, fue la primera comunidad en renunciar a la gestión de sus operadores públicos. 7RM comenzó sus emisiones en 2006 con 250 trabajadores y estuvo gestionada hasta 2012 por el ente público Radio Televisión de Murcia y por la empresa concesionaria Grupo Empresarial de la TV de Murcia (GTM), un consorcio de empresas locales (hoteles, canteras, alimentación e inversiones). En septiembre de 2012, con la Ley 6/2012 ya aprobada, el gobierno murciano decidió quedarse únicamente con la titularidad del servicio y en 2014 convocó un concurso para adjudicar la gestión indirecta de la televisión. Según Bustamante “prometiéndole 59,8 millones de euros en subvenciones a las empresas agraciadas por un periodo de seis años, que superaba con mucho el horizonte de su mandato electoral, pero reservándose para el Gobierno la competencia de control y suspensión de cualquier programa (Bustamante, 2015:32).” Para este autor, el “modelo Murcia”, y sus contaminaciones en Radiotelevisión Valenciana, Telemadrid y la Televisión de las Islas Baleares, no tienen nada que ver con el servicio público europeo.

“Son, en todo caso, formulaciones diversas de un capitalismo clientelar y parasitario, hijas aberrantes de un anarcocapitalismo cínico que reclama menos Estado mientras lo utiliza para subvencionar actividades comerciales sin riesgo. Y, sobre todo,

suponen el mayor despilfarro imaginable de dinero público, porque están impedidas, por su propia naturaleza, para atender las demandas de pluralismo y diversidad de una sociedad democrática (Bustamante, 2015:37).”

Otro caso similar es la televisión de las Islas Baleares, IB3, que nació en 2004 y comenzó a emitir con un modelo de gestión público-privado donde la parilla estaba externalizada “hasta el punto de rozar la ilegalidad (García, 2015:194).” Para evitar problemas legales, el gobierno balear asumió la dirección de los informativos que previamente había adjudicado a la empresa privada CBS. De esta manera CBS producía los informativos pero el director de cada informativo y el jefe de información general eran cargos públicos de libre designación. IB3 no tiene prácticamente producción propia y sus gastos de personal no superaron en 2009 los seis millones de euros.

Por su parte, Aragón TV nació en 2006 con un sistema de gestión similar a IB3 y 7RM, informativos externalizados y escasa producción propia. En inicio subcontrató a Factoría Plural con más de 6,5 millones de euros/año y en 2011 cambió a Chip audiovisual (socia de Vértice 360). Ambas, Factoría Plural y Chip Audiovisual tienen los mismos accionistas (un conglomerado de empresas locales –Caja de ahorros y Heraldo de Aragón, con Ibercaja y Prisa)- así como idéntico director. En 2013, Aragón Tv subcontrató a Inevent, formada por Videorepor, Telefónica y Heraldo de Aragón, por un valor de 37,4 millones de euros para dos años. (Miguel y Casado, 2015:71). Su gestión público-privada consiste en una externalización total de la producción bajo control del ente público que conserva la titularidad del servicio. La plantilla de trabajadores públicos es de 131 personas, 67 de las cuales trabajan en la televisión (García, 2015:195).

Otro caso similar de externalización total es el de Extremadura TV que trabaja con 24 millones de euros y déficit cero. Solo el 30% de la producción es ajena, y el 90% de las productoras con las que trabaja son extremeñas, mientras que el otro 10% se han instalado en la región y contratado personal local. El modelo de gestión consiste en la agrupación de la programación en lotes que se adjudican mediante concurso público a una productora, un procedimiento similar al que se intentó instaurar en Radiotelevisión Valenciana antes del cierre de la cadena en 2013.

En otros casos como en la televisión vasca, la externalización se ha realizado a través de la creación de sociedades mixtas, en las que el ente público tiene una parte del capital. “Esto le permite un mayor control de las actividades de la empresa externalizada, pero puede ser una fuente de problemas cuando deba procederse a reestructuraciones (Miguel y Casado, 2015:71).”

En Asturias han dividido el territorio en 13 demarcaciones en cada una de las cuales hay una corresponsalía adjudicada a una empresa local adjudicataria.

La ventaja principal de estos modelos de externalización de la producción está en los menores costes de estructuras y personal, además de que los despidos o nuevas contrataciones de personal son mucho más simples que en una televisión autonómica pública, que debe cumplir los convenios, negociar con los sindicatos y realizar procesos de selección (Miguel y Casado, 2015:71).

Cabe destacar que estas externalizaciones totales o por lotes están beneficiando a grandes grupos mediáticos con sede en Madrid que resultan adjudicatarios de la mayor parte de los paquetes de externalización porque pueden permitirse ofertas más ventajosas económicamente que las pequeñas productoras locales. Es el caso por ejemplo de Vértice 360 que tiene como clientes a las cadenas autonómicas de Canarias, Baleares, Aragón, Extremadura, Castilla La Mancha, Andalucía y Madrid. Por otro lado estaría el Grupo Secuoya que también tiene incursiones en diversas cadenas autonómicas. Ambos, suelen concurrir a los concursos de externalización asociados con una empresa local.

No hay que olvidar que estas externalizaciones, realizadas la mayoría de las veces únicamente con objetivos económicos, pueden llevar a las cadenas públicas a inclumplir los objetivos del servicio público de una televisión autonómica, entre los cuales se encuentra la dinamización del sector audiovisual local. Sin embargo, Miguel de bustos y Casado del Río, recomiendan una “externalización equilibrada”, deseable y necesaria para el desarrollo de la actividad de las televisiones autonómicas, ya que entre las misiones irrenunciables de un servicio público de televisión está la emisión de obras audiovisuales que reflejen la cultura, la identidad o la idiosincrasia de ese país o región, “para lo cual resulta imprescindible el asentamiento de una cierta estructura empresarial que sea capaz de facilitar esos contenidos (Miguel y Casado, 2015:72).”

En este sentido, estos autores recuerdan que la reducción de presupuestos hace que se realicen menos producciones y de coste más bajo, lo que debilita la generación del tejido industrial local. Es por ello que apuntan que “resulta previsible que puedan surgir nuevas productoras que operen en varios territorios, con alianzas más o menos expresas con productoras de una zona, y que podrían licitar en este mercado de oferta de producciones de presupuestos de producción a la baja (Miguel y Casado, 2015:77).”

La aplicación de estos modelos de externalización de la producción propia ha estado motivada en la mayoría de ocasiones por la dura crisis económica en que ha estado inmersa España entre 2008 y 2015, que llevó a los gobiernos autonómicos a aplicar medidas de ajuste presupuestario que en la mayoría de los casos afectaron duramente a las cadenas de televisión.

En 2011 el coste por habitante de la televisión pública autonómica en España era de 33,82 euros, y el coste por hogar de 91,63 euros, siendo las cadenas más baratas la canaria y la madrileña, y las más caras la vasca y la balear.

COMUNIDAD	COSTE POR HABITANTE	COSTE POR HOGAR
País Vasco	72,48 €	184,86 €
Baleares	56,53 €	146,17 €
Cataluña	44 €	119,02 €
Aragón	43,32 €	117,17 €
Galicia	41,01 €	112,49 €
Asturias	29,8 €	77,51 €
Valencia	27,98 €	74,41 €
Castilla La Mancha	24,02 €	79,37 €
Extremadura	22,3 €	60,01 €
Andalucía	21,41 €	61,80 €
Murcia	20,60 €	57,68 €
Madrid	18,36 €	50,39 €
Canarias	17,88 €	50,4 €
Media	33,82 €	91,63 €
RTVE	12 €	32,03 €
Total públicas	45,82 €	128 €
Francia	86 €	121 €
Alemania	175 €	215,8 €
Media europea	52 €	149 €

Tabla 6. Coste por habitante de la televisión pública en España.

Fuente: Campos Freire (2012)

De estas cifras se puede concluir que la televisión pública en España es bastante más barata que en el resto de Europa. La media de coste por habitante de las televisiones públicas autonómicas españolas está casi 20 euros por debajo de la media europea y muy por debajo de países como Francia o Alemania.

En 2011, por ejemplo, la radiotelevisión pública autonómica empleaba a cerca de 10.000 trabajadores y en 2013 sumaba más de mil millones de euros de presupuesto. Su principal fuente de financiación eran las subvenciones públicas en un 75%, mientras que por ingresos publicitarios se recaudaba un 15% y el resto a través de la venta de programas.

Financiación de las televisiones autonómicas en 2013

COMUNIDAD AUTÓNOMA	ENTE	PRESUPUESTO	SUBVENCIÓN*
Cataluña	CCMA	295,9	225
Andalucía	RTVA	165	138
País Vasco	EITB	121	105,1
Galicia	CRTVG	103,8	94,7
Madrid	RTM	84,51	71
Valencia	RTVV	78	68
Aragón	CARTV	47,1	42,4
Castilla-La Mancha	RTVCM	44,2	39
Canarias	RTVC	38,6	33,3
Baleares	EPIB	31	30

Tabla 7. Presupuesto en millones de euros de los entes autonómicos de radiotelevisión en 2013. Fuente: Miguel y Casado, 2015:66

Estas cifras y porcentajes de ingresos se han visto reducidas en los últimos años por la reducción de presupuestos que han realizado la mayoría de gobiernos autonómicos que han derivado también en expedientes de regulación de empleo ejecutados en cadenas como Radiotelevisión Valenciana, Telemadrid, o la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, o reducción de salarios como en Canal Sur.

El caso de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales con 71 millones de euros menos de presupuesto, y la Radiotelevisión de Andalucía con una reducción de 58 millones, son sólo algunos ejemplos. En la siguiente tabla podemos comparar los presupuestos de las cadenas autonómicas entre 2013, 2018 y 2020.

Presupuesto de las televisiones autonómicas 2013-2020

COMUNIDAD AUTÓNOMA	ENTE	2013	2018	2020
Cataluña	CCMA	295,9	307,2	245,18
Andalucía	RTVA	165	162,75	176,94
País Vasco	EITB	121	134,2	162,68
Galicia	CRTVG	103,8	106,8	110,6
Madrid	RTM	84,51	79,7	83,05
Valencia	RTVV	78	55	68,16
Aragón	CARTV	47,1	50,5	54,22
Castilla-La Mancha	RTVCM	44,2	38,9	51,69
Canarias	RTVC	38,6	45,37	50,43
Baleares	EPIB	31	32	33,9

Tabla 8. Comparativa del presupuesto en millones de euros de las radiotelevisiónes autonómicas (2013-2020). Fuente: elaboración propia

En la tabla se observa que, a lo largo de los 5 años comparados, no ha habido diferencias sustanciales de presupuesto en los entes autonómicos de radiotelevisión. En algunos casos como Andalucía, Comunidad Valenciana,

Castilla La Mancha o Madrid, los presupuestos se han reducido a lo largo del periodo. En el resto de casos se han mantenido o han incrementado ligeramente.

Esta escasa variación de los presupuestos viene motivada, en parte, por la fuerte caída de los ingresos por publicidad que en el conjunto de las televisiones autonómicas pasaron de 319,6 millones de euros en 2008 a 120,4 millones de euros en 2013, según Infoadex 2014. Según un Informe de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de 2013, las radiotelevisiones autonómicas habían perdido un 8,4% de sus ingresos gubernamentales, y un 33,8% de sus ingresos publicitarios.

En la siguiente tabla se puede comprobar que la caída de los ingresos publicitarios no fue algo que solo afectó a las cadenas autonómicas, sino que todo el sector televisivo se vio afectado por la drástica caída de la inversión publicitaria. Si bien es cierto que en los 7 años analizados se redujeron un 30% los ingresos publicitarios de las cadenas nacionales y un 66% los ingresos de las cadenas autonómicas.

ÁMBITO	2005	2008	2011	2012	2013
Nacional	2495,4	2668,8	1977	1643,9	
Autonómica	382,4	319,6	198	126,8	120,4
De pago	31,4	56,1	60,2	43,1	
Locales	42,2	37,9	2	1,5	
Total	2951	3082,4	2227,2	1815,3	

Tabla 9. Comparativa de ingresos publicitarios entre 2005 y 2013. Cifras en millones de euros. Fuente, SGAE. Informe 2013, capítulo 3 (TV), p.62

Esta reducción progresiva de ingresos derivó en el cierre de algunos de los segundos canales, en la eliminación de los canales internacionales salvo en las televisiones andaluza, vasca y gallega, en la reestructuración de los antiguos organigramas de muchos de los entes fundacionales, y en la ejecución de contundentes expedientes de regulación de empleo. Además, se han aplicado nuevos modelos más orientados a la gestión de contenidos que a la producción propia, o incluso externalizando la totalidad de la producción en consonancia con Aragon TV, 7RM, Extremadura TV o IB3.

La reducción de presupuestos también devino en una modificación de los contenidos que constituyen las parrillas de programación de estas televisiones, que dejaron de adquirir los derechos de emisiones de grandes competiciones deportivas, y de comprar los derechos de emisión de grandes producciones de cine. Estas cadenas viraron su tiempo de emisión hacia un mayor número de contenidos de proximidad, principal valor de las televisiones regionales, que las convierte en un instrumento verdaderamente útil para la sociedad (Peris, 2017:138)

Cabe destacar que, con presupuestos a la baja y una financiación imprevisible está siendo complicado para las cadenas autonómicas cumplir con algunos de los objetivos marcados en sus leyes de creación, sobre todos los basados en el servicio público como el fomento de la identidad cultural y/o lingüística o la potenciación de la industria audiovisual autóctona (Miguel y Casado, 2015:74).

Una buena solución para estabilizar la financiación de los entes de radiotelevisión autonómica y garantizarles una continuidad de inversión tanto en medios como en contenidos para el medio plazo es la aplicación de contratos-programa, fórmula que se considera una buena solución ya que “permite establecer objetivos e indicadores para medir el grado de cumplimiento y dotan a las televisiones de una seguridad de medios financieros durante el período que abarquen dichos contratos” y les permite planificar y optimizar mejor el funcionamiento (Miguel y Casado, 2015:77).

Algunos autores coinciden en afirmar que la crisis económica de 2008 no ha sido el único motivo de las crisis en las televisiones autonómicas, sino que los gobiernos conservadores, mayoritarios en España y Europa, han aprovechado la situación para aplicar sus políticas neoliberales en los medios de comunicación. Enrique Bustamante, por ejemplo, considera que la evolución del sistema mediático y televisivo en la última década no es debida tanto al impulso de los cambios tecnológicos o la crisis económica como a las “decisiones políticas y regulatorias que, con frecuencia, se arrojaron en estos factores para mejor moldear el espacio público español (Bustamante, 2015: 24).” y añade:

“Las múltiples decisiones adoptadas por el gobierno del PP (...) son consecuentes por el contrario con el sabor de una ideología neoliberal y neofranquista a un tiempo, que desmantela los medios públicos en tanto que los manipula hasta la extenuación, mientras que refuerza el polo privado y se asegura su plegamiento a sus posiciones políticas y electorales (Bustamante, 2015:36).”

Así pues, diversos autores coinciden en que todas estas políticas conservadoras de comunicación han tendido a empobrecer el ámbito público de la televisión en aras a favorecer el negocio privado de la comunicación audiovisual. Marzal, Izquierdo y Casero inciden en esta idea al afirmar que la situación actual de la televisión en España, a finales de 2014, configura un paisaje en el que las televisiones públicas tienen, en general, un espacio bastante inferior a las privadas. Estos autores consideran que “El proceso de fuerte contracción del peso de la televisión pública en el sistema televisivo está relacionado, asimismo, con la expansión del pensamiento neoliberal en las últimas décadas, de manera especial en Europa y en España (Marzal,

Izquierdo y Casero, 2015:12).”

Andrés Boix también responsabiliza a los políticos de la transformación que los últimos años ha sufrido el mapa de las televisiones públicas autonómicas

“que cada vez son más pequeñas, cuentan con menos dinero y están paulatinamente dejando más espacios a la gestión privada de la programación. Un mapa que responde más a los intereses de políticos y gestores que al interés general o de los ciudadanos (Boix, 2015:21).”

Miguel de Bustos y Casado del Río, recuerdan que incluso se ha acusado a las cadenas autonómicas de dilapidadoras de dinero público y sospechosas de mala gestión. Además, por aspectos ideológicos, su mantenimiento y potenciación no está entre las prioridades de los políticos. Por ello,

“resulta muy urgente volver a encontrar una sólida legitimación de las televisiones públicas autonómicas, que solo puede alcanzarse si los diferentes parlamentos regionales declaran su convencimiento de la importancia que estas televisiones tienen para desempeñar las misiones de servicio público que tienen asignadas: comunicación e información de proximidad, cultura local y cohesión social (Miguel y Casado, 2015:77).”

Esta idea la refuerza Katharine Sarikakis para quien la crisis económica de 2010 no es sino una excusa para acometer restricciones de presupuesto a los servicios públicos, como las televisiones autonómicas. Austeridad, reestructuración de plantillas, culminación del modelo económico neoliberal basado en “el desmantelamiento paulatino, pero también a menudo violento, de la propiedad pública y su transferencia a manos privadas (Sarikakis, 2017: 45).”

Álvar Peris también insiste en este argumento y acentúa que “se ha extendido la idea de que “la televisión de proximidad autonómica es un servicio prescindible, un lujo que no se puede costear en una época de vacas flacas (Peris, 2017:126)”. El autor recuerda que el presidente valenciano del partido popular, Alberto Fabra, para justificar el cierre de Radiotelevisión Valenciana, ya expuso a los ciudadanos la peligrosa dicotomía de escoger entre sanidad y educación o medios de comunicación públicos, “una trampa en la que no se debe caer de ningún modo”.

Para Miquel Francés, esto ha agravado el mapa de la concentración audiovisual en los últimos ejercicios, por la pérdida del potencial en la producción audiovisual territorial.

“La producción audiovisual española (concentrada) en unas áreas geográficas muy reducidas y en unos grupos empresariales o

grandes productoras, va dejando a su paso una gran atomización de pequeñas y medianas empresas que navegan sin rumbo por las incertidumbres del sector audiovisual” (Francés, 2014: 130).”

El resultado más nefasto de la combinación de crisis económica con aplicación de políticas neoliberales de gestión mediática se produjo en la Comunidad Valenciana con el cierre de Radiotelevisión Valenciana que cesó sus emisiones en noviembre de 2013.

La inexistencia de televisión autonómica en la Comunidad Valenciana durante un periodo de 4 años llevó a la administración a plantearse alternativas para la difusión de contenidos de proximidad de servicio público, como podría ser el incremento de la programación de proximidad en la cadena estatal Radiotelevisión Española, o la financiación de la producción de este tipo de contenidos y su emisión a través de operadores privados. Ambas fórmulas fracasaron en el caso español y específicamente en el caso valenciano, lo que lleva a pensar que la gestión directa de la producción y difusión de contenidos de proximidad es la única vía que queda. Todo ello, pese a que Radiotelevisión Española debería cumplir con el compromiso legal de prestación de servicios audiovisuales de proximidad y de dedicación de parte de su programación a la diversidad cultural y lingüística valenciana, algo que no cumple y para lo que Radiotelevisión Española podría seguir el modelo de descentralización de la BBC. Tal y como relata Carlos López Olano (López, 2017:99), Escocia dispone de 6 centros territoriales de la BBC. BBC Scotland ofrece una programación propia con un informativo local realizado por periodistas escoceses, BBC Alba emite íntegramente en gaélico escocés, lengua que hablan tan solo 60.000 personas., y una cadena íntegramente en galés, lengua con 800.000 hablantes. De los 35.000 trabajadores de la BBC, solo 6.000 trabajan en el centro de producción de Londres, mientras que ciudades como Manchester disponen de grandes centros de producción con 2700 trabajadores. En total hay 160 delegaciones de la BBC repartidas por todo Reino Unido. Una empresa que, “sin duda, se esfuerza en no ser acusada de centralista”, una actitud muy alejada de la situación española y del modelo de Radiotelevisión Española.

Al analizar la situación actual de la televisión de proximidad, no hay que olvidar que la regulación de la TDT a escala nacional supuso también la regularización de unas 1200 emisoras locales comerciales de televisión y un novedoso modelo de emisoras regionales privadas en algunos territorios que, según Enrique Bustamante “se constituyó en una extensión masiva desde 2008 de las prácticas clientelares partidistas de los gobiernos autonómicos para hacer fracasar absolutamente ese modelo de negocio (Bustamante, 2015:28).”

En la Comunidad Valenciana, por ejemplo, la adjudicación de las licencias de emisión en TDT realizadas en 2005, supuso la creación de numerosas

televisiones privadas de carácter comarcal que, en su mayoría, fueron adjudicadas a grupos mediáticos de ámbito nacional como Intereconomía o Libertad Digital, y que acabó teniendo un vago desarrollo y un nulo impacto social y cultural, y no supuso un incremento claro de la variedad en la oferta o diversidad en los contenidos. Como apuntan algunos autores esta concesión de licencias de televisión se realizó “desde una perspectiva netamente privatizadora de dudosa rentabilidad cultural y económica (Francés y Llorca, 2017:208).” De hecho esta adjudicación de canales locales fue anulada por los tribunales diez años después.

Así pues, y pese a que las políticas de gestión neoliberales parecen imponerse en el ámbito comunicativo, no se observa que las alternativas privadas de televisión autonómica y local, favorecidas por algunos gobiernos autonómicos de carácter conservador como el valenciano, estén cubriendo el espacio y prestando el servicio inicialmente encomendado a las cadenas públicas. Destaca Andrés Boix que en las dos últimas décadas, y “pese a un reparto de licencias muy cuestionable –a grupos muy grandes que les permite agrupar cadenas y minimizar la competencia– y con un generoso régimen legal que permite después vender o alquilar esa licencia”, ha quedado demostrado que es muy complicado hacer negocio con el audiovisual de proximidad con unos mínimos de calidad, lo que justificaría el dominio general del ámbito público en este sector y justificaría una amplia intervención pública en esta línea (Boix, 2015:23). Un buen ejemplo lo tenemos en la Comunidad Valenciana donde la desaparición de Radiotelevisión Valenciana no supuso el desarrollo de iniciativas mínimamente ambiciosas de carácter privado, ni de ámbito autonómico ni de ámbito local, y ello a pesar de las facilidades del marco normativo para ponerlas en marcha, lo que viene a confirmar que la aventura audiovisual local no es económicamente atractiva.

Ante esta crisis de la televisión de proximidad, en la que las experiencias privadas no terminan de despegar, y las propuestas públicas se hunden en la incertidumbre financiera, algunos autores como Miguel de Bustos y Casado de Río, insisten en la necesidad de buscar fórmulas de colaboración entre las distintas cadenas autonómicas. Si bien los diferentes modelos de gestión dificultan este objetivo colaborativo, sería un aspecto positivo, por ejemplo, promover las coproducciones. También José Ignacio Pastor insta a las cadenas autonómicas a aprovechar la economía de escala, las alianzas, la cooperación, y a rechazar el modelo competitivo. “Aunque existen espacios de cierta colaboración y cooperación como FORTA, es necesario crear una mayor concertación de todo el sistema público de comunicación entre las televisiones de los diferentes niveles (estatal, autonómico, local, comunitarias, etc.) (Pastor, 2009:169).” De la colaboración entre las televisiones de proximidad habla también Belén Monclús que basándose en el trabajo de Wagner-Hatfield para el ofcom suizo resume algunas prácticas de cooperación que podrían contribuir

a la mejora de las condiciones de funcionamiento de las televisiones de proximidad como son “la sindicación de contenidos, la programación conjunta, la coproducción de programas, y la reflexión conjunta sobre los asuntos compartidos que afectan y preocupan al sector (Monclús, 2017:87)”, o promover el intercambio de imágenes y contenidos entre las televisiones de proximidad y los servicios públicos de televisión.

Ideas y propuestas que podrían contribuir a la supervivencia de algunas cadenas autonómicas y locales, así como al incremento de la diversidad de sus contenidos y a mejorar su carácter de servicio público.

2.1.3.3. La dinamización de los sectores audiovisuales autonómicos

A lo largo de las páginas anteriores hemos destacado algunas funciones que la televisión, como servicio público, cumple en favor de la sociedad. Emilio Prado, resume alguna de ellas en el siguiente párrafo:

“Las televisiones locales de proximidad representan la única oportunidad para los territorios y colectivos más pequeños de encontrar reflejo en los medios audiovisuales, lo que tiene gran trascendencia cultural y económica como contrapeso de los procesos de globalización cultural más poderosos. Su producción cobra un interés especial en términos de conservación del patrimonio audiovisual y de la memoria histórica local, además de prestar un indudable servicio a la normalización lingüística en las comunidades que gozan de lenguas propias” (Prado, 2004:32-33).

De entre todas las funciones que los diversos autores consideran esenciales para ofertar un adecuado servicio público de televisión, resaltamos la que contempla el papel que las televisiones públicas de carácter autonómico juegan a la hora de activar los sectores audiovisuales de los territorios, por estar esta función directamente relacionada con el objeto de investigación de esta tesis doctoral.

Diversos autores argumentan a favor de esta idea. Miguel de Moragas y Emilio Prado, por ejemplo, resumen las funciones de las televisiones públicas en *La televisión pública en la era digital* (2000) y entre las trece funciones indicadas destaca la función de motor de la industria audiovisual (Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:19). Moragas y Prado reafirman esta idea de la siguiente manera:

“las radiotelevisiones públicas tienen un papel “motor” diferente en cada contexto audiovisual (por razones históricas, económicas, culturales o demográficas), pero en todos los casos tienen un gran protagonismo en el futuro del desarrollo de las políticas

audiovisuales y, por tanto, de las políticas culturales de sus países (Moragas y Prado, 200:63).”

Para Zallo, “el apoyo al sector audiovisual con presencia de géneros televisivos y de cine, y una especial sensibilidad para la producción independiente, con el consiguiente fomento de la creación y de la producción de contenidos propios” es también una de las finalidades principales de una televisión autonómica (Zallo, 2011:332).

Miguel y Casado consideran que una estructura audiovisual sólida y con una demanda constante como la procedente de una televisión autonómica es una buena base para el desarrollo del sector audiovisual. Esto propicia el crecimiento y en otros casos el nacimiento de un sector. En la medida en que estas televisiones han de responder a una demanda de contenidos de proximidad para el reflejo de la identidad de la región, las productoras locales se convierten en su principal proveedor (Miguel y Casado, 2015:73).

Miquel Francés considera la televisión autonómica un servicio público fundamental e insustituible que refleja la diversidad de la realidad social, cultural y lingüística de una región. Para él, las cadenas autonómicas son medios al servicio del sentimiento de pertenencia territorial que contribuyen a mejorar la calidad de convivencia de la ciudadanía y a normalizar la diversidad cultural. El autor destaca especialmente que la televisión autonómicas es “una herramienta que genera riqueza económica al territorio, desarrollando el sector audiovisual regional y local (Francés, 2015: 127).”

También Jesús M. Santos incide en esta idea al afirmar que la apuesta por el cine español y europeo, por los documentales y por la animación y la ficción de proximidad constituye una prioridad y un apoyo firme “para el conjunto de la industria audiovisual española, de los productores independientes y de los creadores jóvenes (Santos, 2009:197).”

Álvar Peris ha analizado el papel de las televisiones autonómicas como motor del sector audiovisual local, y coincide en afirmar que la producción propia de ficción televisiva genera tejido industrial y puestos de trabajo, porque las cadenas contratan su producción a empresas externas “con lo que se consigue hacer partícipe de la televisión pública a numerosos profesionales que no forman parte de la plantilla de las cadenas (Peris, 2017:143)”. Guionistas, actores, directores y técnicos, además de empresas auxiliares y de servicios como platós, empresas de postproducción o doblaje, peluquería, maquillaje... Un entramado profesional que tiene impacto directo laboralmente hablando en aquellos territorios en los que se produce ficción televisiva. Este autor pone como ejemplo a la televisión pública catalana que ha producido seriales, dramas, comedias de situación para su prime time con éxitos de

audiencia como *Nissaga de poder* (1996-1998), *Plats bruts* (1999-2002), *Temps de silenci* (2001-2002), *Ventdelplà* (2005-2010), *La riera* (2010- 2017), o *Merlí* (2015-2018).

Otras cadenas autonómicas también han apostado por la producción de ficción televisiva, dinamizando así sus sectores audiovisuales locales con series como *Goenkale* (ETB, 1994-2015), *Padre Casares* (TVG, 2008-2015), *Arrayán* (Canal Sur, 2001-2013) o *L'Alqueria Blanca* (RTVV, 2007-2013). “Gracias a la popularidad que consiguen los actores y actrices de estas series se potencia un star system propio que sirve para alimentar sectores adyacentes como el teatro (Peris, 2017:144).”

Es indudable que las televisiones públicas, y también las privadas, son auténticos motores para la producción audiovisual en el territorio. La externalización es un método de producción habitual en la industria audiovisual contemporánea para la creación de contenidos audiovisuales y mucha programación de entretenimiento: concursos, docusoaps, talent shows, realities... También lo es para la producción de ficción: series y largometrajes, principalmente. En este aspecto hay varias leyes que contribuyen a fomentar esta dinamización del audiovisual en los territorios autonómicos.

La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, obliga a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de cobertura estatal o autonómica a contribuir anualmente a la financiación de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, así como documentales y películas y series de animación, con el 5 por 100 de los ingresos devengados en el ejercicio anterior conforme a su cuenta de explotación. Esta obligación es del 6 por 100 para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública de cobertura estatal o autonómica. La propia Ley General de Comunicación Audiovisual, obliga a que el 60% de esa inversión se realice en la producción de cine en lenguas oficiales de España. Es decir, que los operadores de televisión en España tienen la obligación de invertir parte de su presupuesto en la contratación de contenidos producidos en el entorno más próximo.

En este sentido, la Ley 55/2007 va más allá al hablar del Fomento de la cinematografía y el audiovisual en lenguas cooficiales distintas al castellano, obligando a la Administración a subvencionar proyectos audiovisuales en lenguas distintas al castellano, promoviendo así la descentralización de la producción audiovisual y el desarrollo de los sectores audiovisuales en los distintos territorios con lenguas cooficiales.

Boix y Pereiro, sin embargo, consideran que es necesario un replanteamiento del sector público televisivo en España porque ni las

televisiones autonómicas han conseguido atender a la diversidad cultural, “a esos entornos de proximidad más cercanos a las tradiciones y colectivos de ámbitos territoriales más reducidos (Boix y Pereiro, 2017:37).”

Sobre los porcentajes de externalización que realizan las distintas cadenas hablaremos en las próximas páginas de esta investigación, no obstante es importante hacer hincapié en la necesaria prudencia que requiere todo proceso de externalización, completa o parcial, de las funciones esenciales de una televisión pública (Nissen, 2006, 52) porque una externalización de los contenidos audiovisuales mal realizada puede derivar en situaciones bastante alejadas a los objetivos de cualquier servicio público.

2.2. Producción propia y producción externalizada

Dado que la presente tesis doctoral se centra en analizar los procesos de externalización en la televisión pública autonómica, se considera importante para el ámbito de investigación dejar constancia escrita de las diferencias que existen entre los diferentes métodos utilizados para la producción de contenidos televisivos. 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.

- **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.

El mandato marco de Les Corts para la puesta en marcha de la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación, y el contrato programa firmado entre la Generalitat y la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación también recogen esta distinción entre los diferentes tipos de producción, incluyendo algunos matices. Según este documento la producción se clasificará en:

- **Producción ajena.** Aquella en que la Corporación solamente tiene derechos puntuales de emisión o de antena y difusión sin participar con recursos propios en ninguna de las fases de producción. La producción ajena se considerará siempre producción externa. La producción ajena puede comportar derechos de explotación patrimonial.
- **Producción mixta, coproducción o producción asociada.** Aquella en que la Corporación participa con un porcentaje contractualmente delimitado, bien sea en la producción, en la explotación de derechos o en ambas. La Corporación, y las sociedades que dependen de ella, en sus relaciones comerciales con las empresas tendrán como referencia los precios de mercado. En este método de producción, la empresa productora podrá incorporar, previa autorización del consejo rector, patrocinios comerciales al inicio o al final del programa producido, siempre que tenga como único fin la reducción de los costes de producción. En este caso, la productora podrá incorporar, previa consulta con la corporación, patrocinios comerciales que proporcionen

una minoración de los costes por ambas partes sin que ello afecte a los porcentajes de coproducción.

- **Producción propia.** Aquella en que la corporación tiene el 100% de los derechos de explotación. La producción propia puede ser producción interna o externa.
 - Producción interna. Aquella que pueda imputarse por el consumo o asignación de cualesquiera recursos propios, ya sea totalmente o en parte de una producción audiovisual.
 - Producción externa o propia externalizada. Aquella en que la Corporación no tiene asignados recursos propios para su producción y limita su participación a la explotación de derechos.

Esta clasificación responde a una definición clásica de los métodos de producción, analizada por numerosos autores como José María Álvarez Monzonillo, Enrique Bustamante o Xavier Cubeles. Para este último, la producción propia es la denominada “in house” ya que se produce con los recursos propios de la cadena (Cubeles, 1999:30).” Álvarez y Bustamante también coinciden en que la producción propia es aquella realizada con medios técnicos y humanos de la propia cadena, aunque incluyen en esta clasificación la producción externa, considerada como propia “porque se produce entre los canales y las productoras independientes, aunque sea financiada completamente por las televisiones y estas conservan la totalidad de derechos para los diferentes mercados (Álvarez y Bustamante, 2000:35).” Miquel Francés, por su parte, destaca que en la televisión actual es muy importante aclarar el uso de los conceptos producción propia y producción independiente o externalizada, ya que las cadenas entienden como producción propia todos aquellos programas producidos en parte o íntegramente por ellos. Por tanto, la producción propia es tanto la producción “in house”, como “la coproducción de proyectos entre productores y/o cadenas de televisión y, en último lugar, el encargo por parte de la teledifusora de un producto audiovisual a una empresa independiente, es decir, la externalización” (Francés, 2009:280).”

Este autor también incide en que no hay que confundir externalización con privatización ya que la externalización constituye una vía intermedia entre la prestación directa y la privatización. “Ni hacer coincidir externalización con producción ajena o compra puntual de derechos de emisión (Francés, 2015:132).”

El autor destaca que la subcontratación de los procesos de producción puede facilitar la actividad económica y reducir costes, pero esta tendencia es delicada cuando hablamos de servicios públicos, en los que hay que tener cuidado con la externalización:

“en ningún momento la empresa teledifusora debe perder la coordinación y control del proceso productivo a través de sus

productores delegados que han de velar por la continuidad y el perfil de los proyectos propios, puesto que esta tipología de producción no deja de tener copyright de la cadena (Francés, 2014).”

Jordi Mas Sabaté (2000) recuerda que la externalización de servicios públicos consiste en la transferencia a otra organización de una actividad, que viene realizando directamente la Administración Pública. Eso sí, “la transferencia de la actividad o de la prestación del servicio al contratista externo no exime a la Administración Pública de la responsabilidad ante los usuarios del servicio”. En este sentido, distingue que la privatización implica un cambio de titularidad del ámbito público al privado, mientras que en la externalización la responsabilidad de la provisión del servicio y de la calidad de éste sigue siendo pública (Mas, 2000:4).

Por otro lado, se encuentra la producción ajena, aquella producción en la que la teledifusora no interviene para nada en el proceso de producción sino que, simplemente, adquiere los derechos de emisión de un número determinado de pases. Es una fórmula más barata que la producción propia, por lo que las cadenas recurren habitualmente a los productos de producción ajena para completar su parrilla de programación, pero tienen el inconveniente de que no son contenidos de proximidad porque habitualmente son producciones norteamericanas, largometrajes y documentales, distribuidos a escala internacional, por lo que el espectador se identifica menos con estos contenidos. “La producción ajena es barata, se programa con flexibilidad, tiene unos valores de producción elevados y un buen target comercial” (Francés, 2009:282). En este sentido, podemos afirmar que la inclusión en la parrilla de programación de una cadena de productos audiovisuales de producción ajena supone difundir referentes y valores preponderantes procedentes de fuera de nuestras fronteras, “prediseñados concienzudamente para dar respuesta a la generación de necesidades en los consumidores que generen mayores reportes económicos (Boix y Pereiro, 2017:29).” Todo esto lleva al espectador a asimilar valores, tradiciones y costumbres que no proceden de su entorno de proximidad sino, generalmente del mundo anglosajón, “de mercados supraestatales que generan nuevos referentes y tendencias de carácter global”

El Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) ha analizado este asunto entre 2002 y 2014. La siguiente tabla deja constancia de las tendencias de las televisiones públicas autonómicas en cuanto a externalización de la producción y macrogéneros televisivos.

		02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Entretenimiento	Ajena	13,1	12,8	12,7	14,6	14,2	14,3	4,3	8,3	20,4	20,0	12,6	11,6
	Independiente	50,1	54,2	42,9	40,7	47,1	47,9	57,4	49,5	41,5	42,1	46,7	46,4
	Propia	36,8	33,0	44,4	44,7	38,8	37,7	38,3	42,1	38,0	37,8	40,7	42,0
Ficción	Ajena	91,8	92,6	91,2	93,1	94,6	95,0	96,2	93,0	90,9	90,2	89,5	85,8
	Independiente	6,0	4,5	7,5	5,6	4,9	4,5	2,5	4,4	5,2	6,0	7,1	10,6
	Propia	2,2	3,0	1,4	1,3	0,5	0,6	1,3	2,6	3,9	3,9	3,4	3,6
Información	Ajena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Independiente	5,3	6,2	9,4	13,1	17,9	18,3	49,2	16,6	15,1	13,1	13,3	10,4
	Propia	94,7	93,8	90,6	86,9	82,1	81,7	49,8	83,5	84,9	86,9	85,1	86,7
Deporte	Ajena	-	-	0,1	-	-	-	-	0,2	-	-	-	-
	Independiente	0,1	0,1	0,3	-	6,1	3,8	3,9	1,0	1,0	1,4	2,8	4,3
	Propia	99,9	99,9	99,7	100,0	93,9	96,2	96,1	98,9	99,9	98,6	97,2	95,7

Tabla 10. Comparativa del porcentaje de programación por géneros entre 2002 y 2014.

Fuente GECA

Del cuadro se desprende que los índices de producción propia son muy altos en los géneros informativos y en los deportes en los que la producción ajena es prácticamente nula y se recurre puntualmente a la externalización con empresas independientes. Así pues, entre el 95 y el 100% de los contenidos informativos y de deportes se producen en las propias cadenas con recursos técnicos y humanos propios.

En el entretenimiento, la modalidad de producción está más repartida entre las tres opciones. Prácticamente el 50% de la producción de entretenimiento se externaliza, mientras que un 40% se produce directamente en las cadenas. Por tanto, un 90% de la producción de entretenimiento está directa o indirectamente controlada por la cadena. Tan solo un 10% del entretenimiento se adquiere a empresas externas que no tienen relación directa con la cadena durante el proceso de producción.

Por el contrario, en la ficción la tendencia es totalmente opuesta con índices muy altos de producción ajena, cercanos al 90%, y prácticamente nulos en producción propia. Los índices de externalización en la producción de ficción son muy limitados, rondando el 10% en la mejor de las temporadas. Esto se debería a la alta adquisición de series y películas norteamericanas y la limitada producción de series de ficción y películas locales.

Por tanto, y tal y como destaca Miquel Francés, el gran déficit de las televisiones autonómicas queda claramente detectado en la producción de ficción de proximidad.

“No cabe duda de que esta es una asignatura pendiente de difícil solución, si atendemos a que la producción de ficción es la más costosa y la escala económica de un ente radiotelevisivo autonómico es reducida”. En este sentido, Francés propone dos soluciones para incrementar el nivel de producción propia de ficción: trabajar con producciones asociadas desde instituciones culturales de cada

territorio o la puesta en marcha de coproducciones entre entes autonómicos que comparten rasgos culturales y lingüísticos (Francés, 2015:135).

En esta línea están también los datos que ofrece el contrato programa firmado por la Generalitat Valenciana y la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación para el funcionamiento de la radio y televisión valenciana en el periodo 2018-2020. Este documento prevé que como mínimo un 24% del presupuesto anual de la cadena se destine a la producción o coproducción de contenidos audiovisuales con la siguiente distribución:

TIPO DE CONTENIDO	2018	2019	2020
Entretenimiento	20%	25%	25%
Divulgativo/cultural	25%	25%	25%
Ficción	25%	25%	25%
Infantil/juvenil	6%	6%	6%
Deportes	9%	9%	9%
Doblaje	15%	10%	10%

Tabla 11. Distribución de contenidos para el periodo 2018-2020 en Á Punt.
Fuente: Contrato programa Generalitat Valenciana-CVMC

Este contrato no sólo indica el porcentaje aproximado de inversión en cada uno de los géneros, sino que también contempla las horas aproximadas de programación para cada uno de ellos, atendiendo a la siguiente distribución:

TIPO DE CONTENIDO	HORAS ANUALES	PORCENTAJE
Informativa y deportiva	1768	26,99%
Entretenimiento	1716	26,19%
Cultural y divulgativa	1612	24,60%
Ficción seriada, coproducciones y derechos de antena	312	4,76%
Producción ajena	624	9,52%
Infantil y juvenil	520	7,94%

Tabla 12. Distribución de horas anuales de programación para cada género en Á Punt.
Fuente: Contrato programa Generalitat Valenciana-CVMC

Si reflejamos estos datos en un gráfico, simplificando la información de acuerdo con los macrogéneros recogidos en gráficas anteriores, el resultado sería el siguiente:

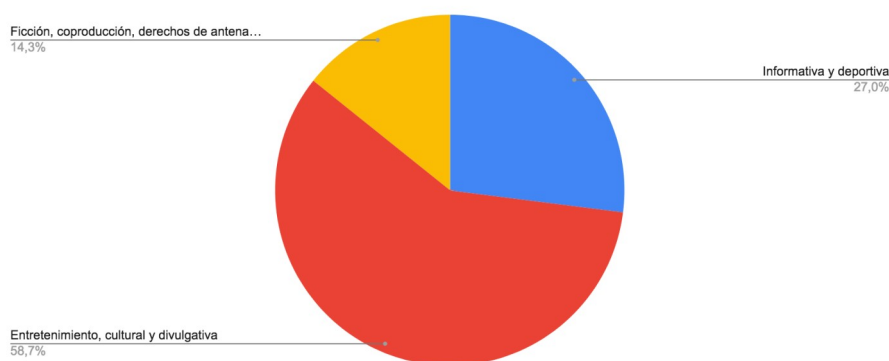


Gráfico 6. Porcentajes de la distribución de contenidos por macrogéneros en À Punt.
Fuente: Contrato programa Generalitat Valenciana-CVMC

Del gráfico circular deducimos que en el contrato programa de À Punt, la programación de entretenimiento es la que se lleva un mayor porcentaje de horas de emisión (58'07%), seguida de la informativa y deportiva (27,07%), mientras que la ficción queda reducida al 14,3% del total de horas de emisión.

En capítulos posteriores analizaremos con mayor detalle la inversión que las cadenas televisivas de España destinan a la externalización de contenidos audiovisuales en los distintos géneros.

2.3. Los géneros y formatos televisivos

El concepto de género está muy extendido en literatura (teatro, novela, poesía, ensayo, etc.), en el cine (western, cine negro, de acción, comedia, musical, etc.), en el medio radiofónico (tertulia, entrevista, musical, radionovela, etc.), o en el periodismo (entrevista, crónica, editorial, reportaje, etc.), por lo que “resulta lógico que en el ámbito televisivo también se clasifiquen los programas que comparten ciertas características comunes en géneros televisivos (Gordillo, 2009:23).”

Nora Mazziotti considera que los programas surgen de la necesidad de fragmentar el continuum televisivo que tradicionalmente ha sido la programación hasta la aparición de la televisión a la carta y el pay per view. Para esta autora, los géneros son conjuntos de convenciones compartidas, entre textos, audiencias y productores (Mazziotti, 2001:182).

Los géneros son conjuntos de reglas a las cuales se hace referencia (implícita o explícita) para realizar procesos comunicativos, ya sea desde el punto de vista de la producción o de la recepción. Así lo considera Mauro Wolf, para quien

“en el momento en que los conjuntos de reglas que definen un género se institucionalizan y entran a formar parte del repertorio

comunicativo, es cuando los géneros pueden funcionar como sistemas de expectativas para los destinatarios y como modelos de producción textual para los emisores (Wolf, 1984:191).”

Es decir, existe un pacto comunicativo entre el espectador y el programa al que asiste. “El género le indica a ese espectador cómo debe comportarse ante un determinado discurso y qué tipo de actitud tomar” (Gordillo, 2009: 29). Esto lleva a los receptores a descodificar “los textos en función del sistema de géneros que han aprendido, aunque no sean conscientes de ello” (Wolf, 1984:192). Es decir, el espectador se predispone al producto que va a consumir cuando conoce el género al que pertenece. Tal y como ejemplifica Nora Mazziotti,

“a una comedia se le pide que no aburra, que no existan situaciones tediosas, estiradas artificialmente o narradas con lentitud. Se le exige un timing que es típico de la comedia y que no se le demanda a una telenovela (Mazziotti, 2001:186).”

Las semejanzas y diferencias entre unos programas de televisión y otros, son las que nos permiten agrupar los programas en géneros diferentes.

“Los géneros se pueden considerar como clubes que ponen un cierto número de condiciones para pertenecer a ellos, pero que toleran como semimiembros a las personas que satisfacen sólo alguno de los requisitos y que no parecen estar afiliados a ningún otro club. En el momento en que los semimiembros se hacen más numerosos, las condiciones de admisión pueden modificarse de tal modo que estos lleguen a ser miembros de pleno derecho (Ryan, 1991:118)”.

Incluso, podríamos añadir, que cuando esos semimiembros se hacen numerosos, pueden llegar a independizarse creando un nuevo club, es decir, un nuevo género.

Son diversos los autores que coinciden en afirmar que no puede considerarse que el repertorio de los géneros de una determinada especialidad artística o mediática esté completamente cerrado “ya que unos evolucionan, otros se extinguen y algunos nuevos pueden ir surgiendo” Gordillo (2009:104). Esta evolución de los géneros es especialmente detectable en la televisión, en la que la clasificación de géneros televisivos es más complicada que en otros ámbitos culturales como la literatura, el teatro o el cine. Inmaculada Gordillo recuerda que la configuración de los géneros televisivos recoge la herencia del cine, el teatro, la radio, la literatura y el periodismo. Algunos de ellos se han asentado en el tiempo y son fácilmente identificables, pero otros muchos evolucionan constantemente tomando características de otros géneros y creando otros subgéneros. Evolucionan, principalmente, porque la televisión es un medio de comunicación variable sujeto a cambios tecnológicos, a las

competencias del mercado y a las evoluciones narrativas. “Por todo ello, el problema de los géneros televisivos se transforma y se renueva en el transcurso de la historia del propio medio (Gordillo, 2009:30).”

En esta línea se expresa también Nora Mazziotti, para quien los géneros, a pesar de que comparten rasgos y características que deben estar presentes, no se les debe considerar como categorías restrictivas e inmutables:

“Por el contrario, son maleables, se estiran, se dilatan, incorporan rasgos, se transforman. Aún más, están en constante estado de redefinición. Su forma de operar es la tensión entre lo definido y lo innovador. Es difícil encontrar géneros en estado puro (Mazziotti, 2001:182).”

Esta evolución de los géneros viene, en muchas ocasiones, determinada por la constante batalla que las televisiones comerciales lidian para alcanzar el mayor porcentaje de espectadores posible. En la televisión,

“los criterios de programación, así como los elementos de rentabilidad económica dependientes de las preferencias de los espectadores, no son ajenos a las configuraciones genéricas: los géneros se convierten entonces en mercancías audiovisuales en competición por los índices de audiencia (Gordillo 2009:105).”

Cuando un género tiene éxito, las cadenas lo repiten para consolidar la audiencia, pero cuando necesitan buscar nuevos espectadores exploran la innovación, incorporando variaciones que llevan a la combinación de elementos de varios géneros creando nuevos subgéneros que, en base al éxito que tengan entre los receptores, acabarán consolidándose como géneros en sí mismos. “un nuevo texto no puede ser idéntico a uno anterior perteneciente al mismo género, pero tampoco demasiado diferente. Debe contar con dosis pequeñas, precisas y reconocibles de novedad (Mazziotti, 2001:185).”

2.3.1. Evolución de los géneros televisivos

Autores como Umberto Eco, Francesco Casetti y la mayoría de los investigadores de la comunicación, señalan que 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. En estas primeras décadas televisivas, la competencia entre las networks norteamericanas era moderada, y se podría datar hasta mediados de los ochenta.

Para este periodo de la historia de la televisión, Amigo Latorre, no habla de géneros, sino de macrogéneros, entre los que cita el referencial, ficcional, publicitario y de entretenimiento.

- 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 pertenecen 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 magacines a concursos televisivos, programas de música y espectáculos, etc..

Inmaculada Gordillo, coincide en esta clasificación de géneros: el informativo -con gran influencia de la radio-, el ficcional -que absorbía elementos de otros modos de representación como el cine y el teatro-, el entretenimiento (musicales, concursos, galas y magacines sobre todo) y la publicidad (Gordillo, 2009:12).”

La neotelevisión es una segunda etapa en la historia de la televisión que implicó una revolución en materia de producción de contenidos y en los procesos de recepción del medio. Esta etapa viene marcada por la proliferación de emisoras y empresas televisivas, incrementando la competencia y favoreciendo la batalla por la audiencia. Según Mónica Gómez, la neotelevisión “nace de la competencia que las cadenas de televisión privada supusieron para las televisiones públicas, que hasta el momento habían sido únicas, hegemónicas (Gómez, M., 2006:1).”

Esta competencia entre cadenas de televisión influyó en la evolución de los programas, de la publicidad y de la tecnología, con el desarrollo y popularización del mando a distancia que dio lugar al fenómeno televisivo del zapping.

“La proliferación de canales supuso la multiplicación de horas de televisión que, a su vez, implicó una apertura en los contenidos. Los protagonistas dejaron de ser exclusivamente los políticos, artistas, y otras personalidades destacadas y reconocidas para ceder sitio al

individuo común, que empezaba a exhibir su vida privada (Gordillo, 2009:12).”

Fue en el paso de la paleotelevisión a la neotelevisión cuando Umberto Eco definió los conceptos de “apocalípticos” e “integrados”. Siendo los “Apocalípticos” aquellos que veían en la televisión un medio “corrompido” por la nueva programación “híbrida” de espectáculo, información y entretenimiento, provocadora de una falsa moralidad y reflejo distorsionado de la realidad; “y los “integrados”, los que entendían la evolución del medio televisivo como una consecuencia lógica de los nuevos cambios tecnológicos y una ventana al mundo, reflejo de los nuevos cambios de la posmodernidad (Gómez, M., 2005:6).

En la primera década del siglo XXI empieza a hablarse de una tercera fase en la historia de la televisión: la hipertelevisión. En la hipertelevisión, cada variedad se ramifica en numerosos subgéneros a partir de fórmulas de hibridación, por lo que puede hablarse de hipergéneros. En esta hipertelevisión se diluyen las fronteras canónicas determinadas en la paleotelevisión y las separaciones entre los géneros empiezan a ser aparentemente invisibles (Gordillo, 2009:14).

La consecuencia es la completa disgregación de formatos por el cambio de algún ingrediente concreto de la mezcla.

“Así podemos encontrar combinaciones como discurso de la realidad + ficción + famosos, o concurso + ficción + música, o información + entretenimiento, o bien publicidad + información + famosos, ... que dan lugar a formatos originales, novedosos y sin consolidar dentro de los catálogos de programas televisivos (Gordillo, 2009:16).”

Jonathan Bignell coincide en afirmar la idea de la hibridación de los géneros propia de la hipertelevisión:

“desde el nacimiento de la pequeña pantalla y hasta mediados de los 90, distinguimos sin dificultad los boletines informativos, los telemovies y las series, y la publicidad comercial. Esta primera tipología de géneros ha ido evolucionando y subdividiéndose hasta el actual pastiche de formatos televisivos, en donde concurren telenovelas, debates informativos, magazines, comedias de situación, *talk shows*, *late nights*, realities y un sinfín de programas situados en las fronteras de los géneros o formatos originales (Bignell, 2004, pp. 113-133).”

Otra característica de la hipertelevisión, es la llegada a la pequeña pantalla del espectador anónimo, sin ningún mérito particular o sin cualidades especiales, que se convierte en protagonista de multitud de programas

desplazando de los mismos a celebridades que destacan en diversos campos intelectuales, políticos o culturales (Gordillo, 2009:20).

2.3.2. Hibridación de los géneros televisivos

Hay géneros que han sobrevivido bien a la evolución de la televisión. El macrogénero referencial o informativo, es uno de los que mejor han aguantado la hibridación. Es cierto que, a día de hoy, han cambiado mucho las formas en la puesta en escena de los programas informativos, con mayor presencia tecnológica (video walls, realidad aumentada, decorados virtuales, etc.) y con mayor interacción de los presentadores con sus compañeros, pero con una conservación de rasgos propios como son las características básicas del decorado, la ausencia de público, la emisión en directo, los horarios fijos de emisión, etc. Por este motivo, se considera que los géneros informativos son más fieles a la esencia original y han sufrido menores variaciones e influencias de otros géneros. Esto nos ayuda a identificarlos con mayor facilidad, ya que conservan sus características fundamentales.

En el macrogénero del entretenimiento televisivo, la hibridación es muchísimo mayor, ya que los distintos programas están en constante evolución combinando características de otros formatos en la búsqueda de la innovación y la captación de nuevos espectadores.

Dentro del macrogénero del entretenimiento, el magazine es uno de los géneros que sobreviven a la evolución de la televisión, ya que se trata en un programa híbrido en sí mismo al incluir muchos formatos en un mismo programa. La autora Mónica Gómez lo define como un contenedor de géneros en el que todo cabe (información, música, opinión, entretenimiento...) "Es un mosaico amplio (puede durar varias horas), caracterizado por la diversidad de contenidos, de tratamientos y de enfoques (Gómez, 2005:1)." Ahí radica la clave de su supervivencia, ya que al ser un género híbrido en sí mismo, puede ir adaptando sus contenidos a la evolución de la televisión.

Otros géneros se han creado a partir de la hibridación. Es el caso, por ejemplo, del *info-show*, que bebe del macrogénero referencial y del entretenimiento, cogiendo las características del informativo pero combinándolas con el humor y la ficción.

Otro gran género híbrido es el *talk-show*, que se modela a partir de la estructura del debate (la conversación), y añade la temática de los reality-shows (la vida privada) y la participación del público de los concursos (Gómez, 2005:3).

Por otra parte, el *reality-show*, o programa de telerrealidad, es el formato híbrido en el que la realidad se convierte en un espectáculo para la televisión. Podríamos decir que coge características del género documental por el hecho de simular mostrar la realidad, pero las combina con aspectos de la ficción y el entretenimiento. Entre sus características destacan: un gran casting con una selección de personajes singulares, a veces grotescos y en todo caso hiperrealistas, que distorsionan, sorprenden y corrompen su realidad originaria; la transformación en protagonista del ciudadano anónimo; la fuerte identificación y proyección de la audiencia con el contenido del programa, que hace que el espectador se ponga en la piel del protagonista del relato; y el voyeurismo o necesidad de mirar y obtener con ello un placer orgánico de los espectadores, lo que se ha llamado por algunos autores: la “pulsión escópica”, que implica la necesidad de ver y el deseo/placer de mirar. Algunos formatos de telerrealidad avivan el morbo y van asociados a él (Gómez, 2005:4).

También entre los géneros híbridos más populares encontramos el docushow, docudrama o docureality, un programa que nace a partir de un hecho real y de datos comprobados, pero que añade un tratamiento de ficción, mezclando lo racional y lo emocional, lo simbólico y lo imaginario. Sánchez Noriega define el docushow como:

“la recreación de una realidad parcial perteneciente al pasado, en la que los protagonistas se convierten ocasionalmente en actores que reproducen el acontecimiento del que fueron protagonistas, en el mismo escenario de los hechos”.

Mónica Gómez distingue tres tipos de docudramas: el docudrama puro, que capta el drama humano en el momento mismo en que acontece, el docudrama parcialmente ficcionado, en el que los protagonistas reviven el drama para su grabación, y el docudrama totalmente ficcionado en el que además de fingirse el drama se sustituye a los protagonistas por actores (Gómez, 2005:5).

El macrogénero de la ficción ofrece géneros y formatos bastante estables con escasa hibridación. Las características de cada uno de ellos permiten identificar y clasificar los diferentes programas con relativa facilidad. Dentro de este macrogénero podríamos distinguir las *tv movies* o telefilms, las miniseries y las teleseries.

Para Ángel Carrasco Campos, las *tv movies* o *telefilms* son películas confeccionadas específicamente para su programación en televisión con un relato conclusivo. Su duración suele ser limitada si los comparamos con los metrajés cinematográficos, así como sus presupuestos (reflejándose en breves plazos de rodaje y escasas propuestas estéticas y artísticas, tanto a nivel de guión como de producción y estructura) (Carrasco Campos, 2010:182).

Las miniseries son productos similares a las *tv movies* que por su duración se dividen en dos o tres capítulos. También son relatos autoconclusivos con una trama principal que va resolviéndose a lo largo de las sucesivas entregas.

La serie de ficción o teleserie sería la narración seriada de diferentes relatos de ficción, fragmentados en diferentes capítulos. Para Ángel Carrasco Campos es un producto televisivo de claro propósito comercial destinado al entretenimiento, consistente en relatos inventados y estructurados en un amplio número (abierto o cerrado) de capítulos, cuya duración viene definida por la propia estructura de la parrilla de la cadena y los hábitos de consumo de los espectadores. Dentro del género de las teleseries podríamos distinguir formatos distintos como la soap opera, la telenovela, la teleserie dramática, la comedia de situación o el dramedia (Carrasco Campos, 2010:183).

La mayoría de autores clasifican las teleseries siguiendo la distinción clásica de los géneros teatrales de drama y comedia. Dentro de las teleseries clasificadas como dramas encontraríamos las soap operas, las telenovelas, y los dramáticos. En las teleseries consideradas comedias incluiríamos las comedias de situación y los dramedias.

Las soap operas serían aquellas teleseries de emisión diaria con capítulos de 50-60 minutos, caracterizadas por un carácter abierto de sus tramas y capítulos, cuya evolución narrativa avanza temporada a temporada sin un final aparente. Son productos televisivos con una gran esperanza de vida en pantalla. Las tramas se basan en el tratamiento de las relaciones humanas de distinta índole (especialmente románticas, familiares y profesionales), siempre desde la perspectiva de los sentimientos y las emociones, presentándonos conflictos, intrigas, traiciones y engaños a través de personajes estereotipados y un reparto coral sin protagonistas destacados (Carrasco Campos, 2010:185).

La telenovela es un formato de teleserie muy similar a la soap opera, pero es un formato típicamente latinoamericano. En las telenovelas, el amor romántico cobra mayor importancia y determina generalmente el motor de la trama principal. El triunfo del amor romántico suele constituir el final del relato, expuesto como recompensa siempre merecida, por encima de todos los impedimentos que se encuentran capítulo tras capítulo (disputas familiares, conflictos de clase, intereses perversos de terceras personas...) que hacen serpentear y culebrear la trama (de ahí su acepción popular: "culebrón"). Otra característica presente en muchas telenovelas es la idealización de las clases adineradas de la sociedad, tanto urbanas como rurales, por lo que es habitual que las tramas se sitúen en grandes ranchos, explotaciones agrícolas o ganaderas, y los personajes sean físicamente ideales y estereotipados (Carrasco Campos, 2010:186-187).

Las teleseries dramáticas son formatos complejos y heterogéneos con temáticas y contenidos diversos que huyen del humor y combinan acción, misterio, intriga, amor, sexo... Generalmente, los capítulos de este formato tienen una duración de unos 50 minutos en los que se desarrolla la estructura clásica de introducción, nudo y desenlace, con unas tramas autoconclusivas que son distintas de otras tramas que avanzan capítulo a capítulo de la mano de los protagonistas. Este tipo de series son menos corales, con unos protagonistas destacados. (Carrasco Campos 2010:189) Tradicionalmente han tenido una emisión semanal pero la aparición de las plataformas de streaming (Netflix, HBO, Amazon prime video, Disney+, etc.) ha roto con esta temporalización y las temporadas se publican de un sola vez para que el espectador no tenga que esperar la emisión de un nuevo capítulo semana tras semana.

Por lo que hace a las teleseries de comedia, podemos destacar las comedias de situación o sitcom, un formato basado en el humor con capítulos autoconclusivos de una duración aproximada de 30 minutos, de características teatrales y grabadas generalmente en decorados artificiales en estudio. Suelen tener repartos corales con un número definido de personajes imperfectos y muy estereotipados, y en ocasiones incorporan risas enlatadas. No suelen haber tramas que recorran los diferentes capítulos, salvo las relaciones personales entre los personajes, por lo que cada capítulo es independiente respecto de los demás. Los conflictos se basan en el enredo y la confusión a partir de las relaciones cotidianas de la rutina diaria. (Carrasco Campos, 2010:190-191).

Por último estarían los dramedias, un formato de telecomedia relativamente actual, basado principalmente en combinar tramas propias del drama televisivo con elementos específicos de la comedia de situación. Podríamos decir que es el formato más híbrido dentro de las teleseries ya que combina las características teatrales del drama y la comedia. Los capítulos rondan entre los 50 minutos, en los que la trama principal del episodio y las dos o tres secundarias se desarrollan según la tradicional estructura de planteamiento, nudo y desenlace, aunque siempre dejando ciertos elementos inconclusos, dentro de la trama más general que recorre la serie, los cuales prometen ser continuados en los sucesivos episodios. Combinan localizaciones interiores y exteriores y repartos corales. La dramedia se nutre de la vida cotidiana para configurar sus personajes e historias. Se tratan en clave de humor los problemas cotidianos, cercanos y familiares para la audiencia, y se conjugan con enfoques dramáticos derivados de enfrentamientos familiares, conflictos de pareja, guerra de sexos, problemas laborales, traiciones sentimentales o tensiones sexuales no resueltas.

2.3.3. Diferencia entre género y formato

Existe debate entre los autores sobre la denominación que deben recibir los diferentes tipos de programas. En algunos estudios se refieren a ellos como géneros televisivos, en otros se habla de formatos de programas. Parece que la diferencia entre ambos conceptos no está del todo clara, utilizando ambos de manera aleatoria, aunque existen algunos autores que han tratado de marcar la diferencia entre género y formato.

Por ejemplo, José Ignacio López Vigil plantea la siguiente diferencia basada en la etimología entre las palabras género y formato:

“La primera tiene una raíz griega que significa generación, origen. Digamos que son las primeras distribuciones del material radiofónico, las características generales de un programa. La segunda viene del vocablo latino forma. Son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos imprecisos. Todavía hablamos de la horma del zapato o del sombrero, donde se doblega el cuero o el fieltro (...). Los géneros, entonces, son los modelos abstractos. Los formatos, los moldes concretos de realización (López Vigil, 2000: 126).”

Sin embargo, Ángel Carrasco Campos considera que el género es un concepto de gran amplitud bajo el cual se incluiría el formato, a modo de nivel más específico (Carrasco Campos, 2010:182). Es decir, el formato sería una mayor concreción de las características del programa dentro del género. Para este autor, el género es el conjunto de características formales que son comunes a un amplio espectro de programas, y en ese género pueden ser agrupados un considerable número de formatos diferentes que comparten ciertas semejanzas formales.

Carrasco Campos recoge la definición de formato formulada por Gloria Saló en su obra “Qué es eso del formato”, y la reformula. Para Gloria Saló el formato “es el desarrollo concreto de una serie de elementos audiovisuales y de contenidos, que conforman un programa determinado y lo diferencian de otros (Saló, 2003: 13).” Pero Carrasco Campos matiza esta definición al considerar el formato “como el conjunto de características que posibilitan diferenciar a un programa de otro sin necesidad de recurrir a sus contenidos”. Es decir, para Carrasco Campos el formato acoge una diversidad de programas con características comunes, independientemente de los contenidos que estos incluyan. Para llegar a esta conclusión el autor se basa también en la definición de formato de la Real Academia de la Lengua: “conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación periódica o de un programa de televisión o radio”.

Carrasco Campos también realiza un apunte muy interesante al afirmar que en televisión, la presencia de formatos puros es algo totalmente inusual,

“al ser este purismo cada vez más rechazado por las productoras y cadenas, las cuales, siempre en busca de productos nuevos, aunque sin arriesgarse al rechazo de la audiencia, ven en el sincretismo de los formatos tradicionales, suficientemente testados en el mercado, la más segura y económica estrategia comercial (Carrasco Campos, 2010:181).”

Inmaculada Gordillo realiza la siguiente clasificación de géneros y formatos:

- el hipergénero ficcional abarca formatos como las telenovelas, las soap opera, las series dramáticas, las de acción, los espacios de sketches, los telefilms o *tv movies*, los dibujos animados

- el hipergénero informativo contiene formatos como los informativos diarios o telediarios, los informativos temáticos, los documentales, los reportajes, los espacios de entrevistas, los debates...

- el hipergénero publicitario incluye formatos como los anuncios, las promociones y autopromociones, los publireportajes de televenta, el *brand placement*...

- el hipergénero de entretenimiento y variedades que comprende formatos como los musicales, los shows de variedades, los espacios religiosos, las retransmisiones deportivas y taurinas, los conciertos, los magazines....

- el hipergénero docudramático, que engloba formatos como el *reality show* de convivencia, el de superación y el de supervivencia, los *talk shows*, el *coaching show* y el *celebrity show* (Gordillo, 2009: 108-109).

Resumiendo, podríamos afirmar que los diferentes autores se basan en cuatro grandes macrogéneros: información, entretenimiento, ficción y publicidad. A partir de ahí se clasificarían los distintos géneros y formatos, concreciones formales de los diferentes tipos de programas en ocasiones sometidos a procesos de hibridación en busca de la innovación y captación de nuevos espectadores. Podríamos considerar como géneros a aquellos tipos de programas que comparten características y han sufrido una menor evolución, mientras que los formatos serían el conjunto de peculiaridades que distinguen un programa de otro, dentro del mismo género.

En la redacción de esta tesis hemos tomado como referencia la estructura clásica de macrogéneros establecida en la paleotelevisión, por lo que

analizaremos por separado los géneros informativos, los géneros de entretenimiento y los géneros de ficción. No se analizará el género publicitario por no ser el ámbito de estudio de esta tesis destinada a la externalización de la producción de programas de televisión.

En materia de géneros, los programas analizados en esta tesis se han clasificado de la siguiente manera:

Géneros de ficción

- Teleseries (soap operas, dramas, sitcom, telenovelas, dramedias)
- *TV movies*
- Miniseries
- Largometrajes
- Cortometrajes
- Documentales
- Animación

Géneros de entretenimiento

- Series documentales (docudramas, docushows, docurrealities)
- Concursos
- *Talk shows*, debates y entrevistas
- Programas de cocina
- Programas de humor
- Magazines
- *Talent shows*
- *Reality shows*
- Musicales y variedades
- Programas culturales
- Otros programas de difícil clasificación

Géneros informativos y deportivos

2.4. Conclusiones

Llegamos al final del capítulo 2 dedicado al marco teórico. Un capítulo en el que hemos repasado las reflexiones y estudios realizados por numerosos autores en torno a tres temas cruciales para la comprensión de esta tesis doctoral:

- El papel de la televisión pública en el contexto europeo, nacional y autonómico
- Las tipologías y procedimientos de producción audiovisual utilizados por las diferentes cadenas de televisión

- Los géneros y formatos televisivos

En el primero de los epígrafes hemos realizado un recorrido sobre la televisión en Europa, conociendo cuáles son las principales tendencias en cuanto a transmisión, financiación y contenidos en las principales cadenas del continente europeo. Como indican varios autores, la televisión en Europa es cada vez menos pública y está cada vez más conectada a internet, lo cual supone también una revolución en la producción de contenidos.

España no es ajena a este fenómeno, y en los más de 60 años transcurridos desde que se iniciaron las emisiones de televisión en nuestro país, la televisión ha pasado de una hegemonía de lo público durante casi tres décadas, a un predominio casi absoluto de la televisión privada. La televisión autonómica, con sus contenidos de proximidad, son una razón de ser para el mantenimiento de la oferta pública de televisión en las autonomías. Sin embargo, éstas no son ajenas a la crisis de lo público en el sector audiovisual, y se han visto sometidas en los últimos años a fuertes presiones de los sectores políticos más conservadores que han tratado de dinamitar su existencia reduciendo sus presupuestos con la intención de rebajar la calidad de sus contenidos y reducir la atención de la audiencia.

Uno de los objetivos de las televisiones autonómicas es la dinamización de los sectores audiovisuales locales. Los autores coinciden en que el buen funcionamiento de la televisión de proximidad contribuye a la creación de empleo y tejido empresarial en el entorno de la cadena de televisión, por lo que la supervivencia de las cadenas autonómicas supone en la mayoría de casos la supervivencia de las industrias audiovisuales locales.

El segundo epígrafe del capítulo lo hemos dedicado a diferenciar las diferentes tipologías de producción televisiva que utilizan las cadenas. La producción propia, propia externalizada y ajena son las principales opciones a las que recurren las empresas de televisión para producir o adquirir los contenidos que conforman su parrilla. El repaso realizado a las aportaciones de los teóricos sobre esta cuestión resulta fundamental para entender algunos aspectos de los capítulos posteriores.

Por último, en este capítulo hemos abarcado la diferencia entre género y formato televisivo para conocer las opiniones que diferentes autores tienen sobre este asunto. Un aspecto muy destacado de este epígrafe es conocer la evolución de los macrogéneros: entretenimiento, ficción, información y deportes, así como las peculiaridades de los distintos géneros. No hemos olvidado el fenómeno de la hibridación de géneros, propio de la época denominada hipertelevisión y que supone una combinación de las características de géneros distintos para alcanzar nuevas propuestas

innovadoras capaces de captar nuevas audiencias.

Una vez establecido el marco teórico en que se basa esta tesis doctoral, repasamos en el siguiente capítulo el contexto del que parte la investigación.

3. CONTEXTO DEL QUE PARTE LA INVESTIGACIÓN

En los capítulos anteriores hemos introducido el tema de esta tesis doctoral, y hemos detallado el procedimiento de la investigación, además de repasar las opiniones de otros investigadores sobre asuntos tan relacionados con esta tesis doctoral como la situación de la televisión pública en Europa y España, la evolución de la televisión de proximidad, los sistemas de producción audiovisual o los diferentes géneros televisivos. Llegados a este punto, creemos interesante describir el contexto 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 Radiotelevisión Valenciana, 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 Radiotelevisión Valenciana y aparición de empresas girasol

Determinar la fecha de nacimiento del sector audiovisual valenciano es una tarea complicada ya que no existe una fecha concreta ni un acontecimiento específico que pueda fijar el inicio de las actividades audiovisuales en el territorio autonómico. Sin embargo, hay diversos indicadores que nos pueden ayudar a precisar la temporalización aproximada y las condiciones en que comenzó a engendrarse la industria audiovisual valenciana tal y como la conocemos en la actualidad.

Uno de los aspectos a tener en cuenta es que son varias las empresas relacionadas con la producción audiovisual y el doblaje que iniciaron su actividad a finales de la década de los 70 y principios de la década de los 80, como es el caso de Estudios Andro o Estudios Tabalet. Rafael Quílez indica que en 1986, tres años antes del inicio de las emisiones de Canal 9 y dos años después de la aprobación de la Ley de creación de Radiotelevisión Valenciana, se publicó el balance oficial de la situación del sistema comunicativo valenciano. En este informe se detallaba que había en el territorio autonómico valenciano veinticuatro productoras, de las cuales sólo trece disponían de equipamiento técnico propio (Quílez, 1990:192-193).

También podemos 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 siempre supeditada “al marco de las normas básicas del Estado” y “en los términos y en los casos establecidos en la Ley que regule el Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión” (art.37.1). Tal y como denuncia el Col·lectiu Ricard Blasco en su obra *Reset RTVV*:

“el legislador valenciano se autolimitaba sometiéndose a lo que disponía el Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión, el cual contemplaba la posibilidad de un tercer canal de televisión pública para el ámbito territorial de cada comunidad autónoma (disp.ad. cuarta de l'Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión), como también la posibilidad de concesión de un canal autonómico por parte del gobierno (art.2.2 de l'Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión)”.

Para el Col·lectiu Ricard Blasco, esta autolimitación normativa recogida en el Estatuto de Autonomía “fue una muestra de cómo el gobierno de Joan Lerma se arrodillaba más de lo necesario delante de las normas estatales”. (Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:49)

El Estatuto de Autonomía, en el segundo párrafo de la disposición transitoria sexta, preveía una programación específica de Televisión Española para el territorio valenciano hasta la puesta en marcha del canal propio de televisión autonómica, siguiendo el modelo de “televisiones ventana” catalogado por Pierre Musso que ya explicamos en el capítulo anterior. Televisión Española no cumplió esta transitoria y no amplió nunca su programación territorial.

Además de la creación de la radio y televisión autonómica, 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.

Sin duda alguna, el elemento decisivo para el nacimiento de un industria audiovisual en la Comunidad fue la aprobación en 1984 de la Ley que permitió la puesta en marcha de Radiotelevisión Valenciana (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. Àlvar Peris lo ejemplifica de manera metafórica: “Es lo mismo que pasó cuando la 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)

Fueron muchas las empresas audiovisuales que se crearon ante las expectativas creadas por la puesta en marcha de Radiotelevisión Valenciana. Fernández Quijada en su tesis sobre Industrias Culturales en el Siglo XXI hace referencia a este papel que Radiotelevisión Valenciana jugó en el desarrollo del sector audiovisual valenciano independiente (Fernández, 2007:310). El autor analiza el periodo 2004-2005 y concluye que el gráfico que dibuja la producción audiovisual valenciana ofrece un dibujo muy similar al andaluz con una fortísima dependencia de un actor central, la televisión pública autonómica, con 22 productoras trabajando en exclusiva para ella. Además, destaca el autor que la productora Astel fue la que más horas colocó en las parrillas durante ese periodo, un 64,5% de todo lo producido en la comunidad autónoma. Tras ella, La Granota Grogga reunió 19,91% de la producción mientras que el restante 15,60% se lo repartieron 25 productoras, 19 de las cuales ni siquiera llegaban al 1%.

Según Fernández Quijada, la sensación de microproductoras y atomización de la producción se confirma al observar los datos de facturación. El autor de esta tesis doctoral asegura que, de todas las productoras que trabajaban para Radiotelevisión Valenciana en el citado periodo, las productoras de la Comunidad eran las que tenían un mayor acceso a la parrilla autonómica copando casi el 90%. Según el autor, productos audiovisuales de origen catalán, andaluz, madrileño y castellano-manchego completaban la cartera de producción independiente programada en Radiotelevisión Valenciana en el citado periodo.

El autor en 2007 ya destaca que se aprecia 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 TVV, la mala situación financiera de la televisión pública les ha arrastrado a la situación actual” (Marzal y Soler, 2015).

En resumen, podemos afirmar que, aunque es imposible determinar la fecha de nacimiento del sector audiovisual valenciano, la década de los 80 fue determinante para la puesta en marcha de numerosas empresas dedicadas a la producción de cine y vídeo y al doblaje de producciones audiovisuales. La

puesta en marcha de Radiotelevisión Valenciana generó expectativas de trabajo que con el tiempo derivaron en un excesivo monoclientelismo de las empresas respecto de la cadena autonómica, motor del sector en la Comunidad.

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:

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
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

Tabla 13. Relación de asociaciones profesionales y empresariales del audiovisual en la Comunidad Valenciana. Fuente: elaboración propia.

La revista Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana, en noviembre de 2009 publicaba el artículo ¿Quién es qué?. En este artículo presentaba gráficamente “las principales organizaciones, poniendo cara a sus representantes para facilitar la tarea de reconocimiento a todos aquellos que todavía no saben con certeza quién es quién en el audiovisual valenciano?”. En el gráfico publicado por la citada revista observamos como el Centro para la dinamización del audiovisual valenciano es una entidad que aglutina iniciativas impulsadas por las principales asociaciones de empresarios audiovisuales de la Comunidad. Esta entidad fue la impulsora del Cluster audiovisual valenciano (CAV), una agrupación empresarial estratégica formada por 52 empresas. CEDAV nació por iniciativa del Instituto Tecnológico AIDO, la Fundación para la Investigación del Audiovisual (FIA) y 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). (Enfoque, 2009: 22-24) Enfoque señala que en el ámbito empresarial hay tres organizaciones independientes no agrupadas en la federación empresarial: la Asociación Valenciana de Productores Independientes (AVAPI), la Asociación Valenciana de empresarios de cine (AVECINE), y la Asociación de Empresas y Servicios Audiovisuales de la provincia de Alicante (Alicante Audiovisual).

El mismo artículo señala que, por lo que hace a los profesionales, cuatro asociaciones se encontraban agrupadas en la Federación Valenciana del Audiovisual (FEVA). Se trata de Actors i actrius del País Valencià (AAPV), Escriptors Valencians de l'audiovisual (EDAV), la Asociación de Músicos y compositores del audiovisual (Musimatge) y la Asociación de directores de cine valenciano (ADCV). Por libre actuaban la Asociación de traductores, adaptadores y asesores lingüísticos (APTAA), el Col·lectiu de professionals del doblatge (CPD) y la Plataforma de nous realitzadors (PNR).

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.

Una de las que ha cesado su actividad es la Fundación para la Investigación del Audiovisual, que fue eliminada por el Consell en el año 2010 dentro de un plan de ajuste económico, según informaba el diario ABC del 15 de mayo de 2010 en su artículo “El Consell ahorra 115 millones al eliminar una de cada cuatro empresas y fundaciones” (Conejos, 2010).

Una de las últimas asociaciones que se han creado en Alicante ha sido Mediterránea Audiovisual que, según explica el Diario Información del 15 de septiembre de 2014, pretende cubrir las necesidades del entorno audiovisual tras la desaparición de la Ciudad de la Luz y la cadena pública autonómica Canal 9.

En 2014 también se creó la Mesa del audiovisual valenciano, un foro de debate en el que participan representantes de asociaciones profesionales, centros educativos vinculados al audiovisual y profesionales a título propio. Esta Mesa del audiovisual ha trabajado 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. Tal y como recogen en su manifiesto fundacional “La Mesa se propone, como objetivo a corto plazo, el restablecimiento del servicio público de radiotelevisión en la Comunitat Valenciana, de carácter democrático, plural, independiente, de calidad y en valenciano”. Otro de los objetivos de este colectivo pasa por proponer y desarrollar medidas que potencien la producción audiovisual en general, mediante políticas fiscales, convenios con la Seguridad Social y cualquier otro tipo de medida que favorezca la reactivación del sector.

Soler, Galán y Marzal analizan el papel desempeñado por la Mesa Sectorial del Audiovisual Valenciano (MESAV) en el proceso de recuperación del audiovisual valenciano. En este estudio se constata que para el 50% de los encuestados, la MESAV ha sido muy útil como espacio para poner en común los problemas que comparten los profesionales de la comunicación, y que un 44% de los encuestados consideran que la puesta en marcha de la MESAV ha sido importante como ejercicio de análisis y de crítica constructiva de las políticas de apoyo a los sectores de la comunicación. Sin embargo, el mismo estudio deja constancia de que para el 71% de los encuestados, la MESAV no ha sido un instrumento útil para ganar visibilidad de la profesión ante la sociedad valenciana, que el 65% considera que la MESAV no ha servido para demostrar la unidad de todos los sectores de la comunicación ante la sociedad valenciana, y que para el 72% de los encuestados la MESAV no ha servido tampoco para comunicar a la sociedad los problemas del sector audiovisual y de la comunicación valencianos. (Soler, Galán y Marzal, 2020:54)

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. La Acadèmia pretende agrupar a todas las partes implicadas en la producción cinematográfica, televisiva, así como la creciente industria de los videojuegos. Entre sus objetivos destaca el de convertirse en espacio de reflexión sobre las artes audiovisuales valencianas, generando opinión, análisis, e investigación.

Soler, Galán y Marzal consideran que todas estas asociaciones de los campos audiovisual y de la comunicación deben hacer un esfuerzo para comunicar a la sociedad en qué consisten las actividades que desarrollan y porqué son importantes para el desarrollo económico, social y cultural. Para estos autores resulta necesario fortalecer el tejido asociativo y mejorar la gestión de la propia comunicación de las asociaciones, potenciando también la colaboración entre las diferentes asociaciones, y entre los ámbitos profesionales del periodismo, de la publicidad y del audiovisual. (Soler, Galán y Marzal, 2020:55).

En definitiva, un cúmulo de asociaciones profesionales y empresariales que en los últimos 30 años han trabajado y 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.

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

La aprobación de la Ley de la Generalidad Valenciana 7/1984, de 4 de julio, de creación de la entidad pública Radiotelevisión Valenciana (RTVV), y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana supuso, sin duda alguna, un punto de partida imprescindible para el

desarrollo del sector audiovisual valenciano tal y como lo conocemos en la actualidad.

Al igual que sucedió en otras autonomías, y como ya hemos comentado anteriormente, la creación de una televisión autonómica supuso en el territorio valenciano el nacimiento de numerosas empresas de producción audiovisual y prestación de servicios que tenían como principal cliente a Radiotelevisión Valenciana.

La creación de Radiotelevisión Valenciana se aprobó por Ley en 1984, pero no fue hasta el 9 de octubre de 1989 cuando la cadena inició sus emisiones. Curiosamente, la Ley de 1984 no recogía en sus artículos el fomento del sector audiovisual local como uno de sus principios fundacionales, pero tal y como se demuestra en esta investigación, la cadena autonómica cumplió una función de motor de la industria audiovisual en el territorio.

De todas las iniciativas públicas recogidas en este apartado, la aprobación de la Ley de creación de Radiotelevisión Valenciana es seguramente la más importante, ya que durante sus 24 años de vida, la cadena autonómica marcó, en mayor o menor grado, el destino de las empresas y profesionales del audiovisual 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 Radiotelevisión Valenciana 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 Radiotelevisión Valenciana. 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 este convenio Radiotelevisión Valenciana destacaba que uno de sus objetivos fundamentales era el compromiso con la industria audiovisual valenciana de convertirse en elemento y factor dinamizador. En sus cláusulas la Conselleria de Cultura se comprometía a destinar 89.100.000 pesetas, mediante convocatoria pública, para apoyar la producción audiovisual valenciana, mientras que Radiotelevisión Valenciana se comprometía a destinar hasta un máximo de 210 millones de pesetas que destinaría a la adquisición de derechos de diversos tipos (de antena, de emisión, de coproducción, etc.) exclusivamente para aquellas

producciones audiovisuales que recibieran ayudas de la Conselleria de Cultura, Educación y Ciencia.

Fue un primer paso, pero el gobierno autonómico, consciente de las posibilidades de desarrollo de este sector profesional, consideró al sector audiovisual preferente y estratégico desde el punto de vista cultural e industrial, y como uno de los sectores de mayor capacidad de crecimiento y creación de empleo para los siguientes años.

El documento indica que para impulsar el desarrollo del sector audiovisual valenciano se hace necesario arbitrar medidas de apoyo institucional que contribuyan a alcanzar ese objetivo, tanto en aspectos de financiación como de fomento de la producción audiovisual valenciana.

Una de las principales medidas recogidas en este protocolo es la que contempla que la Conselleria del Portavoz del Gobierno, a través de la Dirección General de Comunicación, tramitará el Convenio de Cooperación entre la Generalitat Valenciana y Radiotelevisión Española, para el fomento de la producción audiovisual valenciana, por un importe de 500.000.000 de pesetas. Gracias a esta iniciativa diversas empresas valencianas produjeron diversas miniserias que posteriormente fueron emitidas por Televisión Española. Estas miniserias de dos capítulos impulsadas por el Gobierno Valenciano desde el año 1997 permitieron al sector audiovisual producir grandes obras, la mayoría de ellas con ambientación de época, en las que se ha recreado la vida y obra de personajes ilustres y grandes artistas valencianos de todos los tiempos. Con magníficas ambientaciones llevadas a cabo por profesionales del audiovisual local hemos podido revivir en la pantalla las vidas de Blasco Ibáñez, Severo Ochoa, Miguel Hernández, Ausiàs March, Joaquín Sorolla, Martín y Soler o San Vicent Màrtir, generando así un legado cultural muy valioso para difundir entre las generaciones venideras. En el capítulo 5 de esta tesis doctoral se detallan los aspectos de este convenio y el listado de producciones realizadas al amparo del mismo.

Otra de las iniciativas recogidas en el Protocolo es la consignación de 200 millones de pesetas anuales por parte de la Conselleria de Cultura y Educación destinadas a dinamizar el sector audiovisual valenciano mediante el apoyo a los diversos aspectos de su actividad. A través de esta línea se han venido convocando ayudas a la producción de largometrajes, documentales, cortometrajes, y otros tipos de formatos audiovisuales. De estas convocatorias anuales de ayudas también se hace referencia más adelante.

El Protocolo también prestó especial atención al doblaje al valenciano de las producciones audiovisuales.

“Con el objeto de promocionar el uso del valenciano, se destinarán

50 millones de pesetas de la Dirección General de Ordenación e Innovación Educativa y Política Lingüística, para doblar al valenciano producciones de carácter infantil y juvenil de interés didáctico y formativo y documentos audiovisuales, que por su valor histórico o didáctico, hagan referencia a características propias de la Comunidad Valenciana. Así como aquellas producciones que hayan recibido ayudas de la Generalitat Valenciana, en el marco del presente Protocolo.”

El Protocolo comprometía a Radiotelevisión Valenciana a invertir parte de su presupuesto en la adquisición de producciones audiovisuales realizadas por productoras independientes ubicadas en el territorio. Así pues, la cadena autonómica debía consignar dos mil cien millones de pesetas para dinamizar la industria audiovisual, con el fin último de consolidar un sector audiovisual valenciano y sus sectores conexos. En este sentido, Radiotelevisión Valenciana debía desarrollar una serie de programas específicos que se relacionan a continuación:

- 750.000.000 de pesetas (4,5 millones de euros) para el sector audiovisual relacionado con la producción de las obras audiovisuales a desarrollar en el territorio de la Comunidad Valenciana
- 350.000.000 de pesetas (2,1 millones de euros) para la adquisición de derechos de diversos tipos (de antena de emisión, de coproducciones, etc.) exclusivamente para aquellas producciones audiovisuales que recibieran ayudas por parte de la Conselleria de Cultura y Educación.
- 150.000.000 de pesetas (900 mil euros) para los servicios conexos que de forma directa o indirecta se generaran como consecuencia de la producción de las obras audiovisuales a desarrollar en el territorio de la Comunidad Valenciana.
- 850.000.000 de pesetas (5,1 millones de euros) anuales para el doblaje de producciones.

Según fuentes de la Asociación Productors Audiovisuals Valencians (PAV), estas cifras no se invirtieron en su totalidad en ningún ejercicio.

El Protocolo también comprometía el establecimiento de un marco de financiación a través del Instituto Valenciano de Finanzas y la Sociedad de Garantía Recíproca de la Comunidad Valenciana con el fin de establecer las mejores condiciones de financiación a las producciones audiovisuales. En este sentido, el 22 de julio de 1998 se firmó el convenio de colaboración entre la asociación de Productors Audiovisuals Valencians, Radiotelevisión Valenciana, el Instituto Valenciano de Finanzas y la Sociedad de Garantía Recíproca de la Comunidad Valenciana para el establecimiento de una línea de financiación a la producción audiovisual valenciana. Tal y como figura en el propio convenio, se firma con objeto de dotar a las productoras audiovisuales valencianas de un

marco de financiación adecuado que permita el acceso de las mismas en condiciones especiales, en cuanto al coste de dicha financiación y a las garantías que esta lleva consigo y, dando cumplimiento a lo establecido en el Protocolo de actuaciones de la Generalitat Valenciana para la promoción y el fomento del sector audiovisual valenciano. Las condiciones de los préstamos requerían que su amortización se realizara en un máximo de dos años, y contemplaba la financiación de hasta el 85% del importe del proyecto aceptado por Radiotelevisión Valenciana.

En noviembre de 2007 se firmó un nuevo convenio, tal y como recoge la revista *Enfoque audiovisual de la Comunidad Valenciana* en su número 17, que implicaba al Instituto Valenciano de Finanzas (IVF), Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas (EAVf), cinco entidades financieras que operan en el territorio autonómico y tres instituciones públicas vinculadas al audiovisual.

“Gracias a la mediación de IVF, los empresarios han conseguido que la CAM, Ruralcaja, Bancaja, el Banco de Valencia y el BBVA ofrezcan unas condiciones de crédito favorables a todas aquellas obras audiovisuales que estén subvencionadas por el Instituto Valenciano de Cinematografía (IVAC), patrocinadas por Ciudad de la Luz o que tengan un contrato de compra de derechos por parte de Radiotelevisión Valenciana (RTVV)” (*Enfoque* nº17, 2008:4-6).

A raíz de la firma de este convenio, el productor Ximo Pérez, presidente de Empresas audiovisuales Valencianas Federadas (EAVF) declaraba que por fin los bancos se daban cuenta de que el audiovisual es una oportunidad de negocio. Hasta esa fecha, prestaban dinero para iniciar una producción, pero lo hacían a intereses muy altos, reduciendo mucho el margen de beneficios. “Con este acuerdo, los empresarios podemos iniciar los proyectos o invertir en equipamiento con la seguridad de que el banco no nos va a cerrar la puerta y además no va a abusar con los intereses”.

El Protocolo de actuaciones de la Generalitat Valenciana también incluía la participación del Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX) que se comprometía a promocionar en el exterior las producciones del sector audiovisual valenciano. Asimismo la Conselleria de Industria y Comercio, en colaboración con Radiotelevisión Valenciana, realizaría acciones específicas destinadas a intensificar la imagen del sector audiovisual valenciano participando en certámenes de carácter internacional, nacional y autonómico.

Entre las acciones realizadas por el IVEX destaca la visita en abril de 2008 de una delegación de productores indios. La revista *Enfoque* en su número 19 informaba de este asunto:

“Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas (EAVf) en colaboración con el Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX) y la Cámara de comercio organizó a finales de abril una visita de

productores cinematográficos indios a la Comunidad Valenciana. La delegación, formada por cinco empresarios audiovisuales, que representan a 7.000 empresarios cinematográficos de India, provenía de la zona de Bombay, donde se localizan los estudios de la Mumbai Film City, más conocidos como Bollywood. El objetivo de estas jornadas de trabajo fue la búsqueda de localizaciones en tierras valencianas y potenciales socios para la realización de coproducciones audiovisuales entre productoras indias y empresas audiovisuales valencianas". (Enfoque 19: 2008, 16-20)

Otro de los puntos del Protocolo destaca que la Conselleria de Industria y Comercio, a través del Instituto de la Pequeña y Mediana Industria de la Generalitat Valenciana (IMPIVA), firmaría un Convenio específico con el sector audiovisual con el fin de impulsar el desarrollo y consolidación del sector audiovisual de la Comunidad Valenciana mediante la participación de las empresas del sector en las líneas de apoyo promovidas por dicho instituto. En este sentido el IMPIVA y FEVA firmaron un convenio para el fomento del sector audiovisual con una dotación, en 2001, de 100 millones de pesetas para la adquisición de equipamiento tecnológico. Este convenio se fue renovando durante varios ejercicios. En 2002 y 2003 siguió siendo por valor de seiscientos mil euros.

El Protocolo se fue prorrogando automáticamente durante los ejercicios 2001, 2002 y 2003. A partir de 2003 no se renovó la firma pero las distintas administraciones implicadas continuaron durante varios años impulsando las acciones puestas en marcha. A lo largo de toda la década, el Protocolo actuó como una auténtica hoja de ruta para la Administración y el sector, que pusieron en marcha muchas de las iniciativas recogidas en el documento. Lamentablemente, no todas ellas tuvieron un resultado satisfactorio, y otras nunca llegaron a activarse en su totalidad.

3.3.3. Libro Blanco del Sector Audiovisual

Continuando en la línea de apoyo al sector audiovisual, en el año 2001 la Generalitat encargó a la consultora Corporación Multimedia la realización de la Radiografía del Sector Audiovisual a través de la cual se describieron las particularidades y características más notables del mismo, así como el alcance e impacto de la industria audiovisual en la economía valenciana a través de sus magnitudes generales, identificando sus motores de desarrollo y los elementos de dinamización más destacados.

Más adelante, en el año 2002 la Generalitat Valenciana publicó el Libro Blanco del Audiovisual Valenciano. Este documento incluyó una radiografía real

de la situación del sector a principios del siglo XXI, así como un diagnóstico de las áreas más necesitadas de apoyo para la consolidación de una verdadera industria generadora de riqueza y puestos de trabajo. A través de 250 acciones, los diferentes agentes implicados en el sector, marcaban la hoja de ruta a seguir para impulsar la coproducción de contenidos audiovisuales, y su exportación y comercialización en otros mercados. Tal y como destaca el propio libro, esta herramienta era el punto básico para tomar las decisiones oportunas de cara al futuro del sector, para impulsar lo local en un mercado global, y para reforzar el compromiso de la Administración en el definitivo despegue de una industria que, como se sabe, se considera estratégica y preferente.

El Libro Blanco del Audiovisual Valenciano confirmaba de manera rotunda que Radiotelevisión Valenciana constituía el principal elemento dinamizador del sector audiovisual valenciano. En aquel estudio se afirmaba que la industria audiovisual autonómica estaba conformada, hace un par de décadas, por unas 600 empresas, con un volumen de facturación estimado entre 400 y 465 millones de euros y un empleo directo generado de unos 7.000 trabajadores (Grupo Corporación Multimedia, 2001: 9).

Eduardo García Matilla, director del proyecto de redacción del Libro Blanco, afirmaba en una entrevista publicada en 2003 por la revista Enfoque que el Libro define cuáles son las características del Sector, sus potencialidades y motores, y a partir de ahí plantea las metas, objetivos y recomendaciones a seguir por todos los agentes implicados para convertir el sector audiovisual en generador de riqueza y puestos de trabajo. En la misma entrevista añadía que la Comunidad está en muy buenas condiciones para relanzar todo el tema audiovisual por varios motivos: por el tamaño del sector, las dotaciones existentes, los proyectos tecnológicos de vanguardia que se estaban poniendo en marcha, y una estructura formativa del sector bastante consolidada.

3.3.4. Ley 1/2006 de la Generalitat Valenciana, del Sector Audiovisual

Otra iniciativa política de apoyo al sector audiovisual fue la aprobación en abril de 2006 de la Ley 1/2006, de 19 de abril, de la Generalitat, del Sector Audiovisual. El Preámbulo de este texto legislativo destaca la incorporación en la propia Ley de “principios con el fin de potenciar la formación, creación, producción, comercialización y difusión del sector y la obra audiovisual valenciana tanto en el territorio de la Comunitat Valenciana como en el resto de mercados nacionales e internacionales”.

Según destacaba la revista *Enfoque* en Julio de 2004, la aprobación de la Ley del audiovisual valenciano era, desde hacía casi una década, uno de los caballos de batalla del sector que reclamaba un marco legal para garantizar la estabilidad empresarial y profesional de la industria audiovisual considerada estratégica por la propia Generalitat.

El consultor audiovisual Eduardo García Matilla expresaba en el artículo “Incertidumbre y esperanza para el audiovisual valenciano” publicado por la revista *Enfoque* en Julio de 2004, que

“Es necesario concretar en una Ley del Audiovisual de la Comunidad Valenciana las distintas actuaciones que deberán materializarse, antes de finales de 2005, en el terreno de la televisión pública, las nuevas licencias de radio y televisión en TDT, las políticas de fomento del cine, la creación del Consejo del Audiovisual... si se pretende potenciar y desarrollar con eficacia el sector”.

En 2006 se aprobó la Ley 1/2006, de 19 de abril de la Generalitat del Sector Audiovisual, que salió adelante con los votos del Partido Popular. Según recoge la revista *Enfoque* en su número de mayo de 2006, el diputado socialista Andrés Perelló arguyó en Les Corts el voto en contra de su partido porque la Ley

“se deja fuera el compromiso sólido de crear el Consejo del Audiovisual, se deja fuera la creación de un servicio público del audiovisual valenciano, que es inconcebible porque la mayoría de regulaciones más avanzadas que la nuestra ya lo tienen establecido, y se deja fuera el aspecto de regular las TDT” (*Enfoque*, 2006:4-5).

La diputada popular Mónica Lorente destacó en el pleno de Les Corts que la Ley recoge las conclusiones publicadas en el año 2003 en el Libro Blanco del Audiovisual, entre otras iniciativas la creación de un servicio público con la figura del consorcio, un registro de empresas que es fiel a la radiografía del sector, un sistema de ayudas, derechos para los usuarios, derecho a conocer una programación de calidad anticipada, derecho a una programación accesible a todos los colectivos en igualdad de condiciones, derechos del menor y de la infancia. (*Enfoque*, 2006:5)

El título III de la Ley está exclusivamente dedicado a la actividad de fomento del sector audiovisual, se centra en los objetivos a conseguir con las acciones de fomento y promoción, y regula las ayudas públicas en que se traducen dichas acciones (...) a la producción de obras cinematográficas y audiovisuales valencianas con especial atención a las de productores independientes. Asimismo se regula el control del rendimiento de las obras cinematográficas. También se refiere este Título a la coordinación y fomento de las actividades de investigación, formación y desarrollo de las prácticas

profesionales en el campo de la actividad audiovisual.

El artículo 8 de la Ley está dedicado a las Ayudas al audiovisual en los siguientes términos: Las características y cuantías de las ayudas se establecerán reglamentariamente y podrán consistir en:

- a) Ayudas a pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual de la Comunidad Valenciana para la promoción de sus productos audiovisuales en los mercados y favorecer su competitividad.
- b) Ayudas a la financiación de actividades de producción, distribución y exhibición de obras cinematográficas y audiovisuales valencianas, y de las industrias técnicas relacionadas con dichas actividades, ayudas a la inversión en adquisición de equipamiento para la producción audiovisual, así como para el desarrollo de las infraestructuras e innovación tecnológica de la industria audiovisual, para lo cual podrán concertarse por La Generalitat los oportunos convenios de colaboración o cooperación con entidades financieras.
- c) Ayudas para la amortización de los costes de producción de las obras cinematográficas valencianas teniendo en cuenta criterios objetivos de carácter automático como la aceptación de los espectadores en el período de proyección en las salas de exhibición cinematográfica, y la recaudación obtenida por las mismas durante el tiempo que reglamentariamente se determine.
- d) Ayudas directas y financieras para el desarrollo de proyectos y elaboración de guiones de obras cinematográficas y audiovisuales.

Un aspecto destacado de la Ley es el que indica que una vez que se haya constituido y entre en funcionamiento el Registro General de Empresas Audiovisuales de la Comunitat Valenciana, sólo podrán optar a las ayudas y a las medidas de promoción y fomento del sector audiovisual las empresas inscritas en él y aquellas empresas españolas y de otros Estados miembros de la Unión Europea y pertenecientes al Espacio Económico Europeo que adquieran el compromiso de abrir una sede o sucursal en la Comunitat Valenciana e inscribirse en el citado Registro en el caso de ser beneficiarias de alguna ayuda.

Sin duda, el artículo más destacado de esta Ley es el que determina la reserva de programación televisiva que los operadores deben destinar a la emisión de producciones audiovisuales valencianas:

“Los operadores de televisión comprendidos en el ámbito de aplicación de la presente Ley, establecido en el artículo 2, deberán reservar el 20% de su tiempo de emisión anual a la difusión de obras audiovisuales y cinematográficas valencianas”.

Y además

“los operadores de televisión, dentro del período de tiempo establecido en el apartado 1 del artículo anterior, reservarán un mínimo del 10% de su tiempo total de emisión a obras valencianas de productores independientes respecto de las entidades titulares de servicios de televisión, de las que más de la mitad deberán haber sido producidas en los últimos cinco años”.

También define esta Ley qué se entiende por obra audiovisual valenciana. Tendrán la consideración de obras audiovisuales y cinematográficas valencianas, las obras originarias de la Comunitat Valenciana realizadas por una empresa de producción establecida a todos los efectos en la Comunitat Valenciana, que cumplan los siguientes requisitos:

- a) Que los autores (guionistas, directores y músicos) de la obra sean residentes en la Comunitat Valenciana, al menos en un 75 por 100.
- b) Que los integrantes de los equipos técnicos y artísticos que participen en su elaboración, tales como intérpretes (sin computar a tal efecto los de figuración), los directores de producción, de fotografía, de sonido, de montaje, de decorados y de vestuario, sean, al menos, en un 75 por 100, residentes en la Comunitat Valenciana.
- c) Que el rodaje, salvo exigencias del guión, la posproducción en estudio y los trabajos de laboratorio, se realicen en territorio de la Comunitat Valenciana.

Asimismo, tendrán la consideración de obras audiovisuales y cinematográficas valencianas las coproducidas por una empresa de producción residente a todos los efectos en la Comunitat Valenciana, junto con otras empresas de producción de fuera de la Comunidad, siempre que la empresa valenciana tenga como mínimo una participación del 30 por 100 en el coste total de la producción y la contribución de los equipos técnicos y artísticos (sic) valencianos a la misma alcance, al menos, el mismo porcentaje.

3.3.5. Regulación de la TDT

El 30 de diciembre de 2005, la Generalitat hizo público el reparto de licencias de emisión televisiva por ondas terrestres en el ámbito local y autonómico. De las 4 licencias de ámbito autonómico disponibles, 2 quedaron a disposición de Radiotelevisión Valenciana, mientras que las otras 2 fueron adjudicadas a Televisión Popular del Mediterráneo y a Las Provincias Televisión.

En el ámbito comarcal/local, la Comunidad Valenciana se dividió en 18 demarcaciones, y se adjudicaron 4 licencias en cada una de las demarcaciones. De esas cuatro licencias por demarcación, una se reservó para

la gestión pública por parte de consorcios de municipios, y las otras tres se asignaron a entidades privadas.

En principio, la implantación de la Televisión Digital Terrestre debía suponer una gran oportunidad de desarrollo para el sector audiovisual de la Comunidad Valenciana. Entre otros aspectos, la Ley 1/2006, de 19 de abril, de la Generalitat, del Sector Audiovisual, obligaba a todas las empresas adjudicatarias de televisión local a destinar un porcentaje de su programación a la emisión de obras audiovisuales valencianas.

La Ley nunca se cumplió y las empresas adjudicatarias de televisión local nunca externalizaron su producción audiovisual ni incluyeron en sus parrillas las producciones audiovisuales autóctonas. El Col·lectiu Ricard Blasco denuncia esta situación en su obra *Reset RTVV*:

“El Consell nunca ha puesto problemas a la reventa de y la explotación comercial de las licencias, ni exige que se cumpla la legislación por lo que hace a la programación propia, europea y en valenciano. Tampoco se han perseguido las emisiones religiosas, musicales, de tarot o de pornografía que emiten de forma ilegal”.
(Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:81)

El desarrollo de la TDT local y autonómica pudo haber supuesto la creación de una fuerte red de cadenas locales de televisión, un verdadero motor cultural y de empleo. Sin embargo, el reparto de las licencias realizado en 2006 por el entonces conseller de Relaciones Institucionales, Esteban González Pons, favoreció a grupos de comunicación de ámbito español de carácter conservador, sobre todo Intereconomía, El Mundo y Libertad Digital, así como a empresarios con poca o nula experiencia en el sector. Comenta Álgar Peris que muchas de estas empresas adjudicatarias decidieron emitir los contenidos en cadena para abaratar costes incumpliendo el pliego de condiciones que elaboró la misma Generalitat, que obligaba a las empresas adjudicatarias a emitir un mínimo del 20% de producción audiovisual valenciana y un 25% de contenidos en valenciano. Lo peor de todo es que el gobierno valenciano en ningún momento les exigió una rectificación en sus programaciones ni les retiró la licencia. Algunos adjudicatarios como Levante TV o Ribera TV han configurado la excepción con una destacada programación de proximidad (Peris, 2015:92) Pero el resultado global es que en la Comunidad Valenciana no hay ningún canal en la TDT que ofrezca una producción audiovisual valenciana y en valenciano con regularidad.

Otros autores como Miquel Francés y Germán Llorca denuncian la perspectiva “netamente privatizadora de dudosa rentabilidad cultural y económica” con que se realizó esta adjudicación de licencias de TDT (Francés y Llorca, 2017:208), y recuerdan que la adjudicación de canales locales fue

anulada por los tribunales diez años después. Andrés Boix califica de “cuestionable” el reparto de licencias de TDT en la Comunidad Valenciana, ya que permitió a grupos muy grandes agrupar cadenas y minimizar la competencia, así como vender o alquilar esa licencia con posterioridad a la adjudicación. (Boix, 2015:23).

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.

La Reforma de l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana, aprobada por Les Corts y ratificada por el Congreso de los Diputados en 2006, incluyó también algunas iniciativas de apoyo al audiovisual en la autonomía.

Así pues, en el artículo 56.3 indica que por Ley de Les Corts, aprobada por mayoría de tres quintas partes, se creará el Consejo del Audiovisual de la Comunidad Valenciana, que velará por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de la comunicación y los medios audiovisuales de la Comunidad Valenciana.

Si bien este órgano no está directamente relacionado con la dinamización de la industria audiovisual valenciana, sí que puede entenderse que con su aprobación la Generalitat y Les Corts demuestran su interés por el desarrollo y modernización del sector audiovisual.

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.

Una de las iniciativas más recientes para la dinamización del sector audiovisual en la autonomía ha sido la aprobación de la 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.

Esta Ley ha restablecido los derechos de radiodifusión y televisión que habían quedado anulados por Ley en noviembre de 2013, y ha permitido la puesta en marcha de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, y la creación de À Punt, la nueva televisión autonómica valenciana que inició sus emisiones en Junio de 2018.

La ley atribuye a Les Corts Valencianes la fijación de los objetivos básicos de servicio público que ha de desarrollar la Corporació y denomina mandato marco al instrumento normativo en el que tendrá que concretarse. Así, el

mandato marco es la herramienta fundamental para establecer el modelo de Radiotelevisión Valenciana y con la que desarrollar los objetivos y las obligaciones de la programación de la Corporación y sus sociedades.

Esta Ley pretende que el servicio público de radiotelevisión sea un elemento de vertebración de la realidad social, económica y cultural de la Comunidad Valenciana y de su diversidad territorial, y de promoción de la lengua valenciana.

Por lo que hace a la dinamización del sector audiovisual local, la Ley contiene dos artículos que hacen referencia directa a este asunto. Uno de ellos marca como objetivo de la Corporación el siguiente:

“Fomentar la producción de contenidos audiovisuales y promover la creación digital y multimedia, así como la difusión, como aportación al desarrollo de la industria cultural y audiovisual valenciana, y contribuir a la creación de empleo, a la dignificación profesionales de los trabajadores y trabajadoras del sector público y privado del audiovisual valenciano y a la dinamización económica de la Comunitat Valenciana”.

Más adelante, en otro artículo, se concreta que la producción propia externalizada y la producción asociada para los diferentes medios y ventanas de la Corporación

“deberán proceder preferentemente de la industria audiovisual valenciana, con el fin de consolidar y fortalecer el sector de la producción audiovisual y de los y las profesionales que integran este sector”.

En base a esta Ley, la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación y sus sociedades deben fomentar la producción de programas basados en las señas de identidad valencianas, la sociedad, la cultura o el territorio, con la colaboración de empresas de producción valencianas. La Corporación debe apoyar la creatividad y la producción de la industria cinematográfica y audiovisual valenciana a través de la compra de derechos o la coproducción de cortometrajes, largometrajes, series de ficción, películas para televisión, y documentales y series de animación de productores independientes, atendiendo en particular a la calidad y al trabajo de los jóvenes creadores de la Comunitat Valenciana en todos los géneros.

A partir de la Ley 6/2016, Les Corts desarrollaron el mandato marco en el que vuelve a incluirse como objetivo general de la corporación Valenciana de Medios de Comunicación “ejercer como motor del sistema comunicativo, la industria audiovisual y la cultura valenciana”, así como “impulsar la producción audiovisual valenciana desde criterios de profesionalidad y calidad”.

El artículo 11 de este mandato marco está íntegramente dedicado a la potenciación de la industria audiovisual. Considera que el operador público tiene que “aprovechar y potenciar el tejido industrial valenciano aumentando el peso de la creación, producción y distribución de productos audiovisuales valencianos”.

El contrato programa firmado por la Generalitat y la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación insiste en esta idea al destacar que la puesta en funcionamiento de los medios audiovisuales públicos autonómicos valencianos supone la revitalización de un sector que en los últimos años había ido gradualmente reduciéndose en nuestra Comunitat como consecuencia de la crisis económica y de la desaparición del servicio público autonómico de radio y televisión.

Este contrato considera que el inicio de las emisiones de la radio y televisión públicas contribuirá

“a la creación de un número importante de puestos de trabajo en el sector que provee À Punt Mèdia de producciones, además de tener un efecto multiplicador sobre el conjunto de la economía de la Comunitat. Además, prevé que la CVMC establezca relaciones con otros medios de comunicación públicos “para ayudar a proyectar el trabajo de los creadores y creadoras valencianos del audiovisual fuera de nuestro territorio”.

El contrato programa también determina los compromisos de la Corporación relacionados con la producción audiovisual. Prevé que desde la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación y la Sociedad Anónima de Medios de Comunicación se desarrollen las siguientes actuaciones:

- Un mínimo del 35 % del tiempo de emisión anual se dedicará a la difusión de obras audiovisuales y cinematográficas de productoras valencianas independientes y de producción original en valenciano.
- Compromiso de contratación de programas al sector audiovisual que asegure una transferencia de recursos económicos y una generación de actividad económica en las industrias creativas y culturales.
- Compromiso de cumplir las cuotas de emisión y producción establecidas en la normativa vigente, respecto de la producción independiente audiovisual, previstas para el territorio de la Unión Europea: el 51 % del tiempo de emisión anual de la programación se reservará a obras europeas, y el 10 % del tiempo de emisión será de obras de productores europeos independientes producidos en los últimos cinco años. El tiempo indicado se computará excluyendo el dedicado a informaciones y manifestaciones deportivas.

- Con el fin de promover la industria audiovisual valenciana, la Corporación suscribirá convenios de colaboración con otras televisiones autonómicas, estatales y europeas para disponer de todas las manifestaciones culturales de relevancia
- La Corporación destinará anualmente, como mínimo, un 6 % de la cifra total de los ingresos (art. 28.6 de la Ley 6/2016), establecidos en el artículo 37.1, obtenidos en el ejercicio anterior, de acuerdo con su cuenta de explotación, a la financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, documentales y series de animación, y establecerá líneas de producción de contenidos propios.
- La proporción de financiación que la Corporación destinará al doblaje de obras y de contenidos audiovisuales será, como mínimo, de un 5 %, y la adscrita a producción y coproducción será, como mínimo, de un 24 %.

3.3.8. Ley 10/2018, de 18 de mayo, de la Generalitat, de creación del Consell del Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)

En atención a la 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 se aprobó en 2018 la Ley 10/2018, de 18 de mayo, de la Generalitat, de creación del Consell del Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV).

En el artículo 4 de esta Ley se contempla como uno de los fines y principios de actuación del Consell Audiovisual la promoción y apoyo al sector audiovisual de la Comunitat Valenciana.

En julio de 2021 se constituyó el Consell Audiovisual de la Comunitat Valenciana, presidido por José María Vidal, y formado por Empar Marco, Dolors López, Manuel Alberola, Àlvar Peris, Carmen Carretón y Anna Gimeno. Entre las funciones encomendadas se encuentra el control y regulación del sector audiovisual tras la entrada de los nuevos operadores y plataformas de distribución de contenidos on line.

3.4. Conclusiones

Como conclusión al capítulo 3 podemos indicar que son muchas y diversas las iniciativas públicas de apoyo al sector audiovisual valenciano que la Administración autonómica ha puesto en marcha en los últimos 40 años. Desde la aprobación del Estatuto de Autonomía en 1982, que ya contemplaba

la creación de una radiotelevisión propia, pasando por los protocolos de actuaciones para el fomento del audiovisual, la redacción del libro blanco del sector o la regulación de la televisión digital terrestre en el territorio.

Son varias las leyes relacionadas con el audiovisual que se han promulgado desde el parlamento valenciano. Las que más han contribuido al fomento del sector audiovisual, han sido la Ley 7/1984, de 4 de julio, de la Generalitat Valenciana, de creación de la entidad pública Radiotelevisión Valenciana (RTVV), y regulación de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana, y la 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. Sin olvidar la Ley 1/2006 del sector audiovisual, o la Ley 10/2018 de creación del Consell Audiovisual de la Comunitat Valenciana.

El Protocolo de actuaciones de la Generalitat para el fomento del sector audiovisual, suscrito en 1997, es, sin duda, la hoja de ruta que más ha contribuido al desarrollo del sector audiovisual valenciano con acciones puestas en marcha por diferentes organismos de la administración autonómica.

Todas estas iniciativas públicas han trazado el camino de la industria audiovisual valenciana y el devenir de empresas y profesionales del sector audiovisual en el territorio autonómico. En algunas ocasiones las iniciativas legislativas han tenido mayor desarrollo que en otras, pero siempre han buscado la consolidación de la industria audiovisual en la Comunidad Valenciana.

4. TENDENCIAS EN LA EXTERNALIZACIÓN DE CONTENIDO EN LAS TELEVISIONES DE ESPAÑA

4.1. Introducción

En una tesis doctoral que analiza los procedimientos de externalización de la producción audiovisual en una cadena autonómica pública, resulta lógico analizar el comportamiento que en este sentido tienen, no sólo este tipo de cadenas, sino otras empresas de televisión del ámbito nacional, para así poder comparar los resultados obtenidos y obtener conclusiones sobre los procedimientos de externalización en cada uno de los casos.

Ya revisamos en el capítulo 2 las diferencias entre los diferentes modos de producción, que pasamos a repasar brevemente a continuación:

- Producción propia. La cadena con sus propios recursos técnicos y humanos produce un espacio televisivo.
- Producción propia externalizada, también llamada producción independiente. La cadena con sus recursos económicos contrata la producción de un espacio televisivo a una empresa externa.
- Producción ajena. La cadena, 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.

No hay que confundir externalización con privatización ya que la externalización constituye una vía intermedia entre la prestación directa y la privatización, que implicaría un cambio de titularidad del ámbito público al privado. Tampoco hay que confundir externalización con producción ajena “o compra puntual de derechos de emisión”. (Francés, 2015:132)

¿Por qué las cadenas externalizan su producción? Según Miquel Francés, la producción propia externalizada es una fórmula habitual en la industria audiovisual contemporánea en la realización de ciertos contenidos como la ficción, las grandes series de entretenimiento, documentales e incluso mucha programación de la emergente telerrealidad porque simplifica la gestión y la diversidad de perfiles necesarios en el ámbito de la producción audiovisual de un ente radiotelevisivo público.

Eso sí, tal y como destaca el autor,

“en ningún momento la empresa teledifusora debe perder la coordinación y control del proceso productivo a través de sus productores delegados que han de velar por la continuidad y el perfil

de los proyectos propios, puesto que esta tipología de producción no deja de tener copyright de la cadena. (Francés, 2015:133)

El Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) ha analizado este asunto entre 2002 y 2017 y los datos que aporta nos permiten realizar un análisis exhaustivo de las tendencias que las cadenas públicas, privadas y autonómicas han seguido en los últimos 15 años a la hora de producir o adquirir los contenidos audiovisuales con los que completar su parrilla de programación. Es importante dejar constancia de que la producción propia externalizada es la que GECA denomina en su análisis como producción independiente.

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 multidifusión 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 de los últimos años para sacar conclusiones y plantear su adecuación al espacio actual. Si bien el análisis realizado por Francés se limita al periodo 2002-2014, el análisis que se expone a continuación comprende el periodo 2002-2017, lo que permite extraer conclusiones más precisas sobre las tendencias actuales de las cadenas en materia de producción propia, externalizada y ajena (Francés, 2015:118-158).

Los datos han sido analizados agrupando los distintos productos televisivos en cuatro grandes macrogéneros: informativos, deportes, ficción y entretenimiento.

El análisis que se expone a continuación se estructura en varios apartados. En primer lugar nos detendremos en comprobar el comportamiento de los diferentes tipos de cadenas: por un lado, el comportamiento de Televisión Española como televisión pública nacional; por otro, el comportamiento de las televisiones nacionales generalistas; y por otro lado, el comportamiento de las temáticas TDT. Seguidamente analizaremos el comportamiento de la producción en las televisiones autonómicas y nos detendremos en el caso de Radiotelevisión Valenciana, cadena de la que, lógicamente, solo se ofrecen datos hasta el año 2013 en que cesó sus emisiones. En todos los apartados analizaremos la tendencia de los últimos 15 años y calcularemos la media para cada uno de los tipos de producción con la intención de obtener un dato global que resuma el comportamiento de la cadena o grupo de cadenas en la producción de los espacios televisivos incluidos en un determinado macrogénero. Para finalizar el capítulo, analizaremos los datos globales de la producción en las televisiones de toda

España, y extraeremos conclusiones a modo de resumen de todos los datos analizados.

4.2. Análisis de la producción en televisión española (TVE)

A continuación se procede al análisis de los datos de producción en Televisión Española en el periodo 2002-2017. Las gráficas nos ayudan a apreciar cuál ha sido la tendencia de la cadena pública nacional a la hora de producir los distintos géneros de su programación. Analizaremos por separado la producción de entretenimiento, ficción, informativos y deportes, para después realizar una conclusión general.

4.2.1. Producción de entretenimiento en TVE

La siguiente tabla nos muestra los datos de producción de entretenimiento en la televisión pública estatal en el periodo 2002-2017. Los datos se presentan distribuidos por el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	13,1	13,0	13,6	12,0	12,5	13,6	16,8	19,7	25,5	32,7	34,1	31,9	32,7	27,3	27,6
Independiente	32,4	31,5	22,6	31,9	26,3	27,5	20,6	28,7	22,4	17,7	8,6	22,2	19,2	23,2	23,8
Propia	54,5	55,4	63,8	56,0	61,2	58,9	62,6	51,6	52,1	49,6	57,2	45,9	48,1	49,5	48,6

Tabla 14. Porcentajes de producción de entretenimiento en TVE (2002-2017).
Fuente: GECA.

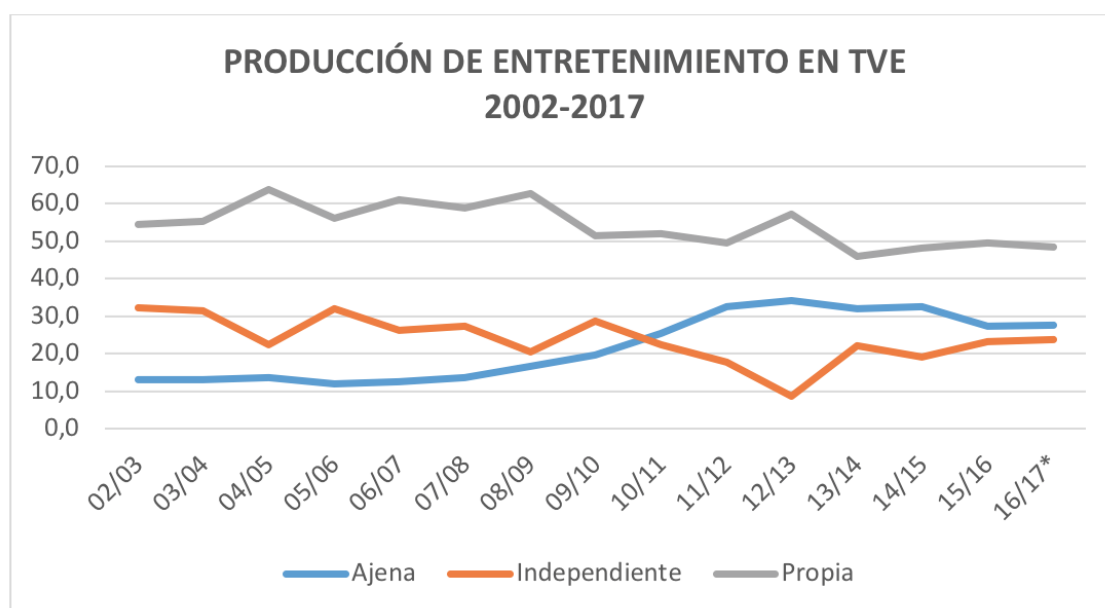


Gráfico 7. Evolución de la producción de entretenimiento en TVE (2002-2017).
Fuente: GECA.

Los datos y las gráficas relacionadas con la producción de entretenimiento en Televisión Española, desvelan que la cadena pública nacional ha ido reduciendo progresivamente la producción propia de espacios de entretenimiento con una tendencia creciente a la adquisición de producción ajena de este tipo de programas. En este sentido, podemos observar que la producción propia de entretenimiento ha pasado de un 54,5% en 2002 a un 48,6% en 2017, mientras que la producción ajena se ha duplicado desde el 13,1% de 2002 hasta el 27,6% de 2017. La externalización de la producción de entretenimiento también ha descendido en los últimos 15 años pasando de un 32,4 en 2002 a un 23,8 en 2017. De estos datos se desprende que la cadena pública nacional, en materia de entretenimiento, apuesta cada vez más por la compra de producción en los mercados audiovisuales, renunciando de esta manera a la producción propia o propia externalizada, metodologías de producción en las que es la propia cadena la que controla el proceso de producción.

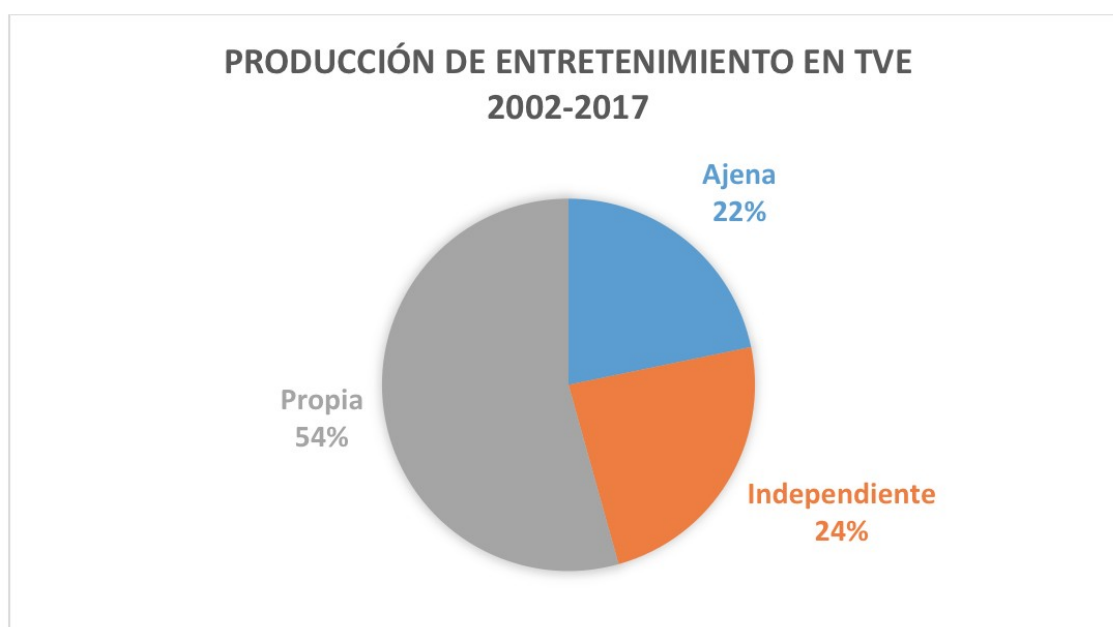


Gráfico 8. Porcentajes en la producción de entretenimiento en TVE (2002-2017). Fuente: GECA.

Cabe destacar que, pese a la tendencia reflejada en la gráfica 1 a una mayor adquisición de producción ajena de entretenimiento por parte de TVE, la gráfica 2 deja constancia de que este método de producción sólo ha representado en los últimos 15 años el 22% del total del entretenimiento adquirido, siendo la producción propia la prioritaria con un 54% de media. Por otra parte, en estos 15 años se ha externalizado un 24% de la producción total de programas incluidos en el macrogénero del entretenimiento.

4.2.2. Producción de ficción en TVE

A continuación analizamos los datos de producción de ficción en Televisión Española en el periodo 2002-2017. Los datos se presentan distribuidos por el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	85,6	83,9	77,2	81,0	84,7	83,9	78,3	80,2	78,4	84,0	77,4	88,4	74,5	74,4	78,7
Independiente	11,7	12,8	14,3	9,9	9,9	12,1	10,9	8,7	12,2	12,9	16,8	6,2	20,6	22,7	18,9
Propia	2,7	3,3	8,5	9,1	5,4	4,0	10,8	11,0	9,4	3,1	5,8	5,4	4,9	2,9	2,4

Tabla 15. Porcentajes de producción de ficción en TVE por macrogéneros (2002-2017).
Fuente: GECA.

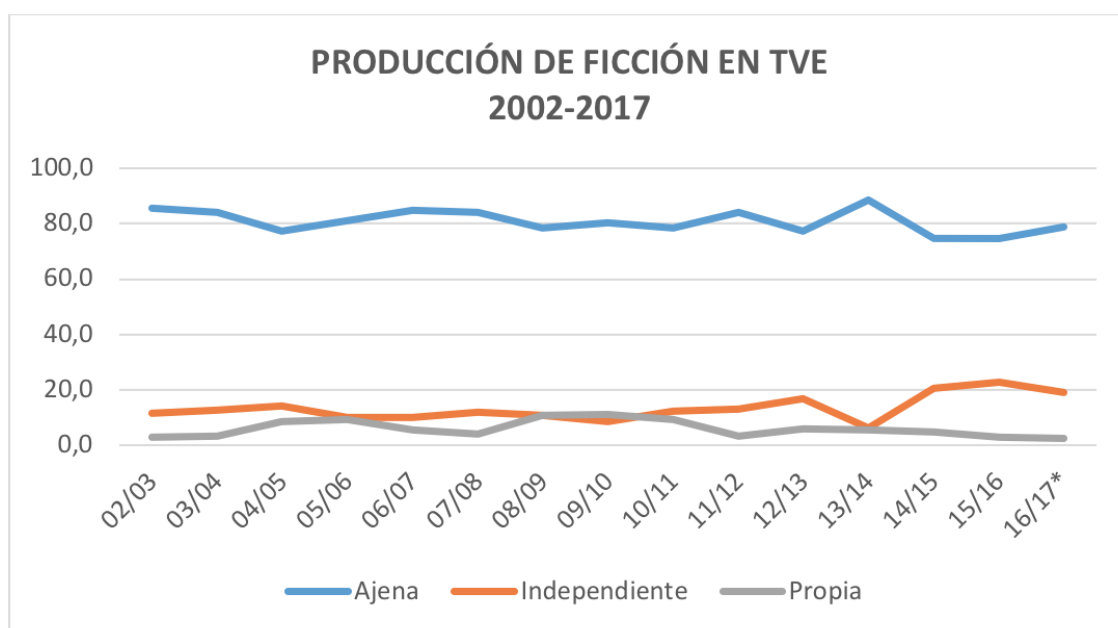


Gráfico 9. Evolución de la producción de ficción en TVE (2002-2017).
Fuente: GECA.

En materia de ficción, los datos y las gráficas demuestran que Televisión Española apuesta por la producción ajena de este macrogénero. En los últimos 15 años la tendencia se mantiene más o menos estable con un ligero descenso al pasar de un 85,6% en 2002 a un 78,7% en 2017. No obstante, la adquisición de productos de ficción en los mercados audiovisuales internacionales mantiene la supremacía durante todo el periodo analizado. La gráfica también deja constancia de que en estos años ha habido cierto crecimiento de la producción externalizada de ficción que ha pasado de un 11,7% a un 18,9% debido, probablemente, a una mayor apuesta de la cadena pública nacional por la producción de series en colaboración con empresas audiovisuales

españolas. Por el contrario, la producción propia de ficción es meramente testimonial pasando en 15 años de un 2,7% a un 2,4%.



Gráfico 10. Porcentajes en la producción de ficción en TVE (2002-2017). Fuente: GECA.

Si revisamos las medias del periodo analizado, la adquisición de producción ajena supone un 81% del total de ficción emitida por la cadena estatal en los últimos 15 años, dejando constancia de que la mayoría de las series y películas que se emiten en Televisión Española han sido producidas en el extranjero. La producción externalizada o independiente ha representado en estos años tan solo un 13% del total, mientras que la producción propia de ficción es testimonial con una media del 6%.

4.2.3. Producción de informativos en TVE

Los datos de la siguiente tabla nos muestran la producción de informativos en Televisión Española en el periodo 2002-2017. Los datos se presentan distribuidos por el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8	1,5	0,2	-	-	-
Independiente	-	-	3,7	7,1	13,6	14,1	16,5	14,5	16,0	0,3	-	-	-	-	-
Propia	100,0	100,0	96,3	92,9	86,4	85,9	83,5	85,5	84,0	98,9	98,5	99,8	100,0	100,0	100,0

Tabla 16. Porcentajes de producción de informativos en TVE por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

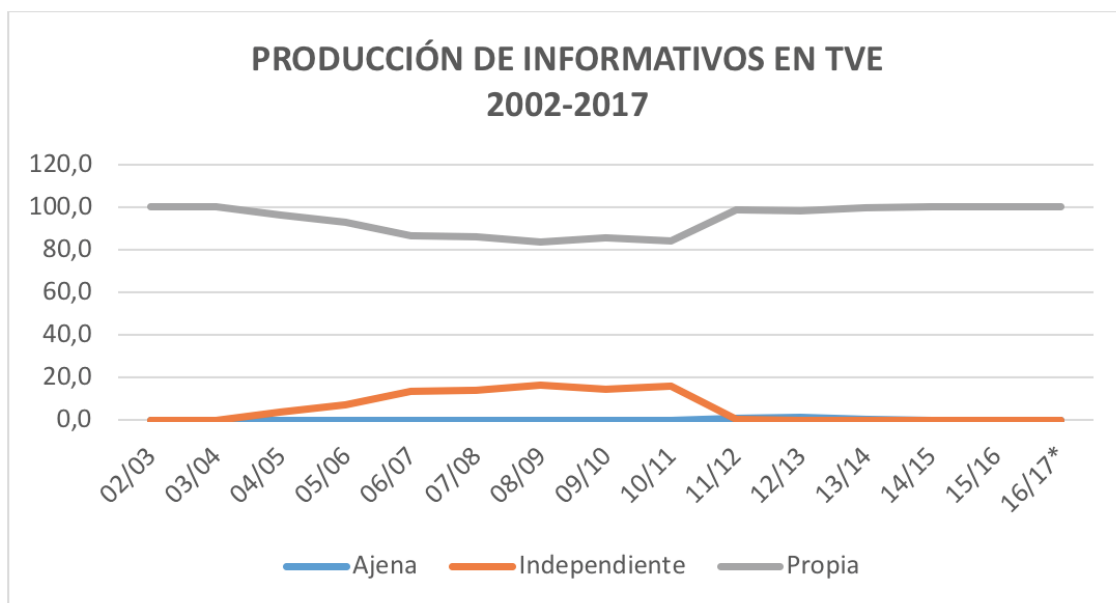


Gráfico 11. Evolución de la producción de informativos en TVE (2002-2017).

Fuente: GECA.

Los datos son claros en este sentido y demuestran que Televisión Española apuesta al 100% por la producción propia de sus informativos. Tan solo entre los años 2005 y 2012 se detecta un incremento de la producción externalizada de este género que llegó a alcanzar el 16,5% en 2009. La producción ajena es inexistente en los informativos de Televisión Española con sólo cifras insignificantes en los años 2012, 2013 y 2014.



Gráfico 12. Porcentajes en la producción de informativos en TVE (2002-2017).

Fuente: GECA.

La gráfica 6 muestra la media de los 15 años analizados y deja constancia de que los informativos de Televisión Española se han producido en un 94%

utilizando los recursos técnicos y humanos de la propia cadena, y tan sólo un 6% de su producción de informativos se ha externalizado en estos 15 años.

4.2.4. Producción de deportes en TVE

A continuación analizamos los datos de producción de deporte en la televisión pública estatal en el periodo 2002-2017. Los datos se presentan distribuidos por el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Independiente	-	-	-	7,7	8,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Propia	100,0	100,0	100,0	92,3	91,1	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 17. Porcentajes de producción de deportes en TVE por macrogéneros (2002-2017).
Fuente: GECA.

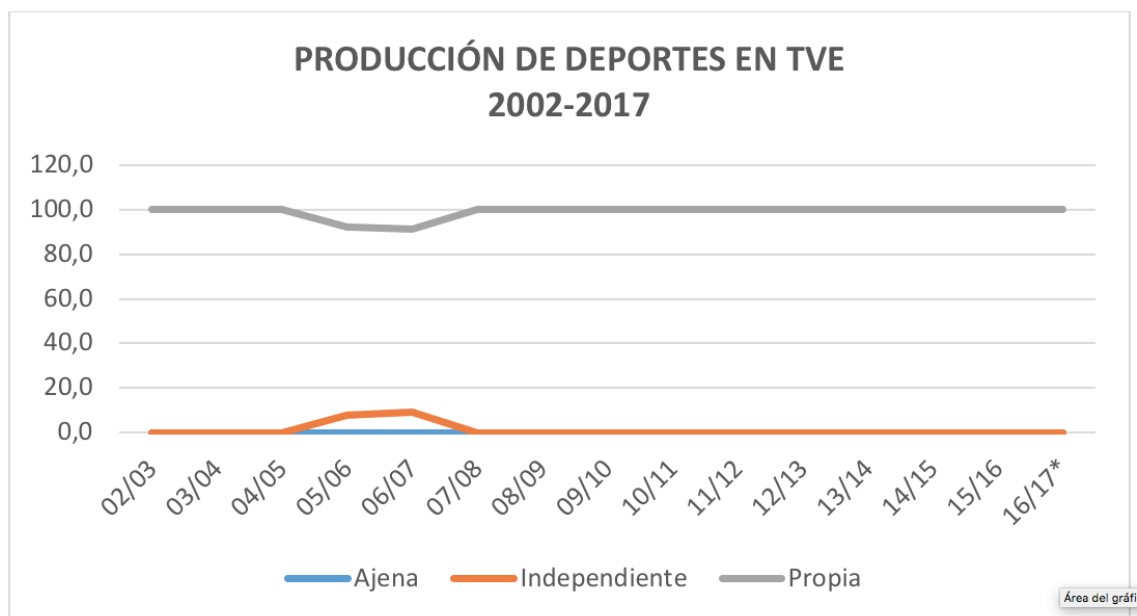


Gráfico 13. Evolución de la producción de deportes en TVE (2002-2017).
Fuente: GECA.

Por lo que hace a la producción de deportes, TVE ha apostado claramente por la utilización de sus recursos técnicos y humanos con un 100% de producción propia en casi todos los años del periodo analizado. Tan sólo en 2006 y 2007 se observa un incremento de la producción externalizada con 7,7% y un 8,9% que modifican la tendencia habitual de la cadena para la producción de este género.



Gráfico 14. Porcentajes en la producción de deportes en TVE (2002-2017).

Fuente: GECA.

En el gráfico 8, el cálculo de las medias deja constancia de que en estos 15 años, el 99% de la producción de deportes en TVE se ha realizado con producción propia, y solo el 1% se ha externalizado. Ninguna producción deportiva se ha adquirido en mercados audiovisuales.

4.2.5. Conclusiones sobre la producción en TVE

De los datos y las gráficas anteriores podemos concluir que la cadena pública nacional, en el periodo 2002-2017, ha apostado prácticamente al 100% por la producción propia de informativos y deportes. En materia de entretenimiento, más de la mitad de la producción es propia (54%), y un 24% es producción propia externalizada, lo que deja constancia de que la cadena opta por controlar el proceso de producción de este tipo de contenidos en un 78%. En el género que más delega es en el de la ficción, en el que un 81% es producción ajena adquirida en mercados audiovisuales, y tan solo un 19% es la suma de la propia y propia externalizada. En el análisis de tendencias la cadena deja constancia de que en materia de ficción la compra de producción ajena va perdiendo supremacía progresivamente a favor de la producción externalizada, mientras que en el entretenimiento no se identifica una evolución clara con cambios de tendencia en cuanto a la fórmula elegida para producir este tipo de contenidos.

4.3. Análisis de la producción en las cadenas privadas

Los siguientes datos y gráficas nos ayudarán a extraer conclusiones sobre las estrategias de producción de las cadenas privadas generalistas españolas: Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta, distinguiendo, como en los casos anteriores, los géneros de entretenimiento, ficción, información y deportes.

4.3.1. Producción de entretenimiento en las cadenas privadas

La siguiente tabla muestra los datos de producción de entretenimiento en las cadenas privadas en el periodo 2002-2017 distribuidos por el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	1,8	1,3	1,5	2,1	6,7	8,6	10,4	10,7	13,2	17,0	9,9	9,6	9,9	8,7	4,7
Independiente	73,5	73,3	71,4	76,2	75,3	75,0	69,7	70,5	65,6	62,6	67,8	64,7	66,5	68,6	73,9
Propia	24,7	25,4	27,1	21,8	18,0	16,4	19,8	18,8	21,2	20,3	22,3	25,7	23,6	22,7	21,3

Tabla 18. Porcentajes de producción de entretenimiento en la cadenas privadas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

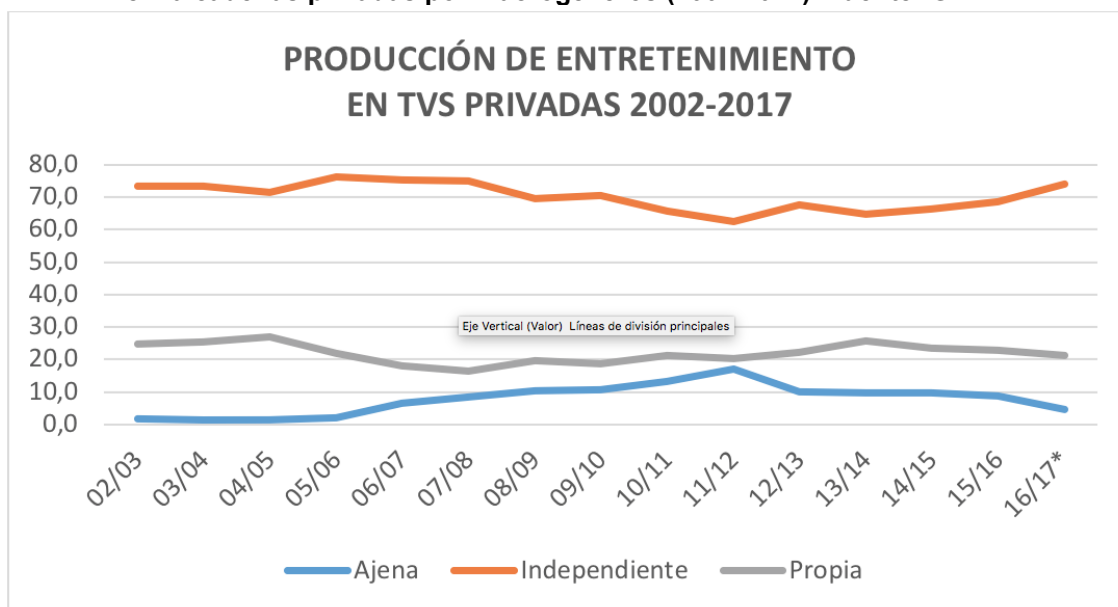


Gráfico 15. Evolución de la producción de entretenimiento en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.

Las televisiones privadas españolas, Antena 3, Telecinco, Cuatro y La Sexta, confían la producción de la mayor parte de sus programas de entretenimiento a productoras externas. Así lo demuestran los datos y la gráfica expuestos anteriormente en los que podemos observar que en 2002 externalizaban un 73,5 de su producción de entretenimiento y en 2017 externalizan el 73'9%, por lo que, pese a haber habido años de mayor o menor externalización, la tendencia es estable y podríamos afirmar que 3 de cada 4

programas de entretenimiento que se emiten en estas cadenas están producidos por productoras independientes con la supervisión de la propia cadena privada.

El otro 25% de la producción de entretenimiento queda en manos de las propias cadenas que con sus propios recursos técnicos y humanos afrontan la producción de uno de cada cuatro programas de entretenimiento emitidos. Estos datos, dejan a la producción ajena en una posición prácticamente inexistente en el ámbito del entretenimiento, con datos que han pasado del 1,8% de 2002 al 4,7 de 2017, lo que nos permite afirmar que estas cuatro cadenas privadas nacionales no adquieren sus programas de entretenimiento en los mercados audiovisuales ya que prefieren supervisar y participar de todo el proceso de producción.



Gráfico 16. Porcentajes en la producción de entretenimiento en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.

La gráfica 16 nos muestra el cálculo de las medias de todo el periodo analizado, y confirma que a lo largo de los últimos 15 años las cadenas privadas han externalizado el 70% de su producción de entretenimiento, y han producido con recursos propios el 22% de este género. Tan solo el 8% de los programas de entretenimiento de estas cadenas procedía de la producción ajena.

4.3.2. Producción de ficción en las cadenas privadas

A continuación analizamos los datos de producción de ficción en las cadenas privadas en el periodo 2002-2017 atendiendo al tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17
Ajena	90,4	88,6	82,3	85,9	87,3	86,6	82,0	86,3	88,9	87,8	86,4	80,5	83,9	83,2	85,1
Independiente	9,6	11,4	17,7	14,1	12,7	13,4	16,6	8,9	10,6	12,0	11,7	17,5	15,3	15,6	13,8
Propia	-	-	-	-	-	-	1,4	4,8	0,5	0,2	1,9	2,0	0,9	1,2	1,1

Tabla 19. Porcentajes de producción de ficción en las cadenas privadas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

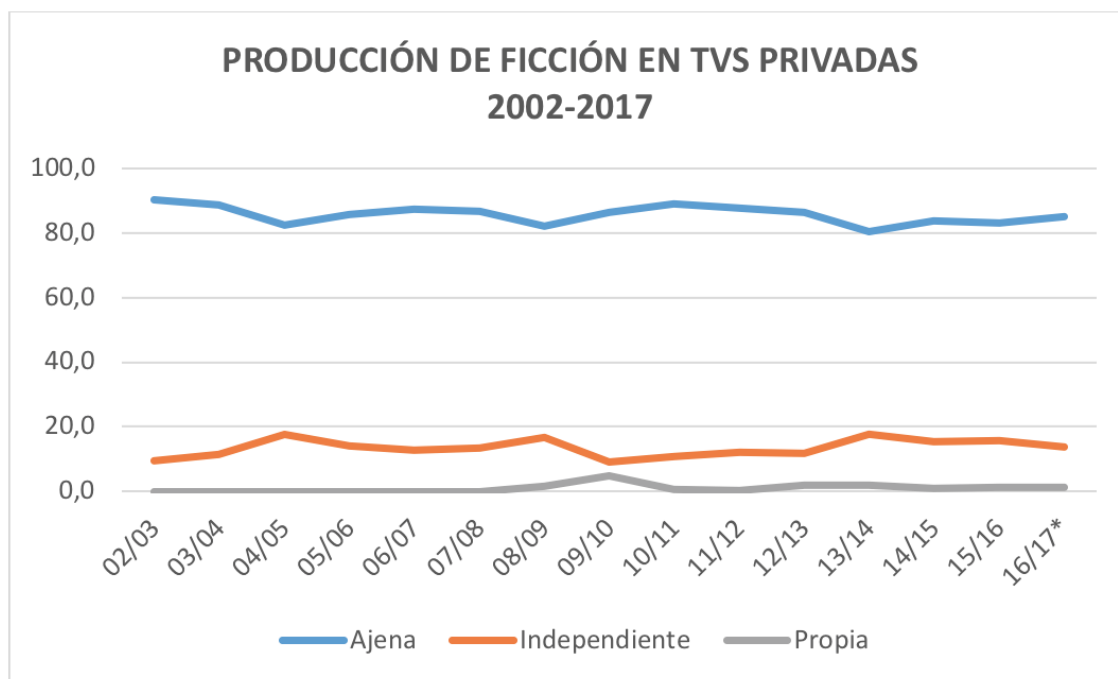


Gráfico 17. Evolución de la producción de ficción en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.

Para la producción de ficción, las cadenas privadas nacionales apuestan en casi el 85% por la adquisición de películas y series en mercados audiovisuales internacionales, y un 15% aproximadamente por la producción propia externalizada, siendo prácticamente inexistente la producción propia de ficción. A lo largo de los últimos 15 años las cifras han marcado una tendencia descendente entre el 90,4% de producción ajena de 2002 y el 85,1% de 2017. También han oscilado, con un ligero crecimiento, las cifras de producción externalizada entre el 9,6% de 2002 y el 13,8% de 2017.



Gráfico 18. Porcentajes en la producción de ficción en las cadenas privadas (2002-2017).
Fuente: GECA.

Si analizamos las medias podemos afirmar que en este periodo las cadenas privadas han confiado un 86% de su producción de ficción a los mercados audiovisuales, mientras que solo han externalizado un 13% de la misma. La producción propia de ficción representa un poco representativo 1%.

4.3.3. Producción de informativos en las cadenas privadas

Seguidamente analizamos los datos de producción de informativos en las cadenas privadas en el periodo 2002-2017. Cada fila muestra datos en relación al tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Independiente	-	-	-	-	1,7	-	-	-	-	0,6	-	-	-	-	-
Propia	100,0	100,0	100,0	100,0	98,3	100,0	100,0	100,0	100,0	99,4	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 20. Porcentajes de producción de informativos en las cadenas privadas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

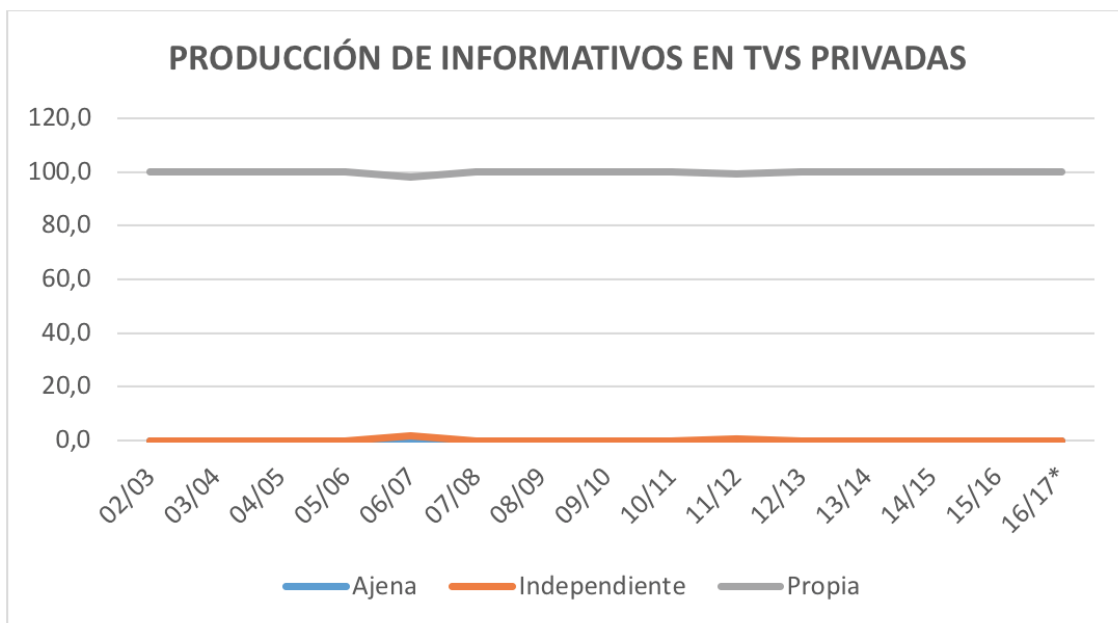


Gráfico 19. Evolución de la producción de informativos en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.

Por lo que hace a la producción de informativos, y al igual que ocurría en la televisión pública nacional, las cadenas privadas apuestan al 100% por la producción propia de este género utilizando sus recursos técnicos y humanos. Muy puntualmente en 2007 y 2012 se externalizó un 1'7% y un 0'6% de la producción de informativos. Las cadenas privadas no adquieren este tipo de productos en mercados audiovisuales por lo que la producción ajena no aparece reflejada en los gráficos.



Gráfico 20. Porcentajes en la producción de informativos en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.

La media de los 15 años analizados ofrece un gráfico extremadamente explícito, en el que se aprecia la supremacía de la producción propia de informativos en estas cadenas de televisión.

4.3.4. Producción de deportes en las cadenas privadas

La siguiente tabla presenta los datos de producción de deportes en las cadenas privadas españolas en el periodo 2002-2017 atendiendo al tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17
Ajena	-	-	-	1,8	-	-	0,3	1,1	-	-	-	-	-	-	-
Independiente	100,0	-	-	34,2	46,5	26,2	17,4	23,2	8,7	9,2	-	13,6	2,7	-	-
Propia	-	100,0	100,0	64,0	53,5	-	82,2	75,7	91,3	90,8	100,0	86,4	97,3	100,0	100,0

Tabla 21. Porcentajes de producción de deportes en las cadenas privadas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

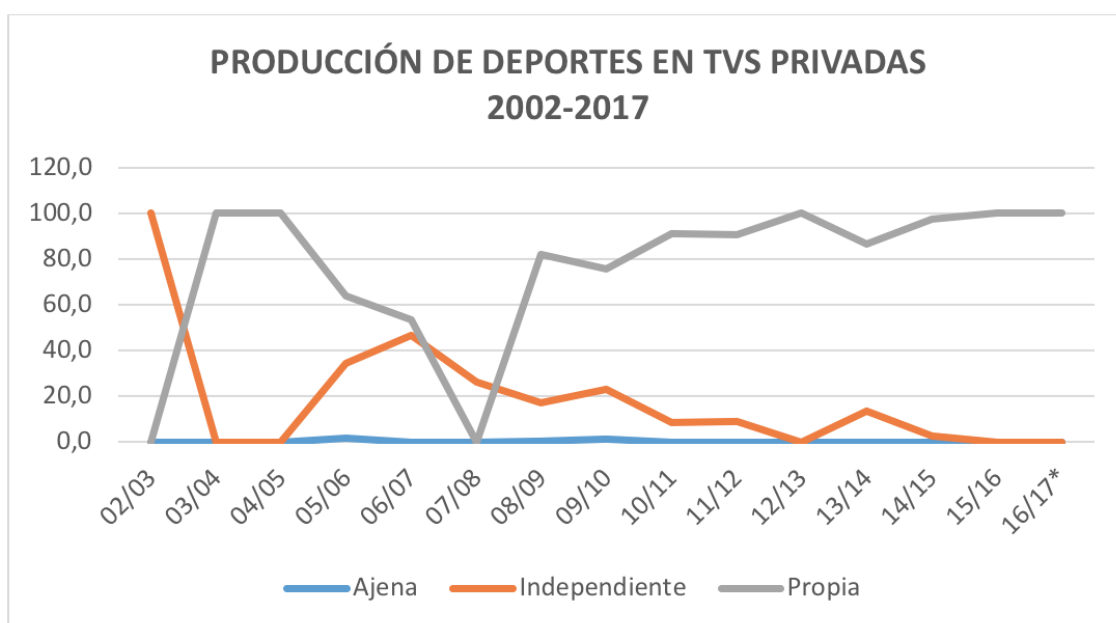


Gráfico 21. Evolución de la producción de deportes en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.

Al contrario de lo que ocurría en la televisión pública, en la que el 100% de la producción de deportes se realizaba con recursos propios de la cadena, en las televisiones privadas los datos generan una gráfica muy variable, sin una tendencia clara y con múltiples variables según el año analizado.

De los datos generales podemos concluir que la producción propia de programación deportiva es prioritaria en las cadenas privadas, con años en que la totalidad de este género se produjo con recursos propios de la cadena. Sin

embargo, entre 2006 y 2013, las cifras varían considerablemente según la temporada con descensos considerables de la producción propia de deportes a favor de la externalización.

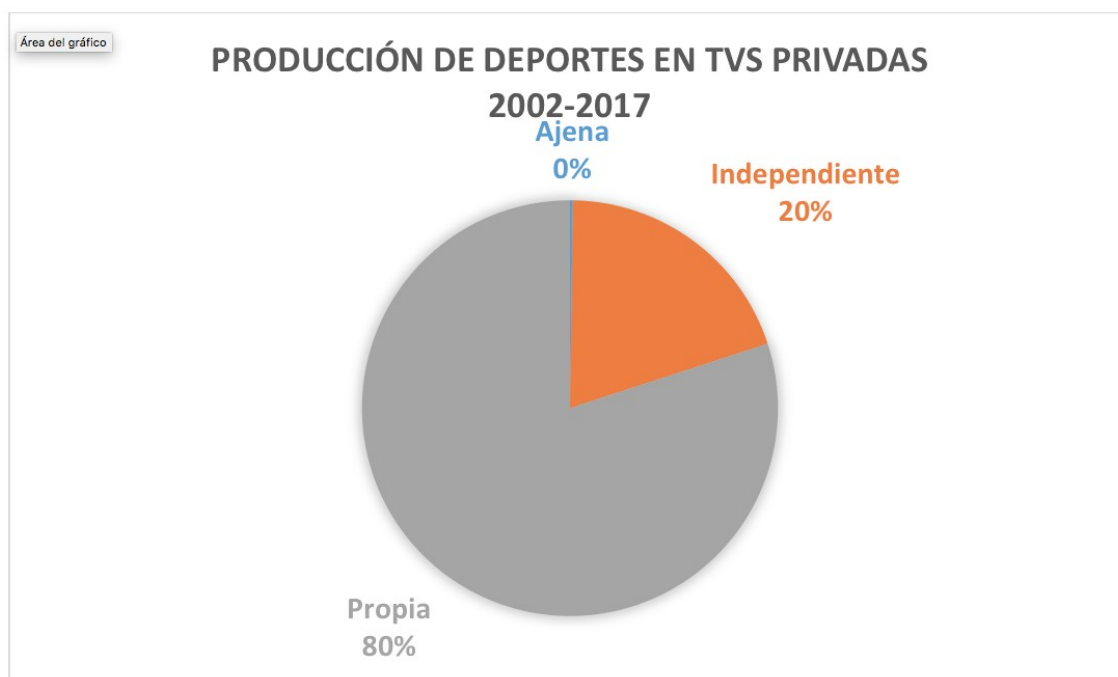


Gráfico 22. Porcentajes en la producción de deportes en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.

La media de los 15 años deja constancia de que las cadenas privadas han confiado el 80% de la producción de deportes a sus propios equipos humanos, mientras que han externalizado el 20%. La producción ajena es prácticamente inexistente en este género. Estas cifras difieren de las aportadas por la televisión pública que en los mismos años ha producido el 99% de la programación deportiva con recursos propios.

4.3.5. Conclusiones sobre la producción en las cadenas privadas

Al igual que ocurría en la cadena pública nacional, las cadenas privadas generalistas apuestan prácticamente al 100% por la producción propia de sus informativos. No ocurre lo mismo con los deportes, en los que se externaliza un 20% de la producción, aproximadamente. En materia de entretenimiento, las cadenas privadas externalizan muchísimo más que la pública, con una media del 70%, y producen con sus propios recursos un 22% de media, por lo que tan solo dejan un 9% a la producción ajena, cifras muy distintas a las de la cadena pública nacional. La producción de ficción en las cadenas privadas sigue la misma tendencia que en la cadena pública, con un 86% de producción ajena, y tan solo un 14% de producción propia y propia externalizada. Aunque la tendencia es a incrementar paulatinamente la producción propia de ficción, el

ascenso es muy lento y la supremacía de la producción ajena no se ve alterada en todo el periodo.

4.4. Análisis de la producción en canales temáticos TDT

A partir de 2009, con la irrupción de los nuevos canales derivada de la implantación de la televisión digital terrestre (TDT), cambian los hábitos de producción de los principales operadores. Es por ello, que podemos analizar también cómo se comportan los operadores a la hora de producir contenidos para las parrillas de programación de todos los canales temáticos nacidos a partir de la implantación de la TDT.

4.4.1. Producción de entretenimiento en canales temáticos TDT

La siguiente tabla presenta los datos de producción de entretenimiento en los canales temáticos de la TDT en el periodo 2002-2017 distribuidos por el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	8,3	9,5	30,4	54,0	57,3	60,9	70,2	67,3
Independiente	55,2	58,9	39,9	25,6	23,5	26,4	19,1	20,8
Propia	36,5	31,7	29,7	20,4	19,2	12,7	10,7	12,0

Tabla 22. Porcentajes de producción de entretenimiento en canales TDT por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

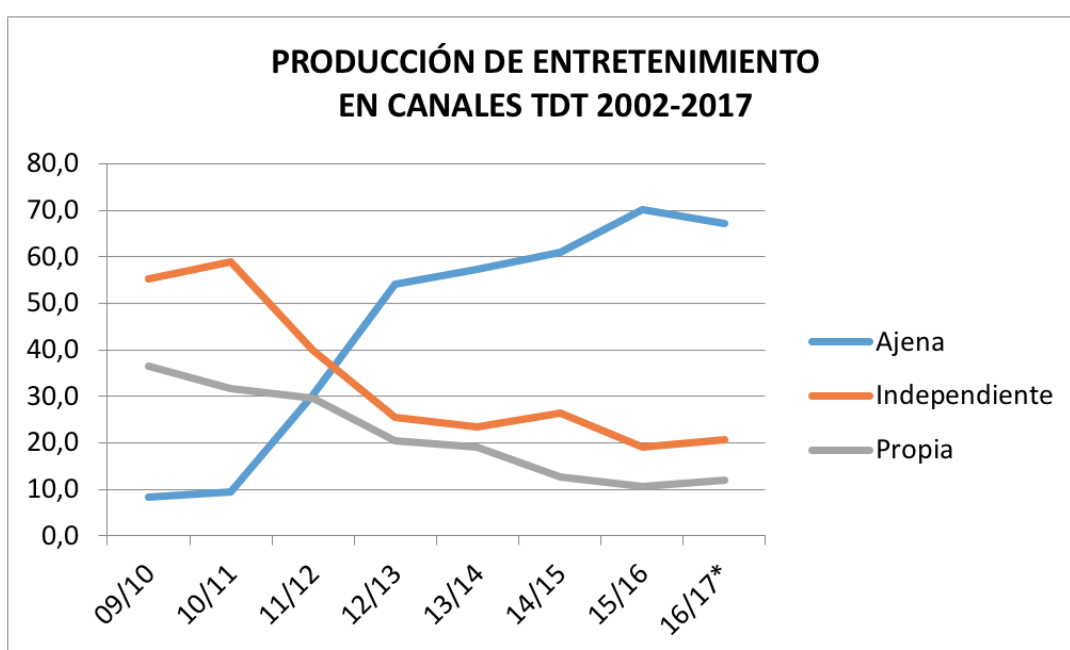


Gráfico 23. Evolución de la producción de entretenimiento en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.

La producción de entretenimiento en los canales temáticos de TDT ha sufrido una clara evolución desde la temporada 2009-2010 hasta la actualidad. Si bien, estos canales iniciaron su andadura apostando por la producción propia y producción externalizada, ambos tipos de producción han sufrido un descenso considerable a favor de la producción ajena que en la actualidad es opción prioritaria para estas cadenas. Así pues, la producción externalizada ha pasado de un 55,2% en 2009 a un 20,8% en 2017, y la producción propia, siguiendo la misma estela, ha pasado de un 36,5% a un 12% a lo largo del mismo periodo. Sin embargo, la producción ajena ha crecido desde el 8,3 de 2009 hasta el 67,3% de 2017, dejando clara constancia de que las cadenas temáticas de TDT prefieren adquirir sus contenidos en mercados audiovisuales nacionales e internacionales a controlar la producción de los mismos.

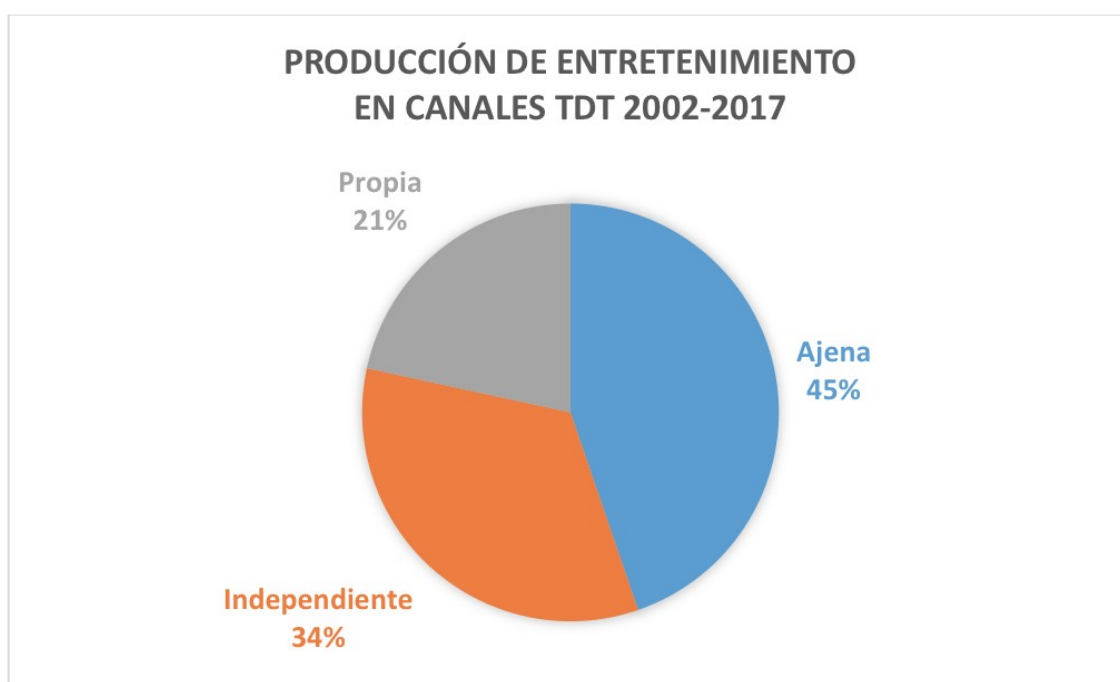


Gráfico 24. Porcentajes en la producción de entretenimiento en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.

Si analizamos las medias obtenemos que este grupo de cadenas, a lo largo de los 8 años analizados, completaron su parrilla de programación con un 45% de productos de producción ajena, un 21% de productos de producción propia, y externalizaron la producción de un 34% de sus contenidos. El gráfico 24 deja constancia de ello.

4.4.2. Producción de ficción en canales temáticos TDT

Analizamos a continuación los datos de producción de ficción en los canales temáticos de la TDT en el periodo 2002-2017 distribuidos por el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	82,5	86,4	83,8	81,4	82,0	85,0	81,7	82,1
Independiente	15,3	9,6	13,1	15,9	17,0	13,8	17,0	16,6
Propia	2,3	4,0	3,1	2,7	1,0	1,1	1,3	1,2

Tabla 23. Porcentajes de producción de ficción en canales TDT por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

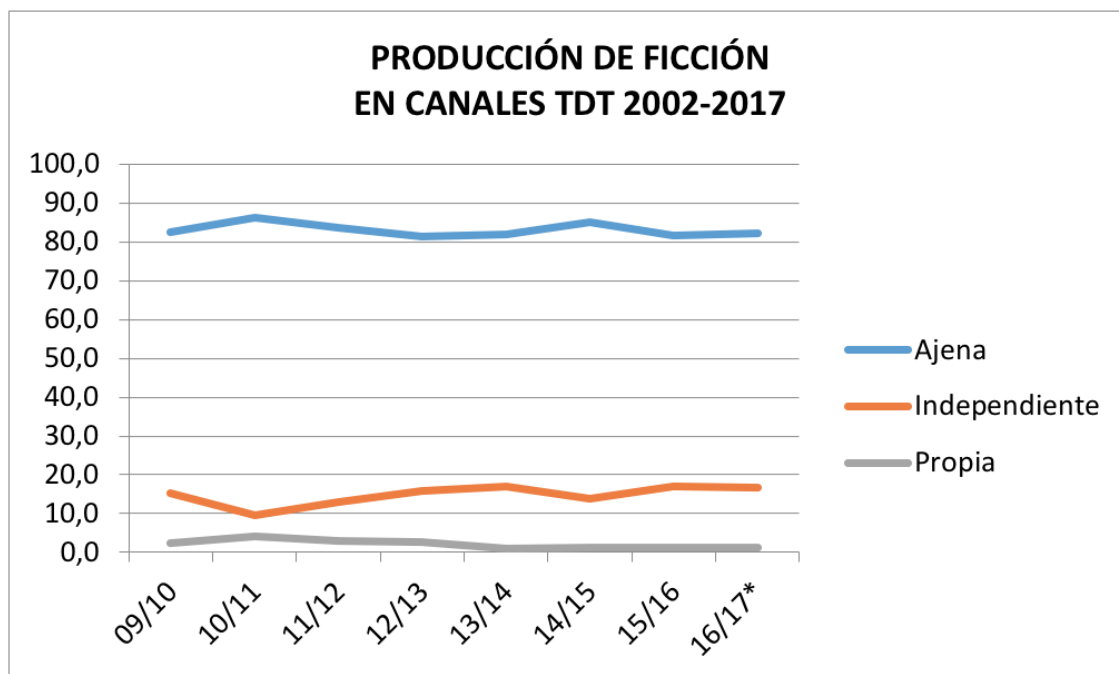


Gráfico 25. Evolución de la producción de ficción en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.

En materia de ficción, los canales temáticos de TDT apuestan claramente por la producción ajena. A lo largo de sus ocho años de emisión, la tendencia ha sufrido pocas variaciones. La adquisición de producción ajena en 2009 suponía un 82,5% de los contenidos en estas cadenas y en 2017 es de un 82,1%, por lo que prácticamente no se detecta variación. El resto de contenidos de ficción se producen por la vía de la externalización, en la que también se dibuja una gráfica muy estable durante todo el periodo analizado, pasando de un 15,3% en 2009 a un 16,6% en 2017. La producción propia de ficción tiene muy baja presencia en estos canales con un 2,3% en 2009 que ha descendido al 1,2% en 2017.

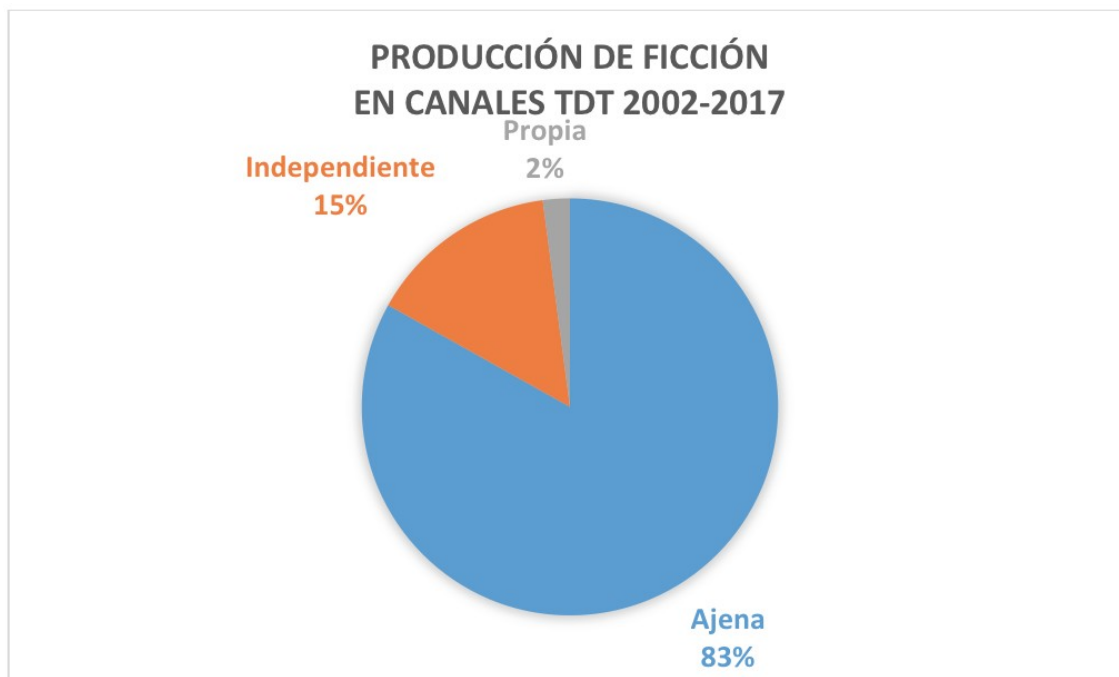


Gráfico 26. Porcentajes en la producción de ficción en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.

Al no haber habido demasiados cambios de tendencia en estos ocho años, la gráfica de las medias ofrece datos muy similares a la gráfica de evolución, con un 83,1% de producción ajena, un 14,8% de producción externalizada o independiente, y un 2,1% de producción propia de ficción.

4.4.3. Producción de informativos en canales temáticos TDT

Seguidamente se muestran los datos de producción de informativos en los canales temáticos de la TDT en el periodo 2002-2017. La distribución de la tabla distingue el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0
Independiente	-	-	4,2	8,3	13,6	13,5	15,5	14,8
Propia	100,0	100,0	95,7	91,7	86,4	86,5	84,5	85,2

Tabla 24. Porcentajes de producción de informativos en canales TDT por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

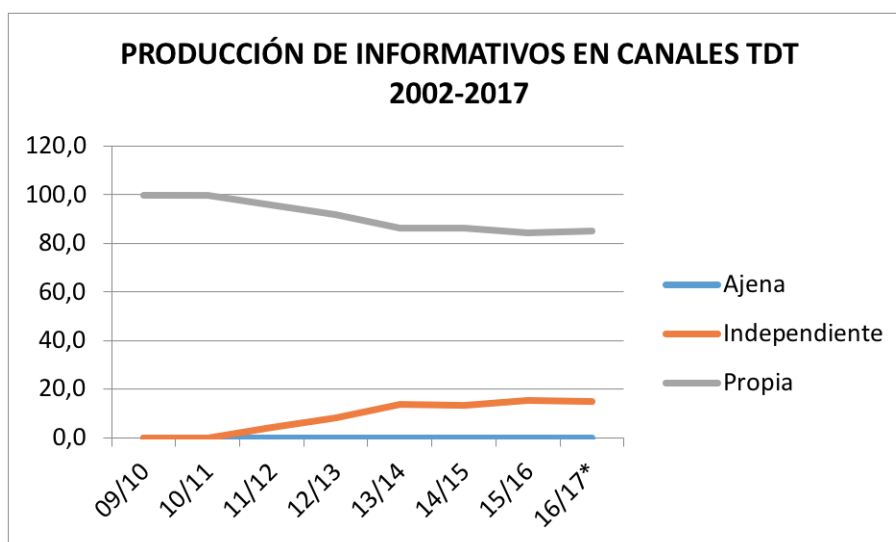


Gráfico 27. Evolución de la producción de informativos en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.

Los canales temáticos de TDT, como el resto de cadenas, apuestan por la producción propia para sus programas informativos con cierto porcentaje de externalización. La producción ajena no tiene cabida en la producción de este macrogénero. La gráfica de evaluación deja constancia de que, si bien las cadenas temáticas iniciaron su andadura produciendo sus programas informativos con sus propios recursos técnicos y humanos con un 100 de producción propia en las dos primeras temporadas, la tendencia ha sido a la baja hasta alcanzar el 85,2% en 2017 a favor de la producción externalizada que era inexistente en los primeros años y se ha posicionado en el 14,8% en la actualidad. En este sentido se observa una tendencia creciente de la externalización de informativos y un descenso progresivo de la producción propia de los mismos, aunque la supremacía de la producción propia en este macrogénero continúa siendo muy destacable.



Gráfico 28. Porcentajes en la producción de informativos en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.

Del cálculo de las medias en los ocho años del periodo analizado se desprende que las cadenas temáticas de TDT han externalizado un 8,7% de su producción de informativos, mientras que el 91,2% restante lo han producido con sus propios recursos técnicos y humanos.

4.4.4. Producción de deportes en canales TDT

La siguiente tabla muestra los datos de producción de programas deportivos en los canales temáticos de la TDT en el periodo 2002-2017 atendiendo al tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	11,8	0,4	0,6	0,6	0,5	0,0	0,2	1,9
Independiente	-	14,1	14,8	15,4	10,9	11,3	13,4	14,9
Propia	88,2	85,5	84,7	84,0	88,7	88,6	86,4	83,2

Tabla 25. Porcentajes de producción de deportes en canales TDT por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

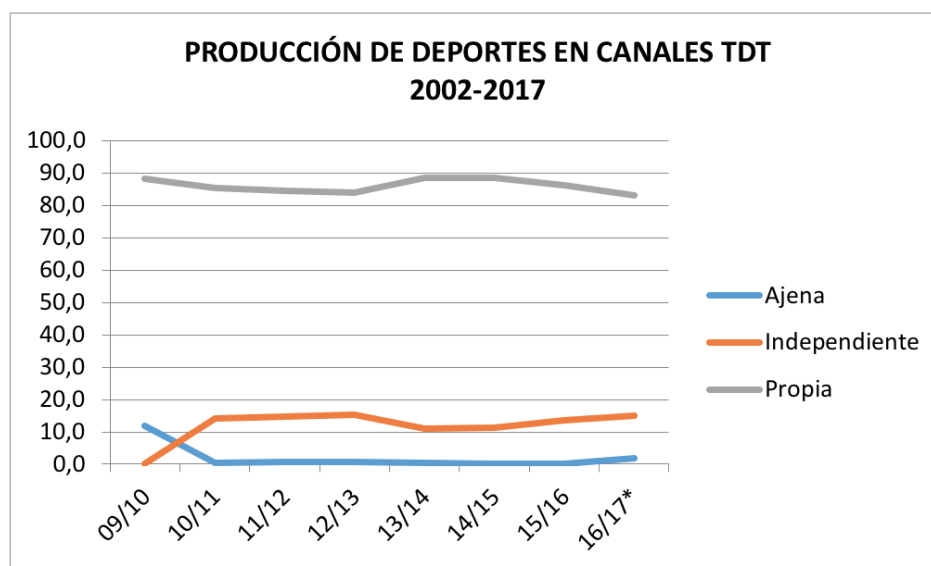


Gráfico 29. Evolución de la producción de deportes en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.

Al igual que en la producción de informativos, las cadenas temáticas de TDT apuestan por la producción propia para la producción de sus programas deportivos. La gráfica de evolución deja entrever un ligero descenso en la producción propia de deportes a favor de la producción externalizada que ha crecido del 14,1% al 14,9% durante todo el periodo analizado. La producción ajena, al igual que ocurría en el apartado anterior, tiene poca presencia en la producción de programas deportivos, salvo un pequeño repunte en 2017 que con un 1,9% es la cifra más alta de la serie.

Si analizamos las medias de los ocho años, los datos son similares a los ofrecidos por la gráfica de evolución con un 86,2% de producción propia, un 11,8% de producción externalizada y un 2% de producción ajena. En las gráficas de las medias se observa con claridad la hegemonía de la producción propia en la producción de deportes.

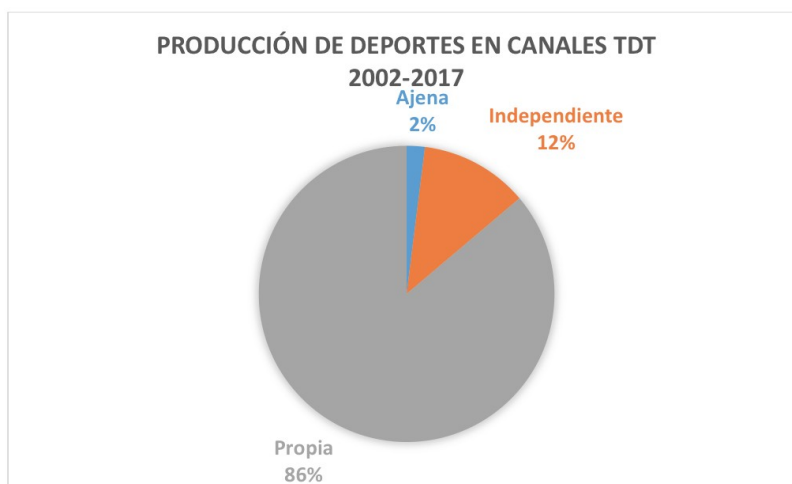


Gráfico 30. Porcentajes en la producción de deportes en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.

4.4.5. Conclusiones sobre la producción en canales temáticos TDT.

De los datos analizados podemos concluir que los canales TDT tienen un comportamiento global bastante similar al del resto de cadenas privadas, si bien es cierto que este tipo de cadenas apuesta menos por la producción propia de informativos y deportes, y tiene una tendencia al incremento de la producción ajena de todo tipo de géneros.

4.5. Análisis de la producción en las televisiones públicas autonómicas

Después de conocer cómo se han comportado las televisiones nacionales, tanto públicas como privadas, a la hora de producir sus contenidos de ficción, entretenimiento, informativos y deportes, es el momento de conocer qué estrategias utilizan las televisiones autonómicas en este sentido.

4.5.1. Producción de entretenimiento en televisiones públicas autonómicas

La siguiente tabla presenta los datos de producción de entretenimiento en las televisiones públicas autonómicas en el periodo 2002-2017 distribuidos por el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	13,1	12,8	12,7	14,6	14,2	14,3	4,3	8,3	20,4	20,0	12,6	9,6	8,5	7,3	5,8
Independiente	50,1	54,2	42,9	40,7	47,1	47,9	57,4	49,5	41,5	42,1	46,7	46,6	49,4	49,5	49,5
Propia	36,8	33,0	44,4	44,7	38,8	37,7	38,3	42,1	38,0	37,8	40,7	43,8	42,1	43,2	44,7

Tabla 26. Porcentajes de producción de entretenimiento en televisiones públicas autonómicas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

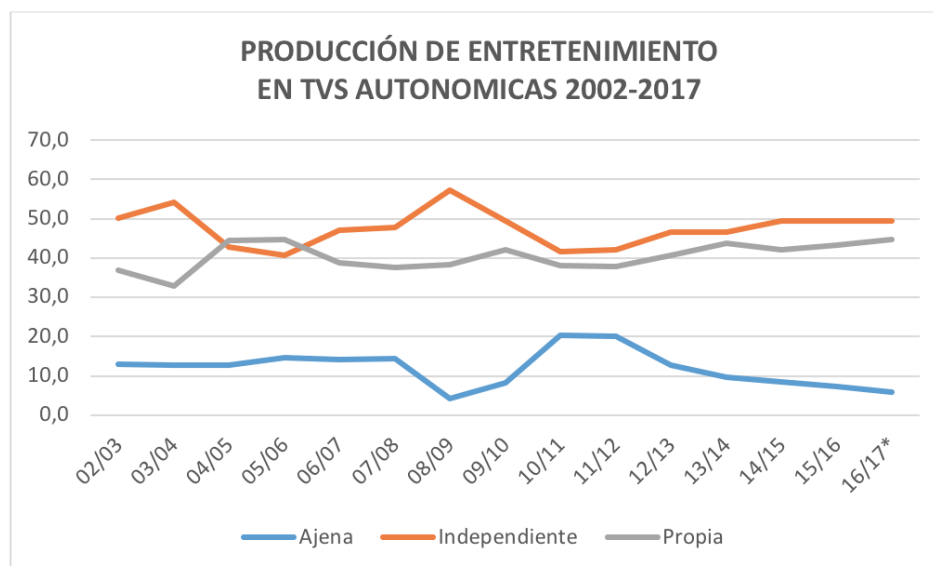


Gráfico 31. Evolución de la producción de entretenimiento en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.

Para la producción de entretenimiento, las cadenas autonómicas confían poco en los productos adquiridos en mercados audiovisuales, prefiriendo la producción propia o propia externalizada como métodos de producción de este tipo de productos. En los últimos 15 años, los datos y la gráfica dejan entrever que, en torno a un 50% del entretenimiento televisivo ha sido externalizado a productoras independientes, mientras que la producción propia de este tipo de género viene a representar un 40% del total. No se observan tendencias de cambio en los últimos 15 años, ya que la cifra de producción externalizada de entretenimiento se mantiene entre 2002 y 2017 en el 50,1 y 49,5 respectivamente. La producción propia de entretenimiento sí que ha crecido desde 2002, del 36,8% al 44,7%. Este crecimiento se debe a un descenso en la compra de producción ajena de entretenimiento que ha pasado del 13,1% al 5,8%.

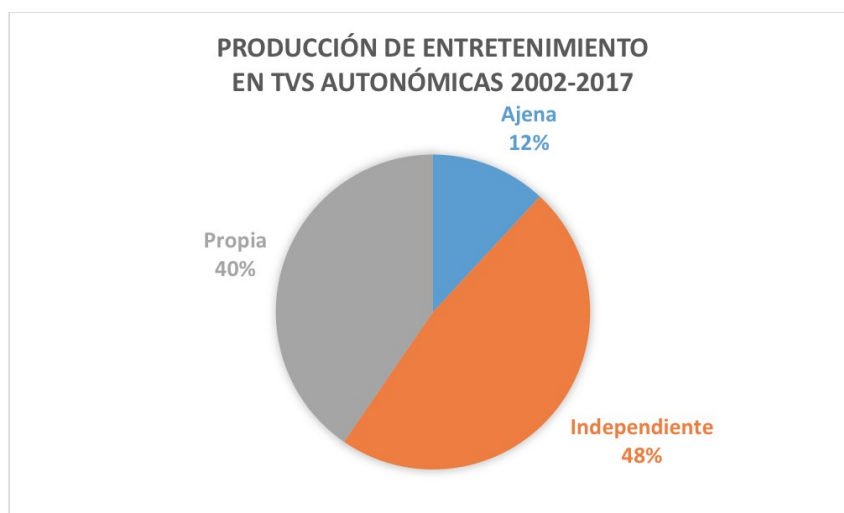


Gráfico 32. Porcentajes en la producción de entretenimiento en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.

La gráfica 32 recoge las medias de todo el periodo y deja constancia de la baja importancia que tiene la producción ajena en materia de entretenimiento en las televisiones autonómicas. La producción independiente con un 48% y la producción propia con un 40%, dominan la producción de este macrogénero en este tipo de cadenas que claramente apuestan por el control de la producción de sus espacios de entretenimiento.

4.5.2. Producción de ficción en televisiones públicas autonómicas 2002-2017

Analizamos a continuación los datos de producción de ficción en las televisiones públicas autonómicas en el periodo 2002-2017 atendiendo al tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	91,8	92,6	91,2	93,1	94,6	95,0	96,2	93,0	90,9	90,2	89,5	85,9	86,5	84,4	82,0
Independiente	6,0	4,5	7,5	5,6	4,9	4,5	2,5	4,4	5,2	6,0	7,1	11,2	10,3	12,8	15,4
Propia	2,2	3,0	1,4	1,3	0,5	0,6	1,3	2,6	3,9	3,9	3,4	2,9	3,2	2,8	2,6

Tabla 27. Porcentajes de producción de ficción en televisiones públicas autonómicas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

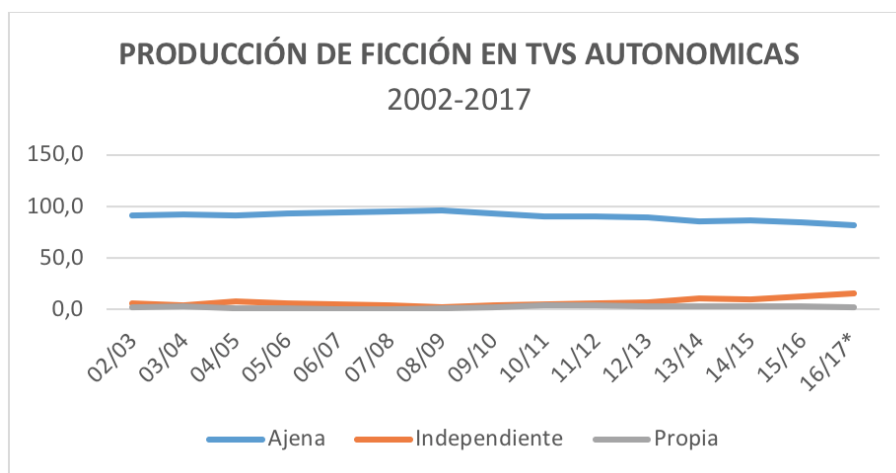


Gráfico 33. Evolución de la producción de ficción en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.

A la hora de programar ficción, las cadenas autonómicas apuestan en un alto porcentaje por la producción ajena. Cabe destacar que esta tendencia desciende con el paso de los años, ya que en los últimos 15 años se ha pasado del 91,8% de 2002 al 82% de 2017, marcando una línea descendente que se ve compensada con la creciente externalización de la producción. Esta última modalidad ha pasado en el periodo indicado desde el 6% al 15,4%, dejando constancia de que cada vez más, las televisiones autonómicas apuestan por la producción externalizada de ficción y por controlar la creación de sus propias películas y series. No obstante, la producción propia de ficción, como es natural, es prácticamente inexistente con unas cifras que rondan el 2%. No hay que olvidar un dato que apuntan autores como Álgvar Peris, que recuerda que la situación de precariedad económica de las televisiones autonómicas a partir de 2011 les ha llevado a renunciar a la compra de derecho de grandes títulos de las majors norteamericanas “lo que les ha impedido disponer de los últimos blockbusters, y de algunas de las series que más expectación generan entre el público”. De hecho este macrogénero de la ficción ha pasado de ocupar el 40,1% del tiempo de emisión en 2008-2009 a representar el 25,8% en la temporada 2015-2016. (Peris, 2017:132)

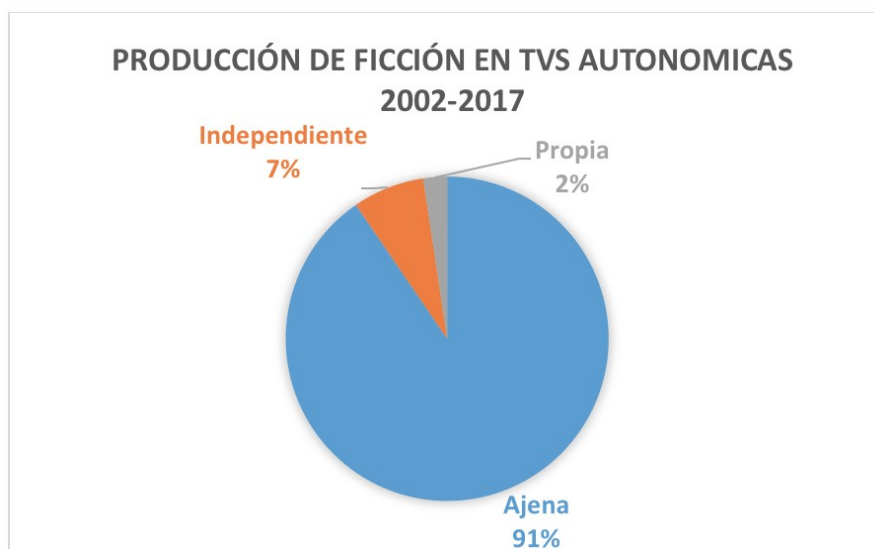


Gráfico 34. Porcentajes en la producción de ficción en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.

La gráfica 34 muestra las medias dejando constancia de que, en los últimos 15 años, el 91% de la programación de ficción de las cadenas autonómicas ha sido adquirido en mercados audiovisuales, mientras que el 7% de la producción de este género ha sido delegado a productoras externas que produjeron las series y películas bajo supervisión de la propia cadena.

4.5.3. Producción de informativos en televisiones públicas autonómicas

Seguidamente se muestran los datos de producción de informativos en las televisiones públicas autonómicas en el periodo 2002-2017. La distribución se basa en el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	2,7	2,3	2,3	1,9
Independiente	5,3	6,2	9,4	13,1	17,9	18,3	17,4	16,6	15,1	13,1	13,3	9,7	11,1	12,4	15,2
Propia	94,7	93,8	90,6	86,9	82,1	81,7	82,6	83,5	84,9	86,9	85,1	87,6	86,6	85,3	82,9

Tabla 28. Porcentajes de producción de informativos en televisiones públicas autonómicas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

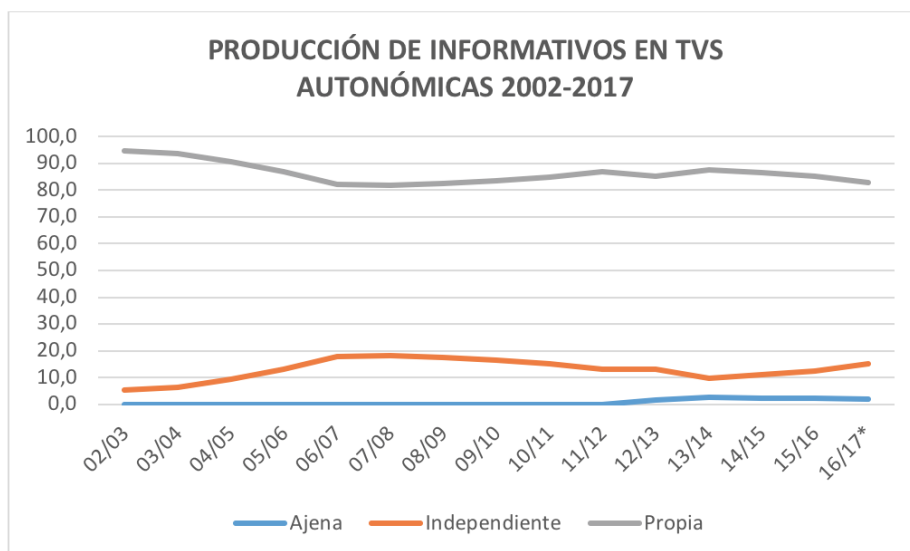


Gráfico 35. Evolución de la producción de informativos en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.

Si analizamos los datos de tendencias en la producción de informativos en las televisiones autonómicas, observamos un claro predominio de la producción propia de este tipo de productos, con cifras que rondan e incluso superan el 90% en la mayoría de los casos. Eso sí, se observa una tendencia a la baja desde el 94,7% del ejercicio 2002-03 hasta el 82,9% del ejercicio 2016-17%. Cabe destacar que este descenso de la producción propia está motivado por un incremento progresivo de la producción externalizada o independiente que pasa de un 5,3% en la primera temporada analizada a un 15,2% en la última. La producción ajena es prácticamente inexistente en este macrogénero con un 0% en la mayoría de las temporadas, aunque cabe destacar que a partir del ejercicio 2012-13 este tipo de producción ofrece porcentajes que rondan el 1% y 2%.



Gráfico 36. Porcentajes en la producción de informativos en las televisiones autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.

El gráfico 36 que muestra las medias de la producción de informativos en las televisiones autonómicas deja constancia de la supremacía de la

producción propia durante todo el periodo analizado con un 86% del total. La producción externalizada solo alcanza un 13% mientras que la ajena es testimonial con un 1%. Las televisiones autonómicas siguen, por tanto, la inercia del resto de cadenas estatales en la producción de este macrogénero.

4.5.4 Producción de deportes en televisiones públicas autonómicas

La siguiente tabla presenta los datos de producción de programas deportivos en las televisiones públicas autonómicas en el periodo 2002-2017 distribuidos por el tipo de producción: ajena, independiente y propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	-	-	0,1	-	-	-	-	0,2	-	-	-	0,1	-	0,5	0,0
Independiente	0,1	0,1	0,3	-	6,1	3,8	3,9	1,0	1,0	1,4	2,8	3,6	2,3	5,2	3,8
Propia	99,9	99,9	99,7	100,0	93,9	96,2	96,1	98,9	99,0	98,6	97,2	96,3	97,7	94,4	96,2

Tabla 29. Porcentajes de producción de deportes en televisiones públicas autonómicas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.

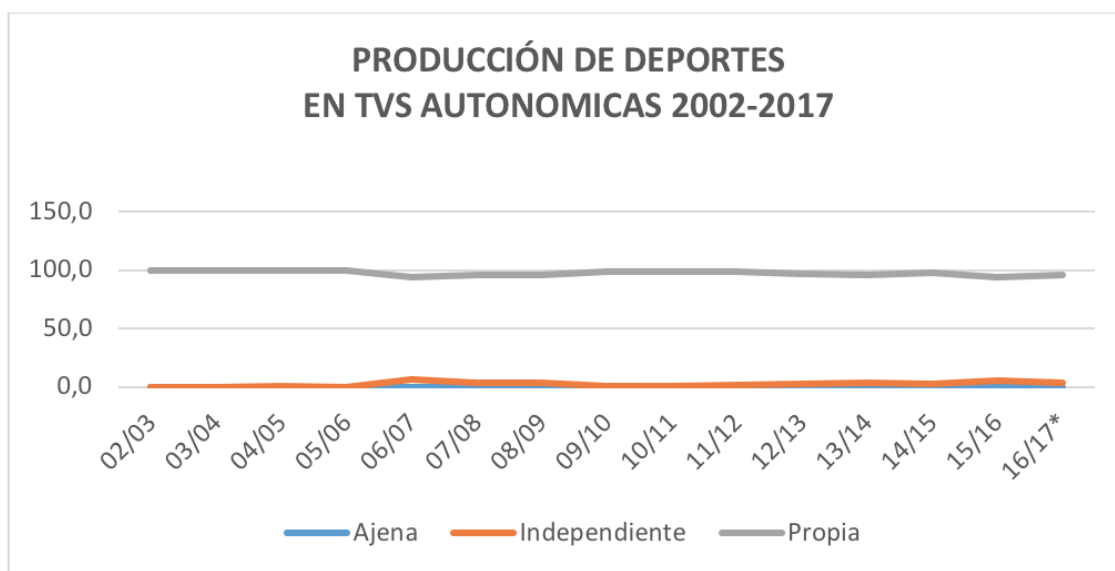


Gráfico 37. Evolución de la producción de deportes en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.

Para la producción de deportes, las televisiones autonómicas confían en sus propios recursos técnicos y humanos por lo que los datos dejan constancia de la supremacía de la producción propia para este género televisivo. Cabe destacar que puntualmente, las autonómicas recurren a la externalización para la producción de programación deportiva. Como también ocurre en el resto de cadenas nacionales, la producción ajena es prácticamente inexistente para este tipo de programas.



Gráfico 38. Porcentajes en la producción de deportes en las televisiones autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.

El gráfico que resume la media de los 15 años analizados, deja constancia de que las cadenas autonómicas han confiado en un 98% en la producción propia de programas deportivos, mientras que en todo el periodo solo han externalizado un 2% de estos programas.

4.5.5. Conclusiones sobre la producción en televisiones públicas autonómicas

Los datos y gráficos anteriores muestran la evolución de la producción en las televisiones autonómicas que no difiere demasiado de lo analizado en las televisiones nacionales.

En materia de producción de informativos y programas deportivos, las cadenas autonómicas siguen la misma tendencia que Televisión Española, con un enorme porcentaje de producción propia, escasa externalización y nula producción ajena. Cabe destacar que los informativos de proximidad alcanzan porcentajes de audiencia por encima de la media del canal. Generalmente, los informativos son el programa más visto en todas las televisiones públicas autonómicas y en la mayoría de los casos duplican la audiencia media de la cadena. (Miguel y Casado, 2015: 74).

En cuanto a producción de ficción, la producción ajena tiene la supremacía con un 87%, lo que demuestra que las televisiones autonómicas, al

igual que las nacionales, optan por la compra de productos de ficción a las distribuidoras internacionales. No obstante, hay cierta tendencia a la producción propia externalizada de series de ficción que constituyen un 7% de media en el total del periodo analizado, ya que este producto de proximidad también suele alcanzar porcentajes de audiencia muy por encima de la media del canal.

Por lo que hace al entretenimiento, las televisiones autonómicas externalizan la producción de este tipo de programas en un 48%, mientras que un 40% del entretenimiento producido se realiza con recursos propios de las cadenas. En este macrogénero, la producción ajena es testimonial con solo un 12% de media para todo el periodo 2020-2017.

4.6. Análisis de la producción en Televisión Valenciana (TVV)

A continuación se exponen los datos de producción en Televisión Valenciana en el periodo de 2002 a 2013, año en que cesaron las emisiones de la cadena autonómica. Como en los casos anteriores, estos datos de producción han sido analizados teniendo en cuenta los macrogéneros de entretenimiento, ficción, informativos y deportes.

4.6.1. Producción de entretenimiento en Televisión Valenciana

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

		02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Entretenimiento	Ajena	1,9	1,7	2,9	1,7	9,5	20,2	3,0	5,7	8,5	5,0	35,3	49,6
	Independiente	73,3	75,5	24,0	20,2	28,7	35,9	41,4	42,2	15,8	25,5	19,7	12,6
	Propia	24,8	22,9	73,1	78,1	61,8	43,9	55,6	52,1	75,7	69,5	45,1	37,7

Tabla 30. Porcentajes de producción de entretenimiento en Televisión Valenciana (2002-2013). Fuente: GECA.

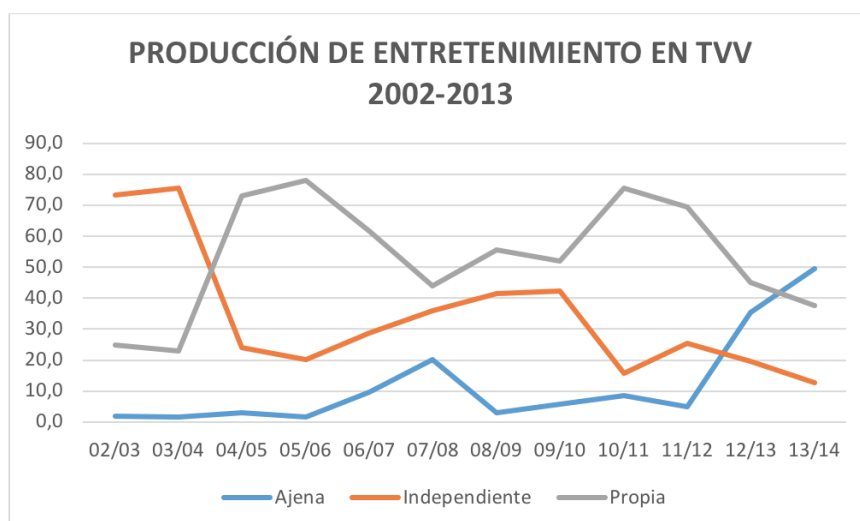


Gráfico 39. Evolución de la producción de entretenimiento en Televisión Valenciana (2002-2013). Fuente: GECA.

De la gráfica que muestra la evolución de la producción de Televisión Valenciana en materia de entretenimiento se desprende que la cadena autonómica 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.

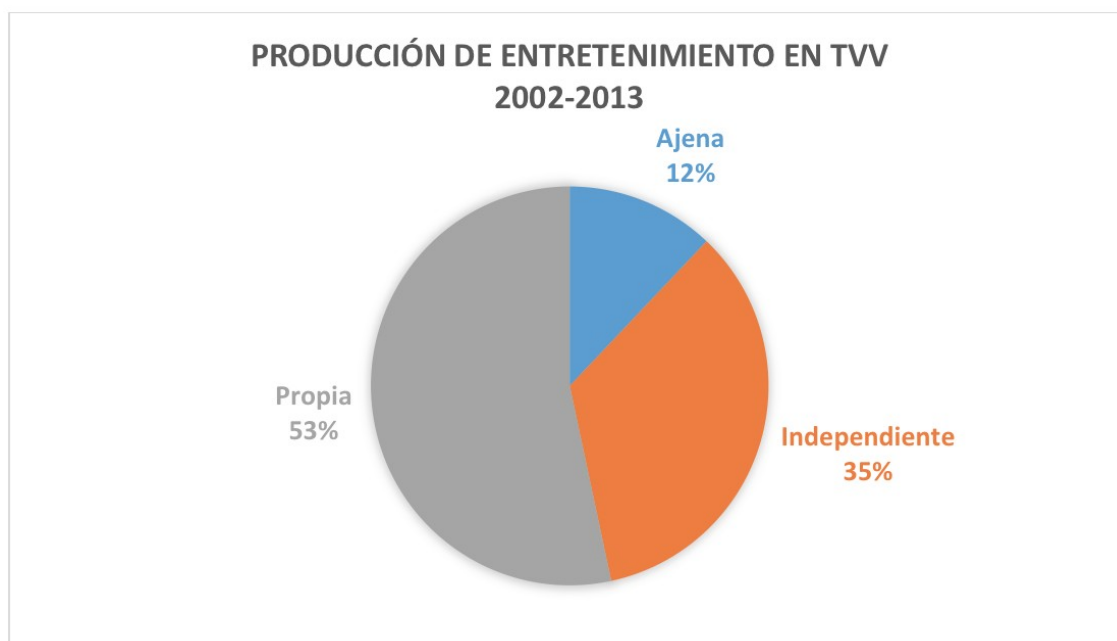


Gráfico 40. Porcentajes en la producción de entretenimiento en Televisión Valenciana (2002-2013). Fuente: GECA.

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.

4.6.2. Producción de ficción en Televisión Valenciana

Analizamos a continuación los datos de producción de ficción en Televisión Valenciana en el periodo 2002-2013 atendiendo a la siguiente tipología de producción: ajena, independiente y propia.

		02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Ficción	Ajena	95,7	98,7	99,0	96,5	95,3	97,3	93,1	82,4	82,2	83,0	86,4	77,4
	Independiente	4,2	1,3	1,0	3,5	4,6	2,7	2,3	5,7	8,5	7,2	3,3	10,3
	Propia	0,1	-	-	-	0,1	0,0	4,7	11,9	9,3	9,8	10,3	12,3

Tabla 31. Porcentajes de producción de ficción en Televisión Valenciana (2002-2013). Fuente: GECA.

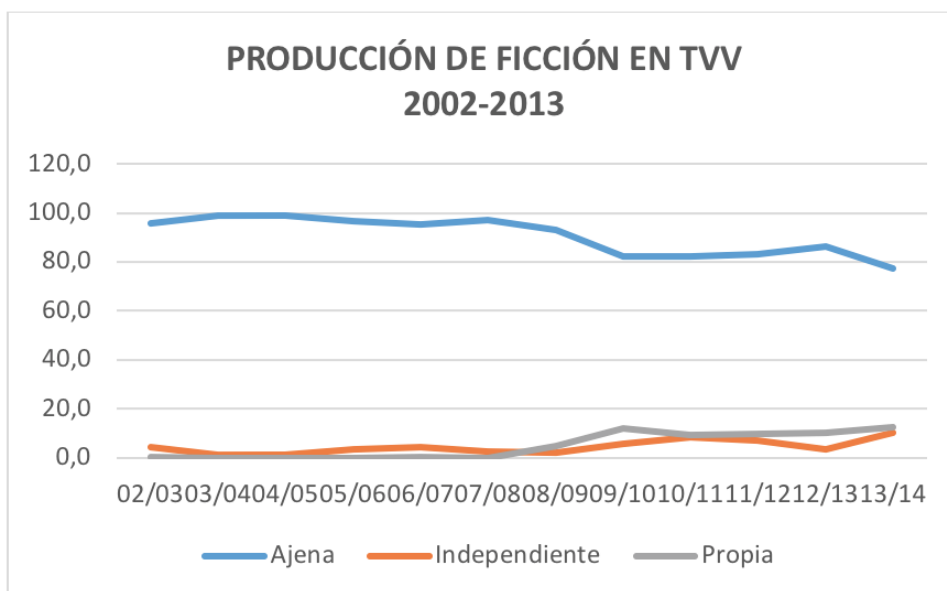


Gráfico 41. Evolución de la producción de ficción en Televisión Valenciana (2002-2013).
Fuente: GECA.

En materia de ficción, la gráfica 35 es muy explícita y deja constancia de que en la cadena autonómica valenciana hubo una supremacía de la producción ajena de ficción durante todo el periodo analizado. Cabe destacar que esta producción ajena de ficción tiene cierta tendencia a la baja, al pasar de un 99% del ejercicio 2004-05 a un 74% en el ejercicio 2013-14. Pese a ello, en el momento del cierre de la cadena, tres de cada cuatro productos de ficción emitidos provenían de mercados audiovisuales nacionales e internacionales. La producción propia y la producción externalizada de ficción, sufrieron un crecimiento progresivo con datos que van, en el caso de la producción propia, desde un 0% en el ejercicio 2007-08 hasta un 12,6% en el momento del cierre de la cadena; y en el caso de la producción externalizada, desde un 1% en el ejercicio 2004-05 hasta un 10,3% en el 2013-2014.



Gráfico 42. Porcentajes en la producción de ficción en Televisión Valenciana (2002-2013).
Fuente: GECA.

En el gráfico que muestra las medias de inversión en ficción podemos comprobar que la cadena autonómica valenciana, en el periodo analizado, adquirió el 91% de sus contenidos de ficción en mercados nacionales e internacionales, y tan solo produjo con recursos propios un 5% de la ficción emitida y externalizó la producción de un 4%.

4.6.3. Producción de informativos en Televisión Valenciana

Seguidamente se presentan los datos de producción de informativos en Televisión Valenciana en el periodo 2002-2013 teniendo en cuenta si la producción fue ajena, independiente o propia.

		02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Información	Ajena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Independiente	-	-	-	8,5	2,7	3,7	2,9	-	-	-	-	-
	Propia	100,0	100,0	100,0	91,5	97,3	96,3	97,1	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 32. Porcentajes de producción de informativos en Televisión Valenciana (2002-2013). Fuente: GECA.

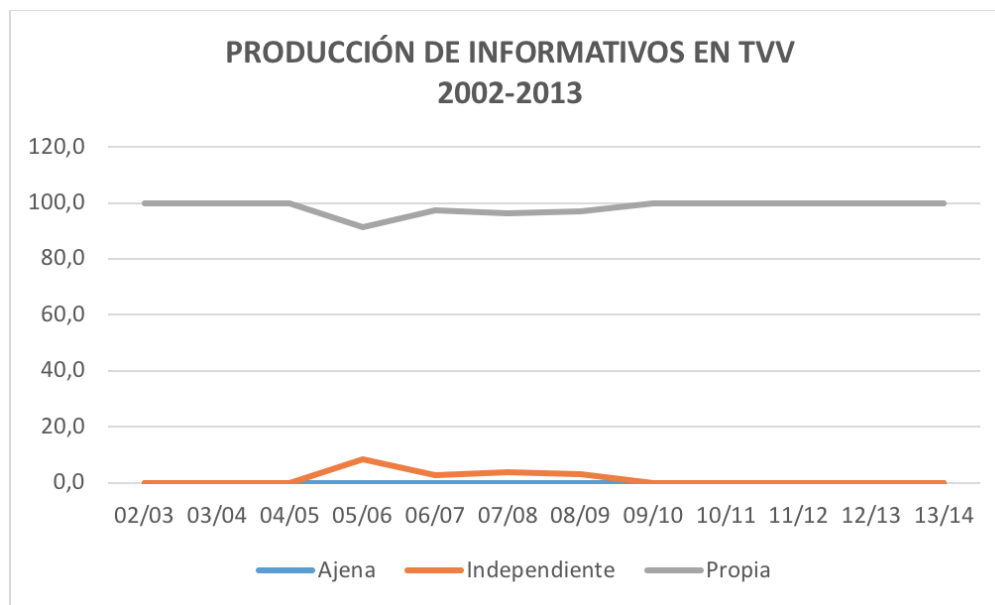


Gráfico 43. Evolución de la producción de informativos en Televisión Valenciana (2002-2013). Fuente: GECA.

Por lo que hace a los informativos, y al igual que ocurría en el resto de cadenas analizadas, Televisión Valenciana apostó en los 11 años del periodo analizado por la producción propia de este tipo de espacios. Tan solo puntualmente externalizó alguno de sus espacios informativos, con picos que alcanzan el 8,5% en el ejercicio 2005-06. La producción ajena no tiene ninguna relevancia en este macrogénero como ya ocurriera en el resto de cadenas analizadas.



Gráfico 44. Porcentajes en la producción de informativos en Televisión Valenciana (2002-2013). Fuente: GECA.

La gráfica que muestra las medias de inversión constata lo apuntado anteriormente. La cadena autonómica valenciana produjo el 99% de sus espacios informativos con recursos técnicos y humanos propios, y solo un 1% de estos espacios fue externalizado en el periodo 2002-2013.

4.6.4. Producción de deportes en Televisión Valenciana

Analizamos en este epígrafe los datos de producción de programas deportivos emitidos por Televisión Valenciana en el periodo 2002-2013 tomando en consideración si la producción fue ajena, independiente o propia.

		02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Deporte	Ajena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Independiente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Propia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 33. Porcentajes de producción de deportes en Televisión Valenciana (2002-2013). Fuente: GECA.

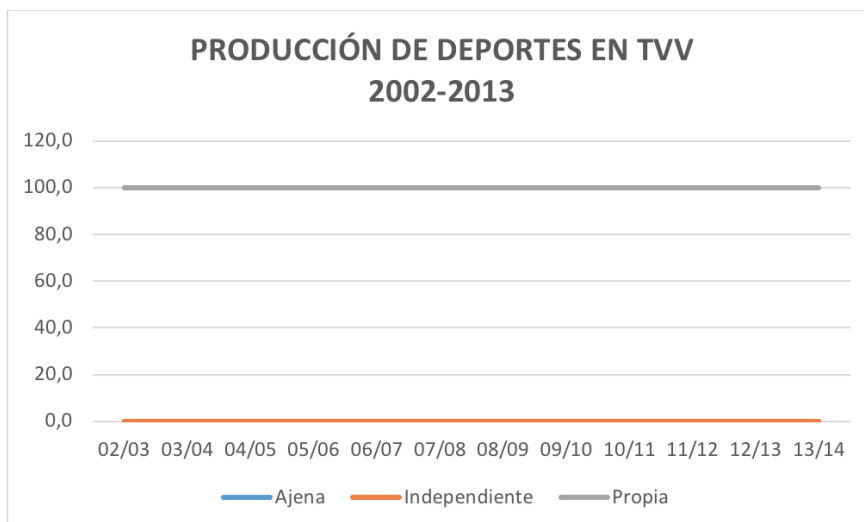


Gráfico 45. Evolución de la producción de deportes en Televisión Valenciana (2002-2013). Fuente: GECA.

En cuanto a la producción de programas deportivos, los datos son todavía más explícitos, con un 100% de producción propia en todo el periodo analizado. Este dato está en sintonía con los datos obtenidos del resto de cadenas autonómicas y también de Televisión Española, por lo que podríamos afirmar que todas las cadenas públicas han apostado en el periodo analizado por la producción propia de programas deportivos.



Gráfico 46. Porcentajes en la producción de deportes en Televisión Valenciana (2002-2013). Fuente: GECA.

4.6.5. Conclusiones sobre la producción en Televisión Valenciana

Televisión Valenciana sigue la tendencia de otras televisiones autonómicas en cuanto a producción de los distintos macrogéneros. En informativos y deportes los datos son muy claros, con prácticamente un 100% de producción propia en ambos casos, una presencia testimonial de producción externalizada, e inexistencia de producción ajena. En materia de ficción, la producción ajena es predominante en un 91%, aunque en el gráfico de la

evolución se observa una tendencia creciente a la producción propia externalizada de productos de ficción, y una tendencia decreciente de la adquisición de productos de ficción en mercados nacionales e internacionales. Por lo que hace al entretenimiento, los datos de GECA indican que la cadena autonómica valenciana alternó la producción propia y externalizada de este tipo de productos.

4.7. Análisis de la producción en las cadenas españolas

A continuación analizaremos los datos globales de las cadenas de toda España, que agrupa tanto a las televisiones nacionales, públicas y privadas, como a las autonómicas, distribuidos por cuatro grandes macrogéneros (entretenimiento, ficción, información y deporte) según el tipo de producción (propia, independiente o externalizada, o ajena).

4.7.1. Producción de entretenimiento en las cadenas de España

La siguiente tabla muestra los datos de producción de entretenimiento en el conjunto de cadenas de España en el periodo 2002-2017 teniendo en cuenta si la producción fue ajena, independiente o propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17
Ajena	10,9	10,7	10,6	11,4	12,0	12,7	12,6	14,5	19,2	21,0	15,0	12,8	11,9	10,2	8,3
Independiente	52,0	54,5	46,0	48,0	53,2	53,3	50,7	49,5	45,4	43,8	46,7	47,8	49,9	50,7	52,1
Propia	37,1	34,7	43,4	40,6	34,8	33,9	36,7	36,0	35,4	35,2	38,2	39,5	38,2	39,1	39,6

Tabla 34. Porcentajes de producción de entretenimiento en las cadenas de España (2002-2017). Fuente: GECA.

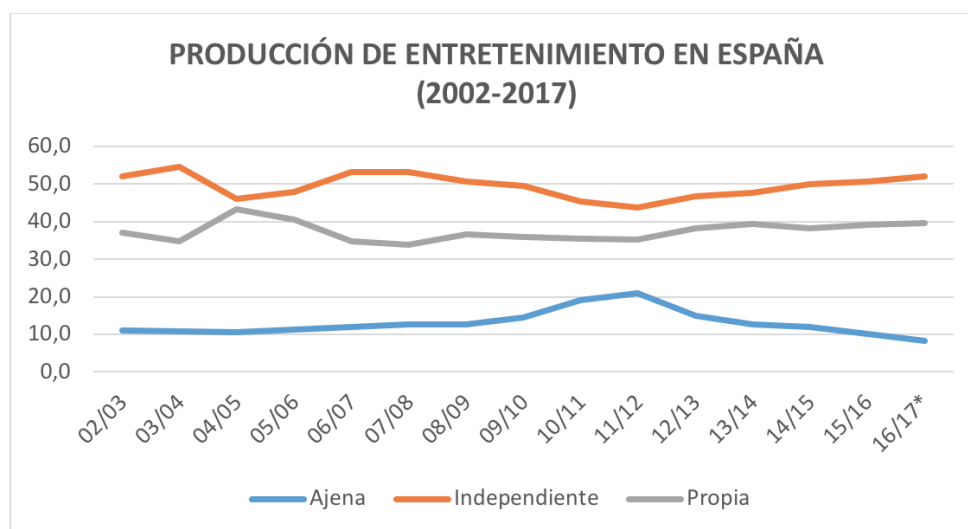


Gráfico 47. Evolución de la producción de entretenimiento en España (2002-2017). Fuente: GECA.

Por lo que hace al entretenimiento, la gráfica y los datos dejan claro que la tendencia no ha variado demasiado en los últimos 15 años en el conjunto de las cadenas españolas. Queda claro que las cadenas en España solo adquieren entorno a un 13% de sus contenidos de entretenimiento en los mercados audiovisuales. Si bien la adquisición de producción ajena de entretenimiento se ha reducido desde 2002, el descenso no puede considerarse remarcable al haber pasado de 10,9% en 2002 a un 8,3% en 2017. La gráfica deja constancia de que en las temporadas 2010-11, y 2011-12 se incrementó la adquisición de productos de entretenimiento de producción ajena hasta alcanzar el 19,2% en 2010 y el 21% en 2011.

Estas cifras constatan que las cadenas prefieren controlar y participar activamente en la producción de los contenidos de entretenimiento ya que un 37%, aproximadamente, de la producción de entretenimiento es propia, mientras que un 50%, aproximadamente, es producción propia externalizada en la que la cadena también tiene el control final sobre el producto que realiza una empresa externa. Las principales variaciones en este sentido se produjeron en la temporada 2004-05 en que se incrementó la producción propia de entretenimiento hasta alcanzar el 42,4% a costa de la producción externalizada que descendió hasta el 54,5%.

Del cálculo de las medias de los 15 años analizados, se obtiene la siguiente gráfica:

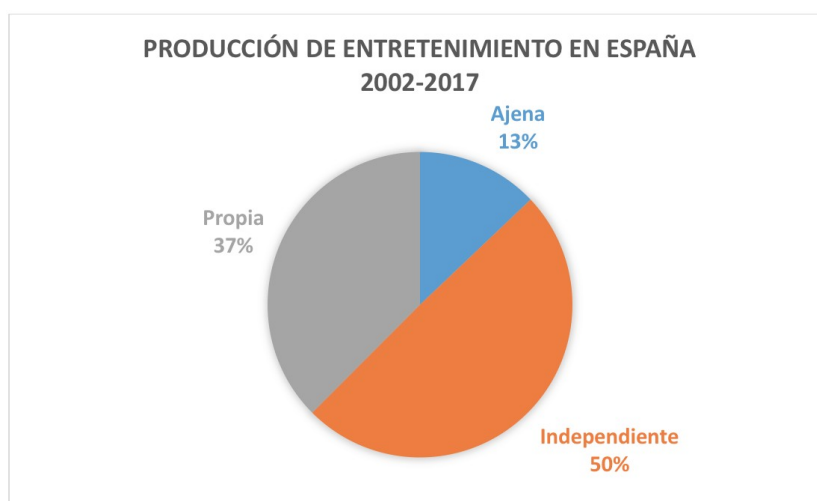


Gráfico 48. Porcentajes en la producción de entretenimiento en España (2002-2017).
Fuente: GECA.

En la gráfica se observa que la producción ajena de entretenimiento tiene muy poca cabida en las parrillas de programación de las cadenas españolas con solo un 13% del total producido en el periodo 2002-2017. La producción externalizada es la más habitual, alcanzando un 50% de los programas de

entretenimiento producidos en este periodo, mientras que la producción propia ofrece una media del 37%.

4.7.2. Producción de ficción en las cadenas de España

Analizamos a continuación los datos de producción de ficción en el conjunto de cadenas españolas en el periodo 2002-2017 atendiendo al tipo de producción: ajena, independiente o propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17
Ajena	91,0	91,2	88,7	90,6	92,2	92,5	90,7	90,3	89,7	89,3	88,1	85,0	84,7	83,1	82,3
Independiente	7,0	6,1	9,2	7,6	6,9	6,8	7,7	5,5	6,7	7,6	7,9	12,1	12,5	14,4	15,4
Propia	2,0	2,7	2,0	1,8	0,9	0,7	1,6	4,2	3,7	3,1	4,0	2,9	2,8	2,4	2,2

Tabla 35. Porcentajes de producción de ficción en las cadenas de España (2002-2017).
Fuente: GECA.

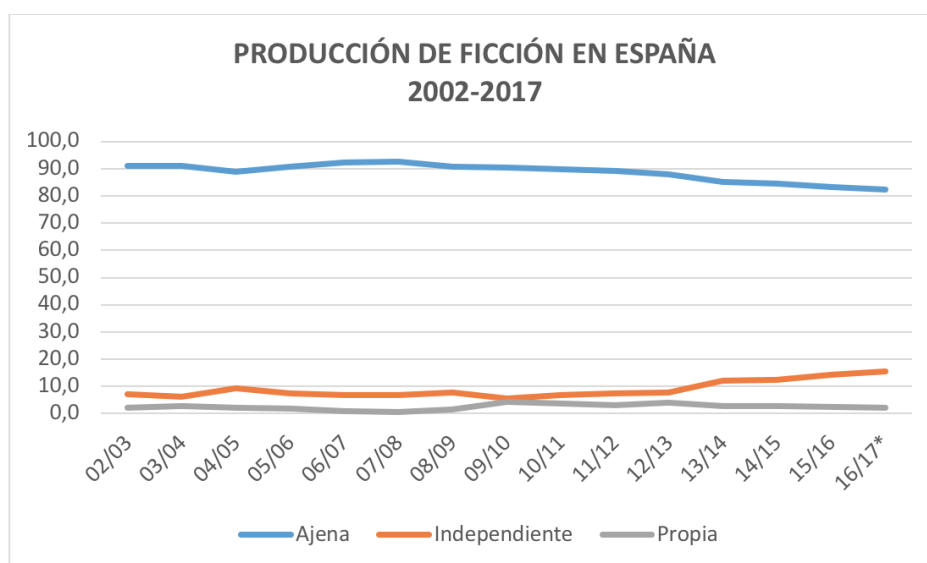


Gráfico 49. Evolución de la producción de ficción en España (2002-2017). Fuente: GECA.

Los datos y la gráfica de la producción de ficción poco tienen que ver con los anteriormente analizados de la producción de entretenimiento. Si bien la gráfica desvela que la adquisición de productos de ficción en los mercados audiovisuales se reduce paulatinamente, ya que ha pasado de un 91% en 2002 a un 82,3% en 2017, y que crece la producción propia externalizada de los mismos, que ha pasado de un 7% a un 15,4% en los últimos 15 años, las cifras todavía son demasiado dispares y la diferencia suficientemente considerable como para valorar positivamente la creciente tendencia de las cadenas a externalizar la producción de los contenidos de ficción. Lo que queda claro es que las cadenas rechazan la producción propia de ficción, con cifras que rondan el 2% de media ya que la tendencia se mantiene en todo el periodo en cifras insignificantes.



Gráfico 50. Porcentajes en la producción de ficción en España (2002-2017). Fuente: GECA.

El cálculo de la media de los últimos 15 años presenta la anterior gráfica que confirma lo expuesto anteriormente con la supremacía absoluta de los productos de ficción adquiridos en mercados audiovisuales. De un solo vistazo se aprecia que en materia de ficción las cadenas en España apuestan por la producción ajena en un 88% de los casos.

4.7.3. Producción de informativos en las cadenas de España

Seguidamente se analizan los datos de producción de informativos en el conjunto de cadenas españolas en el periodo 2002-2017. Las cifras se muestran distribuidas en tres filas según el tipo de producción: ajena, independiente o propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17
Ajena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	1,3	2,0	1,6	1,7	1,4
Independiente	4,1	4,6	7,3	10,0	14,9	15,2	14,2	14,2	13,2	10,3	9,9	7,0	7,9	9,0	11,1
Propia	95,9	95,4	92,7	90,0	85,1	84,8	85,8	85,8	86,8	89,6	88,8	91,0	90,5	89,3	87,5

Tabla 36. Porcentajes de producción de informativos en las cadenas de España (2002-2017). Fuente: GECA.

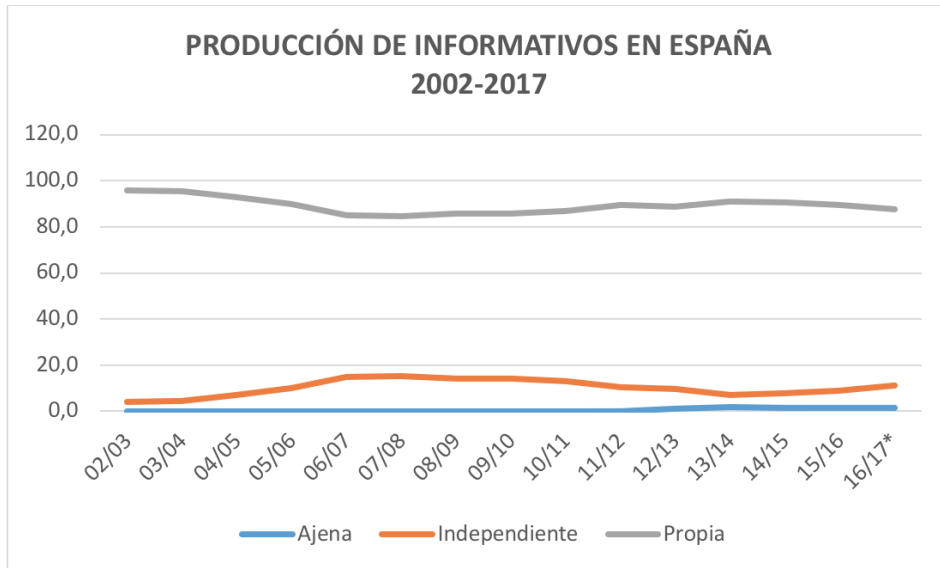


Gráfico 51. Evolución de la producción de informativos en España (2002-2017).
Fuente: GECA.

Por lo que hace a la producción de informativos en las cadenas españolas, el análisis de la evolución destaca que, aunque la producción propia de informativos es la predominante, en los últimos 15 años la tendencia ha sido a la baja en este modo de producción, desde un 95,9% en 2002 hasta el 87,5% del 2017, lo cual deja entrever que las cadenas en España tienden ligeramente a la externalización a la hora de producir sus informativos. De hecho, la producción externalizada en este género ha pasado del 4,1% en 2002 hasta el 11,1% en 2017. La producción ajena de informativos es testimonial, y se inició en 2012 con un 0,1% hasta el 1,4% actual.

Del cálculo de las medias de los últimos 15 años, se obtiene la siguiente gráfica:



Gráfico 52. Porcentajes en la producción de informativos en España (2002-2017).
Fuente: GECA.

La gráfica anterior habla por sí sola con amplio predominio de la producción propia, con un 89% de media en los últimos 15 años, una limitada presencia de producción externalizada, que solo representa el 10% de media, y prácticamente inexistente la producción ajena en este género televisivo con un 0'5%.

4.7.4. Producción de programas deportivos en las cadenas de España

La siguiente tabla muestra los datos de producción de programas deportivos en el conjunto de cadenas de España en el periodo 2002-2017 teniendo en cuenta la tipología de producción: ajena, independiente o propia.

	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17*
Ajena	-	-	0,0	0,3	-	-	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,4	0,0
Independiente	0,2	0,1	0,2	6,8	11,0	5,1	4,2	2,7	1,6	2,3	2,3	5,5	2,3	4,1	3,4
Propia	99,8	99,9	99,7	92,9	89,0	94,9	95,7	97,1	98,3	97,7	97,7	94,4	97,7	95,5	96,6

Tabla 37. Porcentajes de producción de deportes en las cadenas de España (2002-2017).
Fuente: GECA.

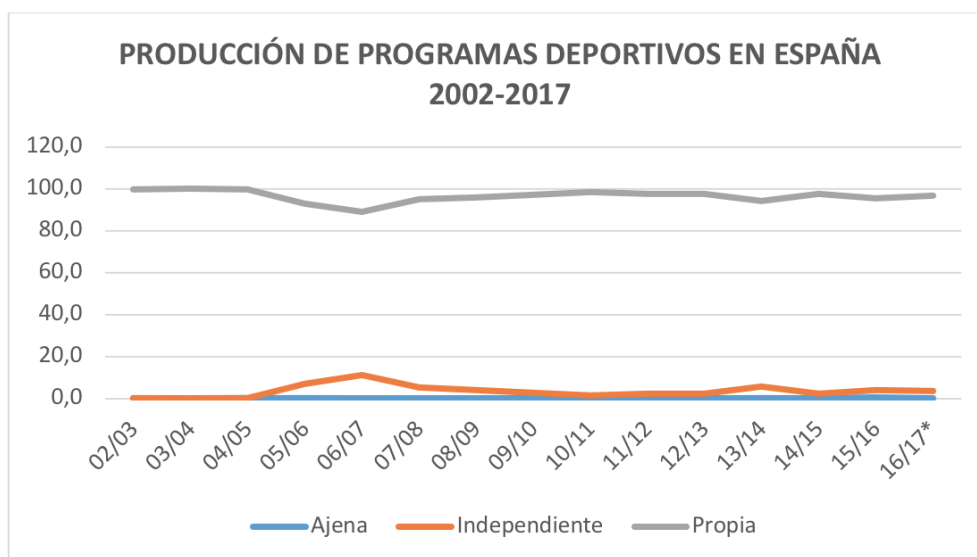


Gráfico 53. Evolución de la producción de programas deportivos en España (2002-2017).
Fuente: GECA.

En la programación deportiva, la producción propia tiene todavía más supremacía que en la producción de informativos. La gráfica es muy clara para todo el periodo y demuestra que la tendencia es constante en la producción de los espacios deportivos. La producción propia apenas ha descendido 3 décimas en 15 años desde el 99,8% hasta el 96,6%, mientras la producción externalizada ha crecido muy ligeramente en este periodo desde el 0,2% hasta el 3,4%.



Gráfico 54. Porcentajes en la producción de deportes en España (2002-2017).
Fuente: GECA.

De la gráfica 54 se desprende que, con un 96,5% de media, queda claro que las cadenas en España han apostado y apuestan por la producción propia de toda su programación deportiva. La producción externalizada de este género apenas representa el 3,5%, mientras que es imperceptible, con un 0,1%, la producción ajena de deportes en las televisiones españolas.

4.7.5. Conclusiones sobre la producción en las televisiones de España

Después de analizar por separado los datos de las televisiones nacionales y autonómicas, las temáticas TDT, y una especial atención a TVE y TVV, en este epígrafe hemos podido conocer las tendencias generales de producción de todas las televisiones en España durante el periodo 2002-2017. Estos datos son muy significativos y desvelan la evolución global de la producción a nivel estatal. Así pues, podemos afirmar que en materia de entretenimiento, las televisiones en España externalizan un 50% de su producción, mientras que un 37% lo producen con sus propios recursos. Tan solo un 13% de la producción de entretenimiento es ajena.

No ocurre lo mismo en materia de ficción. En este macrogénero, la producción ajena es la predominante con un 87% de media, y tan solo un 9% de producción externalizada. La producción propia de ficción es insignificante con sólo un 4% del total.

En el macrogénero de informativos y deportes, la producción propia es la predominante superando el 90% del total. En informativos se externaliza un 10% de media, pero en programas deportivos este porcentaje no supera el 3%. La producción ajena brilla por su ausencia en este macrogénero.

4.8. Comparativas por macrogéneros

A continuación procedemos a realizar una comparativa del comportamiento de cada grupo de cadenas en la producción de cada uno de los macrogéneros. Tomamos también en consideración el comportamiento de Televisión Valenciana por ser el objeto principal de análisis de este estudio.

4.8.1. Comparativa de las gráficas de producción de entretenimiento

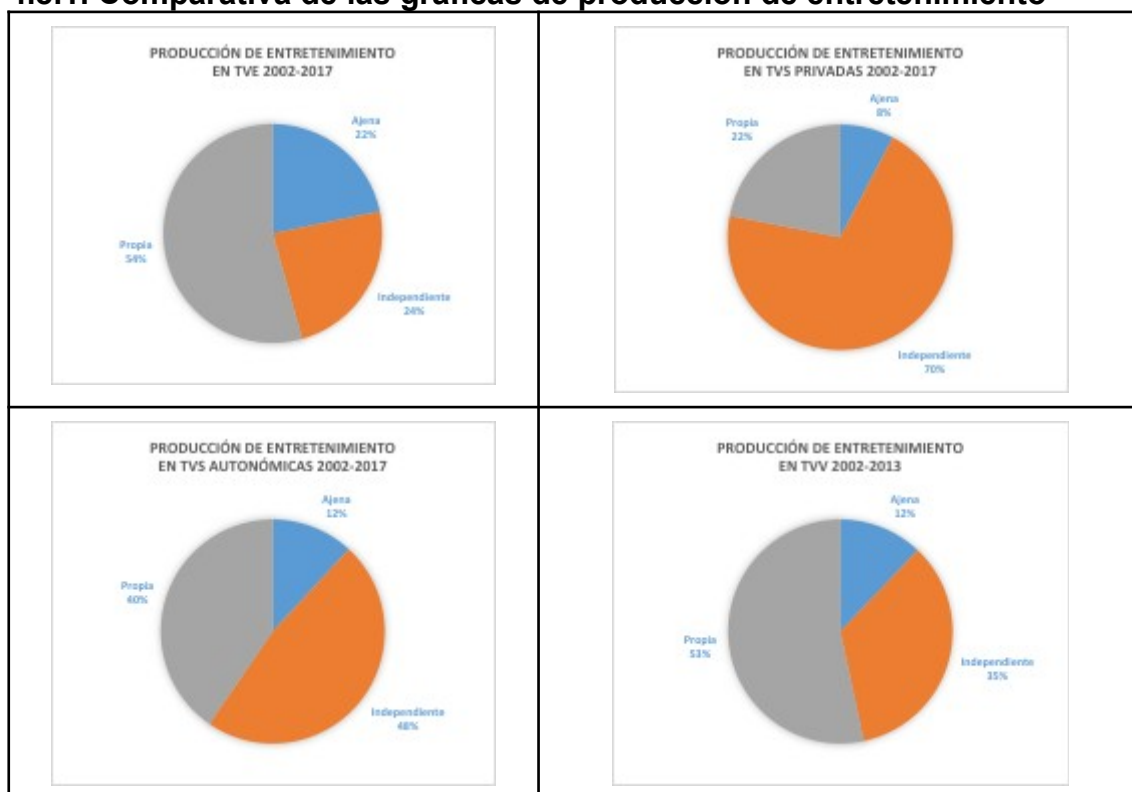


Gráfico 55. Comparativa de los gráficos de porcentajes de la producción de entretenimiento (2002-2017). Fuente: GECA.

De la anterior comparativa de gráficas podemos concluir que Televisión Valenciana, durante el período analizado, tuvo un comportamiento muy similar a Televisión Española en cuanto a producción propia de entretenimiento, con un porcentaje del 54% en el caso de TVE y del 53% en el caso de TVV. 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 sigue la tendencia marcada por las televisiones privadas que externalizaron un 70% de la producción de entretenimiento, y sólo produjeron con sus propios recursos un 22%. No hay que olvidar que algunas televisiones autonómicas como Murcia o Aragón son públicas pero están

gestionadas por empresas privadas, lo que explicaría esta diferente tendencia respecto a otras televisiones públicas como TVV o TVE.

Por lo que hace a la producción ajena de entretenimiento, las televisiones autonómicas, incluida TVV, ofrecen cifras de un 12%, curiosamente superiores al 8% de la televisiones privadas que adquirieron menos programas de entretenimiento en mercados internacionales que las televisiones autonómicas, y bastante inferiores a TVE que es la cadena que más confió en la producción ajena de programas de entretenimiento con un 22% del total.

4.8.2. Comparativa de las gráficas de producción de ficción

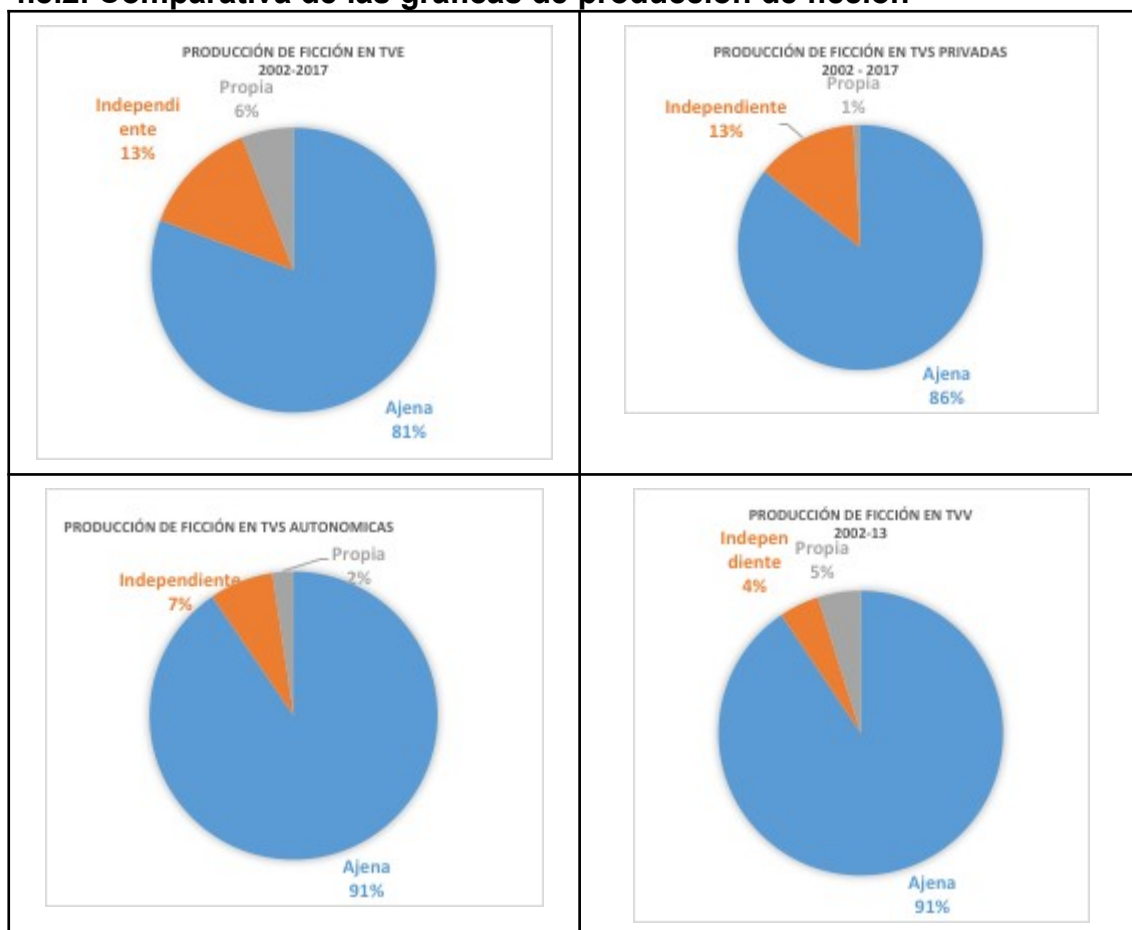


Gráfico 56. Comparativa de los gráficos de porcentajes de la producción de ficción (2002-2017). Fuente: GECA.

En materia de ficción, la supremacía de la producción ajena es obvia y las cifras muy similares en todos los grupos de cadenas. Así pues, TVE ofrece un 81% muy próximo al 86% de las televisiones privadas. Las cadenas autonómicas, al igual que TVV, confían todavía más en la producción ajena de ficción con un 91% de media. Estas altas cifras de la adquisición de producción ajena está motivada por los altos costes de producción que tiene el género de la ficción. Así pues, aunque las cadenas españolas intentan apostar cada vez más por la producción propia de series y películas, por cuestiones

presupuestarias se ven obligadas a adquirir productos de ficción de distribuidoras internacionales, mucho más asequibles económicamente que aquellos que producen con sus propios recursos. La cuestión económica explica también que sean TVE y las televisiones privadas las que más inviertan en producción externalizada de ficción, con un 13%, mientras que las televisiones autonómicas lo hacen en un 7% y TVV se queda en un 4%.

4.8.3. Comparativa de las gráficas de producción de informativos

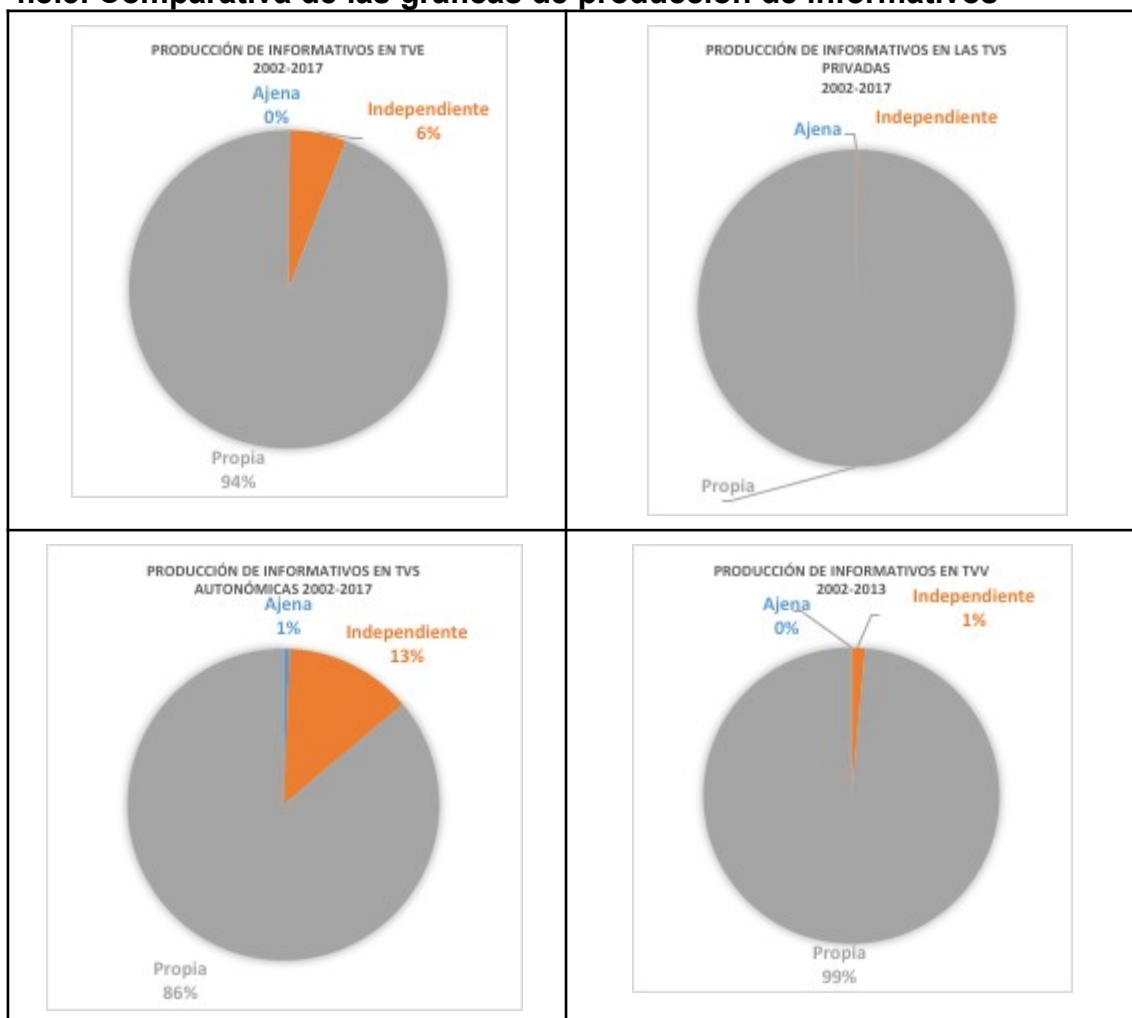


Gráfico 57. Comparativa de los gráficos de porcentajes de la producción de informativos (2002-2017). Fuente: GECA.

En materia de informativos es la producción propia la que domina las gráficas, con un 100% en las televisiones privadas y un 99% en Televisión Valenciana. Televisión Española externalizó un 6% de su producción de informativos durante el periodo analizado y las cadenas autonómicas fueron las que más externalizaron con un 13% del total de productos informativos emitidos. Como ya hemos comentado anteriormente, este comportamiento de las cadenas autonómicas puede responder al hecho de que algunas de ellas están gestionadas por empresas privadas y, por tanto, externalizan también la producción de los informativos, cosa que no hacen habitualmente ni las

televisiones privadas, ni Televisión Española, ni lo hacía Televisión Valenciana. En cuestión de informativos la producción ajena es inexistente en todos los grupos de cadenas.

4.8.4. Comparativa de las gráficas de producción de deportes

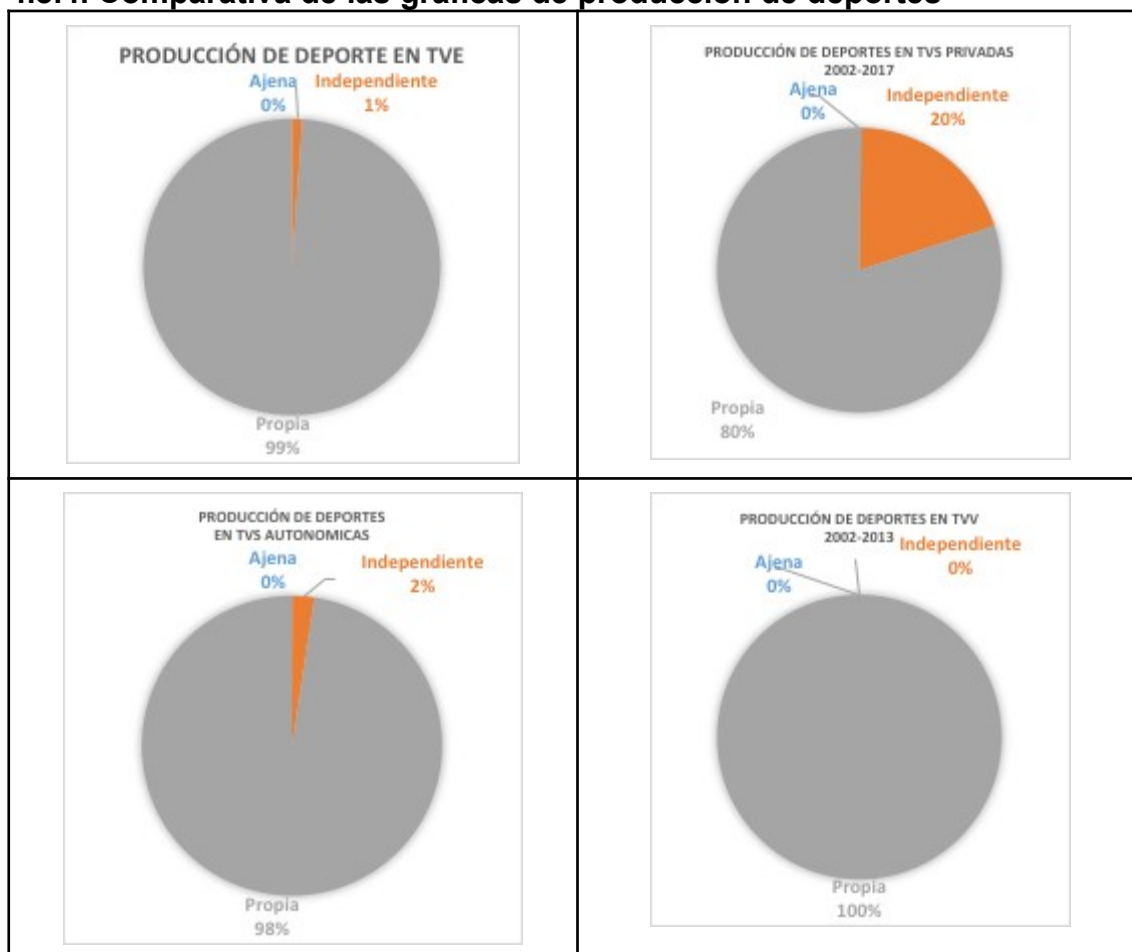


Gráfico 58. Comparativa de los gráficos de porcentajes de la producción de programas deportivos (2002-2017). Fuente: GECA.

La producción de programas deportivos ofrece unas gráficas muy similares a las de la producción de informativos, con una supremacía clara de la producción propia en el caso de las televisiones públicas, Televisión Española y Televisión Valenciana, y de las televisiones autonómicas. Las cadenas privadas, sin embargo, sí que externalizaron durante este periodo un 20% de su programación deportiva. Este hecho puede deberse a la retransmisión de eventos deportivos de alto nivel que no hayan realizado con sus propios medios técnicos y humanos sino subcontratándolos a empresas externas que prestan este tipo de servicios especializados para la cobertura y retransmisión de eventos deportivos.

4.9. Conclusiones

Después de analizar el comportamiento global de los distintos grupos de cadenas y las tendencias en materia de producción de los distintos macrogéneros, podemos llegar a la conclusión de que todos los grupos de cadenas analizados se comportan de un modo similar, con una apuesta clara por la producción propia de informativos y deportes, altas cifras de adquisición de producción ajena en materia de ficción, y una combinación casi equitativa de producción externalizada y propia para la producción de entretenimiento.

En los géneros informativos y de deportes, la producción ajena es casi inexistente, y la producción externalizada es testimonial en la mayoría de los casos. Podemos afirmar que las cadenas en España, tanto nacionales como autonómicas, tanto públicas como privadas, confían en su personal de plantilla a la hora de producir sus informativos y programas deportivos, no confiando demasiado en productoras externas para la realización de este tipo de programas.

En el ámbito de la producción de ficción la tendencia es totalmente opuesta a los informativos, con índices muy altos de producción ajena, cercanos al 90%, y mínimos en producción propia rondando el 10% de media. Esto se debe a la alta adquisición de series y películas extranjeras y a la limitada producción propia de series de ficción y películas locales por el alto coste que ello representa. Además de los altos costes que conlleva la producción propia de ficción, hay que destacar que las películas y series de origen norteamericano siguen siendo una garantía de audiencia para las cadenas, por lo que los programadores no renuncian a adquirir este tipo de productos en los mercados de distribución audiovisual nacionales e internacionales.

Miquel Francés, ya ha destacado en varias publicaciones el gran déficit de producción de ficción en las televisiones en España, y en especial en las cadenas autonómicas.

“No cabe duda de que esta es una asignatura pendiente de difícil solución, si atendemos a que la producción de ficción es la más costosa y la escala económica de un ente radiotelevisivo autonómico es reducida”.

En este sentido, Francés propone dos soluciones para incrementar el nivel de producción propia de ficción en las cadenas autonómicas: trabajar con producciones asociadas desde instituciones culturales de cada territorio o la puesta en marcha de coproducciones entre entes autonómicos que compartan rasgos culturales y lingüísticos. (Francés, 2015:135).

Cabe destacar que, pese a esta realidad, la tendencia de todos los grupos de cadenas, incluida Televisión Valenciana, es a incrementar la producción propia y externalizada de ficción, reduciendo así la producción ajena de este tipo de productos. Con ello consiguen programar ficción de proximidad que afianza y atrae a la audiencia.

En los géneros de entretenimiento, en general se observa una escasa apuesta por la producción ajena, con cifras que rondan el 10%. Para la producción de este tipo de programas, las cadenas no ofrecen una respuesta tan uniforme como en la ficción o los informativos, y se observan variaciones significativas en los procedimientos de producción seguidos por cada una de las cadenas y según cada temporada. En cualquier caso, para la producción de programas de entretenimiento se recurre o bien a la producción propia o a la producción externalizada.

Por lo que hace a los canales TDT, tienen una respuesta muy diferente a las cadenas generalistas, con muy bajas cifras de producción propia en todos los macrogéneros, externalizando en productoras independientes o adquiriendo en mercados internacionales la mayor parte de su programación.

En el caso de Televisión Valenciana podemos considerar que, durante el periodo analizado, la cadena autonómica se comportó de manera muy similar al resto de cadenas, sobre todo las autonómicas y la cadena pública nacional. Los datos dejan constancia de que la cadena pública valenciana apostó fuerte por la producción propia de informativos y deportes y, sin embargo, registró una alta adquisición de productos de ficción en mercados ajenos, con alta presencia de películas y series norteamericanas en su parrilla de programación. Por lo que hace al entretenimiento, los programas de este macrogénero se produjeron de manera casi equitativa por la propia cadena y por productoras independientes, renunciando prácticamente a la emisión de entretenimiento adquirido a distribuidoras. A partir de 2011 y hasta el cierre de la cadena en 2013, se observa un incremento de la producción ajena de entretenimiento y de ficción motivado por la crisis financiera del ente que llevó a la empresa a incrementar la programación de espacios enlatados adquiridos a distribuidoras y reducir la producción propia y externalizada de este tipo de programas.

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 Radiotelevisión Valenciana 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 Radiotelevisión Valenciana en el contexto del audiovisual local y 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.

A partir de ahí analizaremos la producción de programas en Radiotelevisión Valenciana, 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.

La mayor parte de los datos obtenidos para la realización de este capítulo provienen de la propia Radiotelevisión Valenciana 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 Radiotelevisión Valenciana: 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.

5.1. El papel de RTVV en el contexto del audiovisual local

Es imposible cuantificar el volumen económico que Radiotelevisión Valenciana 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 el preámbulo, no fue tan destacada como hubiera sido deseable.

El Informe elaborado por Accenture para la FORTA en el año 2012 titulado “Informe sobre el papel de la Televisión Pública Autonómica en España” destaca la función de las televisiones públicas autonómicas como agentes económicos, a distintos niveles, es decir, como “medios de promoción de la economía regional” (Accenture-FORTA, 2012). Entre otros aspectos, se subraya que las televisiones públicas autonómicas asumen un papel fundamental como agentes económicos, actuando como motores de la industria audiovisual de la autonomía y de la innovación audiovisual en el conjunto del país. Se destaca la función de las televisiones públicas autonómicas como soporte de la comunicación comercial de anunciantes locales, que así pueden competir con las grandes marcas; la promoción del tejido industrial local en los contenidos de la programación del canal; la promoción del turismo de la comunidad, como motor de desarrollo del sector audiovisual territorial. Se afirma en este estudio que el 75% de las principales productoras de cada televisión pública autonómica tiene su sede en la propia comunidad.

Como pone de manifiesto con gran claridad el Informe de Accenture del que se hacen eco Marzal y Soler en su artículo “La relevancia estratégica de RTVV en el sistema comunicativo valenciano 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.

“En concreto, RTVV se situaba a la cola de las televisiones autonómicas en porcentaje de facturación de las productoras de su territorio: en 2010, un 68% de las productoras que trabajaban para

RTVV se encontraban en la Comunidad Valenciana, con una facturación local que representaba el 13% respecto al total externalizado. Sin duda, se trata de una cifra muy elocuente, que explica el descontento generalizado del sector audiovisual valenciano hacia su radiotelevisión pública, que podía haber jugado un papel mucho más relevante para el desarrollo económico, social y cultural de este territorio”.

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%

Tabla 38. Repercusión de la externalización de la producción en las televisiones públicas autonómicas. Informe de la Consultora Accenture para FORTA (datos de 2010). Comisión Nacional del Mercado de Telecomunicaciones, Cuentas Anuales

Marzal y Soler afirman que Radiotelevisión Valenciana constituía, por tanto, el principal núcleo estructural del sistema comunicativo valenciano, por el elevado número de recursos que gestionaba, y la intensa actividad económica que suponía para un buen número de empresas productoras de cine y televisión, estudios de doblaje, agencias de publicidad y otras empresas de servicios audiovisuales del ámbito territorial valenciano.

A lo largo de la investigación se observan dos periodos claramente diferenciados en lo que a externalización de la producción se refiere. El primero viene determinado por la puesta en marcha de la cadena durante el gobierno socialista de Joan Lerma en el periodo 1989-1995. El segundo periodo está determinado por la sucesión de gobiernos autonómicos del Partido Popular, primero con Eduardo Zaplana al frente de la Generalitat, posteriormente con Francisco Camps en el cargo de presidente, y finalmente con Alberto Fabra, responsable político del cierre de la radiotelevisión autonómica. Son numerosas las fuentes que constatan que la política estuvo permanentemente vinculada a

la evolución y gestión de la cadena autonómica. A continuación se detallan algunas peculiaridades de cada uno de estos periodos.

5.1.1. Externalización de la producción en el periodo 1989-1995

En el periodo 1989-1995, el Partido Socialista del País Valenciano (PSPV) gobernaba en la Generalitat Valenciana, así es que fue el gobierno socialista de Joan Lerma el encargado de la puesta en marcha de la cadena autonómica y su gestión durante sus primeros seis años de vida. En esos primeros años de existencia de la televisión la externalización de la producción no fue demasiada, ni mucho menos la inversión en producción de ficción. La tendencia en ese periodo fue la de externalizar, puntualmente, la producción de algunos programas de entretenimiento, aunque principalmente se optó por la producción propia con recursos técnicos y humanos de la propia empresa pública.

El Col·lectiu Ricard Blasco en *Reset RTVV* recuerda que en 1990, las quejas por el incumplimiento de la Ley de creación, el uso mayoritario del castellano, los conflictos con los actores de doblaje y las empresas valencianas del sector audiovisual constituyeron los principales elementos de crítica del modelo televisivo implantado.

En esos primeros años, la ficción ajena continuaba teniendo el peso principal de la programación, pasando de 7 películas semanales en el año 1990 a 15 películas semanales en el año 1991. Mientras, la producción propia solo alcanzaba el 41% de la programación en el año 1992. En el año 1993, Canal 9 continuaba siendo entre todas las televisiones, la que más tiempo dedicaba a la emisión de películas que, obviamente, no habían sido producidas en la Comunidad Valenciana sino adquiridas en los mercados internacionales (Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:61).

En esa época Canal 9 se apoyó en las producciones de la Federación de Organismos de Radiotelevisión Autonómica (FORTA), que se realizaban de manera conjunta por todas las televisiones autonómicas que conformaban este organismo. Así pues, parte de la inversión en producción propia externalizada fue a parar a programas como “El desafío de los dioses” y ficciones como “El joven Picasso”, aunque principalmente la FORTA sirvió para adquirir derechos de emisión de retransmisiones deportivas y largometrajes y series norteamericanos. Otras externalizaciones realizadas por la cadena en aquella época inicial fue en programas como “Entre amigos”. Un espacio de variedades producido desde Galicia para varias cadenas de la FORTA por el famoso ventrílocuo José Luis Moreno. “Entre amigos” tenía una audiencia media de 310.000 personas en octubre de 1990 y de 435.000 en abril de 1991, éxito de

audiencia que explica que se mantuviera bastante tiempo en la parrilla. También se externalizó la producción del programa “Tria tres”, dirigido por Sergi Schaff y producido por Producciones Quart.

Rafael Xambó se hace eco de esta situación en un artículo publicado en la revista L’Espill en 2013 (Xambó, 2013).

“La programación de Canal 9 en la época socialista –conviene no olvidarlo– se parecía mucho al modelo comercial-publicitario de Tele 5, no doblaba películas al valenciano, no quiso nunca colaborar con TV3 en un modelo común y cooperativo de doblaje, emitía pornografía los viernes por la noche, y fue algunos años la televisión que más corridas de toros emitía, más que Canal Sur o TVE”.

Por aquel entonces, los medios de comunicación ya recogían críticas hacía la escasa atención que la cadena autonómica prestaba al sector audiovisual local, por ejemplo en Hoja del Lunes de Valencia el 30 de abril de 1991 se exhibía como otro incumplimiento de la ley de creación la falta de ayuda a la industria audiovisual valenciana:

“La Generalitat otorga cada año ayudas a la producción audiovisual, destinadas principalmente a televisión. Canal 9, que forma parte de la Comisión que las adjudica, no quiere saber luego nada de estos compromisos y echa balones fuera cuando llaman a la puerta los productores financiados por la Generalitat”. (Anchel, 2002:246)

En abril de 1994 se firmó un acuerdo de colaboración con la Asociación de Productores de Cine y Televisión de la Comunidad Valenciana. Según destaca Anchel Cubells, se trataba de fijar a principio de cada ejercicio la cantidad que TVV invertiría en producciones independientes, producciones por encargo, coproducciones y producciones cinematográficas de procedencia valenciana. En segundo lugar, Canal 9 establecería una horquilla de tarifas, de carácter anual y según las tendencias del mercado, para cada tipo de producciones –largometrajes, series, etc.– y en última instancia, el canal autonómico se comprometía a hacer un esfuerzo para difundir los productos audiovisuales valencianos (Anchel, 2002:354). En la firma del acuerdo, el director de Canal 9, Rafael Cano, señalaba que se estaban grabando seis series de producción propia en coproducción con productoras valencianas, por un coste de unos 350 millones de pesetas.

Conforme pasaban los años, el apoyo de RTVV al audiovisual local era cada vez menor. Anchel destaca que en 1994 se formalizó una denuncia de las productoras valencianas que en 5 años pasaron de producir un 83,8% de los programas a tan sólo el 40,4%. La prensa local recogía en 1995 que Canal 9 había gastado 3.500 millones de pesetas en la compra de programas, de los cuales solo 500 fueron a parar a productoras valencianas y a la elaboración de

programas de producción propia.

Anchel en las conclusiones de su investigación recuerda “que entre las justificaciones que se aducían para poner en marcha este nuevo canal, junto con el fomento de la lengua y cultura propias, se subrayaba la importancia de desarrollar el sector audiovisual valenciano” (Anchel, 2002:387).

La situación era, en aquellos años 90, bastante cruda para los profesionales del audiovisual local, que vieron cómo las amplias expectativas creadas con el nacimiento de la cadena autonómica derivaban en una escasa externalización de la producción y muy poca confianza por parte de los dirigentes de la televisión en las empresas y profesionales del territorio.

5.1.2. Externalización de la producción periodo 1996-2013

Como hemos visto en el punto anterior, hasta el año 1995 la apuesta por la producción propia fue dominante, de manera que los gastos en producción externalizada no eran elevados y se derivaban principalmente a coproducciones de FORTA. Según la Sindicatura de Cuentas, la Radiotelevisión Valenciana habría gastado entre 11 y 18 millones de euros anuales desde 1992 hasta 1995.

En el año 1995 el Partido Popular accede al gobierno de la Generalitat, nombrando a Juan José Bayona director general. En 1996, Bayona fue sustituido por José Vicente Villaescusa que ocuparía el cargo durante todo el tiempo que Eduardo Zaplana estuvo al frente del gobierno autonómico. En pocos años, entre 1995 y 1998, cuatro directores pasaron por la televisión autonómica, Vicente Tamarit, Jesús Sánchez Carrascosa, José Forner y Genoveva Reig que aguantaría en el cargo hasta 2004.

La llegada del Partido Popular a la gestión del ente de radiodifusión autonómico supuso la externalización de un gran número de programas de entretenimiento y la reducción de la producción propia. El presupuesto para contratación de producción externa aumentaba año tras año. Así pues, si entre 1992 y 1995 el gasto para este fin había oscilado entre 11 y 18 millones de euros, en 1997 la cifra ya ascendía a 25 millones, en 1999 fueron 35 millones y en 2000 se llegó a los 43 millones de euros invertidos en producción externa, una cantidad que continuó creciendo en años posteriores. El pico más acentuado de gastos de producción externa se produjo en 2006 con 57 millones de euros. En 2007 y 2008, RTVV destinó a producción externa 52 y 54 millones de euros, mientras que en 2009, ya con la presión de la crisis, se pasó a 46 millones, bajando hasta 24 millones en el 2010.

AÑO	GASTO TOTAL EN PRODUCCIÓN EXTERNALIZADA
1992	11 millones
1995	18 millones
1997	25 millones
1999	35 millones
2006	57 millones
2007	52 millones
2008	54 millones
2009	46 millones
2010	24 millones

Tabla 39. Evolución del gasto en producción externalizada.
Fuente: elaboración propia

Indudablemente, una parte de esa inversión millonaria fue a parar a empresas audiovisuales valencianas, por lo que no podemos dejar de afirmar que en esta época el sector audiovisual valenciano experimentó un notable desarrollo. Gracias a este incremento de la producción externalizada, algunas productoras crecieron y otras nacieron esperando poder recibir un contrato (Peris, 2015:73).

Ante el incremento de empresas audiovisuales y de profesionales dedicados a los oficios del audiovisual, en 1997 se creó la Federació Valenciana de l'Audiovisual (FEVA). En el año 2001, según El Libro Blanco del Audiovisual, la industria vinculada al audiovisual valenciano estaba conformada por unas 600 empresas, incluyendo los ámbitos de la emisión, la producción, la exhibición, la distribución y los servicios audiovisuales. El volumen de facturación se situaba entre los 400 y los 465 millones de euros (Pellisser / Mollá, 2014: 4-5).

Pero son varias las fuentes que denuncian que gran parte de la inversión iba a parar a manos de productoras afines al gobierno, muchas de ellas arraigadas en Madrid. Por ejemplo, el Col·lectiu Ricard Blasco destaca que la práctica habitual durante años fue la de contratar con productoras de Madrid que subcontractaban la realización de los programas a productoras valencianas por mitad de precio.

“En esos años comienzan a aparecer en prensa los escándalos sobre los contratos con productoras amigas, sobre la red que había tejido Sánchez Carrascosa para favorecer la televisión local del diario *Las Provincias*, Valencia TeVe, sobre las empresas constituidas después de su llegada a Canal 9 y los socios que forman parte, algunos de ellos exdirectivos de la televisión pública”. (Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:70)

Esto corroboraría la afirmación de Àlvar Peris de que los conservadores

siempre han entendido la televisión pública como “un instrumento para hacer negocio y favorecer a “los suyos” con la adjudicación de contratos muy jugosos sin tener que pasar por ningún concurso público” (Peris, 2015: 72).

Recuperamos la tabla de datos aportados por el Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) que ya analizamos en el capítulo anterior. En ella se analizan las dinámicas de producción de Radiotelevisión Valenciana en el periodo 2002-2014 y los índices de producción propia, producción propia externalizada (independiente) y producción ajena en la programación de Canal 9. Estos datos se encuentran agrupados por macrogéneros: entretenimiento, ficción, información y deportes.

		02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Entretenimiento	Ajena	1,9	1,7	2,9	1,7	9,5	20,2	3,0	5,7	8,5	5,0	35,3	49,6
	Independiente	73,3	75,5	24,0	20,2	28,7	35,9	41,4	42,2	15,8	25,5	19,7	12,6
	Propia	24,8	22,9	73,1	78,1	61,8	43,9	55,6	52,1	75,7	69,5	45,1	37,7
Ficción	Ajena	95,7	98,7	99,0	96,5	95,3	97,3	93,1	82,4	82,2	83,0	86,4	77,4
	Independiente	4,2	1,3	1,0	3,5	4,6	2,7	2,3	5,7	8,5	7,2	3,3	10,3
	Propia	0,1	-	-	-	0,1	0,0	4,7	11,9	9,3	9,8	10,3	12,3
Información	Ajena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Independiente	-	-	-	8,5	2,7	3,7	2,9	-	-	-	-	-
	Propia	100	100	100	91,5	97,3	96,3	97,1	100	100	100	100	100
Deporte	Ajena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Independiente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Propia	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Tabla 40. Porcentaje de programación por tipos de producción según macrogéneros en Canal 9. Fuente: Francés (2015:208)/GECA

Del análisis de los datos aportados por GECA podemos destacar que en el ámbito de la información y el deporte, la cadena optó al 100% por la producción propia de los contenidos con sus recursos técnicos y humanos.

En el ámbito del entretenimiento la situación es variable. En la mayoría de las temporadas predominan la producción propia y propia externalizada (independiente), con escasa adquisición de espacios televisivos de entretenimiento a distribuidoras nacionales o internacionales. Es decir, la producción de los formatos de entretenimiento se produjeron directamente por la cadena o la cadena supervisó la producción que realizaba una empresa externa. Cabe destacar que en las temporadas 2012-13 y 2013-14, se registra un fuerte incremento de la producción ajena de formatos de entretenimiento, este periodo coincide con la época de declive de la cadena autonómica antes del cierre y los ejercicios en que la cadena prácticamente renunció a la externalización de la producción propia por falta de recursos económicos llenando la parrilla de reposiciones y programas enlatados proporcionados por distribuidoras internacionales a bajo precio.

Por lo que hace a la ficción, los índices dejan muy clara la tendencia de la cadena a incrementar la producción propia y propia externalizada de series y películas. Así pues, en el 2002 el 95% de la ficción emitida provenía de producción ajena, mientras que en 2014 este índice se reduce al 77% ya que el 23% de la ficción emitida era producida por la cadena o por empresas externas a las que la cadena subcontrataba el trabajo de producción de contenidos de ficción.

Este hecho no es ajeno a las realidades de otras televisiones regionales europeas que inicialmente satisfacían la demanda de contenidos de proximidad con programas de no ficción, pero que poco a poco fueron extendiendo hacia los géneros de ficción, tradicionalmente en territorio exclusivo de las cadenas nacionales y las multinacionales del audiovisual. (Moragas *et al.*, 1999: 19)

Volviendo al caso valenciano, Miquel Francés confirma que la caída de los índices de externalización de las dos últimas temporadas son consecuencia de que los programadores de la cadena recurrieron a las reemisiones de las últimas compras ajenas con derechos aún vigentes, siempre más baratos que la producción propia, hasta agotar los derechos de emisión antes del cierre de la cadena. “Al mismo tiempo se relaja la producción propia externalizada con la industria audiovisual independiente valenciana e incluso la propia producida por la cadena, dada la situación financiera del grupo” (Francés, 2015:136).

5.2. Externalización de la producción de ficción en RTVV

Como ya hemos comentado en capítulos anteriores, las cadenas tienen tendencia a adquirir los productos de ficción en mercados ajenos, aunque también realizan una inversión en la externalización de la producción de ficción para crear productos más adaptados a los gustos de sus propias audiencias. 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 realizada por Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.

5.2.1. Externalización de la producción de series de ficción

Podemos definir la serie de ficción o teleserie como la narración seriada de diferentes relatos de ficción, fragmentados en diferentes capítulos. Ángel Carrasco Campos define este producto televisivo como un subgénero de ficción

de claro propósito comercial destinado al entretenimiento, consistente en relatos inventados y estructurados en un amplio número (abierto o cerrado) de capítulos, cuya duración viene definida por la propia estructura de la parrilla de la cadena y los hábitos de consumo de los espectadores. Es un producto televisivo complejo que abarca diferentes propuestas narrativas distintas como la soap opera, la telenovela, la teleserie dramática, la comedia de situación o el dramedia (Carrasco Campos, 2010:183).

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 series de producción ajena cuyo éxito ya está contrastado tras su emisión en otras cadenas nacionales o internacionales.

La inversión de Radiotelevisión Valenciana 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. Hasta 11 series tuvieron un hueco en la parrilla de programación: Superagente 86, Andros, Mary Tyler Moore, Allò, allò, George y Mildred, Flash Gordon y Pan comido, todas estas en castellano, y Phillis y Els Borgia, dobladas al valenciano. (Anchel, 2002:184). La manera de valencianizar estos productos internacionales era doblarlos al valenciano, aunque este doblaje solo se realizaba en algunos productos de ficción, aproximadamente un tercio del total.

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. Tampoco podemos considerar serie de ficción los elementos de ficción -sketches- realizados por el grupo teatral Tutú-

Droguería en el programa “Solfa íntima” producido por la empresa valenciana Videquip SA (Anchel, 2002:172).

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:

	SERIE	PRODUCTORAS
1	A flor de pell	Drimtim Entertainment SA, Continental Producciones SL
2	Altra oportunitat	Malvarrosa Media
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'alquería 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
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

Tabla 41. Series de ficción producidas por RTVV (1989-2013). 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 series, 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 con empresas y profesionales valencianos de su primera serie de ficción “Russafa 56”. Según fuentes de Radiotelevisión Valenciana, “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 Ferrán Torrent. Russafa 56 consiguió un share del 17,23% y una audiencia media de 191.000 espectadores. (Anchel, 2002:291).

Una de las primeras propuestas de externalización fue el programa “Solfa íntima” producido por la empresa valenciana Videquip SA. 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 SA 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 (Anchel, 2002:172).

En estos primeros años, Canal 9 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, Radiotelevisión Valenciana y Euskal Telebista. La serie tuvo una audiencia media de 209.000 espectadores y un 14,05% de share.

La segunda apuesta sería 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 Rosanna Pastor, Juan Gea, Guillermo Montesinos y Paco Alegre.

También entre 1995 y 1996, la cadena produjo su primera teleserie dramática, esta vez en colaboración con la productora catalana 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, Xema Cardeña 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 protagonizada 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 medievals” 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 Radiotelevisión Valenciana 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 participaban 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.

Todas las televisiones de FORTA adquirirían paquetes de producción ajena a Columbia Pictures SA. En 2004 Columbia Pictures decidió apostar por la producción local y exigió a las cadenas de la FORTA la producción de “De Moda”. Esta serie estuvo producida por las empresas catalanas Columbia Pictures SA y Diagonal TV, junto con las cadenas de FORTA. “De Moda” estaba centrada en una tienda de ropa de lujo en la que la precariedad de los puestos de trabajo, y el espíritu competitivo de los trabajadores configuraban la base de las tramas de esta ficción de la que se emitieron 22 capítulos de 60 minutos de duración. La serie, emitida los lunes en horario de prime time, cosechó una audiencia de 204.000 espectadores de media y un 12'9% de share. A partir de las entrevistas en profundidad realizadas en el marco de esta investigación hemos podido conocer que, a pesar de no alcanzar buenos resultados de audiencia, la cadena autonómica valenciana participaba en la producción de series de ficción en coproducción con otras cadenas autonómicas integradas en FORTA por una cuestión económica, ya que la coproducción supone un abaratamiento de los costes de producción a costa de recortar la valencianización del producto.

Podemos afirmar que, salvo contadas excepciones como “Benifotrem” de Estudios Andro SL - Videquip SA o “Historietes medievals” de Índex producciones SL, en los primeros 15 años de vida de RTVV se consolidó una tendencia a confiar en productoras foráneas para la producción de los formatos de ficción seriada. Así pues, y como hemos mencionado anteriormente, la cadena autonómica contrató sus producciones con la catalana Drimtim Entertainment SL con “Herència de sang” y “A flor de pell”, la madrileña Tiburón TV SL con “Él y ella” o “Café Expres” y otras experiencias de coproducción para FORTA como “Colegio Mayor” de la madrileña Central de Producciones Audiovisuales SL, “Inquilinos” de las madrileñas Intercartel SL - Alerce Producciones SL, “De moda” de las catalanas Columbia Pictures SA - Diagonal TV SL. Anchel Cubells ya denunciaba esta tendencia en su tesis doctoral: “¿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 el mes de septiembre de 2005, y después de más de 15 años sin prácticamente confiar en los profesionales valencianos para la producción de series de ficción propia, RTVV presentaba “Autoindefinit”, una serie de sketches de humor producida por las empresas valencianas Conta Conta Produccions SL y Albená Produccions SL. La apuesta de RTVV por las series de ficción era el resultado de las negociaciones y el empeño de los representantes del sector audiovisual local por poner en marcha este tipo de productos en la televisión autonómica. Algunos entrevistados coinciden en que fue con la llegada de Pedro García a la dirección general de RTVV cuando se empezó a apostar por la producción de ficción. “En la primera época del Partido Popular en el gobierno autonómico no se quería ni oír hablar de ficción”, confiesan fuentes consultadas. El éxito que la ficción de proximidad estaba teniendo en otras autonomías como Cataluña, Galicia o Andalucía y la insistencia de los productores locales valencianos fueron el detonante para que RTVV pusiera en marcha la producción de las primeras series.

De “Autoindefinit” se emitieron, entre 2005 y 2008, 284 capítulos de 22 minutos de duración con una audiencia media de 287.000 espectadores y un 15% de cuota de pantalla. Esta tira de humor basada en insólitas situaciones cotidianas estuvo dirigida por los valencianos Cèsar Martí, Carles Alberola y Ramon Moreno, y protagonizada por un amplio elenco de jóvenes actores y actrices valencianos como Alfred Picó, Noèlia Pérez, Sergi Caballero, Vanessa Cano, Rebeca Valls, o Cristina García. El actor Carles Alberola hablaba de esta serie en el número 14 de la revista Enfoque:

“Autoindefinit, por ejemplo, ha permitido que haya gente ya dos años dedicándose a escribir, otros trabajando como cámaras, otros como diseñadores de vestuario... Y ahí tienes desde las diez de la mañana hasta las siete de la tarde a un equipo de 16 guionistas pariendo ideas, y un equipo cercano a 50 personas trabajando en la producción”. (Carbonell, 2007:12-13)

Además de esta serie de humor, ese mismo año la cadena produjo junto a la productora Estudios Valencia Televisión SL la teleserie diaria “Negocis de familia”. La revista Enfoque lo contaba en la página 12 de su número 9:

“Después de ocho años sin producir una serie de ficción íntegramente valenciana, la cadena autonómica vuelve a apostar por este formato que tan buenos resultados está obteniendo en el resto de cadenas del país”. (Enfoque, 2005:12)

Para ponerlo en marcha contaron con profesionales valencianos del sector audiovisual que desde hacía varios años venían reclamando una apuesta decidida de la televisión autonómica por la ficción seriada. Silvia Rico, Pep Sellés, Aurora Carbonell, Eva Maria Bau, Berna Llobell, Marc Clemente, Olga Alamán y Rosario García fueron algunos de los protagonistas de los 217 capítulos de 33 minutos de duración emitidos en horario de sobremesa. La serie tuvo una audiencia media en la sobremesa de 138.000 espectadores diarios, y un 11% de share de media durante los dos años que estuvo en antena.

Estas dos experiencias, “Autoindefinit” y “Negocis de familia”, suponían el inicio de una verdadera revolución en la producción de ficción seriada en la región valenciana. La Directora General de Zenit Televisión SA, Zaza Ceballos, animaba en 2003 a los productores valencianos a seguir la buena experiencia que la producción propia había tenido en la comunidad autónoma gallega:

“Todo está en su sitio: las productoras lo han demostrado. Los creadores existen: los actores, directores de arte, realizadores, guionistas, productores y todos los medios técnicos y humanos están ahí. La diferenciación, lo original, el espíritu emprendedor de los profesionales de esta tierra, elementos claves para que ocurra, ya han dado muestra de lo que pueden conseguir en otros sectores. Hasta Enfoque está preparada para tomar nota de todo ello. Ahora sólo hace falta que alguien crea en el invento. Atreveos. Y no lo dudéis: será un éxito” (Ceballos, 2003:40).

Con “Negocis de familia” y “Autoindefinit” parecía que la cadena autonómica, por fin, realizaba una apuesta decidida por la producción de ficción seriada y por la dinamización del sector audiovisual valenciano. De hecho, el por aquel entonces director general de RTVV, Pedro García, dejaba claras las intenciones de la cadena autonómica:

“Nunca antes se había depositado tanta confianza en los profesionales de la pujante industria audiovisual valenciana”. “En la temporada que empieza, Radiotelevisión Valenciana hace de la ficción una de las señas de identidad de su nueva programación. Con el eslogan “La ficció feta realitat”, RTVV reafirma su confianza en las series de ficción y las *tv movies* que varias productoras valencianas están realizando por encargo de la televisión pública autonómica”. (Enfoque, 2005:12)

La Asociación profesional Productors Audiovisuals Valencians (PAV) en colaboración con Radiotelevisión Valenciana impulsaron la puesta en marcha de hasta 15 series en seis años. No todas las producciones tuvieron la misma aceptación por parte de la audiencia pero, poco a poco, las producciones valencianas fueron conquistando a unos espectadores que, capítulo tras capítulo, empezaron a estar atentos a las aventuras y desventuras de sus protagonistas.

En 2006, con “Negocis de família” y “Autoindefinit” todavía en emisión, RTVV produjo junto a Trivisión SL y Zenit TV SA la serie “Matrimonis y patrimonis”. 13 capítulos de 1 hora de duración que basaban sus tramas en las relaciones de los vecinos de una urbanización residencial. La serie dirigida por Rafa Montesinos y Jordi Frade se emitió los lunes en horario de prime time con una audiencia media de 77.000 espectadores y tan solo un 5% de share.

Ese mismo año, la cadena puso en marcha otro proyecto de ficción seriada titulado “En l'aire” que se produjo en colaboración con la empresa valenciana Createle Creative Consulting SL. De esta serie, que también fue poco exitosa, solo se produjeron 7 capítulos que cosecharon una audiencia media de 40.000 espectadores y un 5,1% de share.

Radiotelevisión Valenciana inició en ese 2006 una nueva coproducción de ficción seriada para FORTA con la serie titulada “Planta 25” producida por el ventrílocuo y empresario madrileño José Luis Moreno a través de su productora Alba Adriática SL. De esta serie se produjeron 107 capítulos que fueron emitidos entre 2006 y 2011 cosechando una audiencia media de 65.000 espectadores y un 6,3% de share. La serie producida en Madrid también fue adquirida por Telemadrid, Canal Sur y Castilla La Mancha Televisión. Llama la atención que, pese a los bajos niveles de audiencia cosechados por esta serie, su producción se mantuvo durante 5 años, mientras que otras series valencianas con índices de audiencia similares se cancelaron en la primera temporada. A partir de las entrevistas en profundidad realizadas para esta investigación, hemos podido saber que esta serie se contrató por decisión de la dirección general de RTVV, saltándose los criterios del departamento de contenidos de la cadena que en esa época apostaba por productos de ficción

hechos en la Comunidad Valenciana y en valenciano. Algunos entrevistados consideran esta serie “un producto impresentable en contenidos, en puesta en escena, etc” y la decisión de programarla “lamentable”.

En 2007, y tras el éxito del serial “Negocis de família” en la sobremesa, RTVV apostó por un nuevo serial para esa franja horaria, “Les Moreres”. También producida por Estudios Valencia Televisión SL y Zebra Producciones SA, este serial estuvo protagonizado por Marta Chiner y Álvaro Báguena, entre otros. De esta serie emitieron 100 capítulos en el año 2007. La teleserie tuvo una audiencia media de 90.000 espectadores y un 6,7% de cuota de pantalla. La revista Enfoque lo contaba en su número 14 publicado en febrero de 2007:

“Con formato de telenovela, la acción se ambienta en una barriada del extrarradio de una ciudad media de la Comunidad Valenciana. “Les Moreres” es la historia de un barrio y sus gentes que tratan de vivir y sobrellevar el día a día, que por momentos se puede complicar”. (Enfoque, 2007:13)

En el verano de 2007, la cadena autonómica programó la emisión de otra exitosa serie de humor. La versión veraniega de “Autoindefinit” se tituló “Socarrats” y se mantuvo en antena durante tres temporadas estivales con una media de 199.000 espectadores por capítulo y un share del 11,1%. Este producto de la factoría Conta Conta Produccions SL en alianza con Albena Produccions SL consolidó un estilo de hacer humor en televisión muy bien valorado por los espectadores valencianos.

En la línea de estas dos series de humor estuvo la comedia de situación “Maniátics”, también producida por el tándem Conta Conta Produccions SL - Albena Produccions SL. 52 capítulos de 52 minutos se emitieron durante poco más de un año. La sit com contaba las enrevesadas relaciones de una serie de extraños personajes cuyo punto de encuentro era el bar del barrio. La serie cosechó una audiencia media del 13,3% de share y 228.000 espectadores por semana.

Y ese mismo 2007, pero en la temporada navideña, de nuevo Conta Conta Produccions SL junto a Albena Produccions SL estrenaban “Per nadal, torrons”, serie de sketches de humor centrados en situaciones cotidianas de las fiestas de Navidad, cenas familiares, decoraciones navideñas y los personajes típicos de estas fiestas. De esta serie, que sustituyó a “Autoindefinit” en el periodo navideño, se emitieron solo 12 capítulos de 20 minutos de duración.

Sin duda, 2007 fue el año más fructífero para la cadena por lo que a producción de series de ficción se refiere. Además de los títulos comentados anteriormente, ese año se estrenó la mítica serie “L’Alqueria blanca”. Esta serie producida por la productora valenciana Trivisión SL junto a la gallega Zenit TV

SA para Radiotelevisión Valenciana marcó, sin duda, un punto de inflexión en el audiovisual valenciano. Nunca se emitieron tantas temporadas de una misma serie, nunca se cosecharon con un producto local unas cifras de audiencia tan elevadas, nunca se fidelizó a los espectadores de la manera en que lo consiguió “L’Alqueria Blanca”. En total fueron diez temporadas emitidas entre 2007 y 2013 y 197 capítulos de una serie que batió records de audiencia con una media de 424.000 espectadores y de un 19,3% de share. El capítulo más visto por número de espectadores fue el nº 64 “La veritat” con una audiencia de 622.000 espectadores, emitido el 5 de abril de 2009, seguido del episodio 113 que tuvo 512.000 espectadores el 25 de abril de 2010.

En 2008 la cadena mantuvo en antena algunas de la series anteriormente mencionadas como “L’Alqueria Blanca”, “Planta 25”, “Autoindefinit”, “Maniàtics” o “Socarrats”, pero además estrenó otras como “Altra oportunitat”, serie de 13 capítulos producida por la empresa valenciana Malvarrosa Media SL junto a la gallega Continental Producciones SL que no tuvo el respaldo del público con sólo un 6,4% de share y 81.000 espectadores de media.

También 2008 fue el año del estreno de “Evolució” una nueva serie de sketches producida por Conta Conta Produccions SL y Albena Produccions SL que sustituyó en pantalla a “Autoindefinit” después de 4 años en antena. En los 35 capítulos de 24 minutos de duración que se emitieron de “Evolució”, la serie cosechó una media de 128.000 espectadores y un 7,2% de share.

En tono de comedia, la sit com “Singles” sustituyó en la parrilla de programación a “Maniàtics”. Esta comedia de situación producida por la empresa valenciana Nadie es perfecto P.C. SL se emitió entre septiembre y diciembre de 2008, y sus registros de audiencia fueron bastante escuálidos, obteniendo un 4,3% de share y 82.000 espectadores de media en los 13 capítulos de la única temporada emitida.

2009 trajo el estreno de Check in hotel, una serie de sketches en la línea de “Autoindefinit”, “Socarrats”, “Evolució” o “Per Nadal, torrons”, también producida por Conta Conta Produccions SL y Albena Produccions SL. En esta ocasión, las escenas cómicas se producían en el entorno de un hotel en el que los carismáticos clientes y los peculiares empleados interactuaban provocando las situaciones más disparatadas. De esta serie se emitieron 56 capítulos de 25 minutos con una media de 153.000 espectadores y un 10,5% de cuota de pantalla.

Ese mismo año, la cadena programaba un nuevo serial semanal para el prime time titulado “Unión Musical Da Capo”. La serie, ambientada en un pueblo del interior de la Comunidad Valenciana, contaba la historia de la banda de música de la localidad y de todos los personajes e historias que se generan

en torno a un colectivo de estas características. En esta producción, protagonizada por Sergio Caballero y Juli Mira, Conta Conta Produccions SL y Albeno Produccions SL aparcaban el humor propio de las comedias de situación producidas hasta la fecha y se decantaban por el drama con capítulos de una hora de duración. En total se emitieron 20 capítulos del serial que captó a una media de 188.000 espectadores por entrega y un 8,9% de share.

En 2010, con toda la sociedad española sumida en una grave crisis económica, la cadena autonómica redujo la inversión en producción de ficción. Mantuvo en antena “L’Alqueria Blanca”, “Unió Musical Da Capo” y “Planta 25”, y estrenó una nueva teleserie de tira diaria producida por Servicios Audiovisuales Mat Media SL y Zeta Ficción TV SL. Titulada “Bon dia, bonica”, estaba basada en la vida de un mercado municipal de un barrio marinero en una localidad valenciana, sus clientes y tenderos. Entre algunos de los protagonistas destacaba la presencia de Jaime Pujol, Marta Chiner, o Rafa Catalayud. 120 capítulos de 30 minutos de duración captaron a 128.000 espectadores diarios y una media de un 8,4% de cuota de pantalla.

En 2011 la cadena programó una nueva serie de ficción de tira semanal que venía a sustituir a “Unió Musical Da Capo”. Bajo el nombre de “Senyor Retor”, la productora Nadie es perfecto PC SL presentó este serial del que se emitieron 26 capítulos de una hora de duración que cosecharon 227.000 espectadores de media con un 9,9% de audiencia. La serie giraba en torno al sacerdote de un pequeño pueblo valenciano del interior. Allí el cura debe enfrentarse a los numerosos conflictos que surgen entre los habitantes de la localidad.

En 2012, los graves problemas económicos que atravesaba la Generalitat Valenciana llevó a la cadena autonómica a producir únicamente nuevos capítulos de “L’Alqueria Blanca” que continuaba generando buenos datos de audiencia. Y en 2013, además de los últimos capítulos de la mítica serie, la cadena solo produjo 27 capítulos de “El Faro” en colaboración con otras cadenas de la FORTA y la agrupación de empresas gallegas Atlántida Media AIE. Esta serie fue un desastre de audiencia con 11.000 espectadores de media y un ridículo 1% de cuota de pantalla, pero tal y como confirma uno de los entrevistados, la contratación de esta serie no fue una decisión tomada por los profesionales del departamento de contenidos de la cadena, sino que fue la dirección quién impuso su adquisición.

Una vez analizado el contenido y la audiencia de cada una de las series emitidas en el periodo 1989-2013, es interesante indagar en la gráfica que dibuja el número de capítulos de ficción producidos por RTVV cada año del periodo analizado.

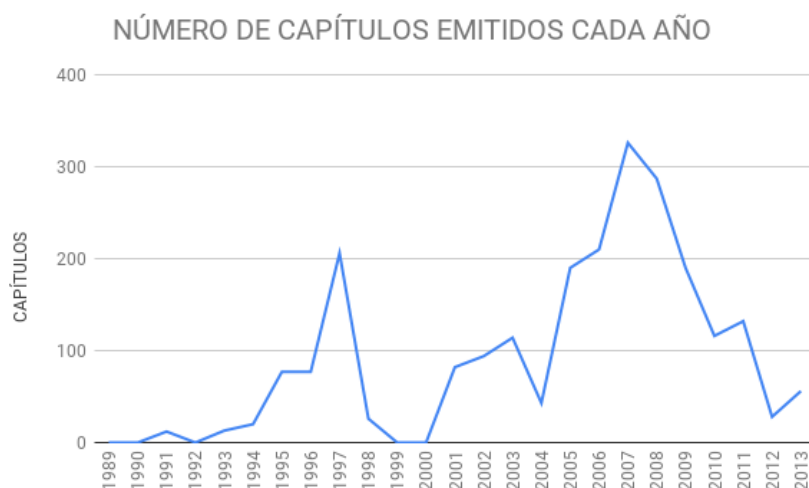


Gráfico 59. Capítulos de ficción producidos por RTVV en el período 1989-2013.
Fuente: elaboración propia.

De la gráfica se desprende que los peores años del periodo analizado son los intervalos 1989-1994, 1998-2000 y 2012-2013. Hubo un pico de producción en el año 1997 en el que se superaron los 200 capítulos, con un fuerte descenso en los años siguientes y no fue hasta 2001 cuando la producción de ficción comenzó a recuperarse con una producción anual de unos 100 capítulos en 2001, 2002 y 2003. Pero sin duda, los años más fructíferos del periodo analizado fueron los comprendidos en el periodo 2005-2009, con especial atención a los 2007 y 2008 en los que la cadena produjo en torno a 300 capítulos anuales.

La siguiente gráfica refleja el número de series emitidas cada año.



Gráfico 60. Número de series emitidas por RTVV en el período 1989-2013.
Fuente: elaboración propia.

La curva ofrece datos muy similares a la gráfica anterior, siendo el periodo 2005-2009 el más fructífero de todos, con 2007 (7 series en emisión) y 2008 (9

series en emisión) los mejores años del periodo analizado. Al igual que ocurría en la gráfica anterior, los años con menor número de series emitidas fueron los del periodo 1989-1994, el intervalo 1998-2000, y los años 2012-2013. A partir de ahí, podemos afirmar que la media de la cadena ha sido emitir 2, 3 o 4 series de producción propia externalizada anualmente.

Después de analizar el número de series emitidas por año y el número de capítulos, podemos centrarnos en los minutos de ficción producidos de cada serie:

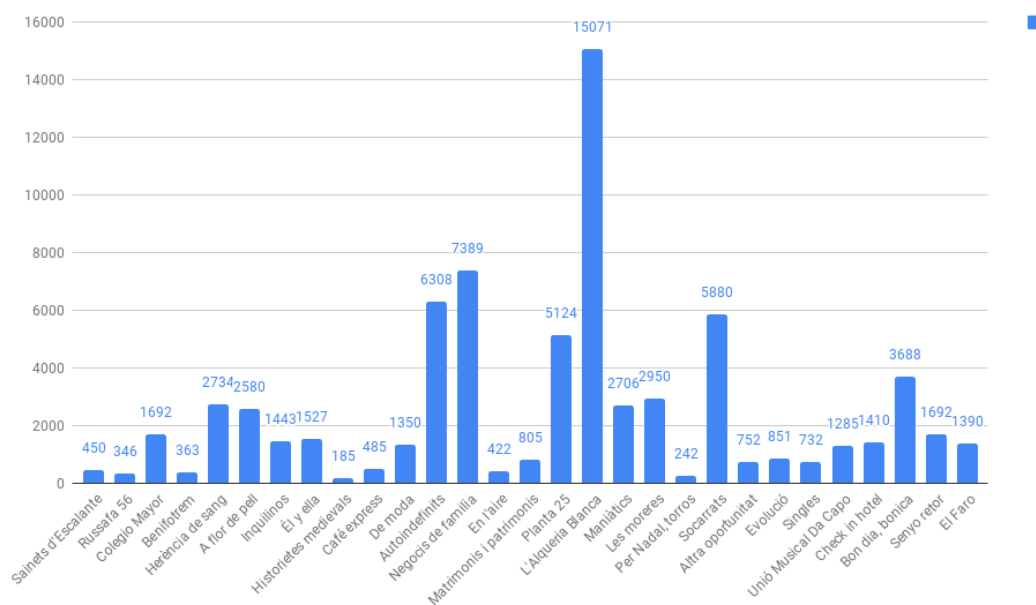


Gráfico 61. Minutos de ficción producidos de cada serie emitida por RTVV en el período 1989-2013. Fuente: elaboración propia.

Esta gráfica deja constancia de que ha sido “L’Alqueria Blanca” producida por la empresa valenciana Trivisión SL, la serie de la que Radiotelevisión Valenciana produjo, con diferencia, más minutos, con un total de 15.071. La siguiente serie con más minutos producidos es el serial “Negocis de familia”, de Estudios Valencia Televisión SL y Zebra Producciones SA, con un total de 7389 minutos, menos del 50% que la anterior. En tercera posición se encuentra la serie de sketches “Autoindefinitis” de la que las valencianas Conta Conta Produccions SL y Albenia Produccions SL produjeron 6308 minutos. Su versión veraniega, “Socarrats”, producida por las mismas empresas, ocupa el cuarto lugar con 5880 minutos. En quinto lugar se encuentra la serie “Planta 25” producida por la productora madrileña Alba Adriática SL de José Luis Moreno. De esta serie se produjeron un total de 5124 minutos.

En la cola se encuentran “Historietes medievals” de Índex produccions SL de la que solo se produjeron 185 minutos, “Per Nadal, torrons” de Conta Conta Produccions SL y Albenia Produccions SL de la que solo se produjeron

242 minutos, “Russafa 56” de Ascle Films SA con 346 minutos y “Benifotrem” de Estudios Andro SL y Videquip SA con 363 minutos.

A partir de las gráficas también podemos saber cuáles fueron las productoras que más minutos de ficción produjeron para la cadena, así como la procedencia geográfica de estas productoras.

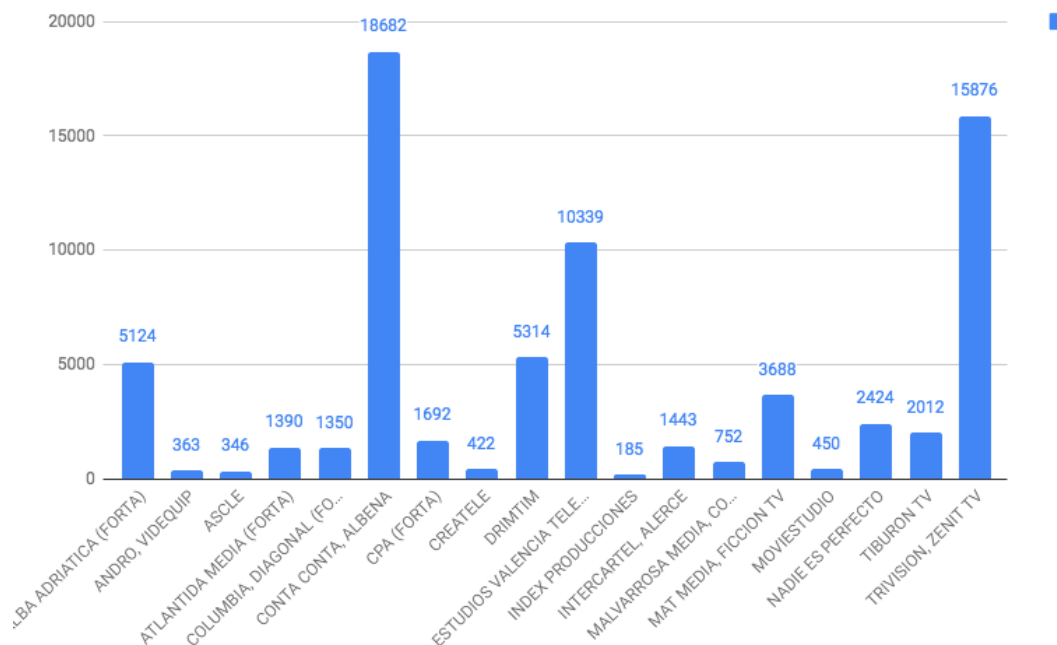


Gráfico 62. Minutos de ficción producidos para RTVV por cada productora en el período 1989-2013. Fuente: elaboración propia.

De esta gráfica se deduce que las productoras que más minutos de ficción produjeron para Radiotelevisión Valenciana fueron Conta Conta Produccions SL y Albena Produccions SL con un total de 18.682 minutos. Cabe destacar que estas dos empresas son las responsables de numerosas series como “Autoindefinit”, “Socarrats”, “Maniáticos”, “Per Nadal, torrons”, “Evolució” o “Unió Musical Da Capo”. Por tanto, se puede afirmar que la cadena confió en ellas en numerosas ocasiones para la producción de sus productos de ficción. El segundo puesto lo ocupan Trivisión SL y Zenit TV SA con 15.876 minutos que proceden en la práctica totalidad de la producción de “L’Alqueria Blanca” durante los 6 años que la serie estuvo en emisión. El tercer puesto es para Estudios Valencia Televisión SL y Zebra Producciones SA que produjeron “Negocis de família” y “Les moreres”, dos de los seriales más longevos de los producidos por Radiotelevisión Valenciana en el periodo analizado.

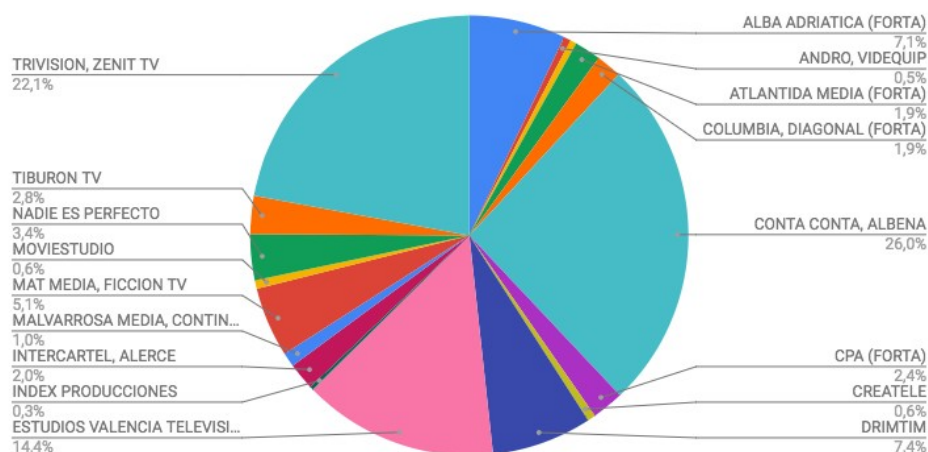


Gráfico 63. Porcentaje de minutos de ficción producidos para RTVV por cada productora en el período 1989-2013. Fuente: elaboración propia.

Si observamos el gráfico de porcentajes, podemos afirmar que estas tres productoras, Conta Conta Produccions SL/Albena Produccions SL, Trivisión SL/Zenit TV SA y Estudios Valencia Televisión SL/Zebra Producciones SA produjeron el 62% de los minutos de ficción producidos entre 1989 y 2013. Solo Conta Conta Produccions SL/Albena Produccions SL y Trivisión SL/Zenit TV SA se reparten un 48%, la mitad del total de la producción de ficción seriada en los 24 años de historia de la cadena.

Si analizamos la procedencia geográfica de las productoras, nos encontramos con los siguientes gráficos que dejan constancia de que las productoras ajenas al territorio autonómico se hicieron con buena parte de la tarta de la producción de series de ficción. Hemos distinguido las producciones 100% valencianas, o 100% no valencianas, de aquellas producciones que se hicieron en régimen de coproducción entre una empresa valenciana y una no valenciana.

Procedencia de las productoras de series de ficción (Series producidas)

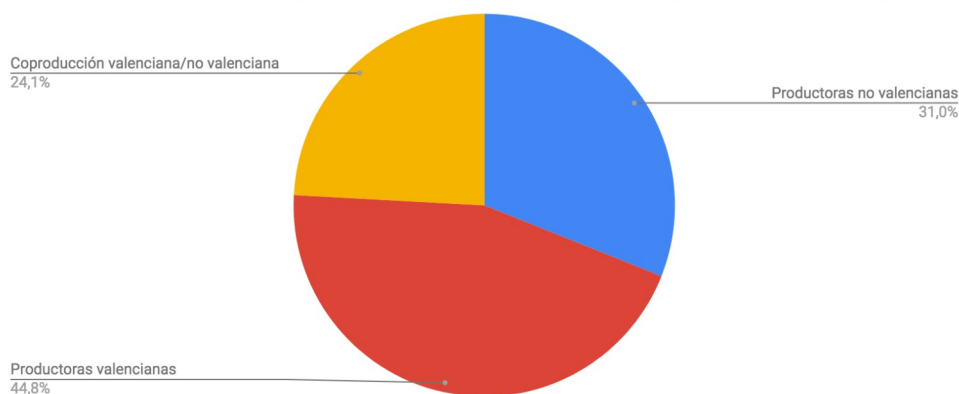


Gráfico 64. Procedencia de las productoras encargadas de la ficción seriada en el periodo 1989-2013, tomando como variable el número de series producidas por cada una de ellas. Fuente: elaboración propia.

El gráfico anterior indica que el 44,8% de las series de ficción externalizadas por Televisión Valenciana estuvieron producidas íntegramente por alguna productora valenciana como, por ejemplo, todas las producidas por el tándem Conta Conta produccions SL y Albena Produccions SL, “Autoindefinit”, “Socarrats”, “Evolució”, “Check in hotel” o “Maniàtics”. Un 31% estuvieron producidas por empresas de fuera del territorio autonómico. Por ejemplo, este es el caso de “Café express” de la empresa catalana Tiburon TV SL, “De moda” producida por la también catalana Diagonal TV SL y Columbia Pictures SA, o “Colegio mayor” producida por la madrileña Central de producciones audiovisuales SL. Y un 24,1% de las series se produjeron en régimen de coproducción entre una empresa valenciana y una empresa de fuera del territorio autonómico. Este es el caso de L’Alqueria Blanca, coproducida entre la valenciana Trivisión SL y la gallega Zenit TV SA; “Negocis de família”, coproducida entre la valenciana Estudios Valencian Televisión SL y la madrileña Zebra Producciones SA; o “Altra oportunitat”, coproducida entre la valenciana Malvarrosa Media SL y la gallega Continental Producciones SL. Según fuentes consultadas para la investigación, estas coproducciones no se realizaban por imposición de RTVV sino que eran las propias productoras valencianas las que buscaban socios en otras autonomías para traer el “know how” y aprender las técnicas y procedimientos de producción de ficción seriada.

Procedencia de las productoras de series de ficción (Capítulos producidos)

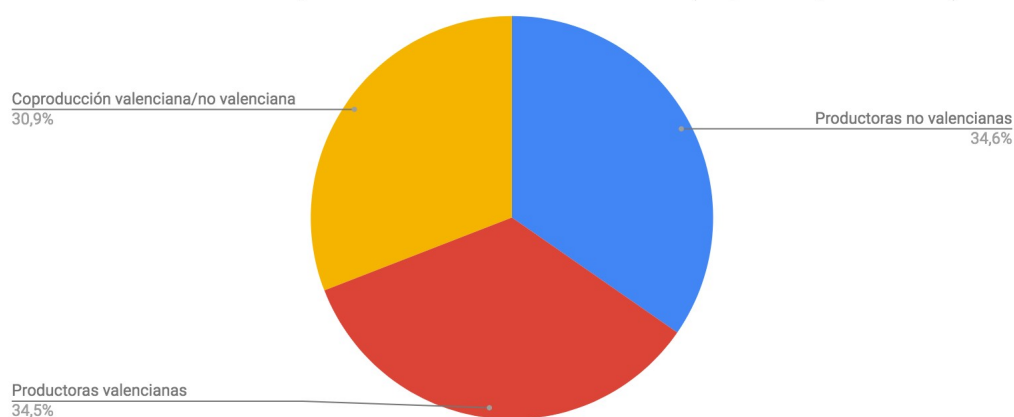


Gráfico 65. Procedencia de las productoras encargadas de la ficción seriada en el periodo 1989-2013, tomando como variable el número de capítulos producidos por cada una de ellas. Fuente: elaboración propia.

El gráfico que analiza los capítulos producidos, indica que el 34,5% de los capítulos producidos de series de ficción corrieron a cargo de empresas valencianas, mientras que casi la misma cifra, un 34,6% estuvieron producidos por empresas de fuera del territorio autonómico. Un 30,9% de los capítulos emitidos de series de ficción se produjeron bajo la fórmula de la coproducción entre empresas valencianas y empresas radicadas fuera de la Comunidad

Valenciana. Es decir, podríamos afirmar que la mitad de los capítulos externalizados por RTVV los produjeron empresas valencianas y la otra mitad los produjeron empresas domiciliadas en otras comunidades autónomas.

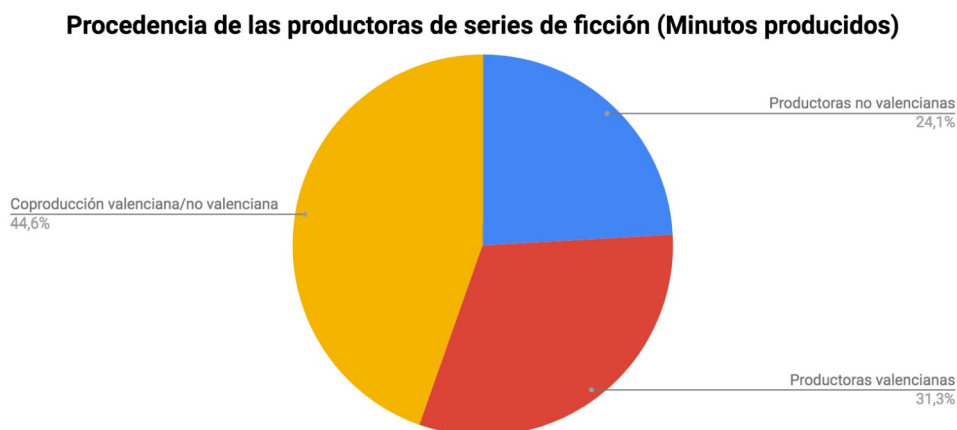


Gráfico 66. Procedencia de las productoras encargadas de la ficción seriada en el periodo 1989-2013, tomando como variable el número de minutos producidos por cada una de ellas. Fuente: elaboración propia.

El gráfico que recoge los minutos producidos indica que el 31,3% correspondió a productoras valencianas y un 24,1% a productoras no valencianas. En esta gráfica, el porcentaje más alto se lo llevan las producciones realizadas en coproducción por una empresa valenciana y una no valenciana. El 44,6% de los minutos de series de ficción se produjeron con esta fórmula de coproducción. Este alto porcentaje se debe a que en él están incluidos algunos de los seriales más longevos como “L’Alqueria Blanca”, “Negocis de família” o “Bon dia, bonica”, coproducidos por empresas valencianas y empresas de fuera del territorio.

Por lo que hace a las audiencias, la aceptación por parte del público de las distintas series emitidas ha sido muy desigual. En este sentido, cabe tener en cuenta el fenómeno conocido como “fragmentación de la audiencia” que se inició en 2005 con el inicio de las emisiones en abierto de Cuatro y La Sexta y la llegada de la TDT con la multiplicación de canales. A partir de esa fecha todas las cadenas redujeron sus porcentajes habituales de share, incluida Canal 9.

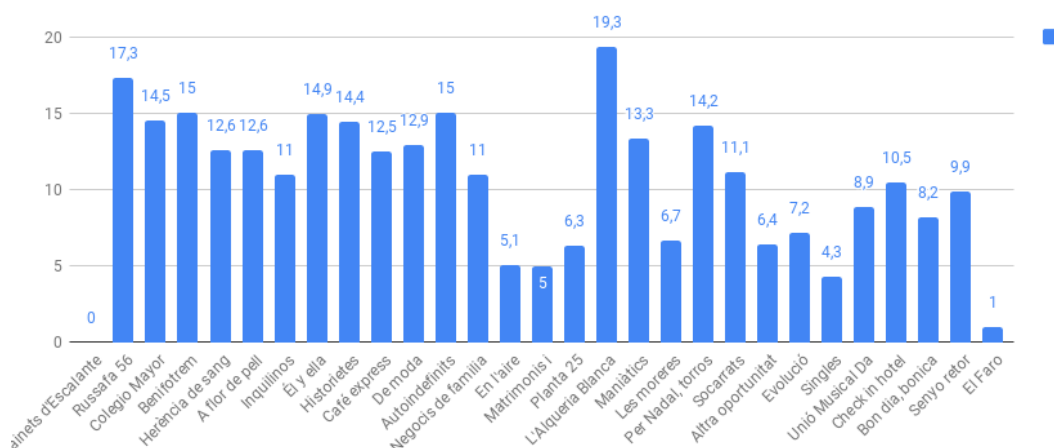


Gráfico 67. Audiencia media de cada una de las series producidas por RTVV en el periodo 1989-2013. Fuente: elaboración propia.

En la gráfica de audiencias observamos que la serie de producción propia externalizada que más audiencia ha cosechado en la historia de la cadena ha sido “L’Alqueria Blanca” con una media de un 19,3% de share. Hay que tener en cuenta que esta serie se emitió en el periodo 2007-2013, con la fragmentación de la audiencia en plena consolidación, por lo que la cuota de pantalla debe ser valorada todavía más positivamente ya que la competencia de programación en ese periodo era mayor que en el periodo anterior a 2005. Vistas las buenas cifras de audiencia, es razonable que la cadena apostara por la producción de la serie durante seis años seguidos con un total de 197 capítulos y 15.076 minutos producidos.

Curiosamente, la segunda serie de producción propia con mayor audiencia fue “Russafa 56”, de la que solo se emitieron 13 capítulos entre abril y junio de 1993. El 17,3% de share que cosechó esta producción, estaba por debajo del 19,9% que tenía la cadena en aquél periodo, motivo por el cual RTVV debió decidir retirar la serie de la programación sin dar la oportunidad a una segunda temporada.

A continuación presentamos un gráfico con la opinión de los empresarios y profesionales del audiovisual valenciano respecto al apoyo que Radiotelevisión Valenciana dio al sector audiovisual local para la producción de series de ficción.



Gráfico 68. Valoración del apoyo que RTVV dio a empresarios y profesionales del audiovisual valenciano para la producción de series de ficción. Fuente: elaboración propia.

El 42% de los encuestados consideran que la cadena autonómica les apoyó poco o muy poco para la producción de series de ficción, frente a un 36,2% que opinan que este apoyo fue mucho o bastante. Cabe destacar, que los porcentajes en este gráfico están más equilibrados que en otros gráficos que encontramos en apartados posteriores y que miden la opinión de los encuestados respecto a la externalización de *tv movies*, miniseries o productos de entretenimiento. Así pues, aunque en este caso son más las opiniones negativas que las positivas, podríamos afirmar que los empresarios y profesionales del audiovisual valenciano consideran que la cadena autonómica apoyó más la producción de series de ficción que de otros formatos de ficción como las *tv movies* o miniseries.

Resumiendo, podemos afirmar que la totalidad de las series de ficción producidas por RTVV se externalizaron, y que hubo una alta participación de empresas de fuera del territorio autonómico en la producción de las mismas. Un tercio de las series producidas por RTVV tuvieron participación de empresas domiciliadas fuera de la Comunidad Valenciana. Y casi la mitad de los minutos de ficción externalizados se produjeron en régimen de coproducción entre una empresa valenciana y una no valenciana. L'Alqueria Blanca de Trivisión SL y Zenit TV SA fue la serie con mayor número de capítulos y con mejores datos de audiencia de las 29 series de ficción realizadas. Las empresas Conta Conta Produccions SL y Albena Produccions SL fueron las que más series y más minutos de ficción produjeron para la cadena. Algunos de los entrevistados coinciden en que no se asignaron los contratos a estas productoras por ningún motivo especial, sino porque sus productos funcionaron y fueron capaces de consolidarlos en pantalla. "El humor

lo producía muy bien Conta Conta Produccions, Trivisión tuvo un exitazo con L'alqueria blanca, y Estudios Valencia Televisión daba una tira diaria que funcionaba bien con la audiencia" concluyen las fuentes consultadas.

5.2.2. Coproducción de *TV MOVIES*

La producción de ficción no sólo implica realizar series o producir películas para su estreno en salas de cine, también contempla las conocidas como *tv movies*, películas para televisión, de costes más reducidos que las películas pensadas para su estreno en gran pantalla. Se trata de películas confeccionadas específicamente para su programación en televisión con un relato que se agota en sí mismo. Su duración suele ser limitada, así como sus presupuestos (reflejándose en breves plazos de rodaje y escasas propuestas estéticas y artísticas, tanto a nivel de guión como de producción y estructura). Carrasco Campos lo define como un formato televisivo de ficción consistente en la emisión de un relato autoconclusivo, salvo secuelas. Cuenta con una duración de metraje y con unos presupuestos generalmente menores que los de las películas destinadas al cine (Carrasco Campos, 2010:182).

Ya en el año 2000 Francia producía más de 200 *tv movies* al año, y Alemania superaba la cifra de las 400. España, lejos de esos números, ha presentado un margen de desarrollo muy destacable para este tipo de productos impulsado principalmente por las televisiones autonómicas.

Javier Marzal y María Soler, en su Informe "La relevancia estratégica de RTVV en el sistema comunicativo valenciano y para el desarrollo económico, social y cultural de la Comunidad Valenciana" (Marzal y Soler, 2015) destacaban que en la última década, la producción de películas para la pequeña pantalla, cuyo presupuesto medio se situaba en 600.000 euros, alcanzó cerca de 70 títulos producidos (o coproducidos) por la radiotelevisión pública de la Comunidad Valenciana, jugando así RTVV –y la FORTA, la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos– un papel fundamental en la consolidación del sector audiovisual valenciano y en otros territorios del Estado, lo que repercutió, sin duda, en las economías regionales.

En la Comunidad Valenciana, la producción de películas para televisión permitió en el periodo 2004-2014 profesionalizar el sector audiovisual. En julio de 2003, la revista Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana publicaba el artículo "La ficción remonta el vuelo" (Ferrer, 2003:12), en el que se hacía referencia a la producción de diversas *tv movies* en la Comunidad Valenciana.

"Desde que en 1998 FORTA abriera el camino con la producción de 6 filmes para las televisiones autonómicas, comenzó a emerger un

género, eminentemente americano, basado casi siempre en dramas sociales y con argumentos inspirados en historias reales”.

El artículo apuntaba que en Valencia “¿Dónde estás?” producida por Dacsa Produccions SL para FORTA inició en el 2002 el camino y que Trivisión SL, Intercartel SL y Malvarrosa Media SL eran ese año las productoras encargadas de rodar tres *TV Movies* para Televisión Valenciana.

Por aquel entonces, y tal y como recogía la revista Enfoque, Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas (EAVf) negociaba con Televisión Valenciana un convenio para la producción de entre 8 y 10 *TV Movies* al año. Valencia iniciaba de esa manera un camino que comenzaron otras comunidades autónomas como Cataluña, donde ya se había firmado un convenio entre Televisió de Catalunya (TVC) y las asociaciones de Productoras Audiovisuales de Catalunya (PAC) y Barcelona Audiovisual (BA), y gracias al cual se habían producido más de 20 telefilmes.

Ximo Pérez, presidente de Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas (EAVf), comentaba en 2003 que los esfuerzos de la Federación se centraban también en negociar con TVV el impulso de la ficción televisiva.

“Es prioritaria para nosotros la producción tanto de series como de *tv movies*, y para ello es fundamental convencer a TVV de que es imprescindible que se produzca ficción en Valencia, para que los profesionales puedan trabajar, porque la ficción es el formato que mayor número de gente acoge en cada una de las producciones” (Enfoque, 2003: 14)

En ese mismo número de la revista Enfoque el productor Miguel Perelló aseguraba en una entrevista que ninguna industria del audiovisual se puede consolidar sin consolidar la ficción televisiva. “Es el verdadero motor del sector a nivel nacional y debe serlo también en la Comunidad Valenciana”. Perelló remarcaba en esta entrevista que producir ficción con regularidad hace que se profesionalice el sector y que los profesionales no se marchen fuera de nuestra Comunidad. (Enfoque, 2003:12)

El Col·lectiu Ricard Blasco en su obra *Reset RTVV* también hace alusión a este tema al asegurar que en 1999 se produjeron dos *tv movies* con una inversión de 178.000 euros, y hasta la temporada 2005-2006 en que se produjeron trece *tv movies* y una miniserie con una inversión de 3.975.000 euros, RTVV había participado en un total de 44 telefilmes en los que invirtió 7.905.000 euros. (Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:128).

Radiotelevisión Valenciana, en colaboración con los productores audiovisuales valencianos, se lanzaba a la producción de ficción televisiva en 2003. Se trataba de películas producidas en régimen de coproducción en las

que participaban por lo menos dos productoras de autonomías distintas, y sus correspondientes televisiones autonómicas. Esto sirvió a los empresarios y profesionales del audiovisual valenciano para aprender las técnicas y procedimientos de producción audiovisual de otros sectores audiovisuales locales.

Desde las primeras experiencias impulsadas por Radiotelevisión Valenciana en el año 2003, hasta el año 2010, fueron más de 50 las *tv movies* realizadas por productoras valencianas en régimen de coproducción con empresas de otras comunidades. Cabe destacar que algunas de ellas fueron producidas con financiación de la FORTA, mientras que en el resto participó RTVV junto a otras televisiones autonómicas.

El estreno de las tres primeras *tv movies* valencianas producidas para Canal 9 se produjo en julio de 2003. La revista Enfoque en su número de octubre de ese mismo año publicaba el artículo “La audiencia respalda las *tv movies* valencianas” (Ferrer, 2003:12) en el que se recogían los buenos datos de audiencia cosechados en la emisión de estas primeras tres películas. Las tres primeras *tv movies* producidas por las empresas valencianas Trivisión SA, Intercartel SA y Malvarrosa Media SA para TVV, “De colores”, “Atrapados” y “La madre de mi marido”, cosecharon en sus respectivas emisiones un 21’1%, 21’6% y 21’8% del share, posicionándose por encima de la media de la cadena en sus correspondientes días de emisión (14,21 y 28 de julio) y dejando constancia de que el público valenciano demanda este tipo de contenidos televisivos. Previo a la realización de estas tres películas, la cadena autonómica produjo un *talent show* llamado “Casting 9”, en el que 18 actores noveles participaban en diversas cámaras ocultas. Los 6 finalistas del concurso participaron como actores en las tres primeras *tv movies*.

Ese mismo año se estrenó también la *tv movie* “¿Dónde está?” producida por Dacsa Produccions SL para FORTA.

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA VALENCIANA
2003	De colores	Trivisión SL
2003	Atrapados	Intercartel SL
2003	La madre de mi marido	Malvarrosa media SL
2003	¿Dónde está?	Dacsa produccions SL

Tabla 42. TV movies producidas por RTVV en el año 2003. Fuente: elaboración propia

En Enero de 2004, la revista Enfoque hablaba de la producción de 7 *tv movies* participadas por TVV y empresas y profesionales de la Comunidad (Enfoque, 2004:10):

“Las 7 productoras valencianas seleccionadas para coproducir otras tantas *tv movies* trabajan en la preproducción de los diferentes proyectos. La gran parte de las productoras implicadas contarán con

profesionales valencianos para sacar adelante las distintas producciones”.

Aurora Igual, en el artículo “*Tv movies*: un formato en auge” publicado por la revista *Enfoque* en Julio de 2004 recogía las siguientes declaraciones del productor Miguel Perelló:

“Una película española estrenada en cine suele alcanzar una media de 100.000 espectadores si funciona bien, mientras que una tv movie, cuyos costes de producción son mucho menores, puede llegar a ser vista por tres millones de espectadores”. (Igual, 2004:16)

En ese mismo artículo se hacía referencia a la sugerencia realizada por el productor catalán Tom Roca en la tercera edición del Taller de creación y marketing de *tv movies* organizado por RTVV y la Fundación para la Investigación del Audiovisual (FIA). Roca sugirió a los productores valencianos que se olvidaran de producir por producir largometrajes que les iban a suponer una excesiva inversión de talento y dinero, arriesgándose a no ver estrenadas sus películas o a que permanezcan en cartel el mínimo tiempo posible. Según el productor catalán la coproducción de *tv movies* acaba compensando. “Para las televisiones es más rentable que alquilar *tv movies* americanas” añadió.

En la misma línea se expresó Gustavo Ferrada, exresponsable del área de cine de TVE, en una entrevista publicada por la revista *Enfoque* en Julio de 2008:

“Las *tv movies* son un producto con un potencial muy interesante. Tienen capacidad de ser emitidas en horarios buenos, de captar y fidelizar a la audiencia, y de tener un vínculo directo con temas de actualidad que son fácilmente comunicables con el espectador” (Carbonell, 2008: 8-10).

Para Ferrada la tv movie tiene mucho sentido desde el punto de vista industrial, de contenidos, de comunicación, y de producto, porque sale con una misión más clara y un recorrido en explotación más definido que las películas de cine, y capta a muchos más espectadores en cada pase, más que la mayoría de películas españolas en todas las semanas en cartel.

Por su parte el director valenciano Sígfrid Monleón también valoraba positivamente la iniciativa de RTVV de producir *tv movies*.

“Las *tv movies* son lo más interesante que ha pasado en el audiovisual valenciano en muchos años y va a permitir a muchos directores hacer músculo, como dice Amenábar. Es muy interesante porque permite abordar temáticas que en el cine no son nada habituales”. Y continuaba: “Esperemos que tengan un buen resultado, que genere confianza y que se pueda extender esa línea de trabajo porque sin duda es una buena plataforma para que los

nuevos directores se den a conocer y puedan llegar a la gran pantalla” (Carbonell, 2004:26).

En el año 2004 Televisión Valenciana participó en la producción de 11 películas para televisión coproducidas por empresas de la Comunidad.

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA VALENCIANA
2004	Mentiras	Índigomedia SL
2004	Mintiendo a la vida	General Video Productions SL
2004	Sprint especial	Trivisión SL
2004	Maria y Assou	Malvarrosa Media SL
2004	Las palabras de Vero	Index producciones SL y Trivisión SL
2004	Proyecto Casandra	Terra a la vista Producciones Audiovisuales SL
2004	El precio de una miss	El palenque Producciones SL
2004	El cruce	Dacsa Produccions SL
2004	Campos de fresas	Gaia Audiovisuales SL
2004	Vivir sin miedo	Carolina Films SL
2004	Estocolmo	Dacsa produccions SL

Tabla 43. TV movies producidas por RTVV en el año 2004. Fuente: elaboración propia

Los domingos de enero, febrero y marzo de 2005, Canal 9 programó un segundo ciclo de *tv movies* valencianas en el que se emitieron 8 películas. El número 8 de la revista Enfoque se hacía eco de las audiencias cosechadas por la emisión de estos telefilmes: “322.000 valencianos de media, o lo que es lo mismo, el 16,5% de los que veían la televisión los domingos de enero, febrero y marzo entre las 22 y las 23.30h aproximadamente, siguieron el ciclo de *tv movies* de Canal 9” (Enfoque, 2005:12).

TÍTULO	ESPECTADORES	SHARE
Mentiras	296.000	15%
El cruce	335.000	16,6%
Campos de fresas	331.000	16,5%
Las palabras de Vero	306.000	15%
Proyecto Casandra	369.000	18,4%
Síndrome laboral ¹	414.000	21,9%
Sprint especial	310.000	15,1%
El 10 en la espalda	254.000	12,9%
Mintiendo a la vida	289.000	15,8%

Tabla 44. Audiencia obtenida por las tv movies emitidas en RTVV en 2005. Fuente: GECA

En el número 8 de la revista Enfoque también se recoge que Radiotelevisión Valenciana hizo público en el mes de marzo de 2005 el resultado de la convocatoria de ese año para la producción de *tv movies*.

¹ . La película “Síndrome laboral” dirigida por el valenciano Sigfrid Monleón no estuvo coproducida por ninguna productora valenciana pero RTVV participó en su financiación. En esta misma situación se encuentra el telefilm “El 10 en la espalda” protagonizado por la actriz valenciana Cristina Plazas.

Según esta resolución, la cadena apoyó a seis productoras valencianas para la coproducción de otras tantas películas. Los proyectos seleccionados fueron los siguientes:

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA VALENCIANA
2005	Karaoke mon amour ²	De palacio Films SL
2005	Vida robada	Terra a la vista Producciones Audiovisuales SL
2005	Para que nadie olvide tu nombre	Neon Producciones SL
2005	Electroshock	Dacsa Produccions SL
2005	Omar Martínez	Nadie es perfecto PC SL
2005	Latidos	Malvarrosa Media SL

Tabla 45. TV movies producidas por RTVV en el año 2005. Fuente: elaboración propia

En 2006 la cadena volvió a programar un ciclo de *tv movies* para los meses de febrero y marzo. Según informa la revista Enfoque en su número de 10 de enero de 2006, este ciclo estuvo formado por algunas de las películas que la cadena autonómica ha coproducido a lo largo de 2005 con empresas y profesionales de la Comunidad Valenciana. “Electroshock”, “Omar Martínez”, “María y Assou”, “Para que nadie olvide tu nombre” o “Vivir sin miedo” son algunos de los telefilmes cuya emisión había sido confirmada por la cadena (Enfoque, 2006:18).

En el mismo artículo Enfoque anunciaba la resolución de la convocatoria de apoyo a la producción de *tv movies* en 2006 que incluía los siguientes títulos:

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA VALENCIANA
2006	La princesa del poligono	Trivisión SL
2006	Adrenalina	Conta Conta produccions SL
2006	El concursazo	Sorolla Films SA
2006	El caso de la novia dividida	Servicios Audiovisuales Mat Media SL
2006	Calderilla ³	Scaramouche Films SL
2006	La torre de babel	Taranna Films SL
2006	Rumors	Hispanocine PC SL
2006	Presuntos implicados	Dacsa Produccions SL

Tabla 46. TV movies producidas por RTVV en el año 2006. Fuente: elaboración propia

A partir del año 2006, la manera de producir estas *tv movies* cambió. La Conselleria de Presidencia de la Generalitat Valenciana sacó una línea de subvenciones destinada a las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual de la Comunitat Valenciana para el fomento de la realización de *tv movies*.

² . Pese a que RTVV aprobó la financiación del telefilm “Karaoke mon amour” de la productora valenciana DePalacio Films, los coproductores gallegos de la película no aportaron su parte de financiación y finalmente la película no pudo producirse.

³ . Según informó Cine & Tele el 30/6/2006, este proyecto que en principio fue seleccionado en la convocatoria de *tv movies* de 2005 se reconvirtió posteriormente a largometraje

Según la Resolución de 3 de abril de 2006, del conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación, por la que se establecían las bases reguladoras de las ayudas a las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual de la Comunidad Valenciana para el fomento de la producción audiovisual valenciana a través de la realización de *tv movies*, entre los criterios de valoración tenidos en cuenta por la comisión se encontraban los siguientes:

- “1. Acreditación documental de la suficiencia de financiación total del proyecto a través de medios documentales que constaten fehacientemente la existencia de recursos económicos suficientes para la ejecución del proyecto. (máximo 30 puntos)
2. Interés y calidad del guión. (máximo 25 puntos)
3. Se valorarán positivamente aquellos proyectos que, si bien conserven el carácter de obra unitaria, pudieran ser susceptibles de constituir un capítulo piloto o de presentación de una posible serie de ficción, tanto diaria como semanal. Para ello, se adjuntará el tratamiento de la posible serie que se derivaría del desarrollo argumental del telefilme. (máximo 15 puntos)
4. Utilización del idioma valenciano en la realización de la TV Movie. (máximo 5 puntos)
5. Participación en la producción de equipos técnicos y artísticos valencianos. (máximo 5 puntos)
6. Realización del rodaje en la Comunitat Valenciana, a menos que por necesidades del guión o de coproducción nacional o internacional se requieran otras localizaciones. (máximo 5 puntos)
7. Utilización en el rodaje de instalaciones y empresas de servicios radicadas en la Comunitat Valenciana. (máximo 5 puntos)
8. Incorporación en régimen de coproducción y/o distribución de dos o más empresas. (máximo 5 puntos)
9. Trayectoria profesional de la empresa productora y del director y guionista de la producción. (máximo 5 puntos)” (DOGV, 2006:13255)

En convocatorias posteriores se destacaba que la *tv movie* debía ser actual, dinámica, de fomento de valores positivos y optimistas, y versar sobre temáticas sociales, culturales, contemporáneas, solidarias, deportivas o cualquier otra de actualidad.

Con estos criterios se garantizaba que los proyectos subvencionados eran viables financieramente e interesantes a nivel de contenido. Además se garantizaba que la inversión realizada tenía un retorno económico en la Comunidad Valenciana.

Como en otras convocatorias de ayudas se matizaba que los beneficiarios destinarían las ayudas exclusivamente a atender los gastos originados por la

realización de *tv movies*. Los gastos que podían ser subvencionados en virtud de la convocatoria era exclusivamente los que se detallan a continuación, siempre que del contenido de los justificantes de gastos se dedujera, ineludiblemente, que fueron aplicados a la realización de la tv movie:

1. Guión, adaptación y música.
2. Equipo artístico.
3. Equipo técnico.
4. Escenografía.
5. Estudios, sonorización y efectos especiales.
6. Maquinaria y transportes.
7. Viajes y dietas
8. Película y material magnético.
9. Laboratorios.

En ningún caso podían subvencionarse bienes que, por su naturaleza o su alto valor económico resultaran inventariables.

A partir de esta convocatoria, en julio de 2006 el Diario Oficial de la Generalitat Valenciana publicaba la resolución por la que se hacían públicos los nombre de los siete proyectos de *tv movies* que se rodarían en 2007. Radiotelevisión Valenciana aportó parte de la financiación necesaria para la producción de estas películas.

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN
2006	Pacient 33	Teatre Audiovisual Produccions SL	43.000,00
2006	El monstruo del pozo	Nadie es perfecto PC SL	43.000,00
2006	Alan muere al final de la película	General Video Productions SL	43.000,00
2006	Despierta mi amor ⁴	Malvarrosa media SL	43.000,00
2006	Cuerpo a la carta	Indigomedia SL	43.000,00
2006	Mi último verano con Marian	Terra a la vista Producciones Audiovisuales SL	43.000,00
2006	Mar cerrado	Trivisión SL	43.000,00
TOTAL 2006			301.000,00

Tabla 47. TV movies seleccionadas en el año 2006 y producidas por RTVV en 2007. Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 5308.

La convocatoria de 2007 seleccionó los siguientes proyectos que se rodaron entre 2007 y 2008 con el apoyo de RTVV.

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN	RENUNCIA	TOTAL
2007	El enigma Giacomo	Servicios Audiovisuales Mat media SL	43.000,00		43.000,00
2007	Comida para gatos	Gaia Audiovisuales SL	43.000,00		43.000,00
2007	Contáctame	Indigomedia SL	43.000,00		43.000,00

4

. La película no se realizó por falta de financiación

2007	A pares ⁵	Nadie es perfecto PC SL	43.000,00	-43.000,00	0,00
2007	Violetas escarchadas	Conta Conta Produccions SL	43.000,00		43.000,00
2007	Miguel o Daniel ⁶	Gabinete de Comunicación Global SL	43.000,00		43.000,00
2007	El diablo de la botella ⁷	Endora Producciones SL	43.000,00	-43.000,00	0,00
TOTAL 2007			301.000,00	-86.000,00	215.000,0

Tabla 48. TV movies seleccionadas en el año 2007 y producidas por RTVV en 2008.
Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 5570.

La convocatoria de 2008 se resolvía a favor de los siguientes proyectos que serían rodados en 2009.

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	TOTAL
2008	Da Capo ⁸	Conta Conta Produccions SL	60.200,00
2008	Domingueros	TAV Teatre audiovisual produccions SL	60.200,00
2008	Asunto reiner	Gaia audiovisuals SL	60.200,00
2008	Desátate	Malvarrosa media SL	60.200,00
2008	Cuatro estaciones	Somnia Ars SL	60.200,00
TOTAL 2008			301.000,00

Tabla 49. TV movies seleccionadas en el año 2008 y producidas por RTVV en 2009.
Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 5905.

En el año 2009, estas ayudas las convocó la Conselleria de Cultura en base a la Resolución de 28 de diciembre de 2009, de la presidenta del Instituto Valenciano del Audiovisual Ricardo Muñoz Suay, por la que se adjudican las ayudas dirigidas a las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual de la Comunitat Valenciana para el fomento de la producción audiovisual valenciana a través de la realización de películas para televisión y pilotos de serie de televisión.

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN	RENUNCIA	REDISTRIB.	TOTAL
2009	El criminal	Malvarrosa Media SL	75.000,00		30.000,00	105.000,00
2009	6 motivos para dudar de tus amigos	Terra a la vista SL	75.000,00		30.000,00	105.000,00
2009	Implosión	Gaia Audiovisuals SL	100.000,00		40.000,00	140.000,00
2009	Santa compañía ⁹	General video Productions SL	100.000,00	100.000,00		0,00
TOTAL 2009			350.000,00	100.000,00	100.000,00	350.000,00

5 . La tv movie "A pares" de Nadie es perfecto PC SL no se realizó al no alcanzar la financiación necesaria para su producción

6 . El proyecto de tv movie titulado "Miguel o Daniel" se estrenó finalmente con el título de "Buscando al hombre perfecto".

7 . La tv movie "El diablo de la botella" de Endora producciones SL no se realizó por falta de financiación para sacar adelante la producción.

8 . La subvención recibida por el proyecto "Da Capo" de Conta Conta Produccions SL fue destinada a la realización del capítulo piloto de la serie "Unió Musical Da Capo" que posteriormente esta productora realizó para Canal 9.

9 . La productora General Video Productions renunció a la subvención del proyecto "Santa Compañía" y su cuantía fue redistribuida entre los otros tres adjudicatarios.

Tabla 50. TV movies seleccionadas en el año 2009 y producidas por RTVV en 2010.
Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 6212.

En 2010 se confió el dinero público a la producción de las siguientes movies:

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN	RENUNCIA	REDISTRIB.	TOTAL
2010	Tocando el mar	The green star Films SL	150.000,00			150.000,00
2010	Digues que sí ¹⁰	Conta conta produccions SL	150.000,00	- 150.000,00		0,00
	TOTAL 2010		150.000,00	-150.000,00		150.000,00

Tabla 51. TV movies seleccionadas en el año 2010 y producidas por RTVV en 2011.
Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 6494.

Por resolución de 30 de enero de 2012 de la presidencia del Instituto Valenciano del Audiovisual y la Cinematografía se adjudicaron a los siguientes proyectos de películas para televisión y miniserias las ayudas que habían sido convocadas en 2011 (DOGV, 2012:8589)

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN	RENUNCIA	REDITR.	TOTAL
2011	Las chicas del aro ¹¹	Malvarrosa Media SL	75.000,00			75.000,00
2011	Berlanga, contra el poder y la gloria ¹²	Nadie es perfecto PC SL	75.000,00	-75.000,00		0,00
	TOTAL 2011		150.000,00	-75.000,00		75.000,00

Tabla 52. TV movies seleccionadas en el año 2011 y producidas por RTVV en 2012.
Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 6743.

Álvar Peris denuncia que en el caso de la producción de *tv movies*, “la calidad de las producciones fue desigual, en buena medida porque había la sospecha de que la concesión de ayudas no era trigo limpio, sino que Presidencia de la Generalitat tenía mucho que ver con la aprobación definitiva de los proyectos”. (Peris, 2015:77)

En el siguiente gráfico se observa la evolución de la inversión pública de las Consellerias de Presidencia y Cultura en la producción de *tv movies*. Estas ayudas se convocaron entre 2006 y 2011, pero cabe destacar que paralelamente, Radiotelevisión Valenciana estaba participando como coproductor en la mayoría de las *tv movies* que se producían en el territorio autonómico. En todo caso, a partir de 2011 se produjo un descenso drástico de la inversión pública en este aspecto, tanto por parte del Consell como de RTVV.

10 . El proyecto “Digues que sí” no se realizó por falta de presupuesto.

11 . El proyecto “Las chicas del aro” se estrenó finalmente con el título de “Mil maneras de comerse un huevo”

12 . La *tv movie* “Berlanga contra el poder y la gloria” no se realizó por falta de financiación. Pese a que tenía el respaldo de la Generalitat y de RTVV no consiguió el resto de financiación vía coproducción.

AYUDAS A LA PRODUCCIÓN DE TV MOVIES

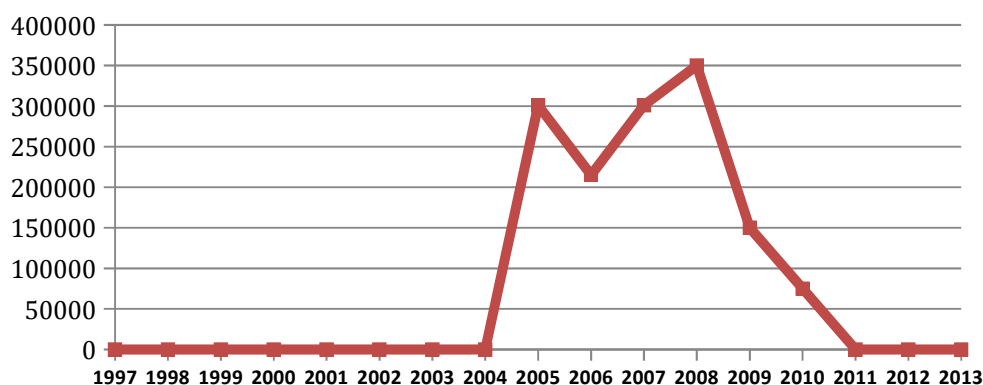


Gráfico 69. Ayudas públicas a la producción de *tv movies* en la Comunidad Valenciana. Fuente: elaboración propia

Cataluña o Galicia fueron dos de las Comunidades más promiscuas en la producción de *tv movies*, seguidas de Andalucía y la Comunidad de Madrid. La experiencia de esos años dejó constancia de que la producción de formatos de ficción televisiva consiguió dinamizar y desarrollar el sector audiovisual, sirviendo de training para un incremento cualitativo en la puesta en marcha de otros contenidos como la ficción cinematográfica. Técnicos, actores y productores pusieron su saber hacer al servicio de estas películas de bajo presupuesto que consiguieron transmitir historias muy cercanas. “La producción de estas *tv movies* dio oportunidades a muchos profesionales, directores de fotografía, guionistas, actores y directores como Rafa Montesinos, Pau Martínez, o Vicent Monzonís, que empezaron a crecer profesionalmente. Las mismas productoras aprendieron a buscar socios en otras autonomías para coproducir”, explica uno de los entrevistados.

Es escasa la producción valenciana que encuentra espacio en las parrillas de programación de las televisiones nacionales, públicas y privadas, sin embargo, las *tv movies* producidas en esos diez años pudieron verse en diversas cadenas autonómicas con muy buena respuesta de audiencia, lo que viene a ratificar que la colaboración entre las empresas del audiovisual valenciano y las televisiones autonómicas del resto del estado español incrementó la rentabilidad del producto audiovisual y la capacidad comercializadora del sector.

En España el consumo de este tipo de películas es alto, sobre todo en la franja de sobremesa en la que es habitual que las cadenas programen telefilmes, eso sí, de factura predominantemente norteamericana, sueca o alemana. Si hay hueco en la programación y audiencia para este tipo de

productos, continuar produciéndolos representa una oportunidad que no se debería dejar pasar.

El análisis de las encuestas realizadas a los profesionales y empresarios del audiovisual valenciano nos deja indicios de la opinión que subyace en el sector respecto del apoyo que la cadena autonómica realizó para la producción de *tv movies*.



Gráfico 70. Valoración del apoyo que RTVV dio a empresarios y profesionales del audiovisual valenciano para la producción de *tv movies*. Fuente: elaboración propia.

Del gráfico anterior se deriva que un 49,2% de los encuestados consideran que la cadena autonómica apoyó poco o muy poco a las empresas y profesionales valencianos para la producción de *tv movies*. Por contra, un 28,9% consideran que este apoyo fue mucho o bastante. Llama la atención que casi la mitad de los sondeados valoren negativamente el trabajo realizado por la cadena autonómica para la producción de *telefilms*, cuando este fue uno de los formatos de ficción más promovidos por RTVV en colaboración con el sector audiovisual local.

En las entrevistas en profundidad realizadas para la elaboración de esta tesis doctoral algunos entrevistados han opinado sobre el proceso de producción de *tv movies* que se consideraron el punto de apoyo para la creación de una industria de ficción inexistente hasta 2003 y un banco de pruebas para la posterior producción de series de ficción. Los expertos coinciden en que para una televisión autonómica, producir ficción es una opción cara y arriesgada, por lo que es bastante difícil convencer a las cadenas autonómicas de las ventajas que para el sector audiovisual tiene la producción de este tipo de películas. Los departamentos de contenidos de las televisiones autonómicas optan por la adquisición de *telefilms* de producción ajena, mucho más baratos y rentables que los de producción propia, aunque estos últimos

puedan llegar a constituir una inversión a medio y largo plazo dado que sirven de entrenamiento para los profesionales del sector, además de que fidelizan a la audiencia con relatos de proximidad.

Las mismas fuentes consultadas coinciden en afirmar que, aunque en la primera década del siglo las televisiones autonómicas apostaron por la coproducción de *tv movies*, en la actualidad han dejado de producir este tipo de películas porque no son rentables en términos de audiencia. Uno de los problemas fue que, al producirse en régimen de coproducción con otras televisiones autonómicas, se tocaban temáticas muy diversas y se producían en castellano porque se tenían que emitir en las diversas autonomías participantes. Esto restaba proximidad al producto por lo que resultaba más complicado captar la atención de los espectadores.

Resumiendo los datos expuestos anteriormente podemos afirmar que tanto Radiotelevisión Valenciana como la Generalitat realizaron una inversión destacada en el periodo 2003-2011 para fomentar la coproducción de *tv movies*. Estas películas para televisión se realizaban en régimen de coproducción entre productoras audiovisuales de diversos territorios autonómicos que aportaban la financiación de sus respectivas televisiones y gobiernos autonómicos para alcanzar la financiación total del proyecto. Los profesionales del sector audiovisual tuvieron la oportunidad de participar en la producción de estos telefilms en los que colaboraban con profesionales audiovisuales de otras autonomías.

5.2.3. Externalización de la producción de miniseries

Ángel Carrasco Campos define las miniseries como un formato televisivo de ficción consistente en la emisión, fragmentada en escasos capítulos, de un relato autoconclusivo. Estos productos suelen tener dos o tres capítulos, generalmente, con una trama principal que va resolviéndose a lo largo de las sucesivas entregas. Es una producción de características similares al telefilm, sólo que de mayor duración. Carrasco Campos (2010:182-183).

En este sentido, entre las iniciativas promovidas por la Conselleria de Presidencia de la Generalitat Valenciana se encuentra el convenio que establecieron la propia Generalitat y Televisión Española para la producción de miniseries que se firmó por Joan Lerma y Jordi García Candau el 28 de junio de 1995. Posteriormente, este convenio fue suscrito previa tramitación reglamentaria, entre la Generalitat Valenciana y Radiotelevisión Española, el día 27 de octubre de 2000, y publicado en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana Número 4090 en la Resolución de 17 de septiembre de 2001, de la Subsecretaría del Secretariado del Gobierno y Relaciones con las Cortes de la

Presidencia de la Generalitat, por la que se dispone la publicación del Convenio de colaboración entre la Generalitat Valenciana y Radiotelevisión Española, para el fomento de la producción audiovisual valenciana.

El convenio tenía por objeto establecer las líneas de actuación necesarias entre la Generalitat Valenciana y Radiotelevisión Española, para fomentar la producción audiovisual de empresas radicadas en la Comunidad Valenciana o coproducida por éstas, para su emisión a través del canal Hispavisión y diversos canales de RTVE. En este sentido, la Generalitat Valenciana se comprometió a promocionar esta producción audiovisual, mediante ayudas o subvenciones en cuantías por importe máximo para el ejercicio 2.000 de quinientos millones de pesetas (3 millones de euros), y para la misma cantidad para el ejercicio 2.001.

En el año 2002 se publicó en el DOCV Número 4275 en la Resolución de 12 de junio de 2002, de la Subsecretaría del Secretariado del Gobierno y Relaciones con las Cortes de la Presidencia de la Generalitat, por la que se dispone la publicación del Convenio de colaboración entre la Generalitat Valenciana y Radiotelevisión Española, para el fomento de la producción audiovisual valenciana, que en este ejercicio reducía el importe consignado. La Generalitat Valenciana se comprometía a promocionar estas producciones audiovisuales, mediante ayudas o subvenciones al ente público RTVE en cuantía por importe máximo para el ejercicio 2.002 de dos millones cuatrocientos cuatro mil cuarenta y siete euros con noventa céntimos (2.404.047,90 euros).

La emisión de miniserias financiadas por la Generalitat Valenciana y programadas por Televisión Española cosechó muy buenos índices de audiencia. Así pues, en 2001 se estrenó en Televisión Española “Severo Ochoa. La conquista del Nobel” producida por Trivisión SL, Intercartel SL, Malvarrosa Media SL y Nisa Producciones SL, con una audiencia del 32% que colocó a la cadena pública como líder del prime time con picos de 6 millones de espectadores.

En el año 2003, el estreno en Televisión Española de “Arroz y tartana”, miniserie producida por Intercartel SL, fue seguido por casi cuatro millones y medio de espectadores (4.456.000) con un 31.5% de cuota en el prime time de La Primera.

En estas miniserias, actores y actrices valencianos trabajaron junto a primeras figuras del audiovisual nacional. Imanol Arias, por ejemplo, dio vida a Severo Ochoa, mientras que Carmen Maura protagonizó la versión audiovisual de la obra de Blasco Ibáñez, “Arroz y tartana”. El actor valenciano Pepe Sancho encarnó a algunos de nuestros más ilustres personajes, como Joaquín

Sorolla o el Cardenal Vicente Enrique y Tarancón. También reconocidas actrices valencianas como Ana Duato o Rosana Pastor participaron en este tipo de producciones.

En el año 2005 el convenio se modificó tal como consta en el Diario Oficial de la Comunidad Valenciana (DOCV) en la Resolución de 27 de julio de 2005, de la directora general de Relaciones con las Cortes y Secretariado del Gobierno de la Presidencia de la Generalitat Valenciana, por la que se dispone la publicación del Convenio de colaboración entre la Generalitat Valenciana y el Ente Público Radiotelevisión Española en materia de fomento de la comunicación y la producción audiovisual de la Comunidad Valenciana. Una de las novedades que se destacaba en este Convenio es la cláusula décima en la que se detallaba:

“con el objeto de contribuir a la promoción del sector audiovisual de la Comunidad Valenciana y a los intereses de la misma, en sus diferentes aspectos económicos, culturales, industriales, artísticos, etc., Radiotelevisión Española manifiesta su voluntad de estudiar con detenimiento en los diferentes Comités relacionados con la adquisición de derechos audiovisuales las propuestas de financiación de largometrajes y otros formatos audiovisuales producidos con participación mayoritaria valenciana y rodados, a ser posible, en localizaciones de la Comunidad Valenciana, con el objetivo de alcanzar en un breve plazo de tiempo, la adquisición de derechos sobre cuatro largometrajes de calidad y tres documentales de gran formato desarrollados, cada uno de ellos, con participación mayoritaria de productoras de la Comunidad Valenciana que contribuyan a la promoción del sector audiovisual de la Comunidad Valenciana, y que respondan al estándar de calidad exigido por TVE en la selección de las producciones que financia”.

Y continuaba:

“RTVE dará cuenta a la Comisión Mixta del número de los largometrajes o documentales de gran formato españoles que hayan sido producidos o esté proyectado producirlos con participación mayoritaria valenciana y/o rodados en localizaciones de la Comunidad Valenciana, y anualmente se analizarán y propondrán las medidas adecuadas para el fomento e incremento de estas producciones audiovisuales en la programación de RTVE” (DOGV, 2005:28265).

Fuentes de la Asociación Productors Audiovisuals Valencians aseguran que este Convenio no se cumplió en ninguno de los diez años de vigencia, es por ello que la producción de miniseries para Televisión Española se paralizó ese mismo año 2005.

Desde 2005 hasta 2009 la producción de miniserias corrió a cargo de Radiotelevisión Valenciana. En ese periodo se produjeron títulos como “Martini, il valenciano” de Indigomedia SL, Adí Producciones SL y Estudios Andro SL basada en la vida del compositor valenciano Martín i Soler, “Flor de mayo” de Candil Films SL basada en la novela homónima de Vicente Blasco Ibáñez, y “Entre dos reinos” de Trivision SL que contaba la vida del clérigo valenciano Vicente Ferrer.

En el año 2009 la productora Nadie es perfecto PC SL produjo la miniserie valenciana “Tarancón. El quinto mandamiento” que contó con la financiación de Televisión Valenciana y de la que Televisión Española adquirió los derechos de emisión. La miniserie fue emitida en dos capítulos y consiguió un share de 3.289.000 y 17,1% y 2.791.000 y 19,8%. Una producción de Nadie es perfecto PC SL con una excelente factura que nos contaba la importancia de la figura del Cardenal Tarancón en la transición española.

A continuación se detalla el listado de miniserias realizadas en aquellos años, así como las cuantías financiadas por la Generalitat para su producción.

INVERSIÓN PÚBLICA EN PRODUCCIÓN DE MINISERIES

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	FORMATO	EMISIÓN	TOTAL
1997	Entre naranjos	Cartel Producciones Audiovisuales SL	Mini-serie	TVE	3.000.000
1998	Blasco Ibañez	Freedonia Producciones SL	Mini-serie	TVE	3.000.000
1999	Severo Ochoa	Trivision SL - Intercartel SL - Apc SL - Nisa Producciones SL	Mini-serie	TVE	3.000.000
2000	Miguel Hernandez	Freedonia Producciones SL	Mini-serie	TVE	3.000.000
2001	A propósito de Iturbi	La Granota Grogga SL	Documental	TVE	600.000
	El final de la algarabía	Malvarrosa Media SL	Documental	TVE	600.000
	El laberinto de Max Aub	Trivision SL	Documental	TVE	600.000
	El secreto de la porcelana	5 Films SA	Mini-serie	TVE	2.000.000
2002	Ausias March	Createle Creative Consulting SL	Mini-serie	TVE	2.100.000
	Arroz y tartana	Intercartel SL	Mini-serie	TVE	2.400.000
2003	Las cerezas del cementerio	Coral Valencia SL	Mini-serie	TVE	2.350.000
2005	Cartas de Sorolla	De Palacio Films SL	Mini-serie	TVE	2.350.000
2006	Martini, il valenciano	Indigomedia SL - Adi Producciones SL - Estudios Andro SL	Mini-serie	TVV	1.800.000
	Viento en las velas	Maltes Producciones SL	Documental	NO EMITIDO	600.000
2007	Flor de mayo	Candil Films SL	Mini-serie	TVV	2.350.000
2008	Entre dos reinos	Trivision SL	Mini-serie	TVV	1.300.000
2009	Tarancón. El	Nadie Es Perfecto Pc SL	Mini-serie	TVV/TVE	1.750.000

	último mandamiento				
					32.800.000

Tabla 53. Inversión de la Generalitat en producción de miniseries. Fuente: Productors Audiovisuais Valencians

En el siguiente gráfico se puede observar la evolución de la inversión de la Generalitat en la producción de miniseries entre 1997 y 2013. Cabe destacar la constante presupuestaria de los primeros años que se incrementa en los ejercicios 2001 y 2002. A partir de 2003 se reduce la partida presupuestaria para este fin y será en 2009 cuando la Generalitat y Radiotelevisión Valenciana financien por última vez este tipo de producciones.

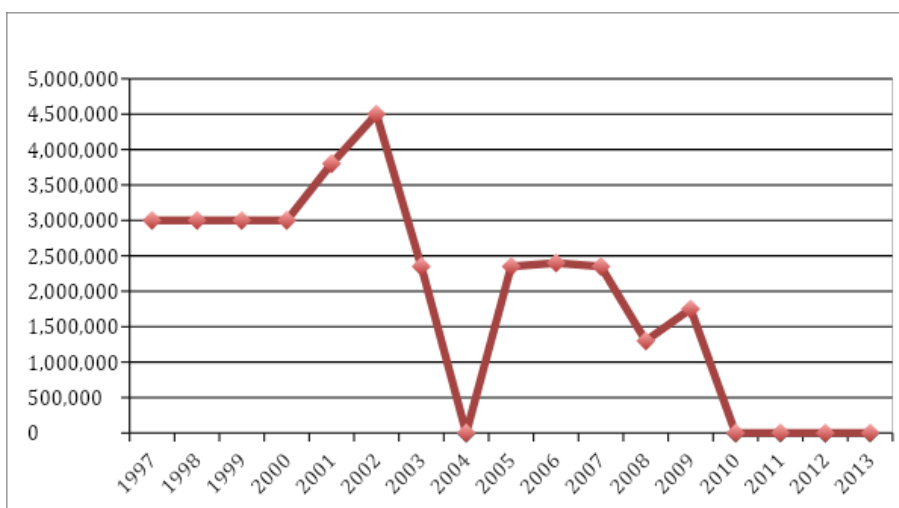


Gráfico 71. Inversión de la Generalitat en la producción de miniseries entre 1997 y 2013. Fuente: elaboración propia

El 100% de estas producciones las realizaron empresas valencianas que contrataron, principalmente, profesionales de la Comunidad Valenciana. Fueron producciones de gran presupuesto que daban a los profesionales la posibilidad de experimentar con equipamiento de alta calidad y realizar propuestas artísticas más arriesgadas.

El siguiente gráfico analiza la opinión de los profesionales y empresarios valencianos encuestados respecto del apoyo que la cadena autonómica les dio para la producción de miniseries.



Gráfico 72. Valoración del apoyo que RTVV dio a empresarios y profesionales del audiovisual valenciano para la producción de miniseries. Fuente: elaboración propia.

El gráfico anterior nos ofrece datos muy claros sobre la opinión que los encuestados tienen del apoyo que Radiotelevisión Valenciana dio al sector audiovisual local para la producción de miniseries. Según estos datos, un 62,9% de los empresarios y profesionales del audiovisual valenciano consideran que la cadena autonómica les apoyó poco o muy poco para la realización de este tipo de producciones. Solo un 15,7% de los encuestados opinan que la cadena apoyó mucho o bastante a los profesionales valencianos para la producción de miniseries. Podemos afirmar que la opinión de los encuestados está en línea con la realidad, ya que la cadena autonómica sólo participó en 4 de las 16 miniseries producidas por los profesionales valencianos en el periodo 1997-2009, y los presupuestos aportados por RTVV fueron inferiores a los aportados por RTVE en el resto de miniseries.

Los expertos entrevistados aseguran que estas miniseries producidas por Radiotelevisión Valenciana fueron producciones de gran presupuesto, lo que se traducía en productos de mucha calidad. Algunos de ellos coinciden en que estas producciones fueron la mejor escuela para los profesionales del audiovisual valenciano porque se contrataba a experimentados jefes de equipo de Madrid, y los técnicos valencianos trabajaban a sus órdenes. “Los grandes técnicos que hay en Valencia salieron de esas miniseries”, afirman. Además, se obtenían muy buenas audiencias en su emisión en Televisión Española.

Las mismas fuentes consultadas indican que en la actualidad estas producciones son inviables en la televisión autonómica valenciana porque no hay presupuesto, aunque su producción sería muy interesante porque estos productos tienen posibilidades de distribución en los mercados internacionales.

5.2.4. Conclusiones sobre la externalización de la producción de ficción

En los capítulos anteriores hemos revisado con detalle la producción de ficción por parte de Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013, y cómo la Generalitat Valenciana apoyó en periodos concretos la producción de *tv movies* y miniseries.

De los datos expuestos se puede concluir que fue entre 2005 y 2011 cuando la cadena autonómica valenciana produjo un mayor número de series de ficción con el apoyo de las empresas y profesionales de la Comunidad Valenciana. Siendo los años 2007 y 2008 los más fructíferos en cuanto a producción de productos seriados de ficción.

En el periodo analizado (1989-2013), uno de cada cuatro minutos producidos de ficción seriada corrió a cargo de productoras de fuera del territorio, y dos de cada cuatro minutos de ficción seriada se produjeron con una fórmula de coproducción entre empresas del territorio y empresas domiciliadas en otras comunidades autónomas. Solo uno de cada cuatro minutos de ficción seriada producidos estuvo a cargo de productoras íntegramente valencianas.

Las productoras que más minutos de ficción seriada produjeron fueron Trivisión SL, Alben producciones-Conta Conta producciones SL, y Estudios Valencia Television SL. Fuentes consultadas en la fase cualitativa de la investigación aseguran que los productos realizados por estas tres empresas funcionaron muy bien en términos de audiencia, motivo por el que se confiaba en ellas para la producción de nuevas temporadas o de otras series de similares características.

Por lo que hace a la producción de *tv movies*, entre 2004 y 2011 se produjeron medio centenar de películas para televisión coproducidas por la cadena autonómica valenciana junto con productoras del territorio autonómico y productoras y televisiones autonómicas de otras regiones. Los años 2005, 2007 y 2008 registraron la mayor inversión pública en producción de este formato de ficción gracias a la convocatoria de ayudas para producción de *tv movies* puesta en marcha por la Generalitat Valenciana.

En relación a la producción de miniseries, la Generalitat Valenciana financió la producción de este tipo de producciones entre 1997 y 2009. Se trató de grandes producciones en cuanto a presupuesto que se emitieron principalmente en Televisión Española con buenos datos de audiencia. Entre 2006 y 2009 fue Televisión Valenciana quien emitió estas miniseries producidas íntegramente por empresas radicadas en la Comunidad Valenciana.

Los profesionales y empresarios encuestados para la realización de esta investigación han opinado sobre el papel que Radiotelevisión Valenciana jugó en la externalización de la producción de ficción. En el siguiente gráfico podemos observar la opinión de los encuestados respecto del grado de externalización que Radiotelevisión Valenciana realizó de la producción de programas de ficción.

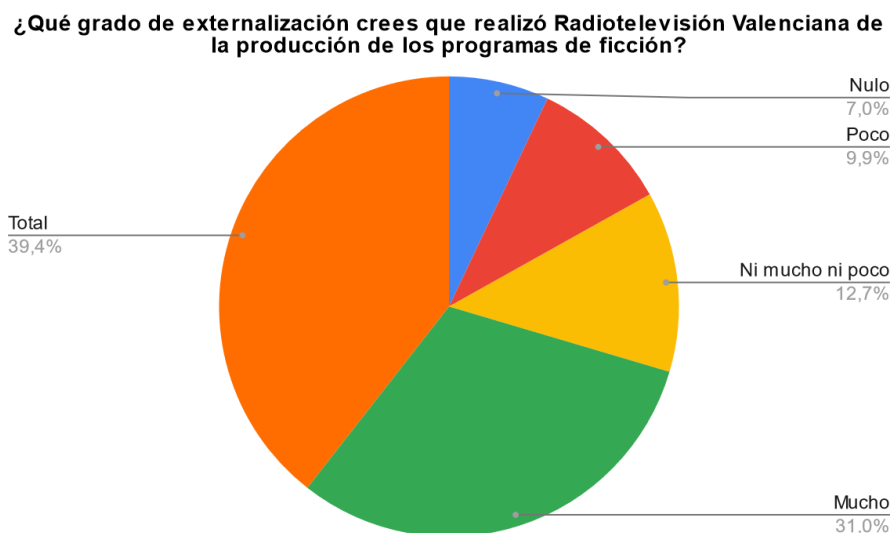


Gráfico 73. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de ficción. Fuente: elaboración propia

De los datos del gráfico anterior se deriva que la opinión de un 39,4% de los profesionales y empresarios del sector audiovisual valenciano encuestados es que el grado de externalización de la ficción en RTVV fue total, mientras que un 31% opinan que esa externalización fue mucha. Curiosamente, hay un porcentaje de un 17% de los encuestados que opina que el grado de externalización de la ficción fue nulo o poco, mientras que un 13% muestran indiferencia o equidistancia.

Los datos de la investigación demuestran que la externalización de la ficción en RTVV fue total, ya que en todas las producciones detalladas anteriormente, tanto series como *tv movies* y miniseries, la cadena autonómica externalizó la producción con empresas valencianas o de otros territorios autonómicos, pero en ningún caso utilizó los recursos propios de la cadena, es decir, no optó por la fórmula de la producción propia, sino por la producción propia externalizada. Llama la atención, por tanto, que haya un porcentaje tan elevado de encuestados que consideren que este tipo de producciones no se externalizaron.

En la fase cualitativa, los entrevistados coinciden en valorar positivamente el periodo 2004-2011 en el que la producción de ficción se incrementó y la

cadena apostó por la externalización de los géneros de ficción con las empresas y profesionales de la Comunidad Valenciana. Destacan que la inversión realizada por Radiotelevisión Valenciana y la Generalitat en la producción de series, miniseries y *tv movies* contribuyó a profesionalizar el sector, a establecer convenios de coproducción con empresas de otros territorios autonómicos, y a crear un *star system* de actores y actrices que recibieron el reconocimiento del público y reactivaron otros sectores afines como el teatral.

5.3. La externalización de la producción de entretenimiento

Una parte muy importante de la producción de programas en una cadena de televisión es la destinada a los espacios de entretenimiento. Hay una gran diversidad de géneros y formatos que se pueden incluir en el ámbito del entretenimiento televisivo, los más habituales son las series documentales, los concursos, *talk shows*, *reality show* o *talent show*. En ocasiones es complicado clasificar un programa dentro de un género, ya que los creadores van fusionando características de unos programas con otros para crear nuevos formatos innovadores capaces de atraer a la audiencia.

Algunos autores, como Álar Peris, han analizado los contenidos de entretenimiento en las televisiones públicas de proximidad, y coinciden en afirmar que las televisiones autonómicas no deben renunciar a indagar en el macrogénero del entretenimiento “cuyos contenidos no tienen porqué estar sujetos exclusivamente a los intereses de las cadenas privadas”. El autor indica que “es posible, y hasta necesaria, una mirada pública sobre los formatos de concursos, *talk shows*, magazines e, incluso, sobre la telerrealidad”. (Peris, 2017:138)

A continuación se ofrece un análisis de la producción de entretenimiento televisivo producida por Radiotelevisión Valenciana en sus 24 años de historia. El análisis se ha dividido en 11 apartados tomando en consideración la información aportada por la cadena sobre los distintos tipos de programas. En cada uno de los apartados se han agrupado los programas que podríamos considerar afines.

A continuación indicamos los 11 apartados y los tipos de programas agrupados en cada uno de ellos:

1. Series documentales y programas divulgativos. Se han incluido los programas clasificados como documentales, docu-realities, *docu-show*, divulgativos y divulgativos infantiles.
2. Programas de cocina

3. Concursos.
4. *Talk shows*. Se han incluido los programas clasificados como talk shows, debates y entrevistas.
5. Programas de humor
6. Magazines
7. Talent shows
8. *Reality shows*
9. Musicales y variedades
10. Culturales
11. Programas de difícil clasificación

5.3.1. Externalización de la producción de series documentales y divulgativos

Las series documentales son uno de los productos televisivos que año tras año se mantiene en las parrillas de programación de las cadenas, especialmente en las televisiones autonómicas que recurren a este formato televisivo para dar a conocer las peculiaridades de la cultura, las gentes, la gastronomía, etc. del territorio autonómico.

Se trata de programas, de tira semanal o diaria, con capítulos de entre 30 y 50 minutos, en los que se muestra la vida de la gente con un valor documental. Existen diversas variantes de este género como podrían ser los docu-soaps, en los que la parte documental se ve complementada por aspectos ficcionados o guionizados, o el docu-reality en que se destaca el drama personal o se hace especial hincapié en los conflictos que se generan entre las personas protagonistas del relato. También entrarían en esta categoría algunas series documentales de valor divulgativo en el que destaca el carácter pedagógico del contenido.

El autor Álvar Peris ha analizado la producción de contenidos en las televisiones de proximidad y destaca que “temas tan aparentemente locales, y en principio televisivamente tan poco sugerentes para un público masivo como las setas, la lengua, la arqueología, la pesca, la música o la historia, han dado lugar a programas que han conseguido colocarse en el prime time de las televisiones públicas autonómicas con resultados más que dignos”. (Peris, 2017:139)

Radiotelevisión Valenciana no fue ajena a este aspecto y durante sus 24 años de vida programó numerosas series documentales, la mayoría de ellas producidas en colaboración con empresas y profesionales de la Comunidad Valenciana. Según los datos facilitados por la propia cadena, este tipo de producciones se clasificaron como docu-realities, programas de divulgación o

documentales, pero analizando las propias producciones se puede concluir que es muy delgada o casi inexistente la línea que separa unos formatos televisivos de otros, por lo que consideraremos que todos los programas clasificados en estos tres epígrafes pertenecen al género de las series documentales.

De entre la gran variedad de espacios de divulgación que emitió Radiotelevisión Valenciana encontramos las más diversas temáticas. “9 mesos” fue una serie divulgativa que trataba todo lo referente al mundo de la gestación: embarazo, parto y primeros años de vida. “A qué juguem?” nos contaba las peculiaridades de los juegos tradicionales valencianos. “A quin preu?” era un programa sobre consumo que explicaba cuánto valen las cosas cotidianas y daba consejos para ahorrar y abarcaba temas de actualidad financiera. “Ajuda’t” era un microespacio con consejos de salud y vida sana, mientras que “Campus universitari” nos hablaba de las investigaciones, estudios y actividades que realizan las universidades de la Comunidad Valenciana.

Son sólo algunos ejemplos de los numerosos programas de divulgación emitidos, pero hubo de temas muy variados, desde los dedicados al medio ambiente, el diseño de interiores, la arquitectura o la moda, pasando por los animales de compañía, el deporte o la gastronomía. En esta clasificación podrían haberse incluido los programas de cocina, pero la cadena ha considerado conveniente clasificarlos como un género independiente. Se han incluido en este apartado todos los programas clasificados como docu-reality, *docu-show*, documental, y programas divulgativos y divulgativos infantiles.

	AÑO	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	1989	Fulles grogues	TVV SA
2	1989	Llocs i paratges	TVV SA
3	1989	Menjar i viure	TVV SA
4	1989	Oficis i beneficis	TVV SA
5	1992	Chan tata chan	Telemadrid SA
6	1992	Espais naturals	Conselleria De Medi Ambient
7	1993	Crònica sentimental	Mercuri Societat General De Producció SA
8	1993	Nit de misteri	Gestmusic Endemol SA
9	1993	Sexe i ...	Pirtel SA
10	1994	Rutes Comunitat Valenciana	TVV SA
11	1995	Les imatges de la memòria	TVV SA , Filmoteca De La Generalitat
12	1995	Vent de mar	Taller Imagen Universidad Alicante
13	1996	Dies que van canviar la nostra vida	Mercuri Societat General de Producció SA
14	1996	La nostra natura	JP Producciones SL
15	1996	Moments i ciutats	Visual Producciones SL
16	1996	Tocant a festa	Trivisión SL
17	1996	Una música, un poble	Adí Producciones SL
18	1996	Valencians que fan història	Films I Capital SL
19	1996	Viatgem per casa	Videquip SA
20	1997	Les festes	TVV SA

21	1997	Medi ambient	TVV SA
22	1997	Mediterrani	TVV SA , France 3 , RAI
23	1997	Solidaris	TVV SA
24	1997	Temps d'oficis	TVV SA
25	1997	Vida sana	TVV SA
26	1998	Camins de ferro	TVV SA
27	1998	Mirar un quadre	La Joiosa Guarda SL
28	1998	Tal dia com hui	TVV SA
29	1999	Del mont a la plana	Dordavi SL
30	1999	Els dominis de la mar	Bluescreen SL
31	1999	Imatges en la memòria	Teleproducciones Mediterraneo SL
32	1999	Made in Comunitat Valenciana	Astel Producciones SL
33	1999	Noms propis	Media Group Hispania SL
34	1999	Trens valencians per a la memòria	Visual Producciones SL
35	1999	Veus i músiques	Gabinete De Comunicación Global SL
36	1999	Viatjar sense bitllet	Trivisión SL
37	1999	Xip XXI	Mar Digital Tv SL.
38	2000	Castells en el temps	Gran Matinal Films SA
39	2000	Costa blanca: la nova Europa	Index Producciones SL
40	2000	De València a Santiago de Compostela	5 Films SA
41	2000	De la A a la Z	Gabinete De Comunicación Global SL
42	2000	En línia	Visión 10 SL
43	2000	Fora de sèrie	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
44	2000	La casa de la mirada	La Joiosa Guarda SL
45	2000	Les artèries de la terra	Bluescreen Cb SA
46	2000	Mira i voràs	Trivisión SL
47	2000	Preguntes al tercer mil·leni	Trivisión SL
48	2000	Secretos de Hollywood	Prime Time Communications SA
49	2000	Tota una vida	TVV SA
50	2001	9 mesos	Eurocasting Servicios Tv SL
51	2001	Bombers	World Films Producciones Audiovisuales SL
52	2001	Camins per la mar	Lugalbanda SL
53	2001	Canal 9 presenta...	TVV SA
54	2001	Entre els nostres	Trivisión SL
55	2001	Exploradors del segle XXI	Bubo Films SL
56	2001	Museus de la Comunitat	Tabarka Media SA
57	2001	València en la memòria	Parafina Producciones SL
58	2002	Aventura't	Conta Conta Produccions SL
59	2002	Cròniques de la terra encantada	Lugalbanda SL
60	2002	Curar-se en salut	Mettre Levante SL
61	2002	Darrere l'ombra dels Borja	Tabarka Media SA
62	2002	De prop	Medusa Producciones SL
63	2002	El nou europeu	Astel Producciones SL
64	2002	Històries de teatres	Adí Producciones SL
65	2002	La finestra indiscreta	Endora Producciones SL
66	2002	Miquinòries	Dripping Media SL
67	2002	Monuments històries vives	El Peix Nicolau SL
68	2002	Planeta bicicleta	GPM, Multiprogramas SL

69	2002	Real com la vida	World Films Producciones Audiovisuales SL , TVV SA
70	2002	Reflexes de dona a l'espill d'Europa	Malvarrosa Media SL
71	2003	A contracorrent	El Peix Nicolau SL
72	2003	Accents	Malvarrosa Media SL
73	2003	Adés i ara	Malvarrosa Media SL
74	2003	Conte contat	TVV SA
75	2003	D'ací d'allà	Gabinete De Comunicació Global SL
76	2003	Els nostres vins	Casamayor Teixeira Comunicació SL
77	2003	La nostra passió	Medusa Producciones SL
78	2003	Ma mare és ...	Visual Producciones SL
79	2003	Parcs naturals de la Comunitat	Conselleria De Medi Ambient
80	2003	SOS animal	Rompe Tv SL
81	2003	Sota terra	Colormatic Cine SL
82	2004	Àlbum	Gabinete De Comunicació Global SL
83	2004	Com són i com sonen	Astel Producciones SL
84	2004	Comunica't	Endora Producciones SL
85	2004	Darrere del teló	Bluemoon Produccions
86	2004	Dones	Conta Conta Produccions SL
87	2004	Emprenedors	Vicia Video De Valencia SL
88	2004	Europa a 25	TVV SA
89	2004	Guamipi	TVV SA
90	2004	Vespres de glòria	Malvarrosa Media SL
91	2004	S'estila	Conta Conta Producciones SL
92	2005	60 dels 60	Adí Producciones SL
93	2005	Aigua viva. Els peixos de l'Oceanogràfic	TVV SA
94	2005	Al límit 112	Acca Media Enterprise SL
95	2005	Campus universitari	Producciones Audiovisuales Espadan SL, Marketing Y Comunicació 2003 SL
96	2005	Cuinart	Conta Conta Producciones SL
97	2005	De festa	Medusa Producciones SL
98	2005	De la festa, la vespra	Hispanocine P.C. SL
99	2005	Innova	Universitat Politècnica Alacant
100	2005	Jocs de pau	Malvarrosa Media SL
101	2005	Mascotes	Visual Producciones SL
102	2005	Més que moda	Carolina Films SL
103	2005	Mirant al futur	Intereconomia Corporación SL
104	2005	Orígens	Visión 10 SL
105	2005	Què feies tu?	Endora Producciones SL
106	2005	Qui és qui a la Comunitat Valenciana	Producciones Televisivas Mecomlys SL
107	2005	Remeis al rebost	World Films Producciones Audiovisual SL
108	2005	Sambòrik	La Granota Grogga SL
109	2005	Vides arriscades	GPM Producciones
110	2006	3 en comú (tres en comú)	Euromedia Producciones SL
111	2006	A quin preu?	Intereconomía Corporación SL
112	2006	Atreveix-te a pensar	Endora Producciones SL
113	2006	Bandàlia	Producciones Televisivas Mecomlys SL
114	2006	Científics valencians	Tabarka Media SA

115	2006	Col·lecciona't	Casamayor Teixeira Comunicació SL
116	2006	Comunitat Valenciana des de l'aire	Aurea Documentary SL
117	2006	Finestra pública	Endora Producciones SL
118	2006	Furtius de la història	Dobledeu Levante SL
119	2006	Ingenio natural	New Atlantis Line SL
120	2006	L'edat daurada	El Peix Nicolau SL
121	2006	L'estatut	Endora Producciones SL
122	2006	La Comunitat Valenciana des del mar	Aurea Documentary SL
123	2006	Mercats	Hispanocine P.C. SL, Endora Producciones SL
124	2006	Segles de cuina	Tabarka Media SA
125	2006	Shalakabula	Contenidos Audiovisuales Extra Tv SL
126	2006	Sí a l'òpera	Mogambo Producciones SL, Endora Producciones SL
127	2006	Societat anònima	Visual Producciones SL
128	2006	Spotisme il·lustrat	Adí Producciones SL
129	2007	A què juguem?	Medusa Producciones SL
130	2007	Ac confidencial	Prodigijs Audiovisual SL
131	2007	Acció humanitària	Gabinete de Comunicació Global SL
132	2007	Els territoris de la ficció	2many Producers SL
133	2007	Entre vins	Ferran i Ximo Produccions SL
134	2007	Escapades	Adí Producciones SL
135	2007	I el diumenge, què?	Concepto Web Cb
136	2007	La Comunitat poble per poble	Ph 77 Televisión SL
137	2007	Les cartoixes valencianes	Eme Eme Audiovisuales Morvedre SL
138	2008	El món de xicutel	Tranvia Producciones SL, Hispanocine Pc SL
139	2008	Els secrets de l'aigua	Gaia Audiovisuales SL
140	2008	Històries del cinema	2many Producers SL
141	2008	Kim & co	Tarannà Films SL
142	2008	La classe	Visual Producciones SL
143	2008	Memòria de la Comunitat Valenciana	Aurea Documentary SL
144	2008	Naturaleza viva de la Comunitat	Aurea Documentary SL
145	2008	Pioners (nous pioners)	Dordavi SL
146	2008	Un viatge al nadal	Jonner & Fonner Producciones SL
147	2008	Vull ser ...	Endora Producciones SL
148	2009	L'herència monàstica	Eme Eme Audiovisuales Morvedre SL
149	2009	Llums en el cavallet	Candil Films SL
150	2009	Valencians pel món	New Atlantis Line SL, Servicios Audiovisuales Mat Media SL
151	2010	Ajuda't	TVV SA
152	2010	Apostem pel futur	Malvarrosa Media SL
153	2010	Bic	Polu Popum SL
154	2010	De temporada	TVV SA
155	2010	Delicatessen	Endora Producciones SL
156	2010	DNI	Intervalencia Publicidad SL
157	2010	Els primers de la classe	Malvarrosa Media SL, Magnum Contenidos Multimedia SL
158	2010	Gormandia	Endora Producciones SL
159	2010	Interiors	TVV SA

160	2010	Jo treballe scí	Cuarzo Producciones SL, Kikalux SL
161	2010	Misterios médicos	Four Luck Banana SL
162	2011	El poble del costat	Diafebus Media SL
163	2011	Mars i oceans	Bluescreen SL
164	2011	Sabies que ...?	TVV SA
165	2011	Sona la banda	TVV SA
166	2011	Trau la llengua	Vertice 360 Grados SA, Videac SA, Producciones Televisivas Mecomyls SL
167	2012	Camins perduts	Malvarrosa Media SL
168	2012	Futbolistes	TVV SA

Tabla 54. Listado de series documentales producidas por RTVV en el periodo 1989-2013

En total son 168 los programas que Radiotelevisión Valenciana produjo y que podríamos clasificar como series documentales y divulgativos. De esos 168, dos se hicieron con la fórmula de la producción asociada, 140 fueron externalizados, y 26 se hicieron con producción propia de la cadena.

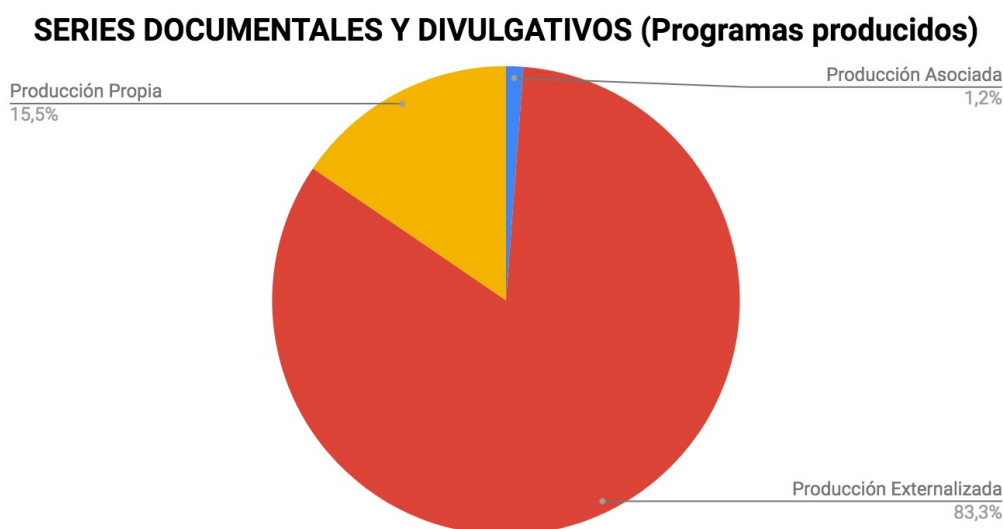


Gráfico 74. Distribución porcentual de la producción propia, asociada y externalizada de series documentales atendiendo al número de programas producidos.

Sin duda, el gráfico deja bien claro que la externalización fue la fórmula elegida por Radiotelevisión Valenciana para la producción de este tipo de programas, ya que un 83,3% de las series documentales y programas divulgativos las produjeron empresas externas, mientras que solo un 15,5% fue producción propia con los recursos humanos y materiales de RTVV. No se dispone de datos de la duración de todos los programas, pero sí del número de capítulos que se produjeron de cada uno de ellos.



Gráfico 75. Distribución porcentual de la producción propia, asociada y externalizada de series documentales atendiendo al número de capítulos producidos.

A diferencia del gráfico anterior, si interpretamos los datos atendiendo al número de capítulos producidos de cada programa, sube el porcentaje de la producción propia hasta el 28,2%, mientras que la externalización se reduce hasta el 71,5%. Esto es debido a que de algunos programas de producción propia se emitieron numerosos capítulos durante los 24 años de vida de la cadena, como por ejemplo Medi ambient (685 capítulos), Solidaris (469 capítulos), o Guamipi (312 capítulos). Se trata de series documentales con larga trayectoria en la programación de la cadena que estuvieron producidas con los propios recursos técnicos y humanos de la televisión autonómica. Por contra, las externalizaciones, en general, se realizaban por temporadas por un número de capítulos más limitado.

LISTADO DE LAS SERIES DOCUMENTALES Y DIVULGATIVOS CON MÁS CAPÍTULOS EMITIDOS

PROGRAMA	PRODUCTORA	CAPÍTULOS
En línia	Visión 10 SL	920
Medi ambient	TVV SA	685
Sambòrik	La Granota Grogga SL	662
Remeis al rebost	World Films Producciones Audiovisuales SL	537
Solidaris	TVV SA	469
De la A a la Z	Gabinete de Comunicación Global SL	459
Guamipi	TVV SL	312
La Comunitat poble per poble	PH 77 Televisión SL	223
Miquinòries	Dripping Media SL	200
A quin preu?	Intereconomía Corporación SL	136
Orígens	Visión 10 SL	134
S'estila	Conta Conta Producciones SL	132
Campus universitari	Producciones Audiovisuales Espadan SL, Marketing y Comunicación 2003	126
Curar-se en salut	Mette Levante SL	119

De prop	Medusa Producciones SL	112
Àlbum	Gabinete de Comunicación Global SL	100

Tabla 55. Listado de series documentales y divulgativos con más capítulos producidos en el periodo 1989-2013

En esta tabla se muestra el listado de aquellas series documentales de las que se emitieron más de 100 capítulos. La mayoría de ellas se produjeron con la fórmula de la producción externalizada, salvo 3 que fueron producción propia. El espacio divulgativo del que más capítulos se emitieron fue “En línia” producido por Visión 10 SL. Entre los años 2000 y 2004 se produjeron 920 capítulos de este programa de ejercicios de aeróbic pensado para practicar en casa frente al televisor. Le sigue el programa “Medi ambient”, un clásico de la parrilla de programación de Televisión Valenciana SA, del que se emitieron 685 capítulos producidos por la propia televisión entre 1997 y 2012. El tercero en el ránking es el programa “Sambòrik” un divulgativo infantil en el que niños y niñas participaban en experimentos y descubrimientos. Las 662 entregas de este programa las produjo la empresa La Granota Grogga SL. El siguiente en la lista es “Remeis al rebost” con 537 capítulos producidos por la empresa castellonense World Films Producciones Audiovisuales SL entre 2005 y 2008. El quinto es otro clásico de la cadena, “Solidaris”, cuyas 469 entregas estuvieron producidas por la propia Televisión Valenciana SA y emitidas entre 1997 y 2007.

LISTADO DE LAS PRODUCTORAS CON MÁS SERIES DOCUMENTALES PRODUCIDAS

PRODUCTORA	Nº DE SERIES
Endora Producciones SL	10
Malvarrosa Media SL	8
Visual Producciones SL	6
Adí Producciones SL	5
Trivisión SL	5
Gabinete de Comunicación Global SL	5
Medusa Producciones SL	4
Conta Conta Producciones SL	4
Tabarka Media SA	4
Aurea Documentary SL	4

Tabla 56. Listado de las productoras que más series documentales produjeron para RTVV en el periodo 1989-2013

De la tabla anterior se desprende que las empresas Endora Producciones SL y Malvarrosa Media SL fueron las que más encargos de series documentales recibieron, la primera con 10 series producidas (“L'estatut”, “Gormandia”, “La finestra indiscreta”, “Vull ser...”, “Comunica't”, “Què feies tu?”, “Atreveix-te a pensar”, “Finestra pública”, “Delicatessen”, y “Mercats”) y la segunda con 8 series producidas (“Adés i ara”, “Jocs de pau”, “Vespres de glòria”, “Accents”, “Camins perduts”, “Apostem pel futur”, “Reflexes de dona a l

‘espill d’Europa”, y “Els primers de la classe”). Le sigue en el ranking Visual Producciones SL que produjo estos 6 programas: (“Ma mare és...”, “Societat anònima”, “La classe”, “Trens valencians per a la memòria”, “Mascotes” y “Moments i ciutats”). Las siguientes, con 5 producciones cada una, son: Adí Producciones SL (“Una música, un poble”, “60 dels 60”, “Històries de teatres”, “Spotisme il·lustrat”, y “Escapades”), Trivisión SL (“Tocant a festa”, “Mira i voràs”, “Entre els nostres”, “Viatjar sense bitllet”, y “Preguntes al tercer mil·leni”), y Gabinete de Comunicación Global SL (“Àlbum”, “D’ací d’allà”, “De la A a la Z” “Veus i músiques” i “Acció humanitària”).

LISTADO DE LAS PRODUCTORAS CON MÁS CAPÍTULOS DE SERIES DOCUMENTALES PRODUCIDOS

PRODUCTORA	Nº DE CAPÍTULOS
Visión 10 SL	1054
La Granota Groga SL	662
Gabinete de Comunicación Global SL	585
World Films Producciones Audiovisuales SL	567
Endora Producciones SL	308
PH 77 Televisión SL	223
Conta Conta Producciones SL	217
Medusa Producciones SL	209
Dripping Media SL	200
Intereconomía Corporación SL	149
Adí Producciones SL	144
Producciones Audiovisuales Espadan SL, Marketing y Comunicación 2003 SL	126
Mettre Levante SL	119
Malvarrosa Media SL	113
Trivisión SL	104

Tabla 57. Listado de las productoras que más capítulos de series documentales produjeron para RTVV en el periodo 1989-2013

La tabla que relaciona los capítulos de programas divulgativos y series documentales con las productoras que los realizaron, deja claro que fue la valenciana Visión 10 SL la que más capítulos produjo para la cadena autonómica, con 1054 capítulos sumando los de su programa “En línia” y “Orígens”. El primero, que tuvo 920 entregas era un programa de ejercicios de aeróbic para practicar en casa frente al televisor, y estaba presentado por la campeona mundial de aeróbic Carmen Valderas.

La segunda productora de la lista es La Granota Groga SL, responsable de las 662 entregas del programa “Sambòrik”, un espacio de divulgación científica para escolares emitido entre 2005 y 2008.

En tercer lugar se encuentra Gabinete de Comunicación Global SL, con 585 capítulos que suman las series “Àlbum”, “D’ací d’allà”, “De la A a la Z” “Veus i músiques” i “Acció humanitària”.

En cuarto lugar encontramos a la productora castellanense World Films Producciones Audiovisuales SL, que produjo para Radiotelevisión Valenciana un total de 537 capítulos del programa “Remeis al rebost”. Un espacio divulgativo sobre remedios naturales tradicionales con la sabiduría popular de los antepasados y los trucos caseros como claves para mejorar la salud, la alimentación y el bienestar. Además produjo 30 entregas de los programas “Bombers” y “Real com la vida”.

Y a continuación se encuentra Endora Producciones SL, una de las productoras valencianas más prolíficas en producción de divulgativos para Radiotelevisión Valenciana. Diez programas producidos por esta empresa tuvieron hueco en la parrilla de programación de la cadena, se trata de “Comunica't”, “Gormandia”, “L'Estatut”, “Vull Ser ...”, “La finesta indiscreta”, “Qué feies tu?”, “Atreveix-te a pensar”, “Finestra pública” “Delicatessen”, i “Mercats”. En total fueron 308 capítulos los producidos por Endora Producciones SL entre los 10 programas.

Si analizamos los años en que se estrenaron las series documentales obtenemos el siguiente gráfico.

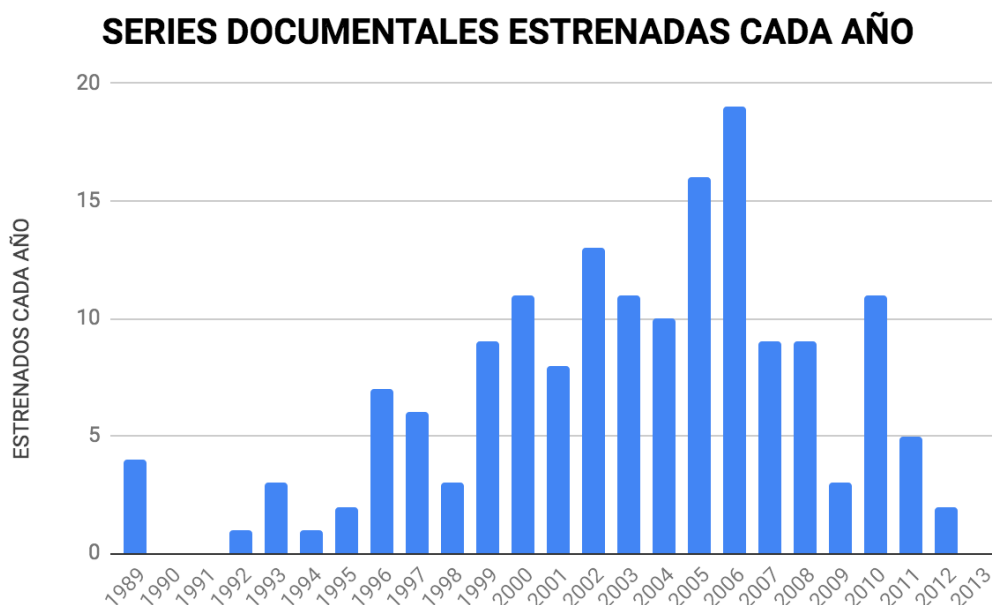


Gráfico 76. Series documentales estrenadas por RTVV cada año en el periodo 1989-2013

Del gráfico de barras se observa que en los primeros años de vida de la cadena se estrenaron muy pocas series documentales. Es a partir de 1996 cuando la producción de este formato televisivo empieza a crecer. Podría

deberse a la puesta en marcha ese mismo año del segundo canal de la cadena autonómica, denominado Punt Dos, en el que se programaban muchos espacios de este tipo. El año en que se estrenaron un mayor número de series documentales fue 2006, con 19 estrenos. 2005 también acumuló muchas novedades en este sentido con 16 nuevas series documentales en parrilla. A partir de 2007 la producción de este formato desciende hasta las 2 producciones estrenadas en 2012 y las cero producciones de 2013.

SERIES DOCUMENTALES EMITIDAS CADA AÑO

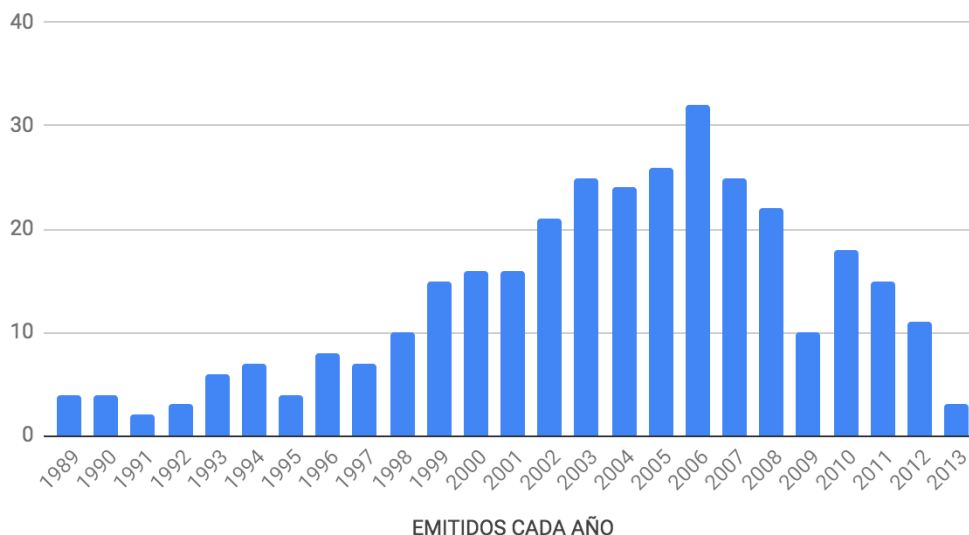


Gráfico 77. Series documentales emitidas por RTVV cada año en el periodo 1989-2013

En este gráfico podemos observar las series documentales emitidas cada año. La curva es muy similar a la del gráfico anterior, con escasa emisión en los primeros años de vida de la cadena y un incremento progresivo a partir de 1996. Los años que mayor número de series hubo en la parrilla de programación fueron 2003, con 25 series documentales en antena, y 2005, en el que también se programaron 25 series documentales. En 2006 el número de series documentales emitidas alcanzó las 31. A partir de 2006 la cifra de series en emisión comienza a descender hasta las 3 series documentales que se emitieron en 2013.

Los años de mayor estreno y emisión de series documentales coinciden con los años en que la Conselleria de Cultura, a través del Instituto Valenciano del Audiovisual y la Cinematografía (IVAC), fomentó la producción de este tipo de programas, subvencionando una parte de la producción que posteriormente completaba Radiotelevisión Valenciana con la adquisición de los derechos de emisión. A continuación se muestran los listados de proyectos subvencionados por el IVAC entre 1997 y 2007.

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 1997

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN
1997	Baix la mar	Bluescreen CB	48.000,00
1997	Génesis	Lugalbanda	21.035,42
1997	Viaje sin billete	Trivisión SL	42.000,00
1997	Una música, un poble	Adí producciones	42.000,00
1997	Mirar un quadre	La Joiosa Guarda	27.045,54
TOTAL 1997			180.080,96

Tabla 58. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en 1997

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 1998

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN
1998	Pumby	Cartoon producciones	120.000,00
1998	Les arteries de la terra	Bluescreen	48.000,00
1998	Snailympics	Truca films	60.000,00
1998	Mirar un quadre	La joiosa guarda	30.000,00
1998	Preguntes al III mileni	Trivisión	72.000,00
1998	Veus i músiques	Gabinete de comunicación global	69.000,00
1998	Made in Comunitat Valenciana	Astel producciones	42.000,00
1998	Trens valencians per a la memòria	Visual producciones	30.000,00
1998	Una música, un poble	Adí producciones	48.000,00
TOTAL 1998			519.000,00

Tabla 59. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 1998

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 1999

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN
1999	Una música un poble	Adí producciones	30.000,00
1999	Museos de la Comunidad	Tabarka media	18.000,00
1999	El secreto de Luca	Visual producciones	54.000,00
1999	Sense fronteras	Astel producciones	42.000,00
1999	Triquiñuelas	Pasozebra	12.000,00
1999	De Valencia a Santiago de Compostela	5 films	30.000,00
1999	Mira i voràs	Trivisión	30.000,00
1999	De la A a la Z	Gabinete de comunicación global	60.000,00
1999	El artista y su obra	La Joiosa Guarda	12.000,00
TOTAL 1999			288.000,00

Tabla 60. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 1999

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 2000

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN
2000	Historietes medievals	Index producciones	48.000,00
2000	Tras la sombra de los Borgia	Tabarka media	30.000,00

2000	Reflejos de la mujer en europa	Pedro Pérez Rosado	30.000,00
2000	El nuevo europeo	Astel producciones	48.000,00
2000	Una música, un poble	Adí producciones	90.000,00
2000	De a la A a la Z	Gabinete de comunicación global	48.000,00
2000	Monumentos, historia vivas	El peix Nicolau	30.000,00
2000	Els tripus	Visual producciones	36.000,00
2000	Crónicas de la tierra encantada	Lugalbanda	30.000,00
TOTAL 2000			390.000,00

Tabla 61. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2000

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 2001

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN	RENUNCIA	TOTAL
2001	Planeta bicicleta	Guillermo Pérez Mariana	24.000,00		24.000,00
2001	La ventana indiscreta	Endora producciones	48.000,00		48.000,00
2001	Tiempos modernos	Malvarrosa Media	36.000,00		36.000,00
2001	Nuestros vinos valencianos	Casamayor Teixeira Comunicación	18.000,00		18.000,00
2001	Nuestro Mediterráneo ¹³	Bluescreen	60.000,00	-60.000,00	0,00
2001	Històries de teatre	Adí producciones	36.000,00		36.000,00
2001	D'ací d'allà	Gabinete de comunicación global	30.000,00		30.000,00
2001	Miquinòries	Dripping media	30.000,00		30.000,00
2001	Acentos ¹⁴	Producciones video valencianas	24.000,00	-24.000,00	0,00
2001	A contra corrent	El peix Nicolau	24.000,00		24.000,00
TOTAL 2001			330.000,00	-84.000,00	246.000,00

Tabla 62. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2001

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 2002

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	TOTAL
2002	Ma mare és...	Visual producciones	15.000,00
2002	Los nimbos	Pasozebra producciones	36.000,00
2002	Com són i com sonen	Astel producciones	24.000,00
2002	Susurros del Neva	Freedonia producciones	24.000,00
2002	Álbum	Gabinete de comunicación global	18.000,00
2002	Emprendedores	Vicia video	18.000,00
2002	Vamos a jugar	Malvarrosa Media	15.000,00
2002	Jorge Juan	Tabarka media	18.000,00
2002	Comunícate	Endora producciones	24.000,00
2002	SOS animal	Rompe TV	15.000,00
2002	L'edat daurada	El peix Nicolau	18.000,00
2002	Sota terra	Colormatic	15.000,00
TOTAL 2002			240.000,00

¹³ . La productora Bluescreen renunció a la ayuda de 60.000 preconcedida al proyecto "Nuestro Mediterráneo"

¹⁴ . La productora Producciones Video Valencianas renunció a la subvención de 24.000 preconcedida al proyectos "Acentos".

Tabla 63. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2002

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 2003

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN
2003	Fabulandia	Pasozebra producciones	30.405,00
2003	Cuando cae la noche	Medio media	20.000,00
2003	Societat anònima	Visual producciones	15.000,00
2003	Darrere del teló	Estudios Valencia TV	15.000,00
2003	Vespres de glòria	Gabinete de comunicación global	20.000,00
2003	Científicos valencianos	Tabarka media	20.000,00
2003	Orígens	Visión 10	15.000,00
2003	60 dels 60	Adí producciones	25.000,00
2003	¿Qué hacías tú?	Endora producciones	25.000,00
2003	Col·leccionat	Casamayor Teixeira Comunicación	15.000,00
2003	S'estila	Conta conta producciones	25.000,00
TOTAL 2003			225.405,00

Tabla 64. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2003

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 2004¹⁵

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN
2004	Res a vore	Gabinete de comunicación global	19.000,00
2004	Animadores	Abanda media producciones	19.000,00
2004	Més que moda	Carolina films	15.000,00
2004	Cuinar-te	Conta conta producciones	19.000,00
2004	Raíces de la gastronomía	Tabarka media	19.000,00
2004	Qui es qui a la Comunitat	Producciones Mecomlys	16.000,00
2004	La Granja	Pasozebra producciones	26.000,00
2004	Barri	Endora producciones	20.000,00
2004	Mascotes	Visual producciones	10.000,00
2004	Vides arriscades	Guillermo Pérez Mariana	15.000,00
2004	De la festa, la vespra	Hispanocine PC	19.000,00
TOTAL 2004			197.000,00

Tabla 65. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2004

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 2005¹⁶

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	TOTAL
2005	Històries del cinema	2many producers	17.100,00
2005	Furtivos de la història	Dobledeu Levante	22.700,00

¹⁵ . Resolución de 25 de mayo de 2004, del presidente del Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay, por la que se adjudican las ayudas a la producción de documentales de creación y series para 2004.

¹⁶ . Resolución de 1 de julio de 2005, del presidente del Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay, por la que se adjudican las ayudas a la producción de documentales de creación y series para 2005.

2005	Música i llocs	Euromedia producciones	17.200,00
2005	Misión humanitària	Gabinete de comunicación global	22.700,00
2005	Pares	Visual producciones	15.000,00
2005	Asfalt	Conta conta producciones	22.700,00
2005	L'aigua en la Comunitat Valenciana	Gaia audiovisuals	17.100,00
2005	Spotisme il·lustrat	Adí producciones	17.100,00
2005	Mercats	Hispanocine PC	22.700,00
2005	Atrévete a pensar	Endora producciones	22.700,00
TOTAL 2005			197.000,00

Tabla 66. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2005

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 2006 ¹⁷

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	SUBVENCIÓN
2006	Bici per a tots	Guillermo Pérez Mariana	17.000,00
2006	El món de Xicutel	Hispanocine PC	20.000,00
2006	Escapades	Adí producciones	17.000,00
2006	La fonda dels mons	Tarannà Films	20.000,00
2006	Les cartoixes valencianes	Audiovisuales Morvedre	20.000,00
2006	L'escenari	Visual producciones	17.000,00
2006	Per a xuclar-se els dits	Estudios Andro	20.000,00
2006	Sí a la òpera	Mogambo producciones	20.000,00
2006	Territoris de la ficció	2many producers	20.000,00
2006	Tres en comú	Euromedia producciones	20.000,00
TOTAL 2006			191.000,00

Tabla 67. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2006

AYUDAS A SERIES DOCUMENTALES 2007

AÑO	TÍTULO	PRODUCTORA	IMPORTE	TOTAL
2007	Valentín	Pasozebra producciones	84.350,00	15.000,00
2007	Indicis	Endora producciones	241.614,00	31.600,00
2007	La classe	Visual producciones	146.949,23	18.000,00
2007	Llums en el cavallet	Candil Films	247.898,03	31.600,00
2007	Entre vins	Ferran i Ximo Producciones	146.852,31	31.600,00
2007	Els ordes monàstics	Audiovisuales Morvedre	432.733,00	31.600,00
2007	I el diumenge què?	Concepto Web	127.161,00	31.600,00
TOTAL 2007			1.427.558	191.000,00

Tabla 68. Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2007

En el siguiente gráfico se observa que los presupuestos destinados a ayudas a la producción de series documentales para televisión han seguido una

¹⁷ . Resolución de 1 de junio de 2006, del presidente del Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay, por la que se adjudican las ayudas a la producción de documentales de creación y series para 2006.

tendencia descendente entre 1998 y 2007. A partir de 2008 dejaron de convocarse estas ayudas.

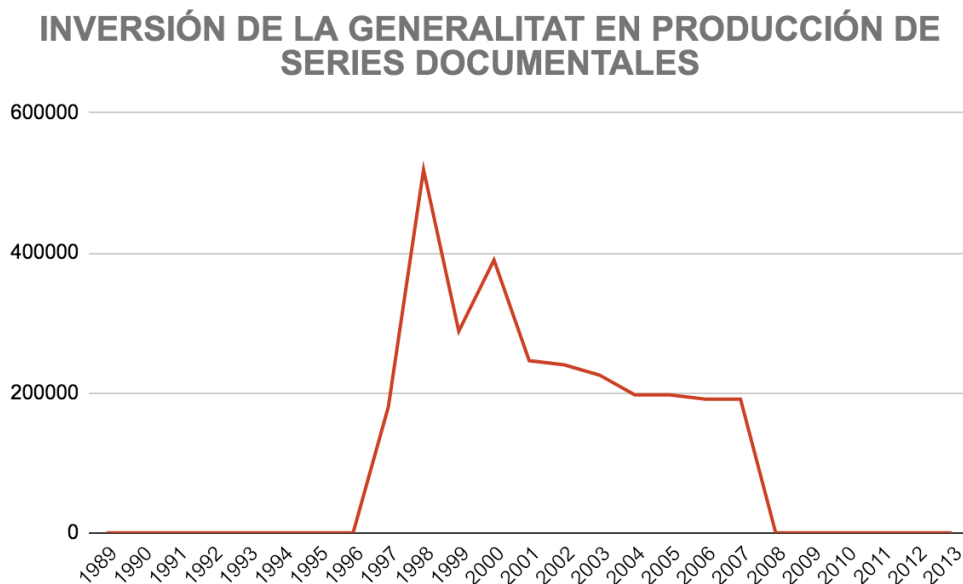


Gráfico 78. Inversión de la Generalitat para la subvención de la producción de series documentales en el periodo 1989-2013

Hemos visto en gráficos anteriores que la mayor parte de las series documentales emitidas por la cadena autonómica se produjeron en régimen de externalización. En los siguientes gráficos trataremos de desgranar la procedencia de las productoras a las que se confió la externalización de estas series documentales.

Procedencia de las productoras de series documentales y divulgativos (Programas producidos)

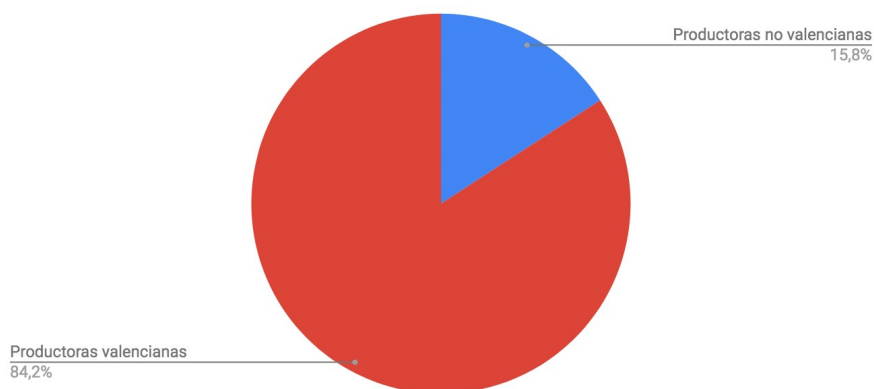


Gráfico 79. Procedencia de las productoras de series documentales y divulgativos emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 en atención al número de programas producidos por cada una de ellas

El gráfico anterior deja claro que Radiotelevisión Valenciana confió mayoritariamente en las productoras valencianas para la externalización de sus series documentales y programas divulgativos. Un 84,2% de las series

documentales y divulgativos externalizados fueron producidos por empresas del territorio autonómico, mientras que un 15,8% de estas series las produjeron empresas domiciliadas fuera de la Comunidad Valenciana.

Procedencia de las productoras de series documentales y divulgativos (Capítulos producidos)

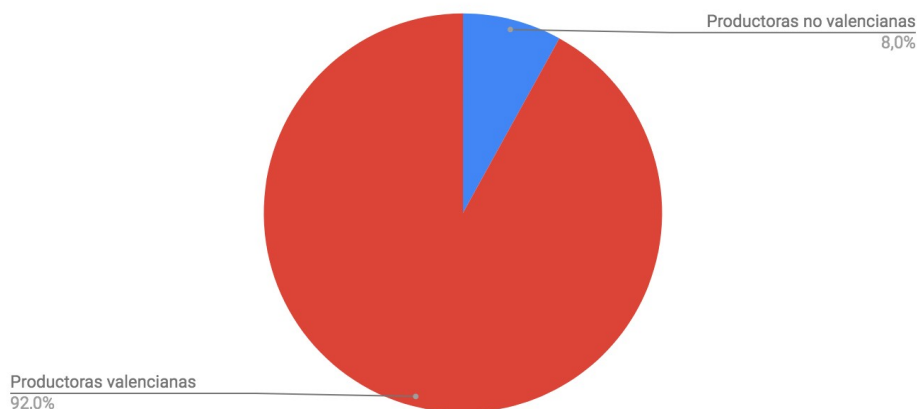


Gráfico 80. Procedencia de las productoras de series documentales y divulgativos emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 en atención al número de capítulos producidos por cada una de ellas

Este gráfico es similar al anterior pero en lugar de analizar los programas producidos por cada una de las productoras se centra en el número de capítulos de series documentales y divulgativos producidos por estas empresas. En este sentido, el gráfico consolida la afirmación tendencia apuntada en el párrafo anterior. Un 92% de los capítulos de series documentales y divulgativos externalizados fueron producidos por empresas valencianas, mientras que sólo un 8% de los capítulos de este género se confiaron a empresas de fuera del territorio autonómico.

Los profesionales y empresarios encuestados para la realización de esta investigación han opinado sobre el papel que Radiotelevisión Valenciana jugó en la externalización de series documentales y programas divulgativos. En el siguiente gráfico podemos observar la opinión de los encuestados respecto del grado de externalización que Radiotelevisión Valenciana realizó de este tipo de programas.

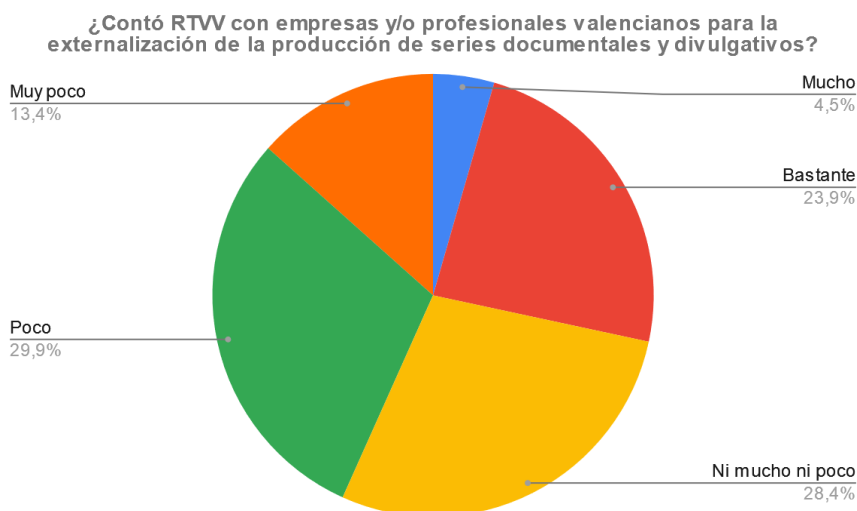


Gráfico 81. Valoración del apoyo que RTVV dio a empresarios y profesionales del audiovisual valenciano para la producción de series documentales y divulgativos.
Fuente: elaboración propia.

Del gráfico se deduce que la percepción de los encuestados es muy ajena a la realidad, ya que solo un 28,4% consideran que RTVV contó con los profesionales valencianos para la externalización de este tipo de programas cuando los datos reales indican que cerca del 90% de los programas externalizados fueron realizados por empresas del territorio autonómico. Resulta curioso que 43,3% de los encuestados coincidan en que RTVV contó poco o muy poco con los profesionales y empresarios valencianos para la externalización de series documentales y programas divulgativos, ya que este tipo de programas es de los que mayor grado de externalización tienen y de los que mayor confianza en las empresas valencianas depositó la cadena autonómica.

Resumiendo, podemos afirmar que las series documentales y programas divulgativos fueron uno de los géneros más producidos en Radiotelevisión Valenciana, y que en la mayoría de casos (más del 70%) se optó por la externalización para la producción de este tipo de programas. Esta externalización se confió mayoritariamente a las productoras valencianas (cerca del 90%). Fueron los programas “En línia” de Visión 10 SL, Medi ambient, producido por la propia Televisión Valenciana SA, “Sambòrik” de La Granota Grogga SL, y “Remeis al rebost” de World Films Producciones Audiovisuales SL los que acumularon un mayor número de entregas. Las productoras que más capítulos de series documentales produjeron para Televisión Valenciana SA fueron todas valencianas: Visión 10 SL, La Granota Grogga SL, Gabinete de Comunicación Global SL, World Films Producciones Audiovisuales SL y Endora Producciones SL. El periodo 2002-2008 fue el que acumuló un mayor número de emisiones de series documentales, un periodo en el que además la Generalitat Valenciana convocaba ayudas para la producción de este tipo de programas que contribuyeron a la proliferación del

género en las parrillas de programación de la cadena autonómica. La opinión de los encuestados es muy ajena a los datos reales, con una percepción general de que la cadena no confió en los profesionales valencianos para la producción de este tipo de programas.

5.3.2. Externalización de la producción de programas de cocina

Los programas de cocina son habituales en las parrillas de programación de las televisiones generalistas. Según los datos aportados por Radiotelevisión Valenciana, fueron 8 los programas de cocina emitidos en sus 24 años de vida. Se detallan en el siguiente listado:

	PROGRAMAS	PRODUCTORA
1	A taula	Videquip SA
2	A la taula	PH 77 Televisión SL
3	Bon profit	TVV SA
4	En casa de Bárbara	Trivisión SL
5	La cuina de Baldo	Intercartel SL
6	Per a xuplar-se els dits	Estudios Andro SL
7	Tant de gust	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
8	Xe, què bo!	Prodigijs Audiovisual SA, Malvarrosa Media SL

Tabla 69. Programas de cocina emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

Tan solo uno de ellos, “Bon profit” se produjo con medios técnicos y humanos de la propia cadena, mientras que los otros 7 se produjeron con la fórmula de la producción externalizada. Atendiendo al siguiente gráfico, la producción propia de programas de cocina supuso solo un 8,8% del total de los capítulos producidos, mientras que la externalización supuso un 91,2%. De estas cifras podemos concluir que la cadena intervino poco en la producción de este tipo de programas cuya producción se encargaba mayoritariamente a productoras ajenas.

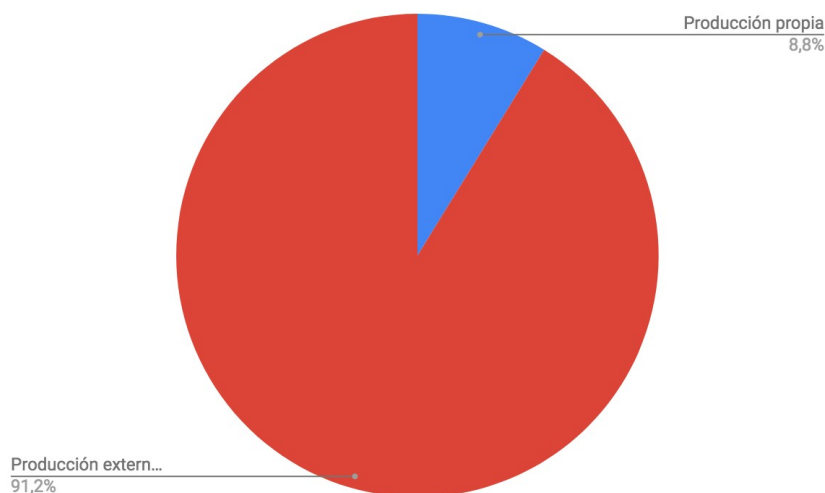


Gráfico 82. Distribución porcentual de la producción propia, asociada y externalizada de programas de cocina atendiendo al número de programas producidos. Fuente: elaboración propia.

En la siguiente tabla encontramos el detalle del número de entregas que se produjeron de cada uno de los programas de cocina detallados en la tabla anterior.

PROGRAMA	PRODUCTORA	CAPÍTULOS
En casa de Bárbara	Trivisión SL	1043
Bon profit	TVV SA	133
Tant de gust	Canal Mundo Producciones SA	92
Xe, què bo!	Prodigijs Audiovisual SA, Malvarrosa Media SL	65
A la taula	PH 77 Televisión SL	65
Per a xuplar-se els dits	Estudios Andro SL	52
A taula	Videquip SA	36
La cuina de Baldo	Intercartel SL	26

Tabla 70. Número de capítulos producidos de cada uno de los programas de cocina emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

Si atendemos al número de entregas de cada uno de los programas, es el programa “En casa de Bárbara” el que lidera el ranking con destacada diferencia sobre el resto de programas. Este programa presentado por Bárbara Rey y producido por la empresa valenciana Trivisión SL estuvo en antena entre los años 2000 y 2004, en los que se emitieron 1043 entregas. Muy alejado en cifras está el programa “Bon profit” producido por la propia Televisión Valenciana SA en el año 1998. Otros programas de cocina que formaron parte de la parrilla de la cadena fueron “Tant de gust” con 92 entregas emitidas en 2009, y “Xé, qué bó” con 65 entregas emitidas en 2007, las mismas que el programas “A la taula” emitido en 2008.

Si atendemos a las productoras encargadas de este tipo de programas, sin duda fue Trivisión SL la empresa en la que más confió la cadena para la producción de programas de cocina con las 1043 entregas de “En casa de Bárbara”.

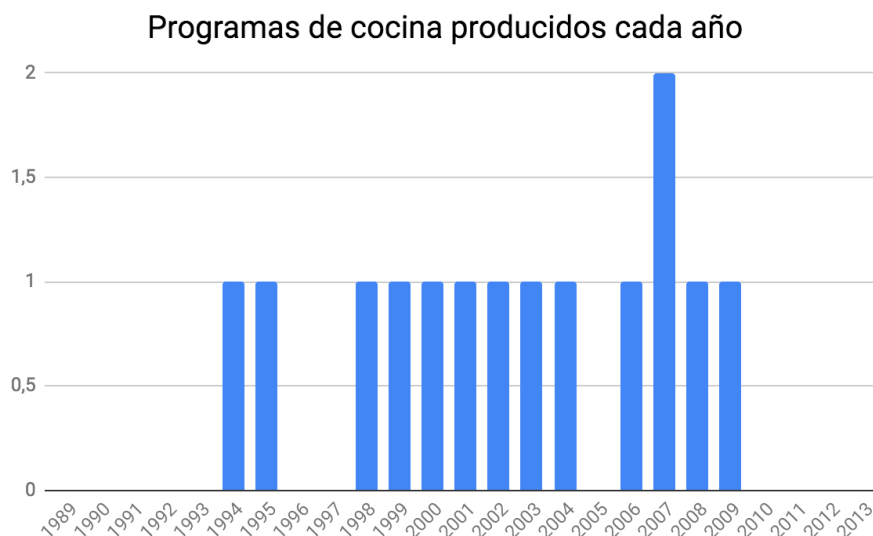


Gráfico 83. Número de programas de cocina emitidos cada año en el periodo 1989-2013

Atendiendo a la producción de programas por años, fue el año 2007 el más fructífero para este género, con dos programas en emisión. En el resto de años del periodo analizado se emitió como mucho un programa de cocina. Cabe destacar que, entre 1989 y 1993 no se emitió ningún programa de este género, como tampoco se hizo en 1996, 1997, 2005, y entre 2010 y 2013. Claramente podemos afirmar, que la cadena no consideraba este formato demasiado interesante para forma parte de su parrilla de programación.

Si analizamos la procedencia de las productoras con las que Radiotelevisión Valenciana externalizó la producción de los programas de cocina, obtenemos los siguientes gráficos:



Gráfico 84. Procedencia de las productoras de los programas de cocina emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

El gráfico anterior demuestra que, para la producción de este género, la cadena autonómica confió mayoritariamente en las productoras valencianas. Concretamente, un 75% de los programas externalizados estuvieron producidos por empresas de la Comunidad Valenciana como Trivisión SL a quien se encargó el programa “En casa de Bárbara”, Intercartel SL responsable del programa “La cuina de Baldo”, o Estudios Andro SL que produjo “Per a xuplar-se els dits”. Por contra, un 25% de esos programas de cocina externalizados los produjeron empresas de fuera del territorio como Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA responsable del programa “Tant de gust”, o la madrileña Prodigius Audiovisual SA que coprodujo con la valenciana Malvarrosa Media SL el programa “Xé, que bó!”.

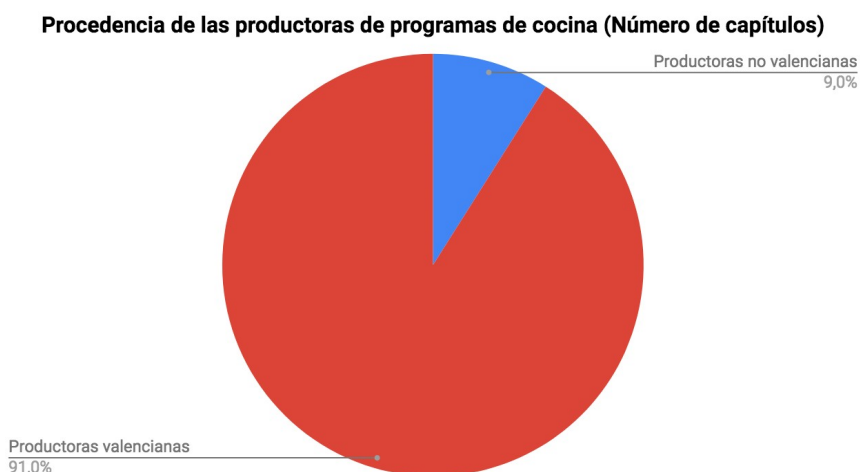


Gráfico 85. Procedencia de las productoras de los programas de cocina emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de capítulos producidos por cada una de ellas

Si analizamos la procedencia de las productoras pero teniendo en cuenta el número de capítulos producidos por cada una de ellas, el gráfico deja todavía más claro que Televisión Valenciana externalizó la producción de sus programas de cocina confiando en las empresas valencianas. En concreto, este gráfico nos indica que el 91% de los capítulos de programas de cocina cuya producción fue externalizada, estuvieron producidos por empresas valencianas, mientras que solo un 9% los produjeron empresas de fuera del territorio autonómico.

Procedencia de las productoras de programas de cocina (Minutos producidos)

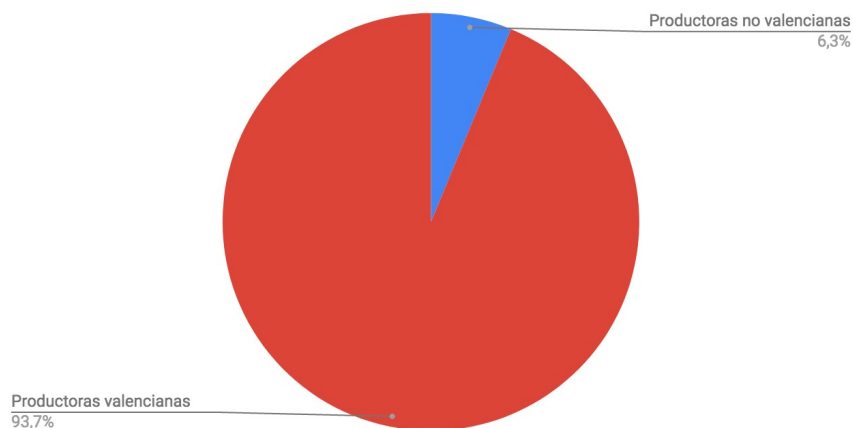


Gráfico 86. Procedencia de las productoras de los programas de cocina emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de minutos producidos por cada una de ellas

Como en casos anteriores, el gráfico que nos muestra los minutos producidos no es de total fiabilidad, ya que la cadena no facilitó la duración de todos sus programas. Pero el gráfico sí que nos permite hacernos una idea de la tendencia de producción de este tipo de programas y confirma las cifras de gráficas anteriores, con un 93,7% de los minutos producidos por empresas valencianas, y tan sólo un 6,3% de los minutos producidos por productoras no radicadas en la Comunidad Valenciana.

En el siguiente gráfico analizamos la opinión de los profesionales y empresarios valencianos sobre la externalización realizada por RTVV de programas de cocina.

¿Contó RTVV con empresas y/o profesionales valencianos para la externalización de la producción de programas de cocina?

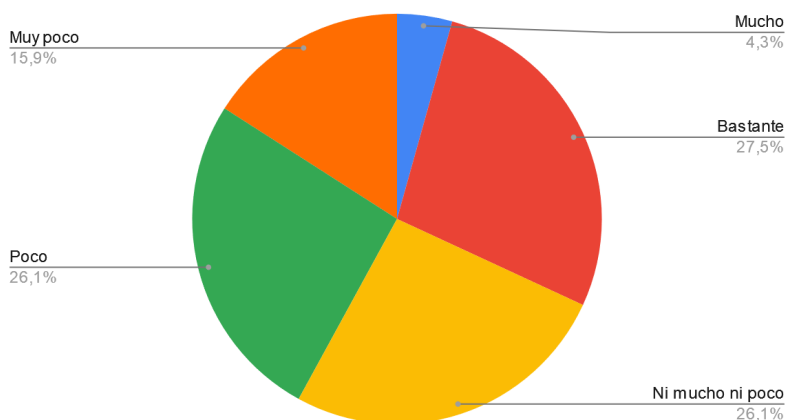


Gráfico 87. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de programas de cocina. Fuente: elaboración propia

Los datos de la encuesta indican que un 42% de los encuestados opinan que la cadena autonómica confió poco o muy poco en las empresas y profesionales locales para la externalización de sus programas de cocina. Por

contra, un 31,8% consideran que la cadena contó mucho o bastante con ellos para la externalización de este formato televisivo. Los porcentajes son similares a los del apartado anterior. Resulta paradójico que en este caso la cadena sí que confió en los profesionales y empresarios valencianos para la producción de este tipo de programas pero la sensación de estos es de que no fue así.

Concluyendo, podemos afirmar que la cadena autonómica sí que confió en las productoras valencianas para la externalización de la producción de sus programas de cocina, con porcentajes que se acercan al 90% del total de las entregas emitidas de este tipo de programas. Contribuye enormemente a obtener estas cifras la producción del programa “En casa de Bárbara” del que la empresa valenciana Trivisión SL produjo 1043 entregas para Radiotelevisión Valenciana entre 2000 y 2004. Cabe destacar que este tipo de programas tuvo una presencia irregular en la parrilla de programación de la cadena, con algunos años en que no se emitió ningún programa de cocina.

5.3.3. La externalización de programas concurso

Los programas concurso también son un contenido muy habitual en la parrilla de programación de cualquier cadena generalista, además suelen reportar buenos datos de audiencia. Según la documentación aportada por RTVV, entre 1989 y 2013 se emitieron un total de 74 programas de tipo concurso. Son los que se detallan en el siguiente listado:

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	1 de 5	Produccions Quart SL
2	¿Qué apostamos?	Europroducciones SL
3	¿X cuánto?	Boca Boca Producciones SL
4	1 millón en joc	Trivisión SL, EPG Entertainment
5	A 100.000 per hora	Televisión Valenciana SA
6	A vore qui guanya	Zeppelin Television SA
7	Amor a primera vista	Gestmusic Endemol SA
8	Boda en 48 horas	Createle Creative Consulting SL, Doble Diez Levante SL
9	Cantar.Es	Televisión Valenciana SA
10	Castin9	Trivisión SL , Inter Cartel SL, Malvarrosa Media SL
11	Cifras y letras	Vamos A Ver Television SL
12	Copa maremàgnum	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
13	Cosas de familia	Producciones 52 Andalucía SL
14	Crash	Gestmusic Endemol SA
15	De punta a punta	Televisión Valenciana SA
16	Esport divertit	Comunicación Deportes Y Producciones SL
17	Doble juego	ZZJ SA
18	Don teledó	Televisión Valenciana SA
19	Dos a les dos / de dos en dos	Televisión Valenciana SA
20	El desafío de los dioses	Europroducciones Tv SA

21	El duelo	Vamos A Ver Televisión SL
22	El món de monleón	Televisión Valenciana SA
23	El picú	Vertigo Consulting Audiovisual SL
24	El rei de la casa	Backstage
25	El show de Joan Monleón	Televisión Valenciana SA
26	Elles i ells	Red Grundy , Zeppelin Television SA
27	El món per un forat	Gestmusic Endemol SA
28	En hora bona	Televisión Valenciana SA
29	Fem un pacte	Coral Europa SA
30	Furor	Zeppelin Televisión SA
31	Gran parchís tv	Createle Creative Consulting SL
32	Grand prix	Europroducciones Tv SA
33	Guanye qui guanye	Astel Producciones SL
34	Imprevisible	Gecaguma SL , Forta (TVV, Telemadrid, Canal Sur, ETB)
35	Ja ho tens!	Coral Europa SA
36	Joc de paraules	Coral Valencia SL
37	Jocs de parella	Drimtim Entertainment SA
38	Km.0	Producciones Televisivas Mecomlys SL, Trivisión SL
39	L'escala	La Granota Grogas SL
40	La gran boda	Televisión Valenciana SA
41	La guillotina	Prime Time Communications SA
42	La música és la pista	Producciones Cibeles SL
43	La pantalla de la sort	La Granota Grogas SL
44	La sort de cara	Televisión Valenciana, Je Internacional Bv
45	Lletra a lletra	Prime Time Communications SA
46	Luna de miel	Gestmusic Endemol SA , Forta (TVV, Telemadrid, Canal Sur, ETB)
47	Manà, manà	Prime Time Communications SA
48	Matrícula	ZZJ SA
49	No digas no	Agencia De Televisión Latinoamericana De Servicios SA, Salta Producciones
50	Números rojos	Createle Creative Consulting SL
51	Ole tus vídeos	Gestmusic SL, Forta (TVV, Telemadrid, Canal Sur, ETB)
52	Operación clon	Contenidos Audiovisuales Extra Tv SL
53	Operación vacaciones	Contenidos Audiovisuales Extra Tv SL
54	Original i còpia	Televisión Valenciana SA, Summers Producciones SL
55	Paco, Paco, Paco	Televisión Valenciana SA
56	Passa el segle	Brb Internacional SA
57	Passa la bola	Alcacyl SL
58	Pensat i fet	Europroducciones Tv SA
59	Piano piano	Createle Creative Consulting SL
60	Póker de reyes	Summers Productions SL
61	Ruïna total	Gestmusic Endemol SA
62	Saque bola	Canar Sur SA
63	Sé que ho saps	Producciones 52 Andalucía SL
64	Sense compromís	Globomedia SL
65	Sense trellat	Prime Time Communications SA
66	Si l'encerte, l'endevine	Gestmusic Endemol SA
67	Super rescat	Zeppelin Televisión SA
68	Telexut	Prime Time Communications SA

69	Trencacaps	Globomedia SL
70	Tria tres	Produccions Quart SL
71	Triomfadors	Tabarka Media SL
72	Un canguro muy famoso	Linze Television SA
73	Vil metall	Gestmusic Endemol SA
74	Xamba	Grundy Producciones SA, Protv

Tabla 71. Listado de los programas concurso emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

Si analizamos el sistema de producción de los programas concurso enumerados en la tabla anterior, podemos afirmar que de los 74 concursos producidos, 10 se produjeron con la fórmula de la producción propia, 26 mediante producción asociada, y 38 se externalizaron completamente como se observa en el siguiente gráfico:



Gráfico 88. Tipo de producción de los programas concurso emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

Del gráfico anterior se desprende que la fórmula preferida para la producción de concursos fue la producción externalizada, ya que más de la mitad de los concursos emitidos estuvieron producidos por empresas externas. Si sumamos el porcentaje de la producción asociada podemos afirmar que en la producción de un 86,5% de los concursos emitidos participó una productora externa.



Gráfico 89. Número de concursos emitidos cada año por RTVV en el periodo 1989-2013

En este gráfico podemos observar el número de concursos emitidos por año y comprobar que fueron los años 1991 y 1992 en los que más concursos se emitieron con un total de 10 cada año. No se detecta una tendencia clara en la producción de este formato, con muchos altibajos en la gráfica. Se puede concluir que como mínimo, se emitieron dos concursos cada año durante toda la vida de la cadena, con un decrecimiento a partir de 2009. La media anual es de 5,3 concursos. La cadena autonómica apostó por este formato para nutrir su parrilla de programación.

LISTADO DE LOS CONCURSOS CON MÁS PROGRAMAS EMITIDOS

PROGRAMA	PRODUCTORA	Nº DE CAPITULOS
La música és la pista	Producciones Cibeles SL	1072
La pantalla de la sort	La Granota Grogga SL	1038
Cifras y letras	Vamos a ver televisión SL	518
El picú	Vértigo consulting audiovisual SL	464
Si l'encerte, l'endevine	Gestmusic Endemol SA	421
El show de Joan Monleón	TVV SA	300
Ja ho tens!	Coral Europa SL	299
Amor a primera vista	Gestmusic Endemol SA	241
Dos a les dos / De dos en dos	TVV SA	207
Gran parchís TV	Createle Creative Consulting SL	195

Tabla 72. Listado de los programas concurso con más entregas emitidas por RTVV en el periodo 1989-2013

Esta tabla deja constancia de los 10 concursos que más emisiones han tenido a lo largo de los 24 años de vida de la cadena autonómica. El concurso más longevo fue “La música és la pista”, producido por la empresa madrileña Producciones Cibeles SL y presentado por Mar Flores, del cual se programaron 1072 capítulos entre 1998 y 2002. Le sigue de cerca el programa “La pantalla de la sort” producido por la empresa valenciana La granota groga SL, del cual se emitieron 1038 programas. En tercer lugar, y bastante alejado de las dos primeras posiciones, está el programa “Cifras y letras” que también se emitió

durante varias temporadas en Televisión Española. De este concurso producido por la empresa Vamos a ver televisión SL se emitieron un total de 518 entregas. Dos de los 10 concursos más longevos fueron producidos por la propia cadena “El show de Joan Monleón” y “Dos a les dos”, con 300 y 207 capítulos cada uno, mientras que el resto fueron producidos con la fórmula de la producción asociada o directamente externalizados. En este ranking de los 10 concursos con más emisiones destacan también los dos productos de la empresa catalana Gestmusic SL, “Si l’encerte, l’endevine” y “Amor a primera vista”, con 421 y 241 capítulos cada uno.

LISTADO DE LAS PRODUCTORAS CON MÁS CONCURSOS PRODUCIDOS

PRODUCTORA	Nº de CONCURSOS
Gestmusic Endemol SA	8
Prime Time Communications SA	5
Createle Creative Consulting SL	4
Europroducciones TV SA	4
Zeppelin televisión SA	4
Trivisión SL	3
Contenidos Audiovisuales Extra TV	2
Coral Europa SL	2
Globomedia SL	2
La Granota Grogga SL	2
Producciones 52 Andalucía SL	2
Produccions Quart SL	2
Summers Productions SL	2
Vamos a ver televisión SL	2
ZZJ SA	2

Tabla 73. Listado de las productoras con más concursos producidos para RTVV en el periodo 1989-2013

La tabla anterior deja constancia de que la catalana Gestmusic Endemol SA fue la empresa a la que la cadena autonómica encargó un mayor número de programas concurso, 8 en total. Le siguen en el ranking Prime Time Communications SA con 5 concursos, Createle Creative Consulting SL, Europroducciones TV SA y Zeppelin Televisión SA con 4 cada una, y Trivisión SL con 3. El resto de productoras produjeron 1 o 2 programas concurso a lo largo de la historia de la cadena.

LISTADO DE LAS PRODUCTORAS CON MÁS CAPÍTULO DE CONCURSOS PRODUCIDOS

PRODUCTORA	Nº de Programas
La Granota Grogga SL	1107
Producciones Cibeles SL	1072
Gestmusic Endemol SA	888
Vamos a ver televisión SL	526
Vertigo Consulting Audiovisual SL	464
Coral Europa SL	409

Createle Creative Consulting SL	273
Prime Time Communications SA	239
Comunicación Deportes y Producciones SL	162
Zeppelin Televisión SA	110
ZZJ SA	100

Tabla 74. Listado de las productoras y número de entregas de los concursos producidos para RTVV en el periodo 1989-2013

Si atendemos al número de entregas o capítulos de los concursos producidos, la empresa que más entregas produjo para la cadena autonómica fue La Granota Grogga SL con 1107 emisiones de sus concursos “La pantalla de la sort” y “L’escala”, seguida de cerca por Producciones Cibeles SL con 1072 emisiones de “La música és la pista”. Gestmusic Endemol SA produjo un total de 888 capítulos de sus diferentes concursos: “Si l'encerte, l'endevine”, “Amor a primera vista”, “Crash”, “Ruïna total”, “El món per un forat”, “Vil metall”, “Olé tus vídeos” y “Luna de miel”. Por encima de las 500 emisiones está también la empresa Vamos a ver televisión SL que produjo un total de 526 programas de “Cifras y letras” y “El duelo”.

Como en apartados anteriores, un aspecto que también podemos analizar es la procedencia de las empresas en que la cadena autonómica confió la externalización de sus programas. A la vista de los siguientes gráficos, podemos afirmar que Radiotelevisión Valenciana no confió demasiado en las productoras del territorio autonómico para la producción de sus programas concurso.

Externalización de los concursos según la procedencia de las productoras (Número de concursos)

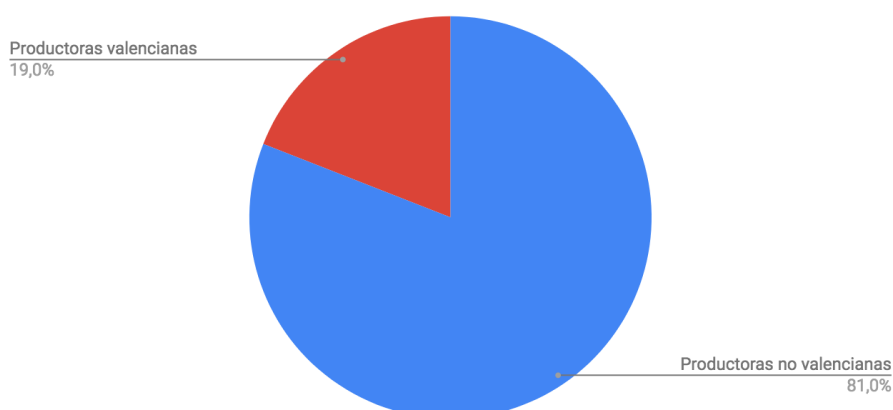


Gráfico 90. Procedencia de las productoras de los concursos emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

El gráfico anterior nos indica que, de todos los programas concurso externalizados por la cadena autonómica, el 81% estuvo producido por empresas de fuera del territorio autonómico, mientras que sólo un 19% de los

concursos los produjeron empresas valencianas. Estos datos se pueden corroborar en los siguientes gráficos:

Externalización de los concursos por procedencia de las productoras (Número de capítulos emitidos de cada concurso)

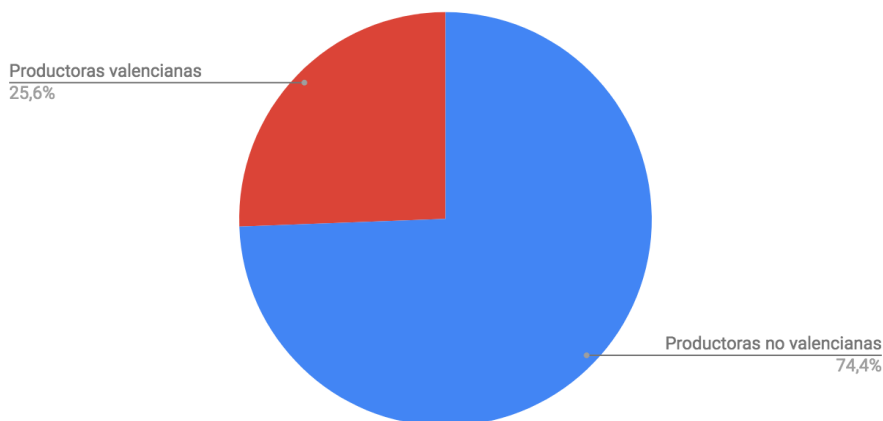


Gráfico 91. Procedencia de las productoras de los concursos emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una de ellas

En lugar de atender al número de programas concursos, podemos atender al número de capítulos emitidos de cada uno de los programas. Teniendo en cuenta esta variable los porcentajes cambian ligeramente. Un 74,4% de las entregas de concursos emitidos estuvo producido por productoras de fuera de la Comunidad Valenciana, mientras que un 25,6% de las entregas las produjeron empresas valencianas.

Externalización de los concursos por procedencia de las productoras (Número de minutos emitidos de cada concurso)

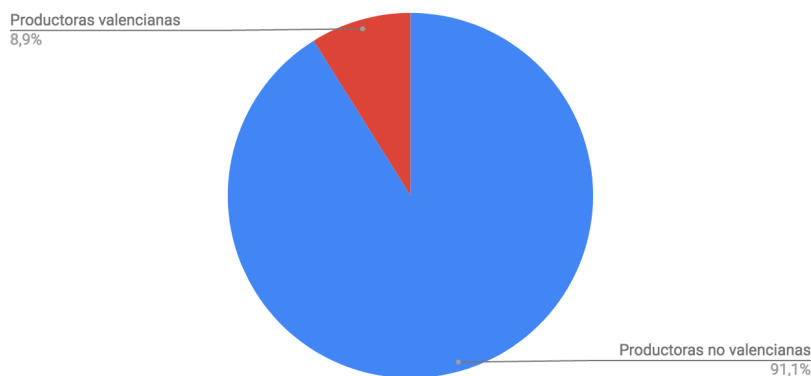


Gráfico 92. Procedencia de las productoras de los concursos emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de minutos producidos por cada una de ellas

También podemos analizar la procedencia de las productoras de los programas concurso atendiendo a los minutos producidos por cada una de ellas, pero en este caso los datos no son tan fiables, ya que la cadena no ha facilitado la totalidad de las duraciones de todos los programas analizados.

Teniendo en cuenta que los datos son solo aproximados, observamos que un 91,1% de los minutos de concursos emitidos los produjeron empresas de fuera del territorio autonómico, y tan sólo un 8,9% de los minutos producidos de programas concursos estuvieron realizados por empresas valencianas.

Los profesionales y empresarios encuestados, también han opinado sobre la producción de concursos y la colaboración de Radiotelevisión Valenciana con las empresas locales para la producción de este tipo de programas. En el siguiente gráfico podemos observar las opiniones de los encuestados a la pregunta: ¿contó RTVV con los profesionales y/o empresarios valencianos para la externalización de la producción de concursos?.

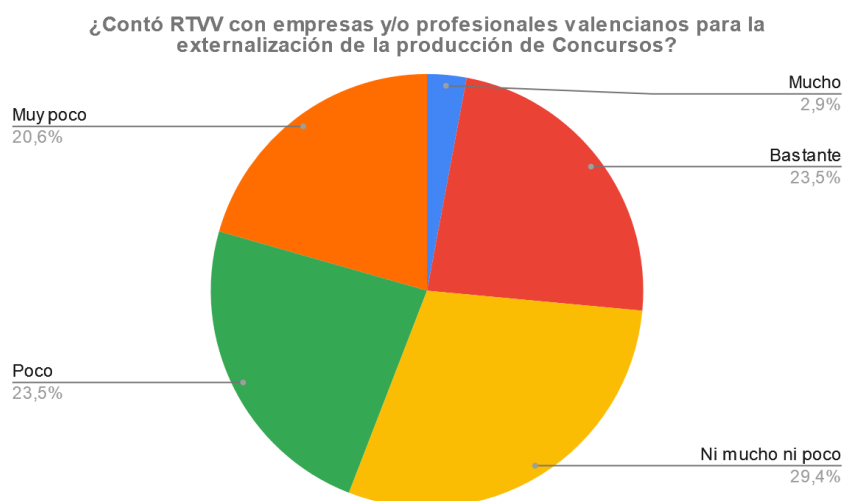


Gráfico 93. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de concursos. Fuente: elaboración propia

Nuevamente, los encuestados muestran su opinión negativa respecto al apoyo que la cadena autonómica realizó a los empresarios y profesionales valencianos para la realización de programas de entretenimiento. Un 44,1% consideran que la cadena contó, poco o muy poco con los profesionales valencianos para la producción de concursos, y tan solo un 26,4% opinan que la cadena contó mucho o bastante con los profesionales locales. En este caso las opiniones no van desencaminadas y tienen más puntos en común con los datos reales, ya que la cadena autonómica externalizó la producción de más de un 80% de los programas concurso emitidos, pero solo contó en un 9% de esas producciones externalizadas con los profesionales del territorio autonómico.

De los datos analizados anteriormente podemos concluir que la cadena autonómica confió poco en las empresas del territorio para la producción de programas concurso. Únicamente la productora de Catarroja (Valencia) La Granota Grogga SL aparece en los primeros puestos del ranking de la producción de este formato, siendo la empresa catalana Gestmusic Endemol SA, y las madrileñas Producciones Cibeles SL, Vamos a ver televisión SL, y

Coral Europa SL las que produjeron un mayor número de programas concurso para Radiotelevisión Valenciana. “La música és la pista” y “La pantalla de la sort” fueron los concursos que más tiempo estuvieron en antena. También se puede afirmar que la cadena confió habitualmente en el formato concurso para nutrir su parrilla de programación, con una media de 5,3 programas concurso en antena cada temporada. La opinión de los encuestados coincide con los datos reales ya que la cadena autonómica contó poco o muy poco con los profesionales valencianos para la producción de este tipo de programas.

5.3.4. Externalización de la producción de *talk shows*, y programas de entrevistas y debates

En este apartado hemos agrupado todos los programas de entretenimiento basado en la palabra, la conversación o el debate. A los denominados *talk shows* hemos añadido aquellos programas clasificados como de entrevistas o debates que emitió la cadena autonómica entre 1989 y 2013. En este periodo, teniendo en cuenta la documentación de RTVV, se emitieron un total 68 *talk show*, incluyendo en este género los programas de debate y entrevistas. Son los que se detallan en el siguiente listado:

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	50/50	Boomerang Tv SA
2	A la fresca	Pirtel SL, Producciones 52 Andalucía SL
3	A la llum de la lluna	EDT Produccions
4	A mi vera	Very Vary SL
5	Amb el cor en la mà	EDT Produccions
6	Amigos	Programas de producción propia SL
7	Arguments	TVV SA
8	Benvinguts	Gestmusic Endemol SA
9	Berlanga vist per berlanga	TVV SA
10	Carta blanca	Pirtel SL
11	Crònica amarga (I)	Com 4 , Videquip SA
12	Crònica amarga (II)	TVV SA
13	Dame un beso	Very Vary SL
14	Dbt.es	TVV SA
15	De bat a bat	TVV SA
16	Debat d'actualitat	TVV SA
17	Debat obert	La Granota Grogga SL
18	Deixa el teu missatge	TVV SA
19	Efecte palomar	TVV SA
20	El juí del cas Alcàsser	TVV SA
21	El mediador	Ferran i Ximo Produccions SL
22	El rogle	TVV SA
23	El típic programa	La Boleta Producciones SL

24	Els buscadors	Indigomedia SL
25	En exclusiva	Arizcun Siglo XXI SL
26	En exclusiva	Producciones 52 Andalucía SL
27	En plural	TVV SA
28	En primera persona (2)	Producciones 52 Andalucía SL
29	Enamorats	Gestmusic Endemol SA
30	Escàner	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
31	Esta nit... mira	TVV SA
32	Extrems	Four Luck Banana SA
33	Fem tele	TVV SA
34	Gent de casa	TVV SA
35	Gent de Tárrega	Edt Produccions
36	Hui debat	New Atlantis Line SL
37	Inés de nit	TVV SA
38	Iñaki los jueves	Taula Televisión SL, Forta (ETB, TVV SA, Canal Sur, Telemadrid)
39	L'entrevista	TVV SA
40	La naranja metálica	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
41	La panderola	Yoryi Producciones Audiovisuales SL
42	La qüestió	TVV SA
43	La vella memòria	TVV SA
44	La vida és una prova	Producción De Programas Para Tv SL
45	Les mil i una	TVV SA
46	Menuda és la nit	ZZJ SA, Fx Producciones
47	Menuda noche	ZZJ SA
48	Mira qui parla	TVV SA
49	Mira quina lluna	TVV SA
50	Molt confidencial	TVV SA
51	Nou debate	TVV SA
52	Panorama d'actualitat	KWZY - 180 SL
53	Pares	Visual Producciones SL
54	Parle vosté, calle vosté	Producciones 52 Andalucía SL
55	Parlem clar	Estedi Valencia SL
56	Perfils	TVV SA
57	Què serà (serà)	Contenidos Audiovisuales Extra Tv
58	Queda't amb eduard	Doble Diez Levante SL
59	Queda't amb mi	Doble Diez Levante SL
60	Rialto bar	TVV SA
61	Tal com show	TVV SA
62	Targeta de visita	TVV SA
63	Te'n recordes?	Producciones 52 Andalucía SL
64	Terrassa d'estiu	Producciones 52 Andalucía SL
65	Tómbola	Anny Producciones Audiovisuales SL
66	Trellat	TVV SA
67	Trobats a l'estació	Galaxia Televisión SL
68	Un dia con ...	Zeta Audiovisual SA

Tabla 75. Listado de talk shows emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

Los 68 programas incluidos en este listado dejan constancia de que Radiotelevisión Valenciana apostó por este género, y que tanto los *talk shows* como los debates y entrevistas fueron un contenido habitual en la parrilla de programación de la cadena. La apuesta por este tipo de programas es similar a la que la cadena realizó por los programas concurso analizados en el apartado anterior.

En el siguiente gráfico se muestra con qué tipología de producción se produjeron los programas *talk shows* en Televisión Valenciana.



Gráfico 94. Tipología de producción de los *talk show* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

En esta ocasión, a diferencia de lo que ocurría con los concursos analizados en el apartado anterior, el mayor porcentaje de la producción de este género es producción propia de la cadena, con un 39,1% de los programas, mientras que un 33,8% se produjo con la fórmula de la producción asociada. Así pues, mientras que la externalización en los concursos superaba el 50%, en el caso de los *talk show* se queda en un 26,5%.

De estas cifras podemos concluir que la intervención de la cadena en la producción de programas *talk show*, debates y entrevistas es mucho mayor que en el caso de los concursos en los que se confía más la producción a empresas externas. Esto podría deberse a que en algunos programas de este género, como los debates o algunas entrevistas, es alto el contenido político o se tratan temas de mayor compromiso social, por lo que la cadena interviene con la intención de controlar el enfoque que se le da a los asuntos tratados, e incluso los produce con sus propios recursos técnicos y humanos. Este problema de contenidos está muy lejos de afectar a los programas concurso, por lo que en los concursos se apuesta más por la externalización.

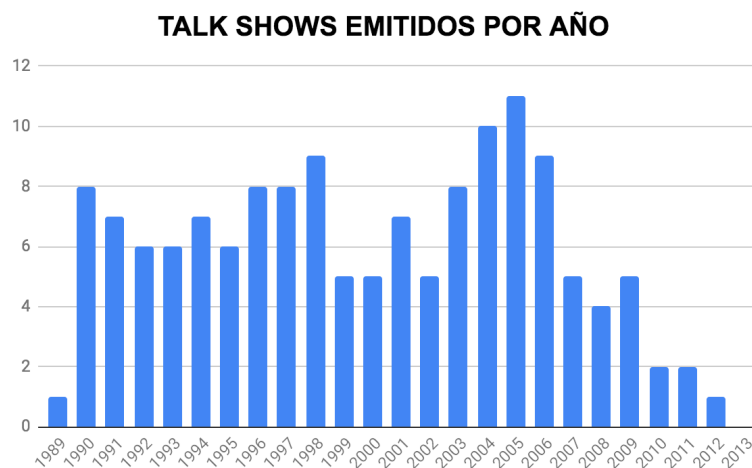


Gráfico 95. Número de *talk shows* emitidos cada año el periodo 1989-2013

Si analizamos la gráfica de los *talk shows* emitidos por año, observamos que la producción es muy estable en el periodo 1990-1998, reduciéndose entre 1999-2002, y con un pico entre 2003 y 2006. A partir de 2007 la emisión de este género desciende progresivamente hasta la desaparición en 2013. Este descenso en los últimos años viene repitiéndose periódicamente en todas las gráficas que hemos analizado hasta el momento, y se debe principalmente a la grave crisis económica que hubo en España y a los enormes problemas financieros en que se encontraba la cadena autonómica en esas fechas. El año con mayor emisión de *talk shows* fue 2005, con un total de 11 programas en la parrilla de programación.

LISTADO DE LOS TALK SHOWS CON MÁS PROGRAMAS EMITIDOS

PROGRAMA	PRODUCTORA	CAPÍTULOS
Tómbola	Anny Producciones Audiovisuales SL	383
Queda't amb mi	Doble Diez Levante SL	379
En primera persona	Producciones 52 Andalucía SL	245
En exclusiva	Arizcun Siglo XXI SL	161
Parlem clar	Estedi Valencia SL	153
Carta blanca	Pirtel SL	142
Benvinguts	Gestmusic Endemol SA	120
Panorama d'actualitat	KZWY - 180 SL	91
Fem tele	TVV SA	90
Parle vosté, calle vosté	Producciones 52 Andalucía SL	73

Tabla 76. Número de entregas de los *talk shows* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

El listado de los *talk show* con mayor número de emisiones, nos indica que fue el programa "Tómbola", con 383 entregas, el programa de este género que más emisiones cosechó entre 1997 y 2004. En la lista le sigue de cerca el programa "Queda't amb mi" con 379 capítulos. Las características de ambos programas eran bien distintas, en el primero, un moderador y cinco colaboradores debatían una vez a la semana sobre temas de la prensa rosa y

entrevistaban a un invitado estrella. Fue un programa bastante polémico por los contenidos que se trataban y los invitados que participaban. El segundo se emitía todas las tardes en la franja del access prime time, y contaba con personas de la calle desconocidas para el gran público que narraban sus sorprendentes historias personales siempre relacionadas con el tema del programa. El tercer programa de la lista es “En tercera persona” fue similar al anterior con testimonios monográficos de los invitados al programa que contaban sus sorprendentes historias.

LISTADO DE LAS PRODUCTORAS CON MÁS CAPÍTULO DE TALK SHOWS PRODUCIDOS

PRODUCTORA	Nº DE PROGRAMAS EMITIDOS
TVV SA	801
Producciones 52 Andalucía SL	401
Doble Diez Levante SL	395
Anny Producciones Audiovisuales SL	383
Estedi Valencia SL	255
Pirtel SL	167
Arizcun Siglo XXI SL	161
Gestmusic Endemol SA	133
Kwzy - 180 SL	91

Tabla 77. Número de entregas producidos por cada empresa de los *talk shows* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

Esta tabla confirma lo enunciado anteriormente: la propia cadena autonómica fue la que más programas de tipo *talk show* produjo con sus propios recursos técnicos y humanos, hasta las 801 entregas de diferentes programas como “Tal com show”, “Mira qui parla”, “Arguments” o “Fem tele”. En el listado le sigue con 401 programas emitidos, la productora sevillana Producciones 52 Andalucía SL a quien la cadena encargó títulos como “En exclusiva”, “Calle vosté, parle vosté” o “Te’n records”. Muy cerca de Producciones 52 Andalucía SL está la productora Doble Diez Levante SL, filial del Grupo Boomerang TV que produjo 395 programas del *talk show* “Queda’t amb mi” que en sus primeras 16 entregas tuvo el nombre de “Queda’t amb Eduard”, hasta que la cadena tuvo que prescindir del presentador Eduard Forés por un escándalo mediático de contenido sexual que acabó con la trayectoria televisiva del presentador valenciano que se había dado a conocer en el programa “Tela marinera”.

A continuación analizaremos los datos teniendo en cuenta la procedencia de las distintas productoras a las que Radiotelevisión Valenciana encargó la producción de muchos de estos programas.

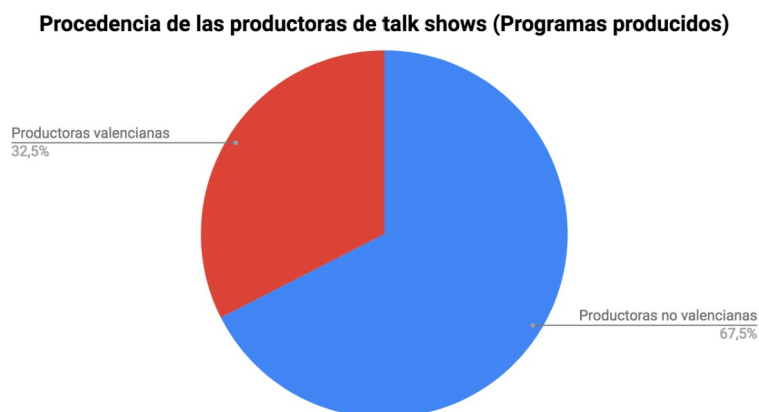


Gráfico 96. Procedencia de las productoras de los *talk shows* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

Al igual que ocurría en el análisis de los programas concurso, también para la externalización de los *talk show* la cadena autonómica confió mayoritariamente en empresas de fuera del territorio. En concreto un 67,5% de los *talk show* externalizados estuvo producido por empresas radicadas fuera de la Comunidad Valenciana, mientras que solo 32,5% de los *talk shows* externalizados fue producido por empresas valencianas.



Gráfico 97. Procedencia de las productoras de los *talk shows* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una de ellas

Si atendemos al número de capítulos de los *talk shows* externalizados, los porcentajes son muy similares a los de la gráfica anterior, con un 68% de las entregas producidas por empresas de fuera del territorio autonómico, y un 32% de las entregas producidas por empresas valencianas.

Procedencia de las productoras de talk shows (Minutos producidos)

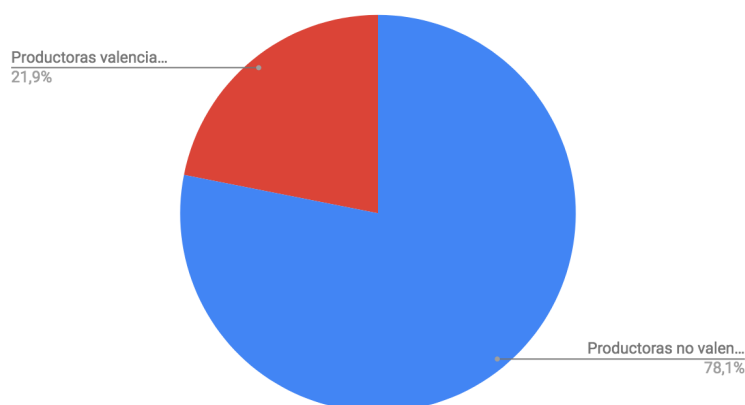


Gráfico 98. Procedencia de las productoras de los *talk shows* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de minutos producidos por cada una de ellas

Para concretar todavía más el análisis sería conveniente analizar el número de minutos externalizados pero, al igual que ocurría en el apartado anterior, tampoco en este caso se dispone de la duración total de todos los programas *talk show* externalizados, por lo que la gráfica nos ofrece solo una aproximación. Atendiendo al minutado de los programas, un 78,1% de los minutos externalizados habrían sido producidos por empresas no valencianas, mientras que un 21,9% de los minutos de *talk shows* externalizados se habrían encargado a empresas del territorio autonómico.

Los profesionales y empresarios encuestados para la realización de esta investigación también han opinado sobre el papel que Radiotelevisión Valenciana jugó en la externalización de *talk shows*. El siguiente gráfico muestra el resultado de la encuesta respecto del grado de externalización que Radiotelevisión Valenciana realizó de este tipo de programas.

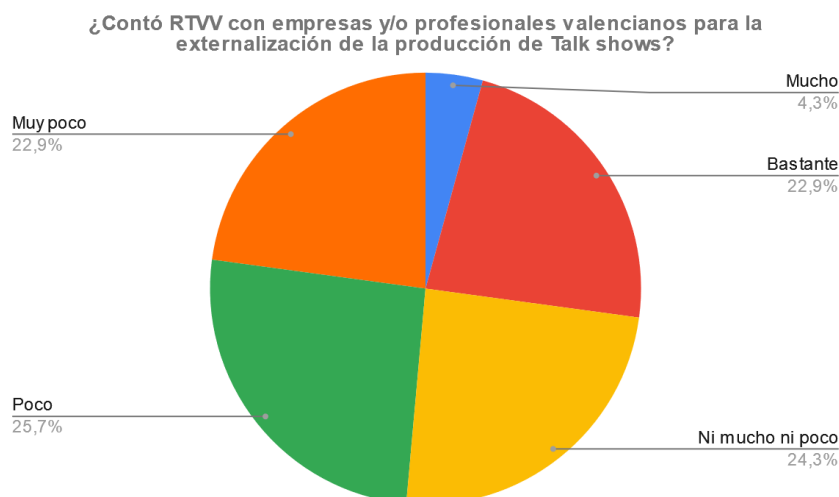


Gráfico 99. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de *talk shows*. Fuente: elaboración propia

De los datos aportados por el gráfico anterior podemos afirmar que, una vez más, la opinión de los profesionales y empresarios valencianos es que la cadena autonómica contó poco o muy poco con ellos para la externalización de programas *talk show*. Concretamente un 48,6% de los encuestados son de esta opinión, mientras que sólo un 27,2% consideran que RTVV contó mucho o bastante con los profesionales y empresas valencianas para la producción de este tipo de programas. Por tanto, podemos indicar que la opinión de los encuestados es muy similar a la de gráficos anteriores, y también en la externalización de *talk shows* opinan que la cadena no apostó por las producciones realizadas en territorio autonómico.

Concluyendo, podemos afirmar que el *talk show* fue un formato habitual en la parrilla de programación de Televisión Valenciana durante el periodo analizado. De los datos anteriores, se desprende que también en este caso la cadena autonómica confió muy poco en las productoras valencianas para la producción de este formato. De hecho, el *talk show* con mayor número de programas emitidos, “Tómbola” estuvo producido por la empresa madrileña Anny Producciones Audiovisuales S.L.. El siguiente en la lista, “Queda’t amb mí” estuvo producido por la empresa Doble Diez Levante SL, domiciliada en Valencia pero filial de la empresa Doble Diez Audiovisuales perteneciente al Grupo Boomerang TV con sede en Madrid. El tercer *talk show* con más entregas de los emitidos en Canal 9 “En primera persona”, estuvo producido por la empresa sevillana Producciones 52 Andalucía SL que también tiene sede en Madrid y que produjo otros programas de la cadena autonómica como “La música és la pista” o “Calle vosté, parle vosté”. Otras empresas madrileñas o catalanas como Pirtel SL, Arizcun Siglo XXI SL, Gestmusic Endemol SA o KWZY-180 SL constan como responsables de la mayoría de *talk shows* externalizados por la cadena autonómica. Es decir, a la hora de externalizar los *talk show* la cadena confió en empresas de fuera del territorio, aunque como ya hemos indicado anteriormente, para la producción de este formato se optó en gran parte por la producción propia con recursos técnicos y humanos de las cadena. En resumen, podríamos afirmar que las empresas valencianas encontraron poco negocio en la producción de *talk shows* para RTVV y los profesionales y empresarios valencianos lo corroboran en la encuesta realizada.

5.3.5. La externalización de programas de humor.

La documentación facilitada por Radiotelevisión Valenciana acerca de los programas de entretenimiento producidos en el periodo 1989-2013 incluye un apartado para programas de humor. En las clasificaciones habituales de géneros y formatos televisivos no se suelen contemplar los programas de

humor como un género independiente, agrupándose habitualmente en los *info-show* o divulgativos o programas de variedades, pero en este caso la cadena autonómica los clasifica como un género independiente por lo que los analizaremos como tal. Se trata de programas de chistes, o bromas en cámara oculta, a veces protagonizadas por famosos. Otros se configuran con formato de concurso o competición en los que varios humoristas tratan de ganarse los votos del jurado o del público con sus chistes. Algunos incluyen vídeos domésticos de caídas, golpes o situaciones anecdóticas protagonizadas por ciudadanos anónimos.

El listado de los denominados programas de humor emitidos en Radiotelevisión Valenciana está formado por los siguientes 20 espacios:

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	Cuorelàndia	Erase Producciones SL
2	Gente con chispa	Producciones 52 Andalucía SL
3	Inocente inocente	Zeppelin Tv SA, Forta (TVV, Telemadrid, Canal Sur, ETB, TVG)
4	L'últim, que apague llum	Pirtel SL
5	La nit d'Arévalo	Distar Producciones SA
6	Lady Kaña	Multipark Madrid SA
7	Mira allí	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
8	Mira mira	Trivisión SL, Intercartel SA, Malvarrosa Media SL
9	Moltes gràcies	Gestmusic Endemol SA
10	No estamos locos	Gestmusic Endemol SA
11	Noche de Paz	Boomerang Tv SA
12	Quina tropa	Minuto Producciones SL
13	Sal y pimienta	Gestmusic Endemol SA
14	Selecció natural	Vertigo Consulting Audiovisual SL
15	Sessió hipnòtica	Contenidos Audiovisuales Extra Tv SL
16	Quina broma	Zeppelin Tv SA
17	Taxi,taxi	Gestmusic Endemol SA
18	Tot per l'audiència	Gestmusic Endemol SA
19	Tot per riure	TVV SA
20	Vídeo y medio	Gestmusic Endemol SA

Tabla 78. Listado de programas de humor emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

Si atendemos al procedimiento utilizado por Radiotelevisión Valenciana para la producción de los programas de humor, vemos que el 18% de los capítulos emitidos se produjo con la fórmula de la producción propia, mientras que un 21,2% se hizo mediante producción asociada. La producción externalizada es en este caso la que prima con un 60,7% de los capítulos emitidos de estos programas de humor. Así pues, en este caso se sigue la tónica ya indicada en otros programas de entretenimiento como los concursos o los programas de cocina.



Gráfico 100. Tipología de producción de los programas de humor emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

PRODUCTORAS CON MÁS CAPÍTULO DE PROGRAMAS DE HUMOR EMITIDOS

PRODUCTORA	CAPÍTULOS
Gestmusic Endemol SA	414
TVV SA	168
Erase Producciones SL	124
Producciones 52 Andalucía SL	79
Zeppelin Tv SA	54
Distar Producciones SA	26
Trivisión SL, Intercartel SL, Malvarrosa Media SL	19
Vertigo Consulting Audiovisual SL	13
Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	8
Multipark Madrid SA	7
Contenidos Audiovisuales Extra Tv SL	5
Pirtel SL	5
Boomerang Tv SA	5
Minuto Producciones SL	5

Tabla 79. Listado de productoras con más entregas de capítulos de humor producidos en el periodo 1989-2013

El listado anterior nos deja claro que fue la productora catalana Gestmusic Endemol SA fue la que más capítulos de programas de humor produjo para la parrilla de programación de Televisión Valenciana, hasta sumar 414 entregas diferentes de programas como “Vídeo y medio” presentado por el famoso presentador andaluz Juan y Medio, “No estamos locos”, “Tot per l’audiència” o “Sal y pimienta”. En este listado destacan los 168 capítulos producidos por la propia Televisión Valenciana SA del programa “Tot per riure”. En tercera posición se encuentra la productora madrileña Érase Producciones SL con los 124 capítulos producidos del programa “Cuorelândia”.



Gráfico 101. Número de programas de humor emitidos cada año durante el periodo 1989-2013

En el gráfico de la distribución de programas por años se observa que fue el año 2002 el más prolífico para este tipo de programas con 4 espacios de humor en emisión. El año 2001 también destaca con 3 programas, al igual que 1994. Por contra, hay años en los que no se emitió ningún programa de humor como es el caso del periodo 1989-1991, el año 1998, y el periodo 2011-2013. Podríamos afirmar que lo habitual fue mantener uno o dos programas de humor en la parrilla de programación, con las excepciones anteriormente mencionadas.

Si atendemos a la procedencia de las productoras que se encargaron de producir los programas de humor externalizados, obtenemos las siguientes gráficas:



Gráfico 102. Procedencia de las productoras de programas de humor emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

La gráfica de los programas producidos deja claro que Televisión Valenciana externalizó muy pocos programas de humor con empresas valencianas, ya que el 84,2% de las productoras que se encargaron de la

producción de los programas de humor eran de fuera del territorio autonómico, y tan sólo el 15,8% fueron valencianas. En este sentido, se confirma que la externalización de este tipo de programas sigue la tónica ya observada en otros formatos como los concursos o los *talk show*, en que la cadena autonómica confió más en las productoras de fuera del territorio autonómico que en las radicadas en la Comunidad Valenciana.

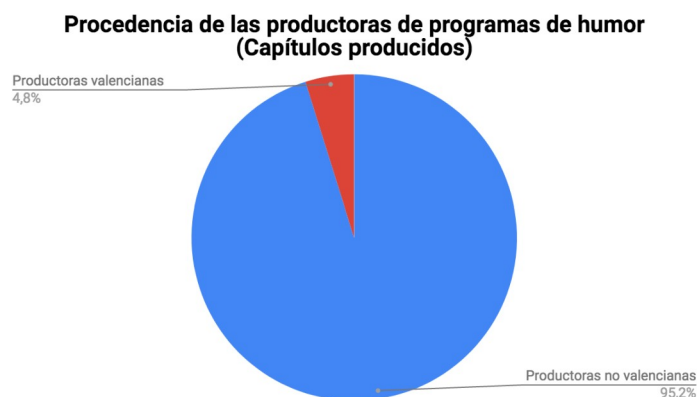


Gráfico 103. Procedencia de las productoras de programas de humor emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 en atención a los capítulos producidos por cada una de ellas.

La gráfica que nos muestra la procedencia de las productoras de programas de humor en atención al número de entregas producidas por cada una de ellas es mucho más contundente que la anterior y nos indica que el 95,2% de las entregas de programas de humor externalizadas por la cadena estuvieron producidas por empresas radicadas fuera de la Comunidad Valenciana. Sólo un 4,8% de los capítulos de este tipo de programas se produjeron en territorio autonómico.



Gráfico 104. Procedencia de las productoras de programas de humor emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 en atención a los minutos producidos por cada una de ellas.

La gráfica de minutos producidos todavía concreta más y ratifica la tendencia de las dos gráficas anteriores. De los programas de humor externalizados por la cadena, el 95,5% de los minutos producidos estuvieron a cargo de empresas de fuera de la Comunidad Valenciana, y sólo el 4,5% corrieron a cargo de productoras valencianas. Se constata así la escasa

confianza que la cadena autonómica tuvo con las empresas del territorio para la externalización de este formato.

La encuesta realizada a empresarios y profesionales valencianos para conocer su opinión respecto a la externalización de programas realizada por RTVV nos ofrece los datos que se muestran en el siguiente gráfico:



Gráfico 105. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de programas de humor. Fuente: elaboración propia

El gráfico sigue la tendencia de los gráficos anteriores, con un amplio porcentaje de encuestados que opinan que RTVV contó poco o muy poco con las empresas y profesionales valencianos para la producción de programas de humor. En concreto un 42,5% de los encuestados han mostrado esta opinión. Llama la atención que, en este caso, sube hasta el 34,8% el porcentaje de encuestados que consideran que la cadena contó mucho o bastante con los profesionales del territorio, una cifra superior a lo manifestado en apartados anteriores.

Como conclusión de este apartado podemos afirmar que Televisión Valenciana SA externalizó cerca de un 80% de sus programas de humor, pero prácticamente el 95% de la producción externalizada y asociada corrió a cargo de empresas ajenas al territorio autonómico. Fue la catalana Gestmusic Endemol SA la que más contratos de producción recibió para la realización de programas como “Moltes gràcies”, “Sal y pimienta”, “No estamos locos”, “Taxi, taxi”, “Tot per l’audiència” o “Vídeo y medio”. En total la productora catalana produjo 414 entregas de programas de humor. También se contrataron muchos programas de humor con empresas madrileñas como Érase Producciones SL, responsable de las 124 entregas de “Cuorelândia”, Producciones 52 SL a quien se encargó la producción de 79 entregas de “Gente con chispa”, o Zeppelin TV SA a quien se contrataron los programas “Inocente, inocente” y “Quina broma” con un total de 54 entregas. A las productoras valencianas solo se le encargaron las 19 entregas de “Mira, mira” coproducidas por Trivisión SL,

Intercartel SL y Malvarrosa Media SL, las 13 entregas de “Selección Natural” producidas pro Vértigo Consulting Audiovisual SL, y las 5 entregas de “Quina tropa” producidas por la empresa Minuto Producciones SL. Para la producción de este formato la cadena autonómica siguió la misma tendencia que con los concursos y los *talk shows*, mostrando poca confianza en las productoras del territorio autonómico, y así lo manifiestan los profesionales y empresarios valencianos encuestados para esta investigación.

5.3.6. La externalización de la producción de magazines.

Del total de programas producidos por Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013, la cadena autonómica clasificó un total de 28 programas dentro del género del magazine. Se incluyen en este apartado aquellos programas que combinan reportajes de actualidad, entrevistas en plató, tertulias, conexiones en directo y actuaciones musicales. Algunos de estos programas también incluyen secciones de humor, concursos o intervenciones de especialistas en medicina o estética.

Es cierto que algunos de estos programas denominados magazine podrían haberse clasificado como *talk shows* por sus características, pero se ha querido respetar la clasificación que de los mismos ha realizado la propia cadena autonómica.

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	@rrels	Malvarrosa Media SL
2	50 i tants	Producciones Trígono SL
3	Al box a mitjanit	Indigomedia SL
4	Com a casa	TVV SA
5	Control (des-control)	Plural Entertainment España SL
6	De luxe	TVV SA
7	De nou	TVV SA
8	De nou a la mar	TVV SA
9	Decadamania	Plural Entertainment España SL
10	El baúl de los recuerdos	TVV SA
11	El café de Ximo	Producción de programas para Tv SL
12	El dia per davant	TVV SA
13	El mirador	BSV Videoreport SL
14	En companyia de Salomé	Parafina Producciones SL
15	En connexió	TVV SA
16	En directe	TVV SA
17	En divendres	TVV SA
18	Entre setmana	TVV SA
19	Hora de salut	Acca Media Enterprise SL
20	Hui en dia	TVV SA
21	La bomba	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA

22	La mar de bé	TVV SA
23	La otra realidad	Productos de comunicacion digital SL
24	Matí, matí / La plaça	TVV SA
25	Megacine	5 Films SA
26	Pai pai	TVV SA
27	Tela marinera	Minuto Producciones SL
28	Teles-copy	Contenidos Audiovisuales Extra Tv SL

Tabla 80. Listado de magazines emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

En total son 28 los programas clasificados en esta categoría, muchos de ellos producidos por la propia Televisión Valenciana SA. Cabe destacar que el magazine es un género que se presta a la producción propia, aunque cada vez son más las cadenas que optan por la externalización de este formato. Observemos a continuación el gráfico que hace referencia el método de producción:



Gráfico 106. Tipología de producción de los magazine emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

En los programas magazine emitidos por Televisión Valenciana en el periodo analizado, la producción propia supuso el 52,2% del total de la producción, un porcentaje muy superior al de otros formatos como los concursos, programas de cocina o de humor. Este hecho puede deberse a que en los programas de tipo magazine se incluyen entrevistas y tertulias de actualidad que, en ocasiones, pueden tener contenido político o más comprometido, por lo que la cadena autonómica prefiere producirlos con sus propios recursos técnicos y humanos para tener más controlados los contenidos que conforman cada programa. Es una situación similar a la que ya hemos comentado en el epígrafe dedicado a los *talk shows* y programas de entrevistas y debates, en los que la producción propia también era superior a la externalizada. Del gráfico anterior también se deriva que la cadena encargó un

29,5% de este tipo de programas a productoras externas, y utilizó la fórmula de la producción asociada en el 18,3% de los casos.

PRODUCTORA	CAPÍTULOS
TVV SA	4013
Minuto Producciones SL	1225
Parafina Producciones SL	890
Acca Media Enterprise SL	725
Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	170
Malvarrosa Media SL	166
Producción de Programas Para Tv SL	126
Plural Entertainment España SL	119
Indigomedia SL	69
Bsv Videoreport SL	52
Contenidos Audiovisuales Extra Tv SL	49
Productos de Comunicacion Digital SL	39
Producciones Trígono SL	30
5 Films SA	12

Tabla 81. Listado de empresas con mayor número de entregas de magazines producidos para RTVV en el periodo 1989-2013

Si atendemos al listado anterior de las productoras y el número de capítulos de magazines producido por cada una de ellas, volvemos a identificar que fue la propia Televisión Valenciana SA la que más entregas de magazines produjo, con un total de 4013 capítulos emitidos. Entre los magazines producidos por la propia cadena estuvieron “Matí, matí”, “En connexió”, “De nou a la mar”, o “El dia per davant”. La segunda productora de la lista es Minuto Producciones SL, a quien la cadena encargó la producción de 1225 entregas de “Tela marinera” entre 1998 y 2003. Se trataba de un programa en directo en el que se analizaba la actualidad de la prensa rosa. Nació con una duración de media hora y creció hasta superar la hora diaria de emisión. En tercer lugar encontramos a Parafina Producciones SL, empresa responsable del programa “En companyia de Salomé” del que se emitieron 890 capítulos. Entre 2000 y 2004 se emitió este programa presentado por la cantante Salomé que incluía reportajes, noticias, y secciones fijas con médicos, productos naturales y de herbolario, y astrología.



Gráfico 107. Número de magazines emitidos por RTVV cada año durante el periodo 1989-2013

Analizando la gráfica de la producción de magazines por años, encontramos que fueron los años 2003 y 2004 en los que la cadena incluyó un mayor número de programas de este formato en su parrilla de programación. Esos dos años coincidieron en antena títulos como “@rrels”, “El café de Ximo”, “Decadamanía”, “La bomba”, “Matí, matí” o “Tela marinera”. Es el periodo 1998-2009 en el que se registra un mayor número de magazines, con una media de tres programas en parrilla. En el periodo 1989-1997 la media baja a uno, o como mucho dos magazines en parrilla, lo mismo que ocurre en el periodo 2010-2013.

Hemos indicado en los párrafos anteriores que Televisión Valenciana SA se encargó de la producción de la mayoría de los programas magazine emitidos, pero aún así hubo 48% de los mismos que fueron totalmente externalizados o que se produjeron con la fórmula de la producción asociada.

Si analizamos la procedencia de las productoras que intervinieron en la producción de estos magazines externalizados obtenemos las siguientes gráficas:

Procedencia de las productoras de programas magazine (Programas producidos)

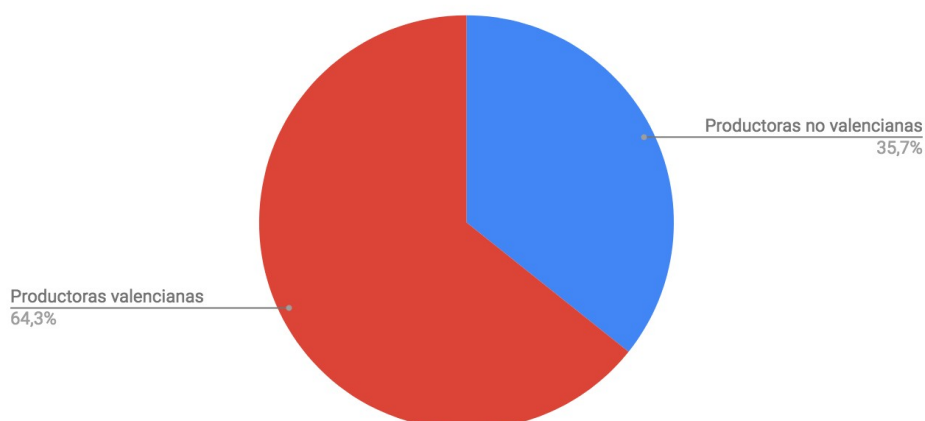


Gráfico 108. Procedencia de las productoras de los magazines emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

La gráfica que analiza la procedencia de las productoras atendiendo al número de programas producidos, nos indica que el 64,3% de los programas externalizados corrieron a cargo de empresas valencianas, mientras que un 35,7% estuvieron producidos por empresas de fuera del territorio. Observamos en este formato una tendencia diferente a la observada en la producción de programas concursos, *talk shows*, o programas de humor. Para la producción de magazines, la cadena autonómica confió más en las productoras valencianas que en las de fuera del territorio.

Procedencia de las productoras de programas magazine (Capítulos producidos)

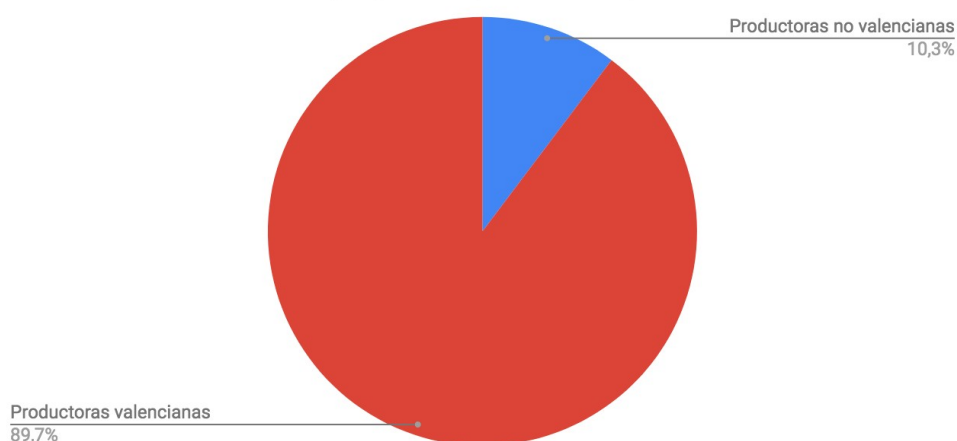


Gráfico 109. Procedencia de las productoras de los magazines emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una de ellas

La gráfica que analiza el número de entregas producidas de cada magazine es todavía más clarificadora ya que indica que un 89,7% de los capítulos emitidos fueron producidos por empresas valencianas, mientras que

solo un 10,3% de las entregas se produjeron por empresas de fuera de la Comunidad Valenciana.



Gráfico 110. Procedencia de las productoras de los magazines emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo a los minutos producidos por cada una de ellas

Como ha ocurrido en epígrafes anteriores, el gráfico de los minutos producidos no tiene absoluta fiabilidad porque no se disponen de los datos de duración de todos los programas emitidos, pero sí que nos permite obtener una gráfica orientativa. En este caso, la gráfica confirma los datos de las dos gráficas anteriores con un 94,1% de los minutos externalizados de magazine producidos por empresas valencianas y solo un 5,9% de los minutos producidos por empresas radicadas fuera del territorio autonómico.

A continuación analizamos los datos resultantes de la encuesta realizada a profesionales y empresarios del audiovisual valenciano para conocer su opinión sobre la confianza que RTVV depositó en ellos para la externalización de programas magazine:

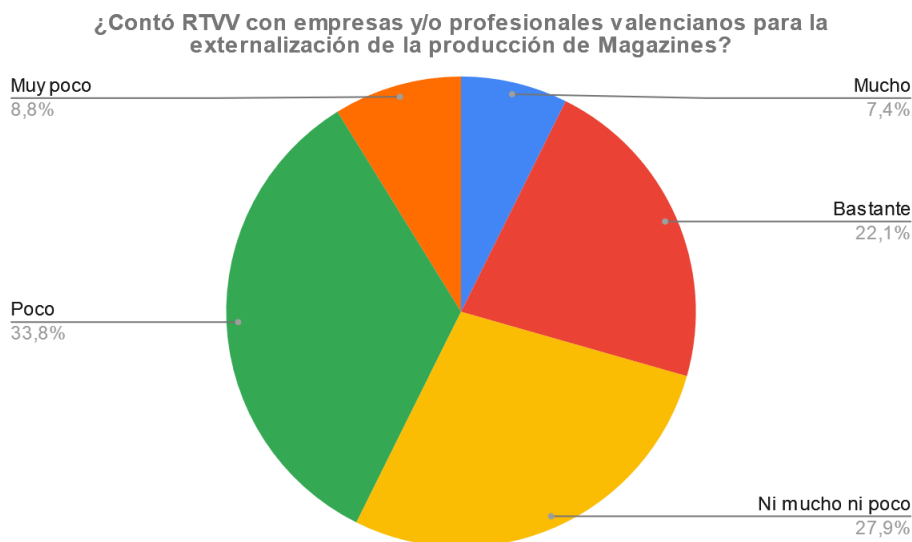


Gráfico 111. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de magazines. Fuente: elaboración propia

Del gráfico se deduce que una vez más, los encuestados consideran que la cadena contó poco o muy poco con ellos para la externalización de programas magazine. La suma de ambos porcentajes es del 42,6% frente al 29,5% que consideran que se contó mucho o bastante. Llama la atención que un 27,9% consideran que no se contó ni mucho poco, un porcentaje bastante alto en comparación con gráficos anteriores. En cualquier caso, en este caso se continúa ratificando la opinión negativa que los encuestados tienen respecto de la cadena y la externalización que realizó de los programas de entretenimiento.

Como conclusión de este apartado, podemos afirmar que los magazines emitidos en Radiotelevisión Valenciana estuvieron producidos en la Comunidad Valenciana, ya que más de la mitad de los mismos los produjo la propia cadena autonómica, y de la otra mitad, cerca de un 90% estuvieron producidos por empresas valencianas. Minuto Producciones SL, con el magazine “Tela Marinera”, Parafina Producciones SL con “En compañía de Salomé” y Acca Media Enterprise SL con “Hora de salut” fueron las productoras valencianas que más capítulos y minutos produjeron para Radiotelevisión Valenciana. De las productoras no valencianas a las que se encargó algún programa magazine, destacan Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA, productora del programa “La bomba”, o Plural Entertainment SL, responsable de los programas “Control (des-control) y “Decadamanía”. La producción de magazines se muestra muy diferente a la de los otros formatos analizados hasta ahora, con una fuerte presencia de la producción propia, y una destacada participación de las empresas valencianas en la producción de los magazines que se externalizaron. Sin embargo, los encuestados continúan manifestando que la cadena contó poco o muy poco con las empresas y profesionales valencianos para la producción de este formato.

5.3.7. Externalización de la producción de *Talent shows*.

Los concursos de talento son un formato muy demandado en la televisión actual. Cantantes, bailarines, actores, o cualquier tipo de artista tiene cabida en estas competiciones en las que habitualmente un jurado o el propio público evalúan las habilidades artísticas de los participantes. En la siguiente tabla se enumeran los programas emitidos por Radiotelevisión Valenciana que podrían clasificarse en la categoría de los *talent show*.

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	Abanibí	Contenidos Audiovisuales Extra Tv SL
2	Alma de copla	Boomerang Tv SA
3	Calor, calor	Producción de Programas para Tv SL

4	Canta, canta	TVV SA
5	Cantem de cor	Diafebus Media SL
6	De Orihuela a la fama	TVV SA
7	Generación de estrellas	Europroducciones Tv SA
8	Un beso y una flor	Europroducciones Tv SA

Tabla 82. Talent shows emitidos por RTVV durante el periodo 1989-2013

En el periodo 1989-2013, Radiotelevisión Valenciana emitió 8 programas de tipo *talent show* tal como se detalla en la tabla anterior. Podríamos afirmar que no es un gran número de programas de este tipo, si tenemos en cuenta que es un formato de gran aceptación por la audiencia, sobre todo por los espectadores más jóvenes.



Gráfico 112. Tipología de producción de los talent show emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

Si analizamos el gráfico, podemos afirmar que la mayoría de los *talent show* emitidos por Radiotelevisión Valenciana, un 65,5%, se produjeron por la fórmula de la producción propia. El 22,4% se produjeron mediante producción asociada, y sólo el 12,1% se externalizaron totalmente. Estos datos son llamativos ya que el formato de *talent show* es un formato que habitualmente se externaliza en la mayoría de las cadenas de televisión, sin embargo, Radiotelevisión Valenciana apostó por la producción propia para su creación.

A continuación se muestra el listado de entregas emitidas de talent shows.

PRODUCTORA	CAPÍTULOS
TVV SA	423
Producción De Programas Para Tv SL	145
Contenidos Audiovisuales Extra Tv SL	27
Europroducciones Tv SA	25
Boomerang Tv SA	13
Diafebus Media SL	13

Tabla 83. Listado de empresas encargadas de la producción de talent shows para RTVV en el periodo 1989-2013 ordenadas por el número de entregas producidas por cada una de ellas.

La tabla anterior ratifica que fue la propia Radiotelevisión Valenciana la que más programas *talent show* produjo, un total de 423. Esta cifra la determinan principalmente las 403 emisiones del espacio “Canta, canta” entre 1996 y 1999. Se trataba de un concurso de karaoke que recorría la Comunidad Valenciana para dar la oportunidad de actuar en televisión a los aficionados a la música. La segunda productora en la lista es Producción de programas para televisión, responsable del programa “Calor, calor”. Una versión veraniega del programa anterior “Canta, canta”, en este caso con producción externalizada de un total de 145 capítulos emitidos entre 1999 y 2000. Ambos programas estaban presentados por la presentadora madrileña María Abradelo. Muy lejos de las cifras anteriores se encuentran los 27 capítulos de *talent show* producidos por la empresa Contenidos audiovisuales Extra TV, responsable del programa “Abanibi” emitido entre 2005 y 2006. El programa de tira semanal enfrentaba a dos familias que demostraban sus virtudes para el canto y la representación. En cuarto lugar se encuentra la productora madrileña Europroducciones, responsable de los programas “Un beso y una flor” y “Generación de estrellas” que se emitieron en 2009 y 2010. Ambos programas estaban también enfocados a la competición entre cantantes noveles.



Gráfico 113. Número de talent shows emitidos por RTVV cada año en el periodo 1989-2013

Del análisis de la gráfica de la producción de talent shows por años, llama la atención que fue el año 2010 en el que más espacios de este tipo coincidieron en la parrilla de programación de la cadena. Concretamente fueron los programas “Generación de estrellas”, “Cantem de cor” y “Un beso y una flor”, todos ellos con producción externalizada. Del resto de la gráfica podemos destacar que son muchos los períodos en que la cadena no incluyó ningún *talent show* en su parrilla de programación, en concreto 1989-1995, 2001-2004, el año 2007, y el periodo 2011-2013. Cabe destacar que estos programas

suelen tener una producción cara por los gastos que comporta disponer de un gran plató para actuaciones, iluminación espectacular, mantenimiento de los concursantes, etc., por lo que lo habitual es que las cadenas solo dispongan de uno o como mucho dos *talent show* simultáneos en su parrilla.

Si analizamos las gráficas de procedencia de las productoras que se encargaron de la externalización de los *talent show* obtenemos los siguientes datos:



**Gráfico 114. Procedencia de las productoras de talent shows
emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013**

El gráfico anterior nos indica que el 66,7% de los *talent show* externalizados estuvieron producidos por empresas de fuera del territorio autonómico, mientras que solo se contó con las productoras valencianas para producir un 33,3% de los *talent* externalizados por la cadena autonómica.

Procedencia de las productoras de talent show (Capítulos producidos)

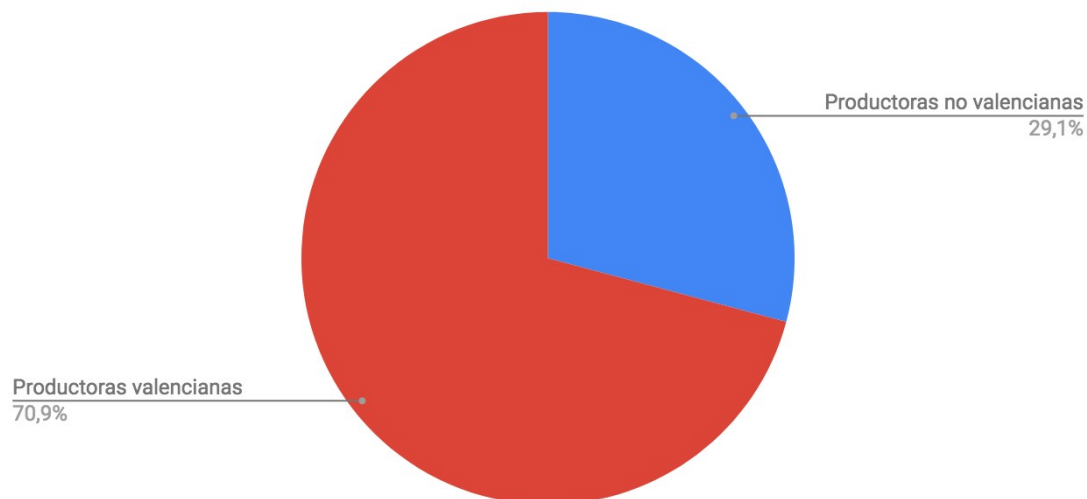


Gráfico 115. Procedencia de las productoras de talent shows emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una de ellas.

Curiosamente, esta gráfica no tiene nada que ver con la anterior, ya que, aunque las empresas valencianas produjeron un menor número de *talent show* que las empresas de fuera del territorio, los talent show producidos por las empresas valencianas tuvieron un mayor número de entregas que el resto. Por este motivo la gráfica muestra que un 70,9% de los capítulos de *talent show* que fueron externalizados por la cadena corrieron a cargo de empresas valencianas, mientras que solo el 29,1% de las entregas los produjeron empresas no valencianas.

Procedencia de las productoras de talent show (Minutos producidos)

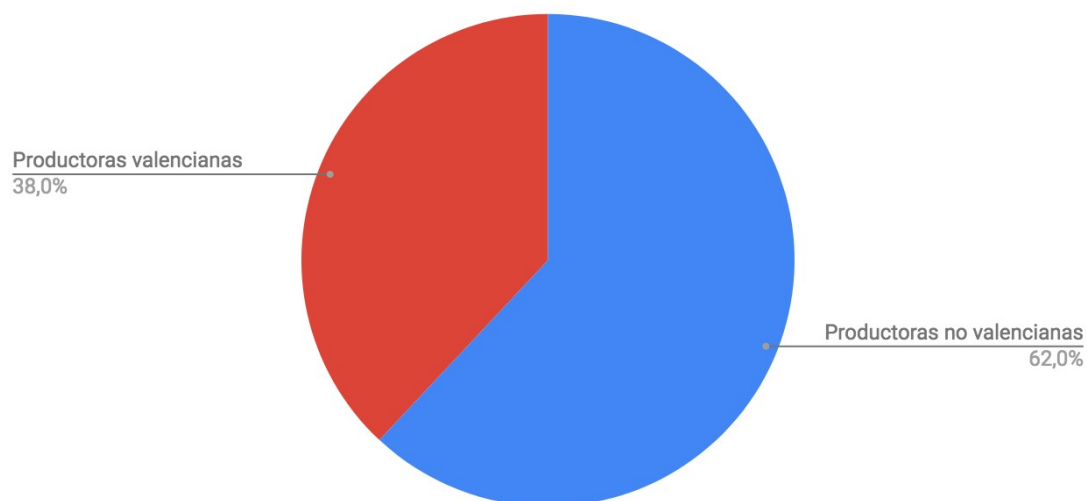


Gráfico 116. Procedencia de las productoras de talent shows emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de minutos producidos por cada una de ellas.

Dado que los gráficos anteriores eran, aparentemente, contradictorios, el gráfico de los minutos externalizados es el más clarificador de los tres ya que indica que de todos los *talent show* externalizados, el 62% de los minutos producidos estuvieron a cargo de productoras no valencianas, mientras que las productoras valencianas sólo produjeron el 38% de los minutos producidos. Este gráfico muestra unos porcentajes contrarios al anterior, una contradicción debida a que los capítulos de los *talent show* producidos por empresas valencianas tuvieron una menor duración en minutos que los *talent show* producidos por empresas de fuera del territorio.

La opinión de los profesionales y empresarios valencianos sobre la externalización que RTVV realizó de talent shows se resume en el siguiente gráfico:

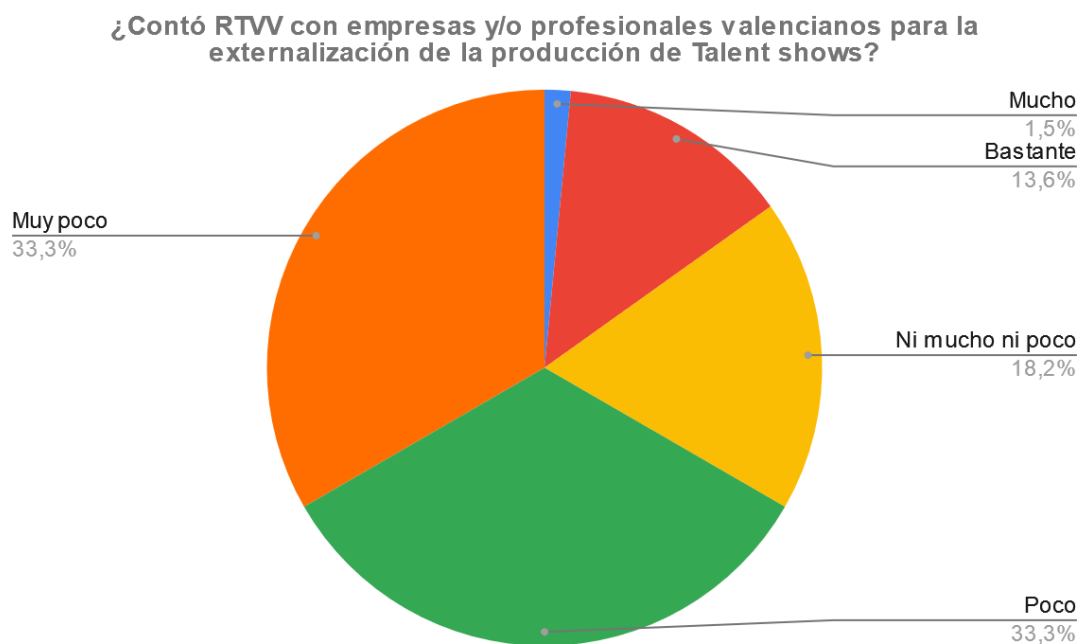


Gráfico 117. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de talent shows. Fuente: elaboración propia

Los datos que ofrece el gráfico dejan constancia muy clara de la opinión de los encuestados que en un 66,6% consideran que la cadena contó poco o muy poco con el sector audiovisual local para la producción de *talent show*. Es el porcentaje más alto de todos los programas de entretenimiento analizados hasta el momento. Llama también la escasa opinión a favor, ya que solo un 15,1% de los encuestados opinan que la RTVV contó mucho o bastante con ellos para la producción de este formato. En esta ocasión la opinión de los encuestados coincide con los datos reales, ya que aproximadamente un 66% de las producciones de talent shows se externalizaron con empresas de fuera

de la Comunidad Valenciana, porcentaje similar al aportado por los encuestados.

En resumen, podemos afirmar que Radiotelevisión Valenciana no apostó demasiado por el *talent show* en sus 24 años de existencia con tan sólo 8 programas de este tipo emitidos en todo el periodo analizado. Curiosamente, fue la propia Televisión Valenciana SA la que produjo con sus propios recursos técnicos y humanos un mayor porcentaje de programas *talent show*, en concreto un 65,5%. Estas cifras se basan principalmente en las 423 entregas que la cadena produjo de los programas “Canta, canta” y “De Orihuela a la fama”. Para la producción del 34,5% de los *talent show* emitidos, la cadena contó mayoritariamente con empresas no valencianas como Contenidos Audiovisuales Extra TV SL, responsable de las 27 entregas del programa “Abanibí”, Europroducciones SA, que produjo los programas “Un beso y una flor” y “Generación de estrellas” o Boomerang TV SA responsable del *talent show* “Alma de copla”. Por otra parte, la cadena autonómica confió la producción del programa “Abanibí” a la empresa domiciliada en Valencia Producción de programas para TV SL, y el *talent show* “Cantem de cor” a la productora valenciana Diafebus Media SL. Los encuestados consideran que la cadena contó poco o muy poco con las empresas y profesionales valencianos para la producción de este formato televisivo.

5.3.8. Externalización de la producción de *Reality shows*.

Los *reality shows* son otro formato que se ha hecho habitual en las últimas décadas en las parrillas de programación de las cadenas de televisión. Radiotelevisión Valenciana no se mantuvo ajena a este fenómeno y programó hasta 9 programas de este estilo. Se detallan en la siguiente tabla:

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	A l'endemà	TVV SA
2	Cadena de favors	Tiburón Tv SL
3	El día de ...	TVV SA
4	El nostre dia	Endora Producciones SL
5	Flashback, regreso al pasado	ZZJ SA
6	La vida va	Doble Diez Levante SL
7	Poble show	Euromedia Producciones SL, Four Luck Banana SL
8	Res a vore	Gabinete de Comunicación Global SL
9	Un lloc al món	Cuarzo Producciones SL

Tabla 84. Listado de *reality shows* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.

Al igual que ocurría con los *talent shows*, no son muchos los realities emitidos por Radiotelevisión Valenciana en el periodo analizado. Bien es cierto que este formato es más propio de la televisión comercial que de la televisión

pública, ya que suele encerrar alto contenido de morbo y, raramente incorpora valores propios de una televisión pública.



Gráfico 118. Tipología de la producción de *reality shows* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.

La gráfica que hace referencia al tipo de producción destaca que el 80,9% de los *reality show* emitidos en Radiotelevisión Valenciana se produjeron por el método de la producción externalizada. Cabe destacar, que este es el procedimiento habitual seguido en la mayoría de cadenas de televisión para la producción de este tipo de programas. En el caso analizado, tan solo el 16,6% de los espacios emitidos se realizó con producción propia, y únicamente el 2,5% se vehiculó mediante la producción asociada. A continuación se presenta el listado de entregas producidas por cada una de las productoras encargadas de la producción de los *reality shows* emitidos por RTVV.

PRODUCTORA	CAPÍTULOS
Doble Diez Levante SL	67
TVV SA	26
ZZJ SA	23
Gabinete de Comunicación Global SL	13
Euromedia Producciones SL, Four Luck Banana SL	10
Cuarzo Producciones SL	8
Endora Producciones SL	6
Tiburón Tv SL	4

Tabla 85. Listado de empresas encargadas de la producción de *reality shows* para RTVV en el periodo 1989-2013 ordenadas por el número de entregas producidas por cada una de ellas.

Si atendemos al listado de empresas responsables de la producción de los *reality shows* emitidos por Radiotelevisión Valenciana, encontramos que fue la compañía Doble Diez Levante SL, filial del Grupo Boomerang TV, la que más programas de este tipo produjo para la cadena autonómica. En concreto fueron 67 entregas del programa “La vida va” en el que cada día una serie de

invitados contaban su historia particular y abrían su corazón a los espectadores, intentando hacer una lectura positiva de los problemas. El programa se emitió entre 2005 y 2006, en horario de tarde y estaba presentado por Blanca Benlloch. En segundo lugar están los 26 capítulos que la propia cadena autonómica produjo de los programas “A l’endemà” y “El dia de...” en los años 1994 y 1996 respectivamente. “A l’endemà” mostraba historias de personas a las que un acontecimiento puntual les había cambiado la vida. “El dia de...” mostraba a personas anónimas que estaban viviendo situaciones dramáticas y reclamaban ayuda de la sociedad. El tercer lugar de la lista lo ocupa la productora ZZJ SA que coprodujo para FORTA el programa “Flashback, regreso al pasado” en el año 2002. En este programa se sometía a diversas personas a una regresión hipnótica para revivir momentos del pasado.

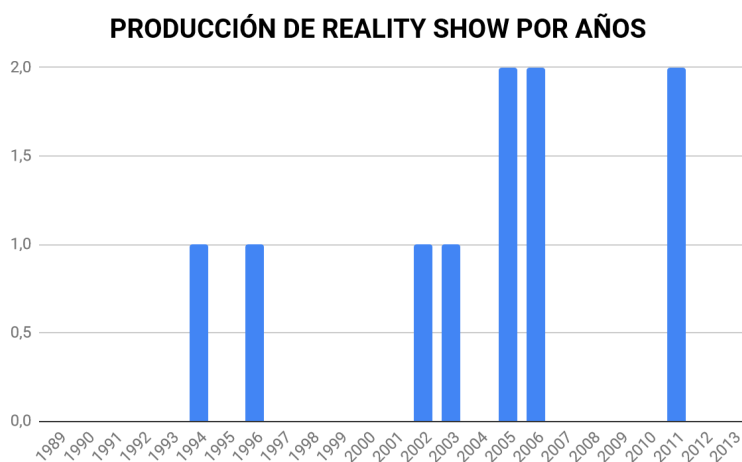


Gráfico 119. Reality shows emitidos por RTVV cada año durante el periodo 1989-2013.

El gráfico de la producción de *reality show* por años ofrece datos poco clarificadores. Fueron 2005, 2006 y 2011 los años en que se incluyeron un par de programas de este tipo en la parrilla de programación, mientras que en 1994, 1996, 2002 y 2003 fue un único reality el emitido. En el resto de años de la serie no se contempla la emisión de ningún *reality show*, por lo que podríamos afirmar que este género no fue muy habitual en la parrilla de programación de Radiotelevisión Valenciana, salvo los casos puntuales anteriormente enunciados.

Si analizamos la procedencia de las productoras a las que se confió la producción de los *reality show* obtenemos las siguientes gráficas:

Procedencia de las productoras de reality shows (Programas externalizados)

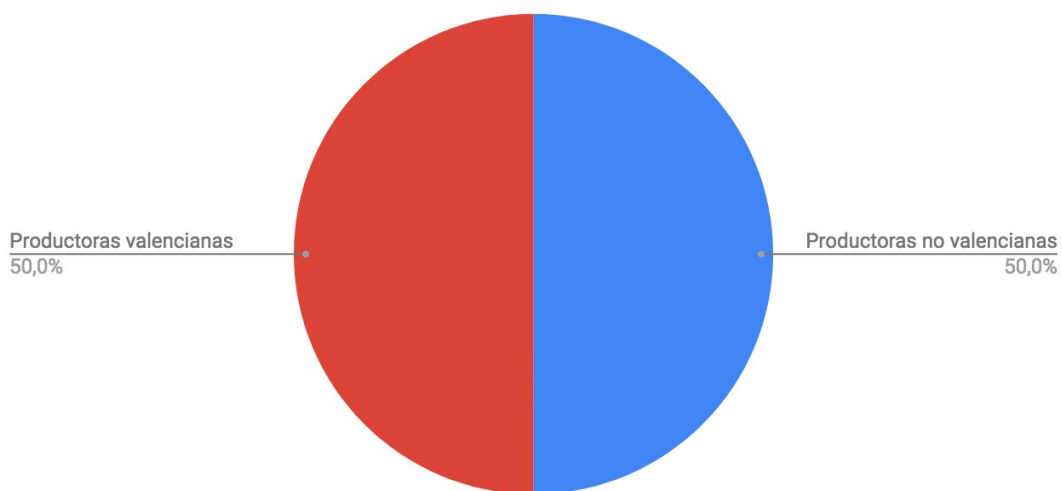


Gráfico 120. Procedencia de las productoras encargadas de los *reality shows* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.

La gráfica anterior nos indica que la mitad de los *reality show* externalizados estuvieron producidos por empresas valencianas, y la otra mitad por empresas de fuera del territorio autonómico.

Procedencia de las productoras de reality shows (Capítulos externalizados)

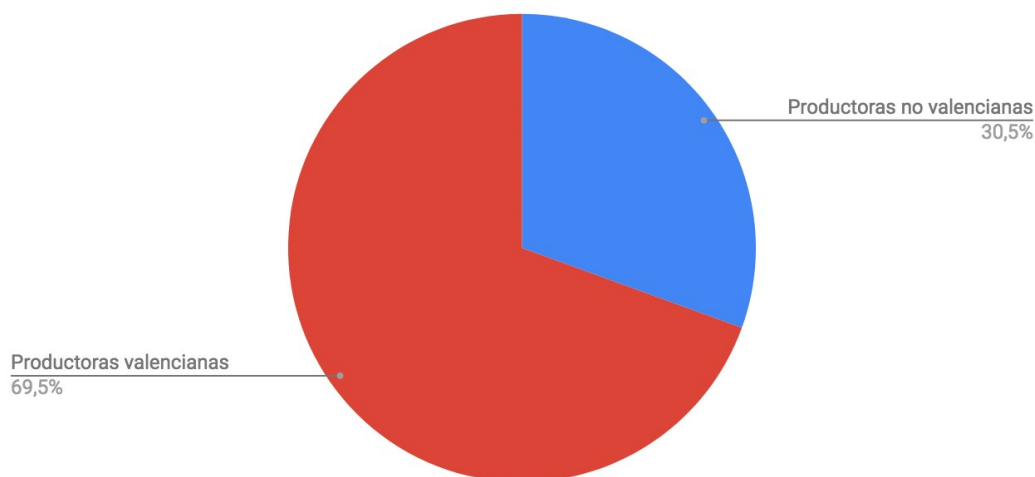


Gráfico 121. Procedencia de las productoras encargadas de los *reality shows* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una de ellas

Si analizamos el número de entregas producidas de cada uno de los realities, la balanza se decanta para las productoras valencianas que se encargaron de producir el 69,5% de los capítulos de los *reality show*

externalizados, mientras que las productoras radicadas en otras comunidades produjeron el 30,5%.

Procedencia de las productoras de reality shows (Minutos externalizados)

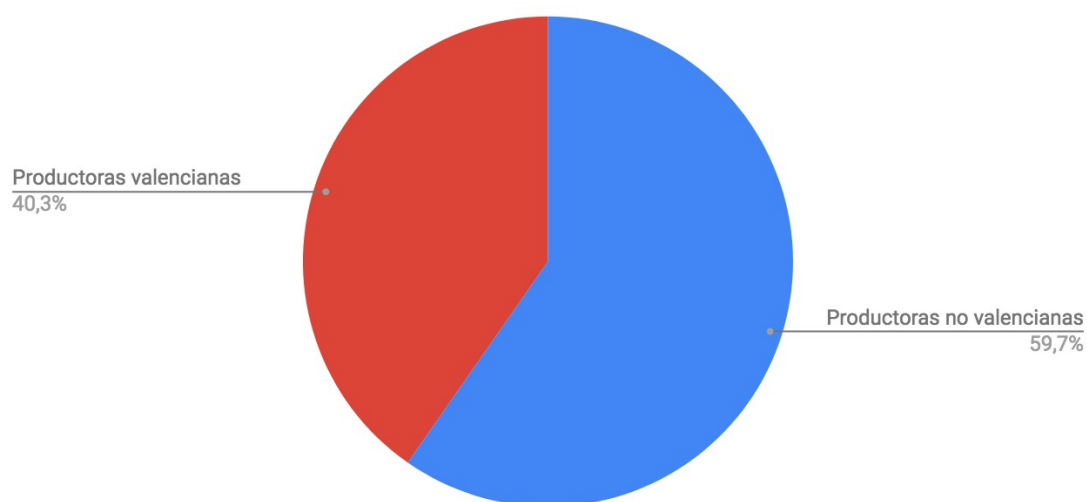


Gráfico 122. Procedencia de las productoras encargadas de los *reality shows* emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo a los minutos producidos por cada una de ellas

Como ya hemos comentado en otros apartados, los datos de la gráfica de los minutos producidos no ofrecen total fidelidad a la realidad, ya que la cadena autonómica no ha facilitado la duración total de todos los programas analizados. En cualquier caso, sí que nos sirve como cifra orientativa y, en este caso, destaca que las empresas de fuera del territorio produjeron más minutos de *reality show* que las empresas locales. En concreto las productoras no valencianas se encargaron aproximadamente del 60% de los minutos producidos mientras que las empresas valencianas produjeron un 40% de los minutos externalizados de *reality shows*.

A continuación se expone la opinión de los profesionales y empresarios del audiovisual valenciano respecto a la externalización realizada por RTVV de *reality shows*:

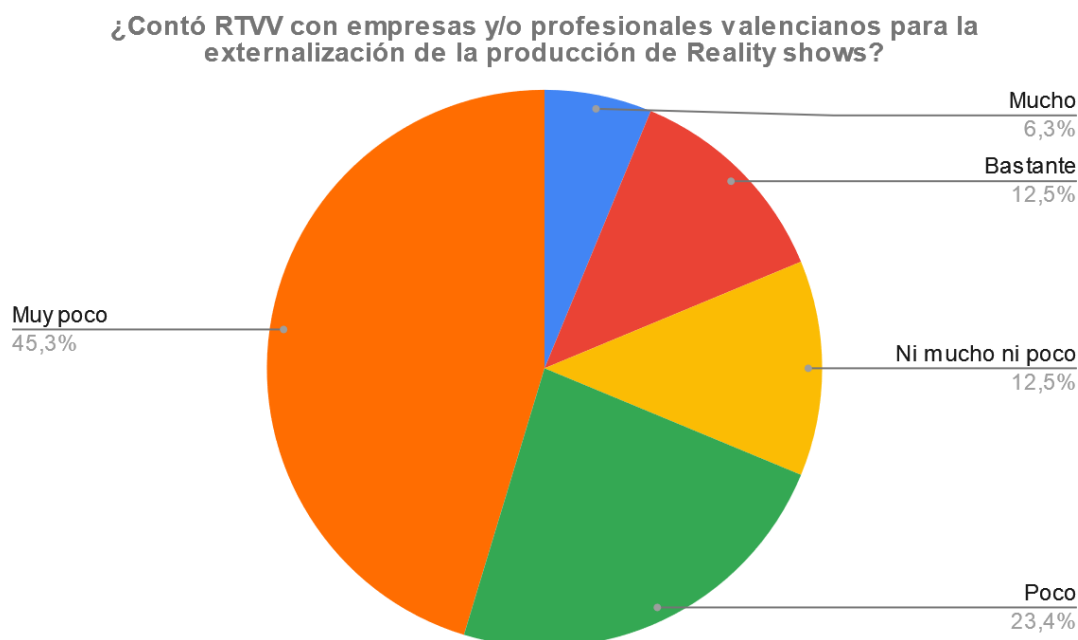


Gráfico 123. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de *reality shows*. Fuente: elaboración propia

El gráfico ofrece datos muy claros sobre la opinión de los encuestados. Un 45,3% opinan que la cadena contó muy poco con los profesionales y empresarios valencianos para la externalización de *reality shows*. Es el porcentaje más alto observado hasta el momento de todos los formatos analizados. Si sumamos el porcentaje de muy poco y poco la cifra se eleva hasta el 68,7%. Indudablemente, los encuestados coinciden en que RTVV tuvo muy poca confianza en los profesionales del territorio autonómico para la producción de realities.

En resumen, podemos afirmar que Radiotelevisión Valenciana no apostó demasiado por el *reality show*, con solo 9 programas de este género producidos en sus 24 años de vida. La producción externalizada fue la fórmula elegida para la producción del 80,9% de estos programas, y fue la empresa Doble Diez Levante SL, filial del grupo Boomerang TV, a la que se encargaron mayor número de entregas, en total 67 capítulos del programa “La vida va”. Cabe destacar que, en los datos analizados, esta empresa computa como productora valenciana por tener su domicilio social en la ciudad de Valencia, pero realmente es una filial de un grupo radicado en Madrid. La segunda empresa con más entregas externalizadas es la sevillana, ZZJ SA, que produjo para FORTA el *reality show* “Flashback, regreso al pasado”. Las gráficas de procedencia de las productoras encargadas de la externalización de este formato no dejan claro si existió un predominio de contratación de productoras valencianas o de productoras no valencianas, aunque sí que se observa un ligero predominio de contratación de las productoras no valencianas sobre las locales. La opinión de los encuestados es que la cadena contó poco o muy

poco con las empresas y profesionales locales para la producción de este formato.

5.3.9. Externalización de la producción de programas musicales y de variedades

Los programas musicales no son muy habituales en las parrillas de programación de las televisiones generalistas. A pesar de que la música es un contenido cultural que nos acompaña en el día a día, las cadenas de televisión no le prestan la atención que debieren. La música en la televisión actual suele venir asociada a los *talent show*, pero no se programan contenidos musicales plenos, tales como conciertos o programas de actuaciones musicales.

Algunos autores como Margarita Landete han investigado sobre la presencia de los programas musicales en las televisiones autonómicas. La autora reconoce que los programas musicales “han ido desapareciendo paulatinamente de las televisiones generalistas españolas, quedando relegados a mera excusa narrativa en los “talent shows” o a la programación de madrugada (Landete, 2017:188). La autora califica la presencia de este tipo de programas como “irregular” y realiza un análisis de su presencia en las parrillas de programación de los canales autonómicos, destacando la nula presencia en la televisión balear y vasca, y un mayor número de los mismos en la televisión catalana o gallega.

En este análisis de programas musicales, Landete destaca el programa de variedades “Luar”, que se mantiene en antena en la televisión gallega desde 1992, o el programa “Bamboleo” de esta misma cadena que combina actuaciones musicales, bailes de salón, concursos de talentos... Algunas cadenas autonómicas apuestan por la música tradicional, otras por la música clásica, muy pocas por la música en directo, pero en general dedican poca atención a este formato televisivo.

Estos programas musicales y de variedades están basados en la presentación de espectáculos de música, baile, actuaciones artísticas, concursos, juegos, variedades, o intervenciones humorísticas conducidas por uno o más presentadores y ante un gran despliegue escenográfico de luz y espacio. Son producciones típicamente de estudio, y si bien históricamente solían producirse en directo, incluso con la presencia de público durante su transmisión, en la actualidad recurren frecuentemente a la grabación y emisión diferida con el fin de beneficiarse de las ventajas, en orden al espectáculo, de edición de postproducción que permite acentuar el ritmo, eliminar los tiempos muertos del desarrollo, incorporar efectos visuales y sonoros, animaciones, etc. En la actualidad han desaparecido prácticamente de las parrillas de

programación porque han sido sustituidos por los *talent show*, pero entrarían en este apartado todas las galas especiales que realizan las televisiones en fechas destacadas como Navidad o Nochevieja, e incluso algunos formatos de telemaratón basados en la actuación de cantantes, humoristas, etc.

A continuación se detalla el listado de programas musicales y de variedades emitidos por Radiotelevisión Valenciana, así como la productora responsable de los mismos:

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	2000 canciones	Gestmusic Endemol SA
2	Bona nit	Adi Producciones SL
3	Canciones para el recuerdo	Producciones 52 Andalucía SL
4	Cantamos contigo	Producciones 52 Andalucía SL
5	Cap i cua (música jove i nit)	TVV SA
6	Contra punt 2	TVV SA
7	De festa en festa	TVV SA
8	De un tiempo a esta parte	Alba Adriática SL
9	Els nostres músics	TVV SA
10	Entre amigos	Gecaguma SL, Forta (TVV SA, Telemadrid, Canal Sur, ETB)
11	Festiu 90	Forta (TVV SA , Canal Sur , Telemadrid, ETB, TVG)
12	Festiu 91	Forta (TVG, TVV SA, Canal Sur, Telemadrid, ETB)
13	Gent x gent	TVV SA
14	Grafiti	TVV SA
15	L'escenari	Visual Producciones SL
16	L'hora de tony river	TVV SA
17	Música i llocs	Euromedia Producciones SL
18	Música i punt	TVV SA
19	Noche espectacular	Miramón Mendi SA, Gecaguma SL, Forta (TVV SA, Telemadrid, Canal Sur, ETB)
20	Noche sensacional	Alba Adriática SL
21	Nuestras canciones	Gestmusic Endemol SA
22	Passarel·la	TVV SA
23	Pensa en mi	TVV SA
24	Reis del pop	TVV SA
25	Siempre estrellas	Alba Adriática SL
26	Solfa íntima	Videquip SA
27	Sona	SB Producciones SL
28	Tot de nou	TVV SA
29	Tu gran noche	Miramón Mendi SA
30	Un estiu de música	TVV SA
31	Un siglo de canciones	Gestmusic Endemol SA
32	Verano de estrellas	Miramón Mendi SA, Gecaguma SL

Tabla 86. Listado de programas musicales o de variedades emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.

Si analizamos la presencia de programas musicales en la parrilla de Radiotelevisión Valenciana, en total fueron 32 los programas musicales y de

variedades producidos en sus 24 años de vida. Se ha incluido en este listado el programa “Gent x gent” que la cadena clasificó como “Telemaratón” pero que al ser el único de su género se ha creído conveniente agruparlo en este apartado.

PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS MUSICALES Y DE VARIEDADES

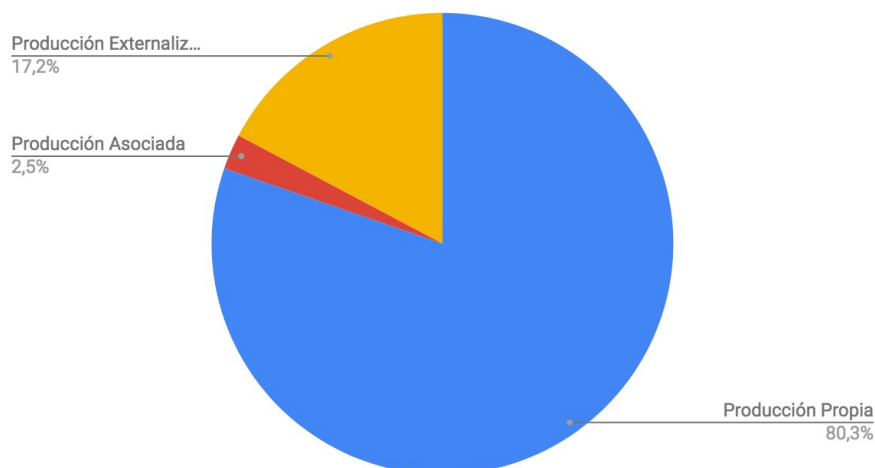


Gráfico 124. Tipología de producción de los programas musicales y de variedades emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013

La gráfica que se deriva del análisis de los métodos de producción en los programas musicales y de variedades deja claro que la producción propia fue el sistema elegido por Radiotelevisión Valenciana para la producción de la gran mayoría de estos programas. En concreto un 80,3% de las entregas emitidas fueron producidas por la cadena con sus propios recursos técnicos y humanos. Tan sólo el 17,2% de los espacios emitidos estuvo producido por una productora externa, y el 2,5% se realizó mediante la fórmula de la producción asociada. Este gráfico es muy distinto al analizado para géneros anteriores y, curiosamente, se acerca a los que ya vimos relacionados con la producción de programas informativos aunque son géneros que nada tienen que ver entre sí.

PRODUCTORA	CAPÍTULOS
TVV SA	2562
Alba Adriática SL	179
Gecaguma SL	162
Miramon Mendi SA	120
Forta (TVG, TVV, Canal Sur, Telemadrid, ETB)	93
Gestmusic Endemol SA	73
Producciones 52 Andalucía SL	26
SB Producciones SL	13
Videquip SA	13
Euromedia Producciones SL	13
Visual Producciones SL	13
Adi Producciones SL	12

Tabla 87. Listado de las productoras con más programas musicales o de variedades producidos para RTVV en el periodo 1989-2013.

Como comentábamos anteriormente, la producción propia fue la fórmula elegida por la cadena autonómica para la producción de los programas musicales y de variedades. Hasta un total de 2562 entregas de este tipo de programas produjo Televisión Valenciana SA con sus propios recursos técnicos y humanos. Se trata de las emisiones de programas como “Cap i cua”, “Els nostres músics”, “Grafiti”, “Música i punt” o “Pasarel·la”.

La siguiente productora de la lista es Alba Adriática SL, propiedad del famoso ventrílocuo José Luis Moreno. La cadena autonómica contrató con esta empresa hasta 179 emisiones de programas como “De un tiempo a esta parte”, “Noche sensacional” o “Siempre estrellas”. Curiosamente, la siguiente en la lista es la productora Gecaguma SL, responsable de programas como “Entre amigos” o “Noche espectacular”, también producidos por José Luis Moreno. En total fueron 162 entregas las producidas por esta productora madrileña. La cuarta productora de la lista, como las dos anteriores, también es propiedad del famoso ventrílocuo José Luis Moreno. A Miramon Mendi SL se le contrataron 120 emisiones de los programas “Tu gran noche”, “Verano de estrellas” y “Noche espectacular”, estos dos últimos coproducidos con Gecaguma SL. Es decir, las diferentes productoras de José Luis Moreno produjeron hasta 382 entregas de programas de variedades, todos ellos de similares características combinando actuaciones musicales con humoristas y concursos. En total fueron 43.598 minutos, o lo que es lo mismo, 727 horas de emisión las contratadas por Radiotelevisión Valenciana con el productor madrileño cuyos programas se emitieron generalmente los sábados por la noche. Algunos de estos programas estuvieron coproducidos por la Federación de Organismos de Radiotelevisión Autonómica (FORTA) como es el caso de “Noche espectacular” y “Entre amigos”. Además, FORTA produjo los programas “Festiu 90” y “Festiu 91”, el primero realizado desde el Hotel Lido de Torrent para Radiotelevisión Valenciana, Canal Sur, Telemadrid, Euskal Telebista, y Televisión de Galicia.

La quinta de la lista es la productora catalana Gestmusic Endemol SA, responsable de los programas “2000 canciones”, “Un siglo de canciones” y “Nuestras canciones”. Entre los 3 programas se emitieron un total de 73 entregas, equivalentes a 12.198 minutos, 203 horas de emisión.

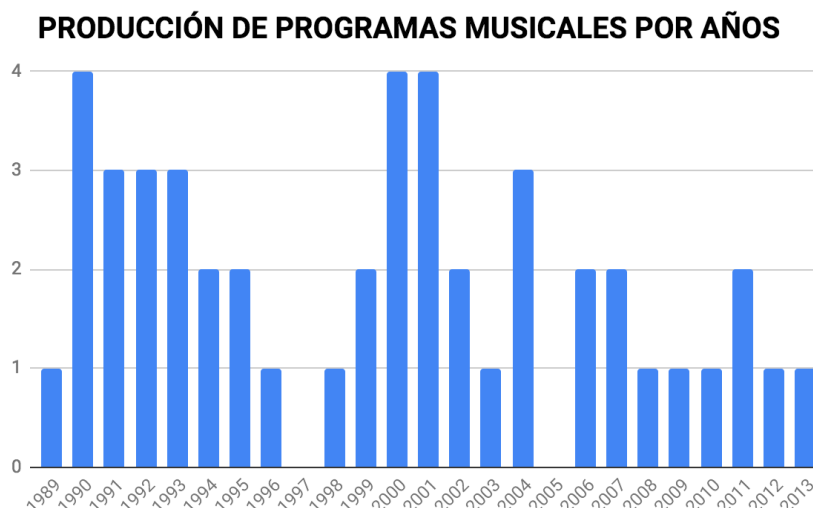


Gráfico 125. Número de programas musicales y de variedades emitidos por RTVV cada año durante el periodo 1989-2013

La gráfica de la producción de programas musicales por años tiene poco que ver con gráficas de este tipo analizadas en apartados anteriores. En este caso, son los primeros años de la gráfica los que concentran un mayor número de emisiones. De hecho, en 1990 coincidieron 4 programas musicales en la parrilla de programación, y en 1991, 1992, y 1993 fueron tres programas cada año. La gráfica desciende hasta los cero programas musicales emitidos en 1997, y empieza a remontar en 1998 con dos programas hasta llegar a los cuatro programas emitidos en 2000 y 2001. Se inicia un nuevo descenso en la gráfica, pero en 2004 encontramos un pico de tres programas que curiosamente desaparecen en la parrilla de 2005. A partir de ese año, solo se registran uno o dos programas musicales en la parrilla de programación, lo que confirma que este género fue habitual en las parrillas de programación en la década de los noventa y es poco habitual en la programación de los últimos años.

Si analizamos la procedencia de las productoras encargadas de la externalización de los programas musicales y de variedades obtenemos las siguientes gráficas:

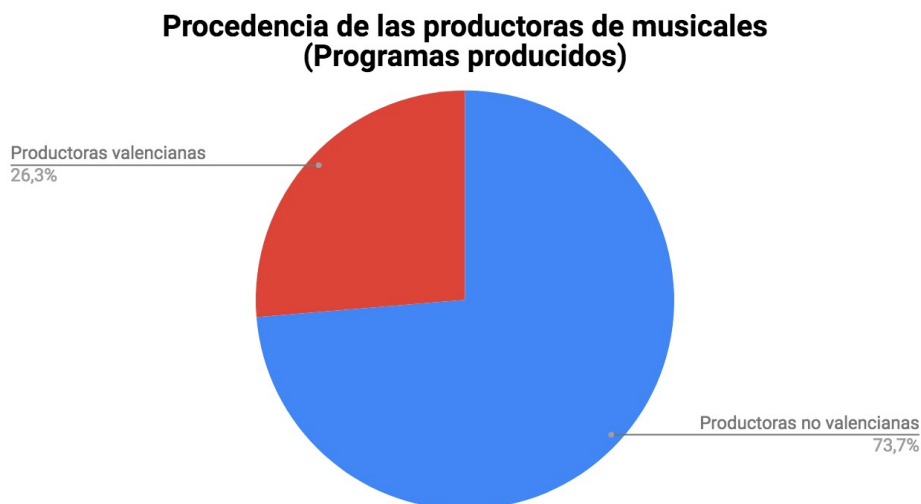


Gráfico 126. Procedencia de las productoras de programas musicales y de variedades emitidos por RTVV

La gráfica anterior indica claramente que el 73,7% de los programas musicales externalizados por la cadena autonómica estuvieron producidos por empresas radicadas fuera de la Comunidad Valenciana, mientras que sólo un 26,3% de las productoras a las que se confiaron estos programas eran valencianas.

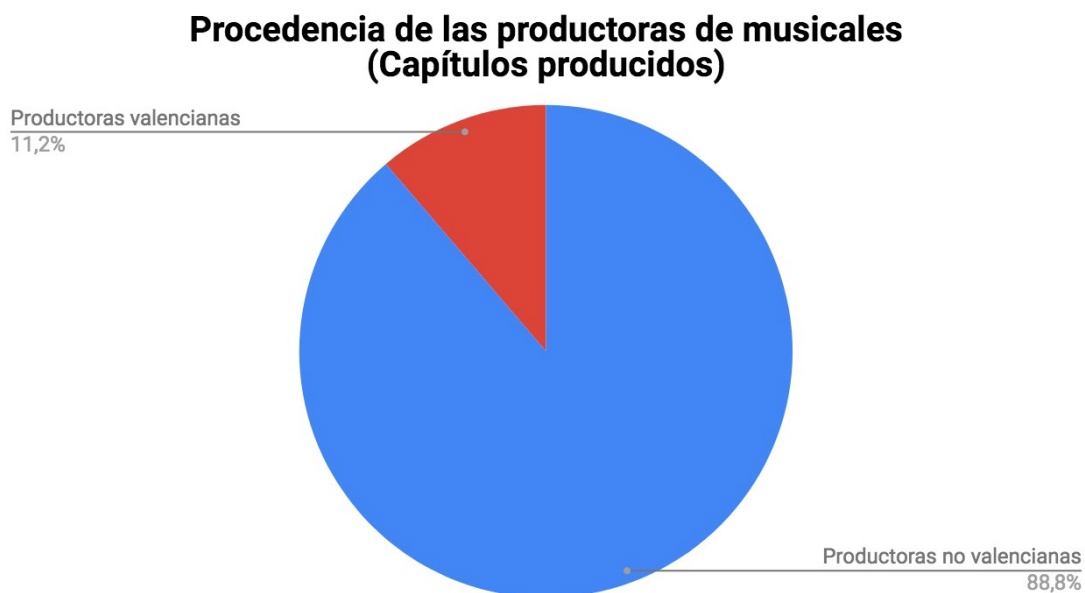


Gráfico 127. Procedencia de las productoras de programas musicales y de variedades emitidos por RTVV en atención al número de entregas producidas por cada una de ellas

Si analizamos los capítulos externalizados de cada uno de estos programas se confirman los datos apuntados en la gráfica anterior. Un 88,8% de las entregas de programas musicales y de variedades externalizados

estuvieron producidos por empresas de otros territorios autonómicos, y solo un 11,2% de las entregas externalizadas las produjeron empresas de la Comunidad Valenciana. En este apartado hemos descartado el gráfico de los minutos externalizados porque eran demasiado escasos los datos disponibles de duración de los programas.

En el siguiente gráfico analizamos la opinión de los encuestados sobre la externalización realizada por RTVV de los programas musicales y de variedades:

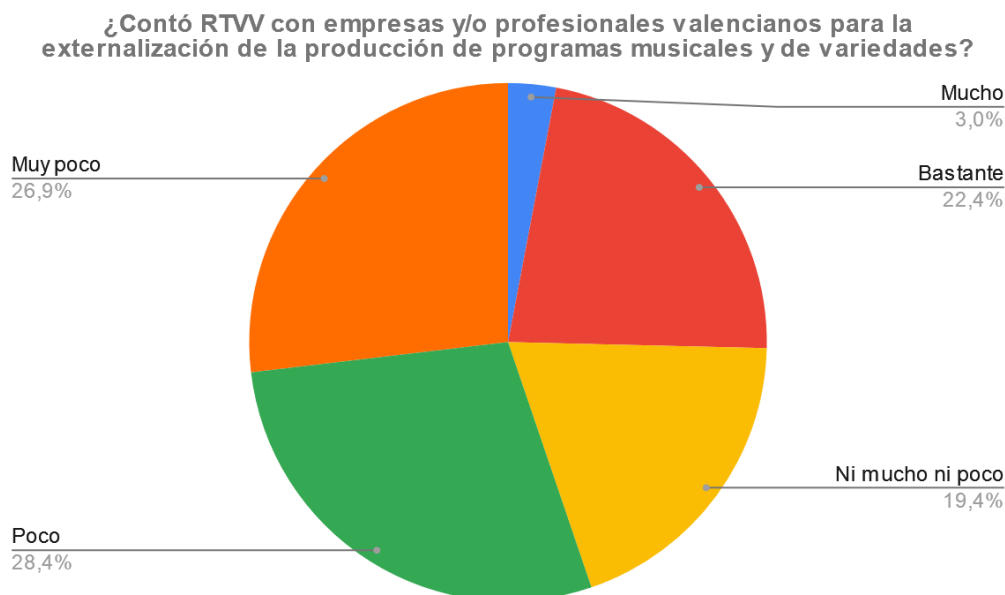


Gráfico 128. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de programas musicales y de variedades. Fuente: elaboración propia

Una vez más se repite la opinión de los encuestados de que RTVV también contó poco o muy poco con las empresas y profesionales valencianos para la producción de este formato. Concretamente un 55,3% son de esta opinión. Por contra, un tan solo un 25,3% consideran que la cadena externalizó mucho o bastante este tipo de programas contando para ellos con los profesionales del territorio autonómico. Aunque el porcentaje no es tan alto como en el apartado anterior dedicado a los *reality shows*, en este apartado se deja constancia de que la sensación de los profesionales y empresarios valencianos es muy negativa respecto a la externalización de programas de entretenimiento realizada por la cadena autonómica.

Resumiendo, podemos afirmar que el 80% de los programas musicales y de variedades los produjo Televisión Valenciana SA con sus propios medios. Solo en un 20% de los casos, la cadena autonómica recurrió a la producción externalizada o asociada. De esos programas externalizados, solo un 11% de las entregas las produjeron empresas valencianas, mientras que un 89% de

estas productoras fueron de otros territorios autonómicos. Cabe destacar que varias de esas productoras no valencianas están vinculadas al ventrílocuo José Luis Moreno, es el caso de Gegacuma SL, Miramon Mendi SA y Alba Adriática SL. Los programas musicales se emitieron en Televisión Valenciana durante todo el periodo analizado, pero hubo algunos años en que coincidieron varios programas de este género en la parrilla de programación, concretamente en el periodo 1990-1993, y en los años 2000 y 2001. Con el paso de los años, la presencia de este formato en la parrilla de programación fue reduciéndose. La mayoría de los encuestados consideran que la cadena contó poco o muy poco con las empresas y profesionales valencianos para estas producciones.

5.3.10. Externalización de la producción de programas culturales

En el catálogo de programas emitidos por Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013 encontramos espacios clasificados como programas culturales. Se engloban en este apartado todos aquellos programas dedicados a la información cinematográfica, actualidad teatral, fiestas y tradiciones, mundo taurino, literatura, nuevas tecnologías, etc. En total se han incluido en esta clasificación los siguientes 24 programas producidos entre 1989 y 2013.

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	Agenda cultural -dietari	Television Valenciana SA
2	Al quite	Naranja Producciones SL
3	Asfalt	Conta Conta Produccions SL
4	Barri	Endora Producciones SL
5	Cartell de bous	Intercartel SL
6	Cifesa	Estudios Andro SL
7	Colp d'ull	Television Valenciana SA
8	Cor de festa	Malvarrosa Media SL
9	De festa en festa	Television Valenciana SA
10	El faro de Alejandría	Star Line Tv Productions SL
11	El programa de moda	Ferran i Ximo Produccions SL
12	Encontres	Television Valenciana SA
13	Enquadres	Television Valenciana SA
14	Entre bastidors	Tabarka Media SA
15	Espai taurí	Candil Films SL
16	Extrafalàrium	Idea y Media Producciones SL
17	Fahrenheit	El Canaleñe Literario SL
18	Ficcioniari	Medusa Producciones SL
19	L'esfera de la cultura	Television Valenciana SA
20	La finestra de la història	Endora Producciones SL
21	La Nau	Dobledeu Levante SL
22	Segle XXI Comunitat Valenciana	Adarve Producciones SL
23	Sense filtre	Television Valenciana SA
24	Theàtrica	Jat Audiovisual SL

Tabla 88. Listado de programas culturales emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.

En el listado anterior observamos que hay programas producidos por la propia Televisión Valenciana SA y otros que fueron externalizados. En el gráfico siguiente podemos observar los porcentajes de producción propia, producción externalizada y producción asociada de los programas culturales emitidos por la cadena autonómica.



Gráfico 129. Tipología de producción de los programas culturales emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.

En el gráfico anterior observamos que la producción propia de programas culturales supone un 58,9% del total de los producidos. Es decir, Televisión Valenciana fue la principal productora de este tipo de programas. Contó con productoras externas para un 7,3% de los espacios que se produjeron con la fórmula de la producción asociada y un 33,8% de los programas culturales se externalizaron totalmente.

A continuación observamos el listado de las productoras que más programas culturales realizaron para Televisión Valenciana.

PRODUCTORA	CAPÍTULOS
Television Valenciana SA	2984
Malvarrosa Media SL	436
Intercartel SL	234
Estudios Andro SL	231
Tabarka Media SA	218
Star Line Tv Productions SL	211
Medusa Producciones SL	148
Candil Films SL	134
Dobledeu Levante SL	115
Conta Conta Produccions SL	73

Tabla 89. Listado de las empresas que más entregas de programas culturales produjeron para RTVV en el periodo 1989-2013.

Como ya hemos indicado anteriormente, la propia Radiotelevisión Valenciana fue la que más entregas de programas culturales produjo, un total de 2984 capítulos de programas como “Encontres”, “Colp d’ull”, “Sense filtre”, “Enquadres”, “L’esfera de la cultura” o “De festa en festa”.

El listado anterior deja también constancia de que fue Malvarrosa Media SL la productora a la que más capítulos de programas culturales se le encargaron, en concreto 436 entregas del programa “Cor de festa”, un programa dedicado al mundo de las fiestas y tradiciones de la Comunidad Valenciana a través de reportajes y entrevistas tanto en la calle como en el plató.

La siguiente productora de la lista es Intercartel SL que produjo 234 entregas del programa “Cartell de bous”, un espacio sobre la actualidad taurina de dentro y fuera de la Comunidad con reportajes y tertulia sobre el mundo de los toros.

Casi con el mismo número de entregas, 231, se encuentra la productora Estudios Andro SL responsable del programa CIFESA, todo un clásico de la cadena autonómica dedicado a la actualidad cinematográfica que se emitió entre 1999 y 2004.

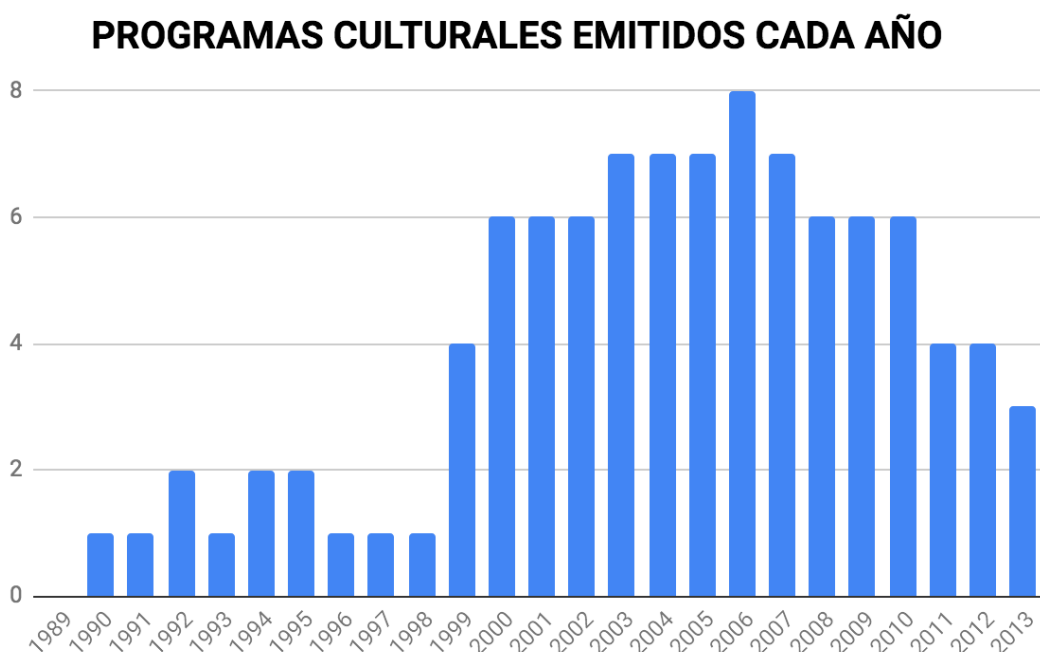


Gráfico 130. Número de programas culturales emitidos por RTVV cada año durante el periodo 1989-2013.

El gráfico anterior nos muestra el número de programas culturales emitidos cada año en el periodo 1989-2013. Claramente se observa que hubo poca producción de este formato en el periodo 1989-1998, con solo una o dos emisiones por año. Fue a partir de 1999 cuando se incrementa el número de programas culturales con 4 emisiones en 1999, 6 emisiones en 2000, 2001 y 2002, y 7 emisiones en 2003, 2004, y 2005. 2006 fue el año con mayor número de programas culturales emitidos, 8 en total, a partir de ese año la gráfica vuelve a descender con 7 programas en 2007, 6 programas en 2008, 2009 y 2010, 4 programas en 2011 y 2012, y los 3 programas emitidos en 2013. Cabe destacar que este tipo de programas se emitían en el segundo canal de Radiotelevisión Valenciana, denominado Punt dos, lo cual justificaría que a partir de finales de los 90 se incrementara la emisión de este tipo de programas coincidiendo con la puesta en marcha del segundo canal.

Si analizamos la procedencia de las productoras encargadas de la externalización de los programas culturales encontramos las siguientes gráficas:



Gráfico 131. Procedencia de las productoras de programas culturales emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.

El gráfico que analiza los programas culturales externalizados nos indica que un 88,2% de estos programas los produjeron productoras valencianas. Entre estos programas culturales producidos por empresas valencianas se encuentran algunos ya comentados anteriormente como “Cor de festa” de Malvarosa Media SL, “Cartell de bous” de Intercartel SL, “CIFESA” de Estudios Andro SL, “Entre bastidors” de Tabarka Media SA, o “Ficcioniari” de Medusa Producciones SL. Por contra, un 11,8% de los programas culturales se externalizaron con empresas de otros territorios autonómicos, fue el caso de “Fahrenheit” de la productora madrileña El Canaleño Literario SL o “El faro de Alejandría” de la también madrileña Star Line TV Productions SL.

Procedencia de las productoras de programas culturales (Capítulos producidos)

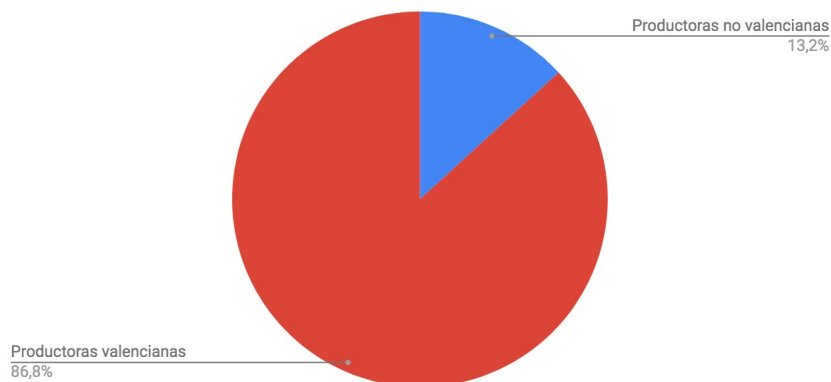


Gráfico 132. Procedencia de las productoras de programas culturales emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una

El gráfico que analiza la externalización de los capítulos producidos de programas culturales confirma las cifras del gráfico anterior ya que un 86,8% de los capítulos externalizados los produjeron productoras valencianas, y un 13,2% estuvieron producidos por empresas domiciliadas fuera de la Comunidad Valenciana. En esta ocasión no se incluye el gráfico de la procedencia de las productoras por minutos producidos porque no se dispone de suficientes datos sobre la duración total de los programas.

A continuación analizamos la opinión de los empresarios y profesionales valencianos encuestados, respecto a la externalización de programas culturales realizada por RTVV:

¿Contó RTVV con empresas y/o profesionales valencianos para la externalización de la producción de programas culturales?

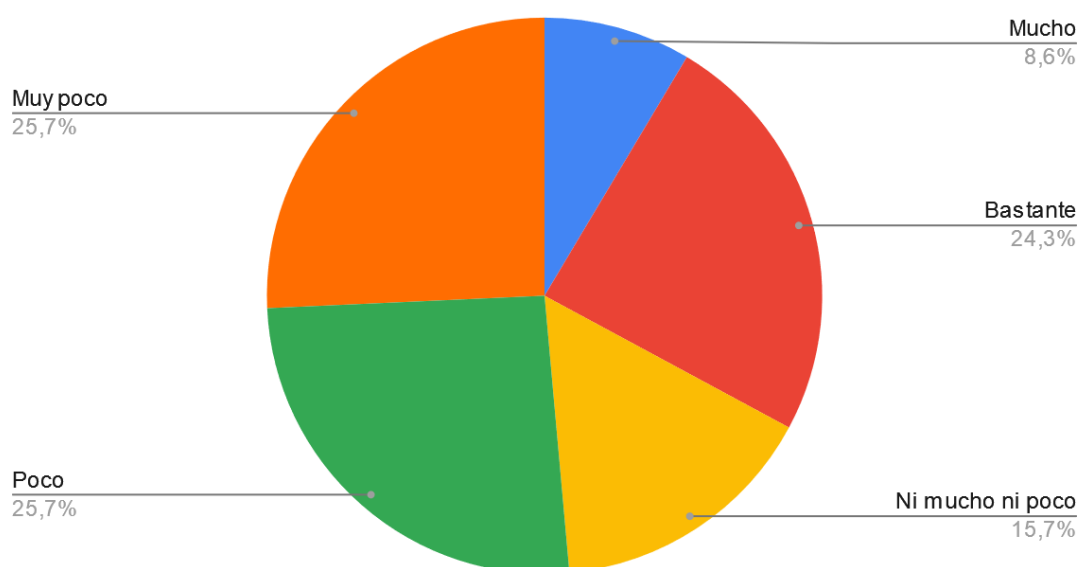


Gráfico 133. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de programas culturales. Fuente: elaboración propia

Del gráfico se deduce que más de la mitad de los encuestados, un 51,4% consideran que la cadena autonómica contó poco o muy poco con las empresas y profesionales del territorio autonómico para la producción de sus programas culturales. Por contra un 32,9% piensan que se confió mucho o bastante en los profesionales locales para la externalización de este formato televisivo. El gráfico sigue en la línea de lo observado en apartados anteriores, aunque con porcentajes negativos no tan elevados como en el caso de los reality shows o los talent shows.

Resumiendo, podemos afirmar que Radiotelevisión Valenciana produjo con sus propios recursos técnicos y humanos la mayor parte de los programas culturales que emitió, en concreto un 58,9% de los espacios emitidos. El resto de programas fueron externalizados y producidos principalmente por empresas radicadas en el territorio autonómico valenciano. El año 2006 fue el que más emisiones de este tipo congregó en la parrilla de programación, y el periodo 1999-2012 en el que se emitieron la mayoría de los espacios culturales producidos. “Cor de festa” de Malvarrosa Media SL, “Cartell de bous” de Intercartel SL, y “CIFESA” de Estudios Andro SL fueron los programas culturales externalizados con mayor número de entregas emitidas. La opinión de los profesionales y empresarios valencianos sondeados sigue la línea de apartados anteriores, con más de la mitad de los encuestados opinando que la cadena autonómica contó poco o muy poco con los profesionales locales para externalización de sus programas culturales.

5.3.11. Externalización de la producción de otros programas de difícil clasificación

En el amplio listado de programas producidos y emitidos por Radiotelevisión Valenciana entre los años 1989 y 2013 constan algunos programas de difícil clasificación en los tradicionales géneros y formatos televisivos. Se trata de espacios de compactado de programas, zapping, un programa religioso o un late night de contenido sexual que pasamos a enumerar a continuación:

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	Cocktail de rialles	Televisión Valenciana SA
2	Compromis de fe (Cristians en actiu)	Televisión Valenciana SA
3	Gazàping	Acca Media Enterprise SL
4	Super 9	Televisión Valenciana SA
5	Viure la nit (bim bam bum)	Arauco Video SL

Tabla 90. Listado de programas de difícil clasificación emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.

Tres de estos espacios estuvieron producidos con la fórmula de la producción propia. Televisión Valenciana fue la encargada de la producción de los compactados de programas “Cocktail de rialles” y “Super 9”. Estos programas repetían las mejores actuaciones musicales y humorísticas de otros programas de la propia cadena, y se emitieron entre 1992 y 1996.

La cadena autonómica también produjo con sus propios medios el programa “Compromís de Fe”, un programa religioso católico realizado en colaboración con el Arzobispado de Valencia en el que, a través de entrevistas, tertulias y reportajes se planteaban temas relacionados con el comportamiento humano y la fe cristiana. En total se emitieron 8 entregas de este programa entre abril y julio de 1994.

La productora valenciana Acca Media Enterprise fue la responsable de la externalización del programa “Gazàping”, un programa de zàping en el que se mostraban momentos curiosos de programas emitidos en otras cadenas. De este programa se emitieron 13 entregas entre julio y noviembre de 2006.

Por su parte, la productora madrileña Arauco Video SL produjo para Televisión Valenciana el programa “Viure la nit (bim bam bum)”, un late night de contenido erótico con actuaciones musicales y reportajes de temática sexual que se emitió en las madrugadas del sábado al domingo de 1998.

De este listado de programas no se ha extraído ningún tipo de gráfica porque no se ve una conexión directa entre ellos ni se prevé obtener unas conclusiones válidas.

5.3.12. Conclusiones sobre la externalización de programas de entretenimiento

En los 11 apartados anteriores hemos analizado la producción de los programas de entretenimiento emitidos por Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Se han clasificado los programas en 11 grupos teniendo en cuenta la información facilitada por la cadena autonómica sobre cada tipo de programa y agrupándolos por afinidad. En total se han analizado 444 programas incluidos en el macrogénero del entretenimiento televisivo.

PROGRAMAS	TOTAL
Series documentales, docu shows, docu realities y programas divulgativos	168
Programas de cocina	8
Concursos	74
Talk shows, entrevistas y debates	68

Programas de humor	20
Magazines	28
Talent shows	8
Reality shows	9
Musicales y variedades	32
Culturales	24
Programas de difícil clasificación	5
TOTAL	444

Tabla 91. Número de programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 agrupados por géneros.

Si tomamos en consideración el procedimiento de producción de cada uno de estos grupos de programas obtenemos la siguiente gráfica:

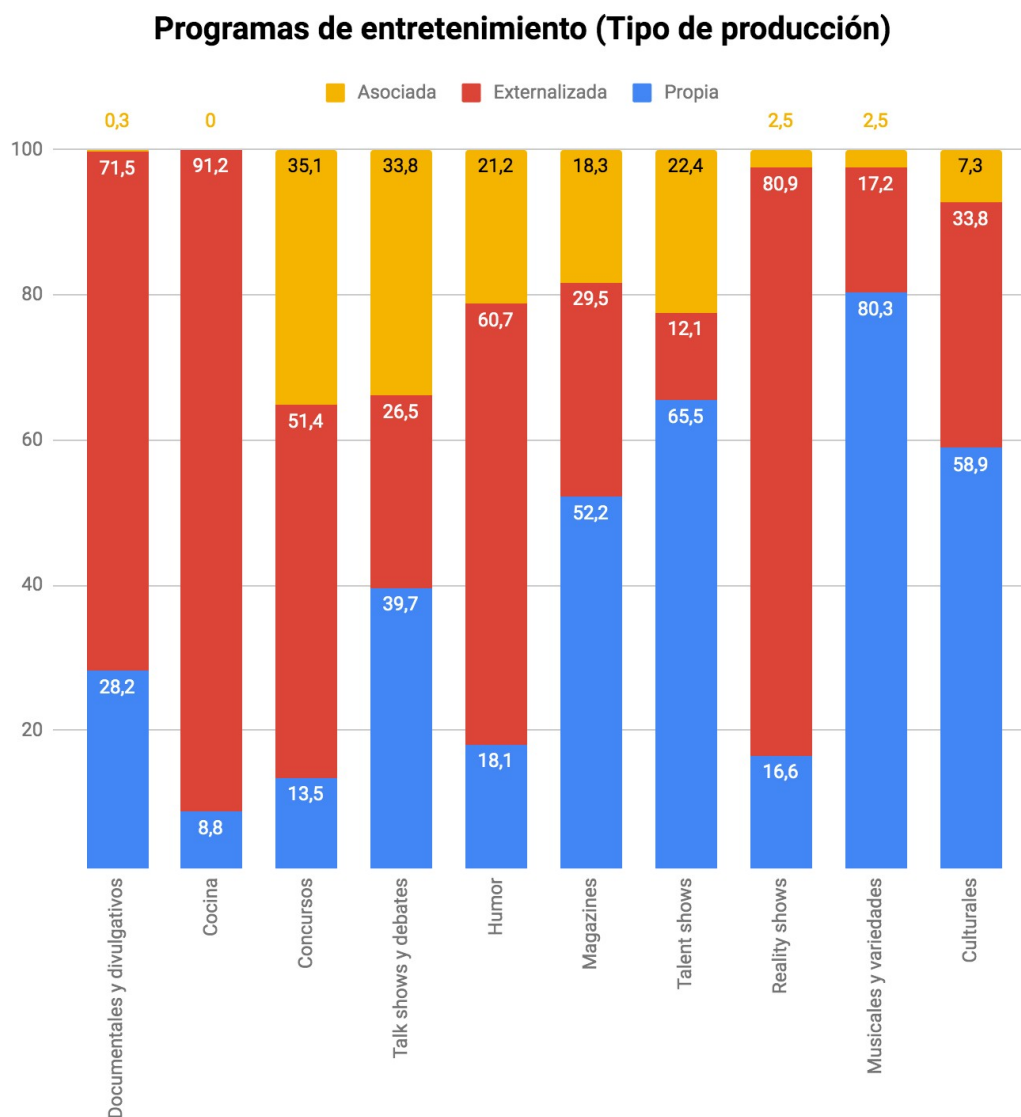


Gráfico 134. Tipología de producción de los programas de entretenimiento emitido por RTVV en el periodo 1989-2013 agrupados por géneros.

El gráfico anterior compara los diferentes grupos de programa atendiendo al tipo de producción utilizado por la cadena autonómica en cada uno de ellos. Nos permite identificar que la producción propia es mayoritaria en los magazines (52,2%), programas culturales (58,9%) y talent shows (65,5%) y sobre todo en los programas musicales y de variedades (80,3%). La producción externalizada es mayoritaria en el resto de grupos, concursos (51,4%) y programas de humor (60,7%), pero especialmente en documentales y divulgativos (71,5%), *reality shows* (80,9%) y programas de cocina (91,2%). La producción asociada es la opción menos utilizada. Es en los concursos (35,1%), *talk shows* (33,8%), *talent shows* (22,4%) y programas de humor (21,2%) en los que esta fórmula de producción tuvo una mayor presencia.

En el siguiente gráfico se ha analizado el modo de producción tomando los datos de los 444 programas de entretenimiento analizados:



Gráfico 135. Tipología de producción de los programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.

El gráfico anterior nos indica que de los 444 programas de entretenimiento emitidos por Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013, el 23,9% (106 programas) se hicieron con producción propia, mientras que un 61,3% se externalizaron (272 programas) y en un 14,9% de los casos (66 programas) se recurrió a la producción asociada.

Este gráfico confirma que la cadena autonómica recurrió mayoritariamente a la externalización de sus programas de entretenimiento, ya que en un 76,1% de los casos (externalizada + asociada) participó en la producción una empresa externa.

Programas de entretenimiento (Tipo de producción) Capítulos producidos

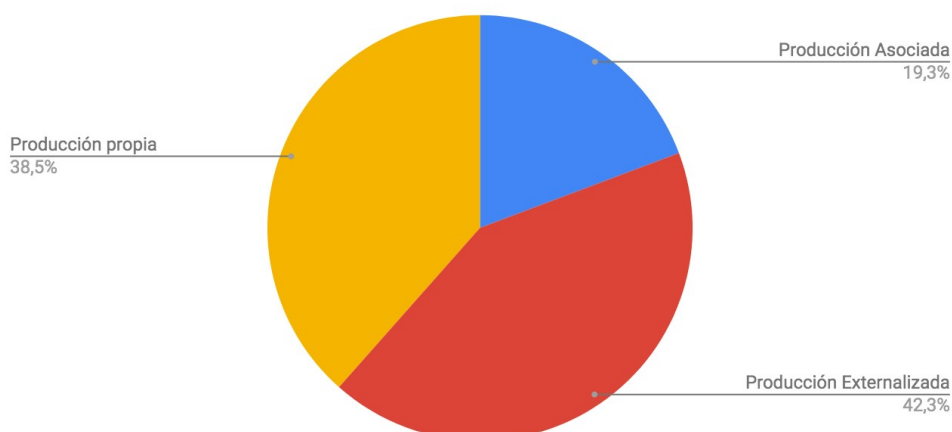


Gráfico 136. Tipología de producción de los programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas.

El gráfico cambia si en lugar de analizar los programas, analizamos los capítulos producidos de cada uno de los programas, ya que en este caso el porcentaje de la producción propia crece hasta el 38,5% (14947 capítulos), y también crece la producción asociada hasta el 19,3% (7488 capítulos) mientras que la producción externalizada se reduce hasta el 42,3% (16426 capítulos). Esto es debido a que muchos de los programas producidos por la propia cadena fueron muy longevos, con un gran número de entregas, mientras que los programas externalizados tuvieron menor número de capítulos y estuvieron menos temporadas en antena. Podemos comprobarlo en el siguiente listado que muestra los 10 programas con mayor número de entregas, en el que los 3 primeros son de producción propia “Agenda cultural” (1921 capítulos), “En connexió” (1513 capítulos) y “Música i punt” (1441 capítulos). En cuarta posición hay un programa realizado con producción asociada, “Tela marinera” con 1225 entregas, y en quinta posición vuelve a aparecer un programa de producción propia “Matí, matí” con 1139 capítulos.

PROGRAMA	PRODUCTORA	CAPÍTULOS
Agenda cultural -dietari	Television Valenciana SA	1921
En connexió	Television Valenciana SA	1513
Música i punt	Television Valenciana SA	1441
Tela marinera	Minuto Producciones SL	1225
Matí, matí / la plaça	Television Valenciana SA	1139
La música és la pista	Producciones Cibeles	1072
En casa de bárbara	Trivisión SL	1043
La pantalla de la sort	La Granota Groga SL	1038
En línia	Visión 10 SL	920
En companyia de salomé	Parafina Producciones SL	890

Tabla 92. Listado de las empresas que mayor número de entregas produjeron para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013..

En el siguiente gráfico podemos observar los años que acumularon más emisiones de programas de entretenimiento.

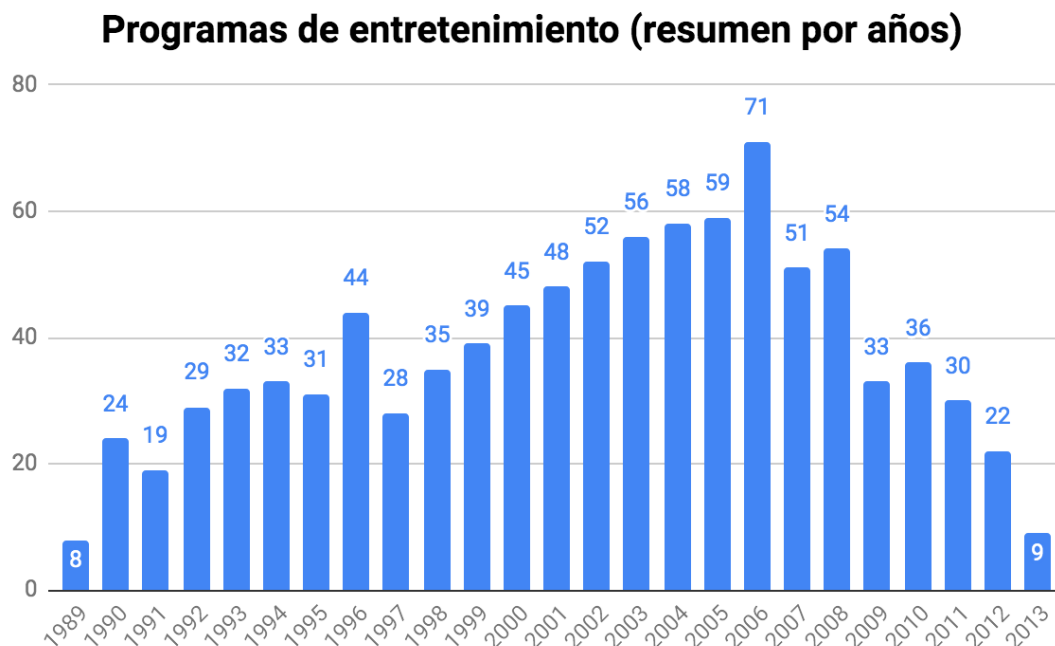


Gráfico 137. Número de programas de entretenimiento emitidos por RTVV cada año durante el periodo 1989-2013.

La gráfica anterior muestra que fue 2006 el año que mayor número de programas de entretenimiento se emitieron, con un total de 71. Lo habitual en los primeros años de vida de la cadena (1989-1995) fue incluir entre 24 y 33 programas en la parrilla de programación. En el año 1996 hubo un pico de 44 programas. En 1997 vuelve a bajar la gráfica hasta los 28 programas pero se inicia un periodo de constante crecimiento hasta los 71 programas del año 2006 que podría coincidir con la puesta en marcha del segundo canal de la cadena, Punt dos. A partir de 2007 comienza a reducirse el número de programas de entretenimiento incluidos en la parrilla de programación.

Las siguientes gráficas nos permitirán obtener conclusiones sobre la procedencia de las empresas que se encargaron de la externalización de los programas de entretenimiento. Para realizar estas gráficas se han valorado un total de 338 programas, la suma de la producción externalizada y la producción asociada.

Procedencia de las productoras de programas entretenimiento (Programas producidos)

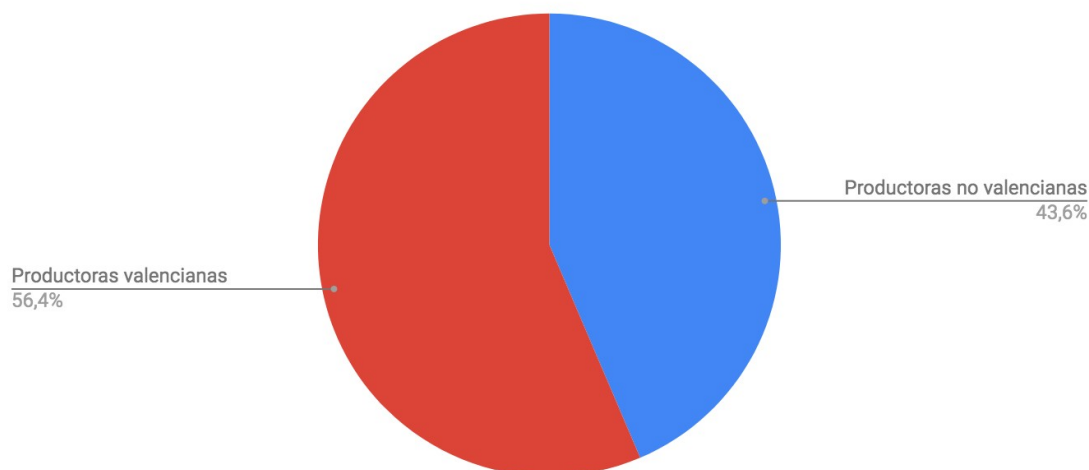


Gráfico 138. Procedencia de las productoras de programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.

Si analizamos la procedencia de las productoras responsables de los programas de entretenimiento externalizados en el periodo 1989-2013, obtenemos un 56,4% de programas producidos por empresas del territorio autonómico y un 43,6% de programas producidos por empresas domiciliadas en otras comunidades autónomas. Este dato se concreta mejor en el siguiente gráfico en el que se analiza la procedencia de las productoras teniendo en cuenta el número de capítulos producidos de cada uno de los programas.

Procedencia de las productoras de programas entretenimiento (Capítulos producidos)

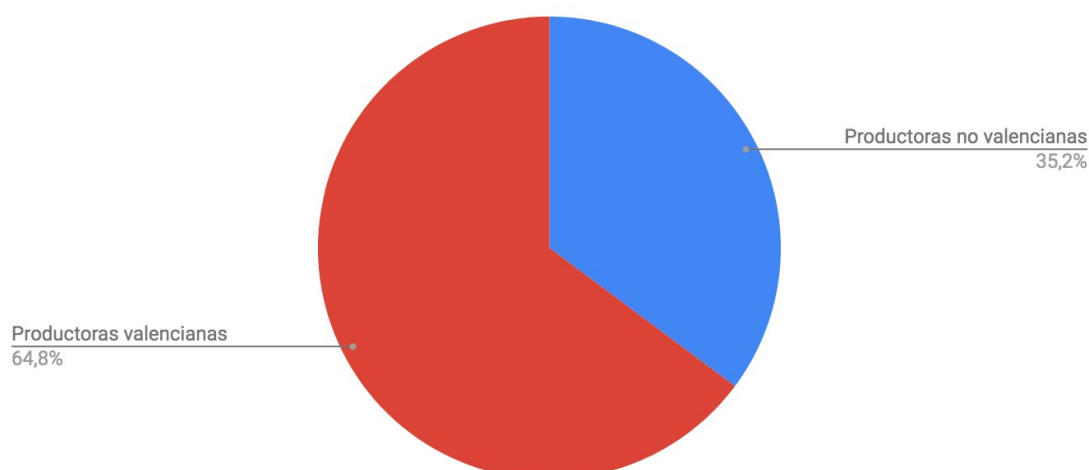


Gráfico 139. Procedencia de las productoras de programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de capítulos producidos de cada uno de ellos.

En este gráfico se amplía el porcentaje de participación de las productoras valencianas 64,8% frente a las no valencianas (35,2%). Por tanto, se podría concluir que en aquellos programas de entretenimiento en que participaron empresas externas a la cadena autonómica, el 65% fueron empresas del territorio autonómico, mientras que un 35% fueron empresas radicadas fuera de la comunidad autónoma.

Como ya hemos indicado anteriormente, sería ideal poder hacer este análisis valorando los minutos producidos de cada uno de los programas, pero no se dispone de los datos de duración total de todos los programas analizados.

Concluyendo, podemos afirmar que en los 444 programas de entretenimiento emitidos por Radiotelevisión Valenciana 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).

De estos 444 programas de entretenimiento, aproximadamente el 40% se produjeron con recursos humanos y técnicos de la cadena, mientras que en la producción del 60% restante participaron empresas externas, bien con la fórmula de la externalización o con la producción asociada. 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 en que participó una empresa externa, 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.

Los profesionales y empresarios encuestados para la realización de esta investigación han opinado sobre el papel que Radiotelevisión Valenciana jugó en la externalización de la producción de entretenimiento. En el siguiente gráfico podemos observar la opinión de los encuestados respecto del grado de externalización que Radiotelevisión Valenciana realizó de la producción de programas de entretenimiento.



Gráfico 140. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de entretenimiento. Fuente: elaboración propia

De los datos del gráfico anterior se deriva que la opinión de un 15,5% de los profesionales y empresarios del sector audiovisual valenciano encuestados es que el grado de externalización de la ficción en RTVV fue total, mientras que un 42,3% opinan que esa externalización fue mucha. Hay un porcentaje de un 21,1% de los encuestados que opina que el grado de externalización de la ficción fue nulo o poco, mientras que un 21,1% muestran indiferencia o equidistancia. Por tanto, más de la mitad de los encuestados 57,8% consideran que se externalizó mucho o totalmente la producción de entretenimiento.

5.4. La externalización de programas informativos y de deportes

Como ya hemos visto en capítulos anteriores, los informativos y programas de deportes se producen, en la práctica totalidad de las cadenas, utilizando la fórmula de la producción propia con recursos técnicos y humanos de la propia cadena. Sin embargo, hay algunos espacios como informativos especiales o programas concretos de información deportiva que también se externalizan.

En el listado de programas emitidos entre 1989-2013 por Radiotelevisión Valenciana que ha servido de base para esta investigación, la propia cadena incluye algunos programas informativos, informativos especializados, info-

shows y programas deportivos que no hemos querido pasar por alto. En los siguientes apartados analizamos los datos obtenidos de este tipo de programas.

5.4.1. La externalización de programas informativos

Televisión Valenciana clasificó hasta 27 programas como informativos, informativos especializados, reportajes, sucesos o info-shows. Se trata de espacios distintos a los clásicos noticiarios que se emiten a diario en las ediciones de mañana, mediodía y noche. Los espacios clasificados en este apartado son programas, generalmente de tira semanal, que tratan actualidad informativa sobre la economía, la política, las instituciones nacionales o europeas, la actualidad judicial o el mercado laboral. Muchos de ellos toman el formato de microrreportajes de investigación sobre temas de interés social o sucesos.

Este es el listado de los programas analizados en este listado:

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	Ara fa un any	Televisión Valenciana SA
2	Comunitat Valenciana en directe	Television Valenciana SA
3	Corts Valencianes	Television Valenciana SA
4	Crònica	Television Valenciana SA
5	Cròniques mediterrànies	Television Valenciana SA
6	Dossiers	Television Valenciana SA
7	En primera persona (i)	Television Valenciana SA
8	Especial juí d'Alcàsser 15:30	Television Valenciana SA
9	Espill retrovisor	Mettre Levante SL
10	Europa al dia	Television Valenciana SA
11	Hora d'impacte	Europroducciones Tv SA
12	I+D	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
13	Investigació Tv	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
14	Ja tenim d'això	Television Valenciana SA
15	Lluna plena	Acca Media Enterprise SL
16	Ocupa't	Television Valenciana SA
17	P.V.P.	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
18	Punt de mira	Television Valenciana SA
19	Quan arriba la nit	Medio Media SL
20	Reportatge d'investigació Tv	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
21	S.A. Societat anònima	Television Valenciana SA
22	Simplement viure	Producciones 52 SL
23	Sumari obert	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA
24	Teletreball	Television Valenciana SA
25	Temps d'economia	Intereconomia Corporación SL
26	Temps de borsa	Intereconomia Corporación SL
27	Vosté parla	Television Valenciana SA

Tabla 93. Listado de los programas informativos producidos por Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013

Al igual que los noticiarios diarios, la mayoría de los programas informativos de este apartado se produjeron con medios propios de la cadena. En el siguiente gráfico podemos observar el porcentaje de programas producidos por la propia cadena, y el porcentaje de programas con producción asociada o externalizada.



Gráfico 141. Producción de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana según el modo de producción. Fuente: elaboración propia

El gráfico deja constancia que el 55% de los programas informativos producidos se realizaron con la fórmula de la producción propia, mientras que un 25,9% fueron externalizados, y un 18,5% se produjeron de manera asociada. No obstante, es conveniente valorar los porcentajes de programas informativos según el tipo de producción pero atendiendo al número de entregas producidas de cada programa como se muestra en el siguiente gráfico:



Gráfico 142. Producción de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana según el modo de producción en base a los capítulos producidos de cada programa. Fuente: elaboración propia

En el gráfico anterior se valora el número de capítulos producidos de cada uno de los programas, y los porcentajes varían considerablemente, Se comprueba que el 85,7% de estos espacios se produjo con la fórmula de la producción propia, mientras que un 9,4% se externalizaron y solo un 4,9% se

produjeron de manera asociada. Ya hemos comentado en otros apartados que las cadenas suelen reservarse la producción de aquellos programas con contenido político, como los informativos, por lo delicada que puede ser esta información, y suelen externalizar programas de contenido menos delicado o comprometido de cara a la sociedad.

En este amplio porcentaje del 85,7% de producción propia entran programas míticos de la cadena como las 1707 entregas de “Punt de mira”, un programa diario de seguimiento de sucesos ocurridos en la Comunidad Valenciana o en el resto del país. También se produjeron con producción propia los 687 espacios de “Europa al día”, programa semanal que repasaba los proyectos y ayudas europeas y su repercusión en la economía y sociedad valenciana. Y no podemos olvidar las 588 entregas del programa “Dossiers”, un programa que analizaba en profundidad temas de la actualidad semanal junto a otras cuestiones de interés general para la Comunidad Valenciana.

En la siguiente tabla podemos observar el número de capítulos de programas informativos producidos por las diferentes empresas.

PRODUCTORA	CAPÍTULOS
Television Valenciana SA	4650
Intereconomía Corporación SL	414
Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	215
Mettre Levante SL	45
Europroducciones Tv SA	39
Acca Media Enterprise SL	35
Producciones 52 Andalucía SA	20
Medio Media SL	9

Tabla 94. Listado del número de programas informativos producidos por cada empresa para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013

En este caso, y como ya hemos comentado anteriormente, la propia cadena autonómica produjo la mayoría de las entregas de programas informativos, con un total de 4650 programas. Por lo que hace al 14% de producción asociada o externalizada, fueron 7 productoras las encargadas de esas producciones. La primera de la lista es Intereconomía Corporación SL que produjo un total de 414 espacios, 95 del programa “Temps d’economia” y 319 del programa “Temps de borsa”. Le sigue en el listado la productora Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA encargada de las 215 entregas de programas como “P.V.P.”, “Investigació TV”, “Sumari obert”, “I+D” e “Investigació TV”. Mettre Levante SL se encargó de la producción de las 45 entregas del programa “Espill retrovisor”, Europroducciones TV SA produjo 39 entregas de “Hora d’impacte”, y Acca Media Enterprise SL los 35 capítulos de “Lluna plena”.

Producción de programas informativos por años

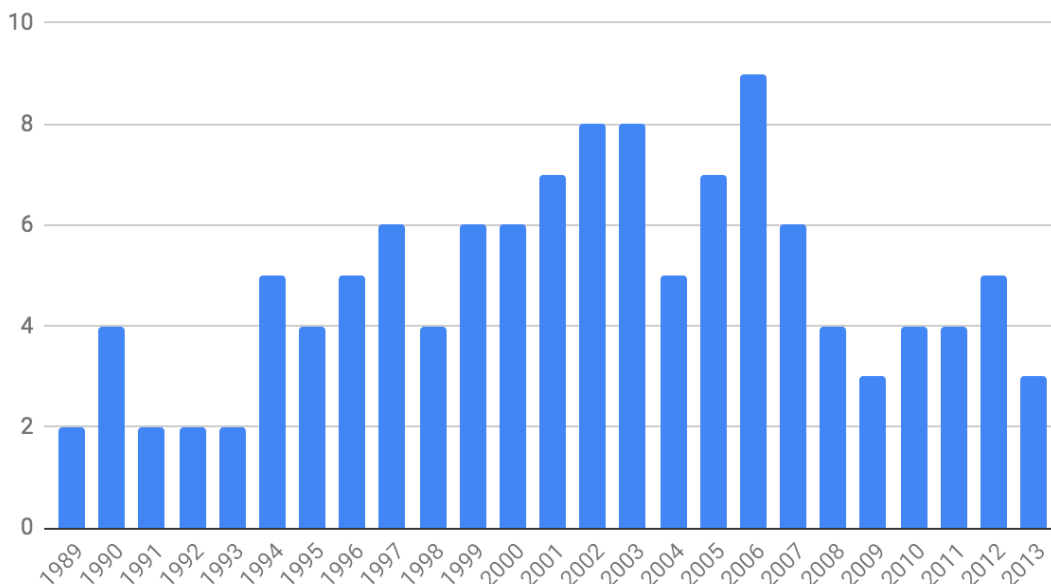


Gráfico 143. Producción de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana por años. Fuente: elaboración propia

El gráfico de la producción de programas informativos por año indica que este tipo de programas han sido una constante en la programación de la cadena autonómica. Hubo menor presencia en el periodo inicial 1989-1993, pero a partir de 1994 se incrementa el número de programas en emisión. El mejor año de la serie es 2006 como ya ocurría en otros apartados. Ese año había 9 programas informativos en emisión. También los años 2002 y 2003 destacan con 8 programas en emisión. A partir de 2007 se observa un descenso en la gráfica, pero pese al descenso, todos los años se mantiene una media de producción de 3 ó 4 programas de este tipo.

A continuación analizaremos la procedencia de las productoras encargadas de la externalización.

Procedencia de las productoras de programas informativos (Programas producidos)

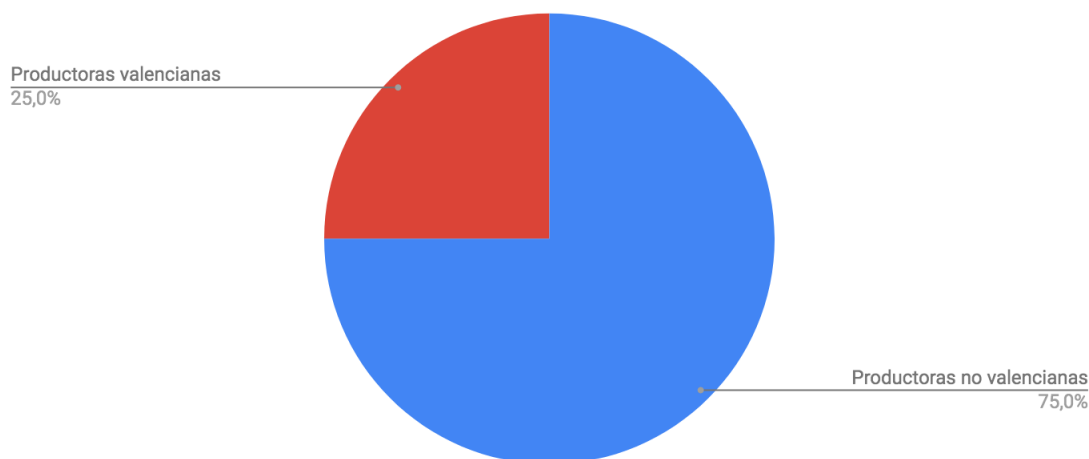


Gráfico 144. Externalización de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras. Fuente: elaboración propia

El gráfico anterior deja datos muy claros, la gran parte de los programas informativos externalizados se les encargaron a productoras que están domiciliadas fuera del territorio autonómico valenciano. Queda constancia de que el 75% de los programas informativos externalizados los produjeron empresas de fuera del territorio autonómico y solo un 25% de esta externalización cayó en manos de las productoras locales.

Procedencia de las productoras de programas informativos (Capítulos producidos)

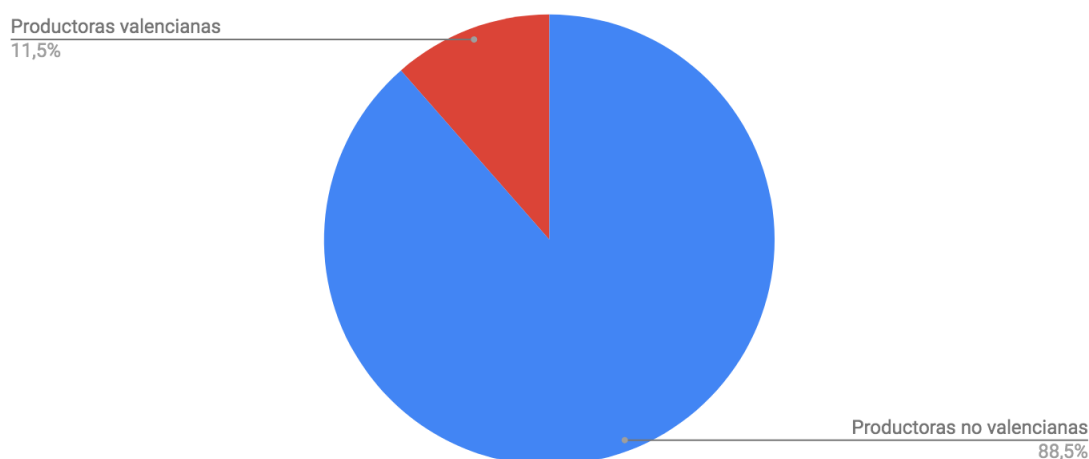


Gráfico 145. Externalización de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras en base a los capítulos producidos. Fuente: elaboración propia

Si en lugar de los programas producidos, tomamos como referencia el número de entregas producidas de cada programa, el gráfico ofrece datos más claros y constata que este tipo de programas se externalizaron a empresas de

fuera del territorio autonómico valenciano. En concreto, el 88,5% de los programas externalizados los produjeron empresas domiciliadas fuera de la Comunidad Valenciana, y tan sólo un 11,5% de los capítulos los produjeron las productoras locales.

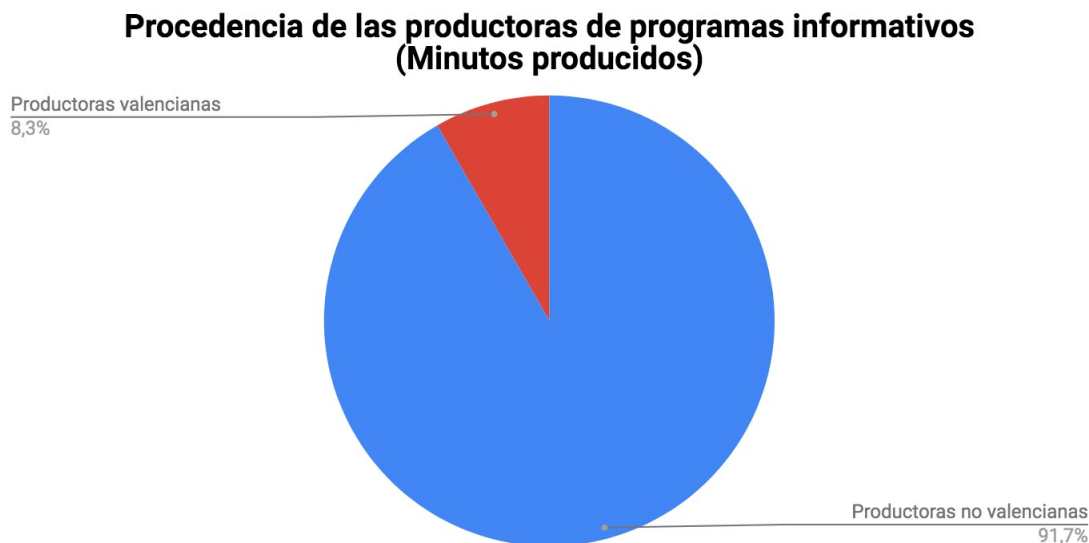


Gráfico 146. Externalización de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras en base a los minutos producidos.
Fuente: elaboración propia

El gráfico de minutos externalizados no ofrece datos exactos porque la cadena autonómica no ha facilitado la duración total de todos los programas emitidos, pero con los datos existentes podemos hacernos una idea que confirma los datos de los dos datos anteriores, ya que el 91,7% aproximadamente de los minutos producidos se externalizaron a empresas de fuera del territorio autonómico, mientras que aproximadamente un 8,3% de los minutos de programas informativos externalizados los produjeron empresas de la Comunidad Valenciana.

A continuación analizaremos la opinión de los profesionales y empresarios del audiovisual valenciano que han sido encuestados para la elaboración de esta tesis doctoral. El siguiente gráfico muestra respuesta respecto a la pregunta ¿Qué grado de externalización crees que realizó Radiotelevisión Valenciana de programas informativos?

¿Qué grado de externalización crees que realizó Radiotelevisión Valenciana de programas informativos?

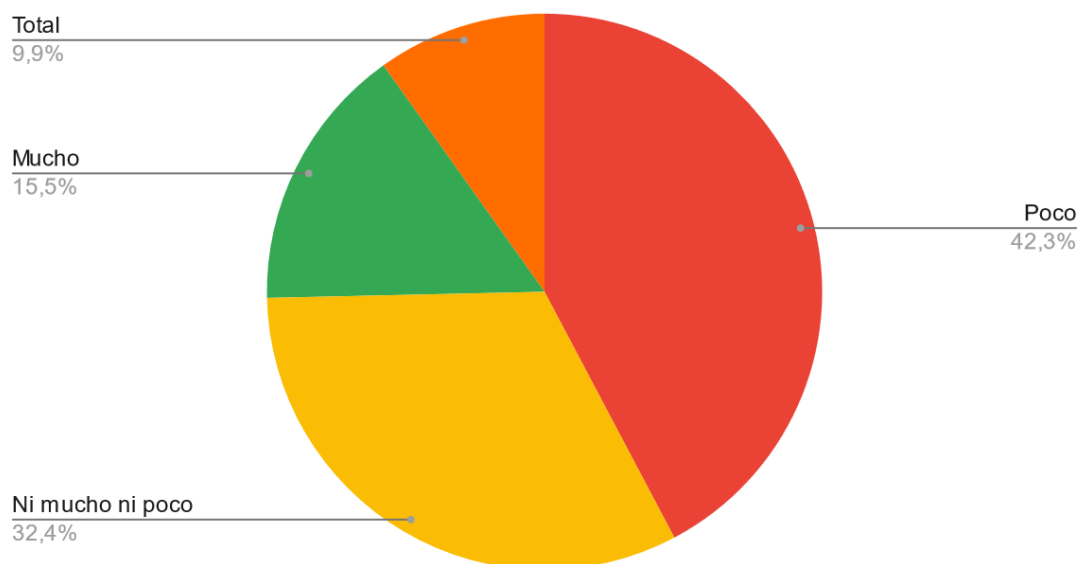


Gráfico 147. Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de los programas informativos. Fuente: elaboración propia.

El gráfico anterior nos muestra la opinión de los encuestados respecto a la externalización de los programas informativos. Un 42,3% consideran que la cadena externalizó poco este tipo de programas, mientras que un 25,4% opinan que la externalización de este tipo de programas fue mucha o total. Llama la atención el amplio porcentaje de encuestados, un 32,4%, que consideran que la externalización de este tipo de programas no fue ni mucha ni poca.

En resumen, podemos afirmar que la cadena autonómica no solo realizó sus noticiarios con recursos propios, sino que también recurrió mayoritariamente a la producción propia de otros programas informativos, informativos especiales, programas de reportajes, sucesos e info-shows. Solo un 14,3% de estos programas fueron externalizados, y casi siempre se externalizaron con empresas de fuera del territorio autonómico. Este tipo de programas se emitieron a lo largo de todo el periodo analizado, pero es en 2006 cuando mayo número de programas de este tipo coincidieron en la parrilla de programación de la cadena autonómica. Casi la mitad de los encuestados consideran que la externalización de los programas informativos fue poca, y un 32% opinan que no fue ni mucha ni poca.

5.4.2. La externalización de programas deportivos

En el capítulo 3 ya hemos constatado que los espacios deportivos, en la mayoría de las cadenas generalistas, también se suelen realizar con recursos propios de la

cadena. Generalmente, los deportes son una sección dentro de los servicios informativos, por lo que informativos y deportes se suelen gestionar de manera conjunta. Sin embargo, más allá de las noticias deportivas de los noticiarios, Radiotelevisión Valenciana también produjo programas de deportes dedicados a repasar la actualidad futbolística, el mundo del motor, los deportes de aventuras, boxeo o vela. Veamos a continuación cuáles fueron estos programas:

	PROGRAMA	PRODUCTORA
1	Amunt València	Television Valenciana SA
2	De motor	Indigomedia SL
3	Esports d'aventura	TN Produccions SCP
4	Fila de ring	Television Valenciana SA
5	Lliure i directe	Intercartel SL
6	Macho Hèrcules	Television Valenciana SA
7	Minut a minut	Television Valenciana SA
8	Motor 9	Audiencia Media de Televisión SL
9	Motor a punt	Audiencia Media de Televisión SL
10	Passa-la	Television Valenciana SA
11	Proa al 2007	Candil Films SL
12	Punt esportiu	Television Valenciana SA

Tabla 95. Listado del número de programas de deportes producidos por cada empresa para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.

Como observamos en el listado, fueron un total de doce programas deportivos los emitidos en el periodo 1989-2013. Seis de ellos los produjo la propia Televisión Valenciana y los otros seis fueron externalizados, por tanto el gráfico que se genera es bastante obvio:

Producción de programas informativos (Modo de producción)

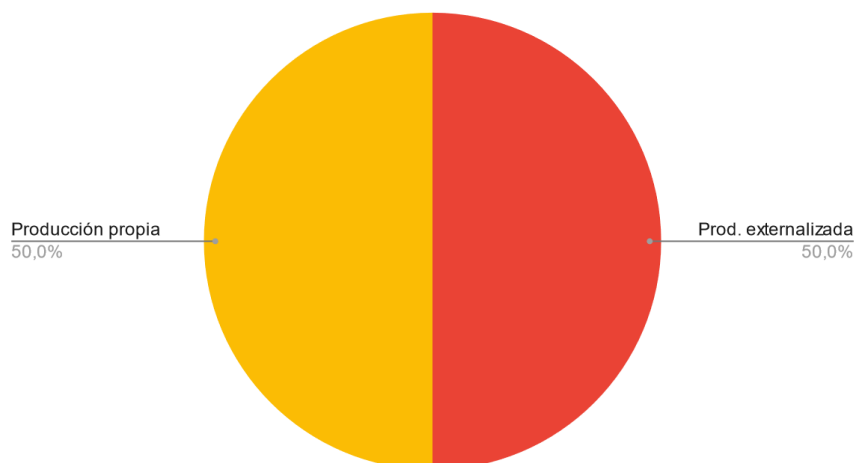


Gráfico 148. Producción de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana según el modo de producción. Fuente: elaboración propia

El gráfico anterior muestra claramente que el 50% de los programas deportivos se externalizaron y el otro 50% los produjo la propia Radiotelevisión

Valenciana con sus propios recursos técnicos y humanos. Veamos a continuación el gráfico que muestra la distribución de estos programas por tipo de producción, pero atendiendo al número de capítulos emitidos de cada uno de ellos:

Producción de programas deportivos (Modo de producción)

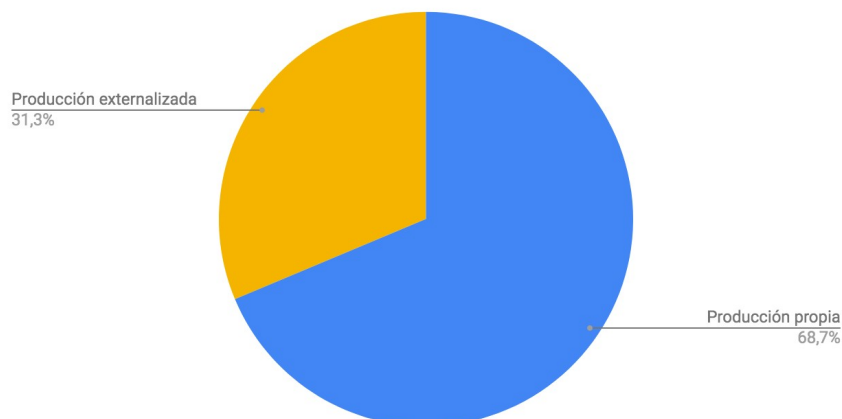


Gráfico 149. Producción de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana según el modo de producción en base a los capítulos producidos de cada programa.

Fuente: elaboración propia

A pesar de que el 50% de los programas deportivos se externalizaron, si analizamos los capítulos producidos de cada programa los porcentajes varían. Según los datos aportados por la cadena, el 68,7% de las entregas de programas deportivos se produjo con recursos propios de la cadena, y sólo un 31,3% de los capítulos se externalizó. En esta ocasión no se recurrió a la producción asociada.

PRODUCTORA	CAPÍTULOS
Televisión Valenciana SA	1046
Audiencia Media de Televisión SL	278
TN Produccions SCP	73
Candil Films SL	26
Intercartel SL	4

Tabla 96. Listado del número de entregas de programas de deportes producidos por cada empresa para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.

El listado que relaciona las productoras y los capítulos producidos por cada una de ellas, ratifica que fue la producción propia de Radiotelevisión Valenciana la que más entregas produjo con un total de 1046. Se trata de la suma de los capítulos producidos de programas como “Minut a minut”, “Macho Hércules”, “Amunt València”, “Passa-la”, “Punt esportiu” i “Fila de ring”.

La segunda productora de la lista es Audiencia Media de Televisión SL, encargada de la producción de los programas “Motor 9” i “Motor a punt”. En total se emitieron 278 capítulos de estos programas entre 1996 y 2004.

La productora catalana TN produccions SCP fue la encargada de producir las 73 entregas emitidas del programa “Esports d’aventura”. El programa estaba destinado a los aficionados a las actividades deportivas al aire libre, como alpinismo, submarinismo, piragüismo o parapente.

La productora valenciana Candil Films SL produjo 26 entregas del programa “Proa al 2007”, un espacio que enseñaba nociones básicas de vela y otros deportes náuticos, y reportajes especiales sobre los participantes en la America’s Cup, competición internacional de vela que se celebró en Valencia en el año 2007.

Por último, la productora Intercartel SL se encargó de la producción de 4 capítulos del programa “Lliure i directe” emitido en 1998.



Gráfico 150. Producción de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana por años. Fuente: elaboración propia

El gráfico que muestra los programas deportivos emitidos cada año, deja constancia que fue el periodo 2004-2007 el que mayor número de programas acumuló en la parrilla de programación, con 6 programas distintos. En los años 1996, 1998 y 2003 se emitieron hasta 4 programas deportivos, y en el periodo 1999-2002 fueron 3 los programas deportivos incluidos en la parrilla de programación. El resto de años analizados solo contemplan uno o dos programas, principalmente se trata del programa “Minut a minut” que cada domingo realizó el repaso de la jornada de liga de fútbol entre 1989 y 2010.

Como ya hemos indicado anteriormente, el 50% de los programas deportivos se externalizó, pero, ¿de dónde procedían las productoras

encargadas de estas externalizaciones? Los siguientes gráficos nos ofrecen información sobre este asunto:



Gráfico 151. Externalización de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras. Fuente: elaboración propia

De los 6 programas deportivos externalizados, solo uno lo produjo una productora de fuera del territorio autonómico. Se trata del programa “Esports d’aventura” producido por la empresa catalana TN Produccions SCP y que supone un 16,7% de los programas externalizados. El 83,3% restante los produjeron empresas valencianas.



Gráfico 152. Externalización de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras en base a los capítulos producidos. Fuente: elaboración propia

El gráfico que analiza los capítulos externalizados da unos porcentajes muy similares al gráfico anterior. El 84,7% de los espacios externalizados los produjeron empresas valencianas, mientras que sólo un 15,3% estuvieron producidos por empresas de fuera del territorio autonómico.

Procedencia de las productoras de programas deportivos (Minutos producidos)

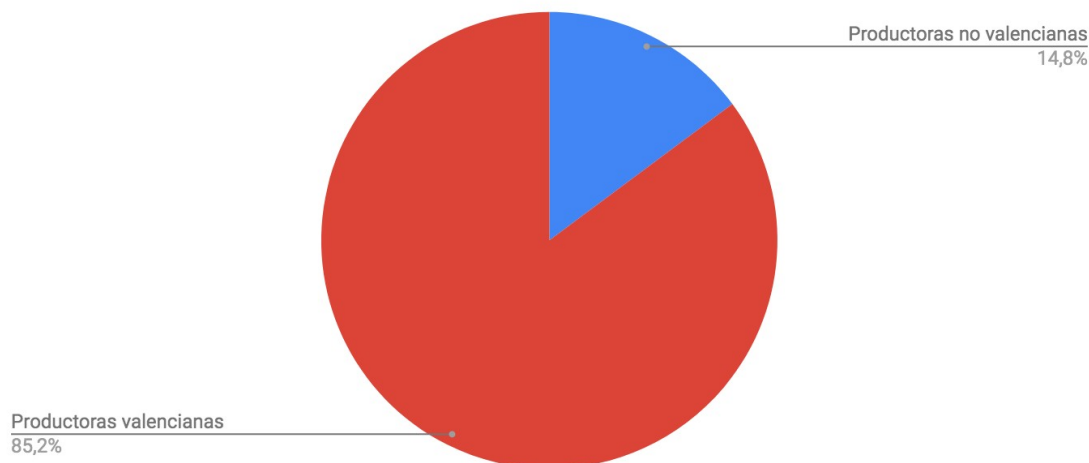


Gráfico 153. Externalización de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras en base a los minutos producidos.
Fuente: elaboración propia

El gráfico de los minutos externalizados no es del todo fiable porque no se dispone de todos los datos de duración de los programas externalizados, pero sí que nos da una cifra aproximada que además se parece mucho a la de gráficos anteriores con un 85,2% de la externalización en manos de las empresas valencianas y un 14,8% de los minutos externalizados en manos de productoras no domiciliadas en la Comunidad Valenciana.

En resumen, podemos concluir que la cadena autonómica produjo el 50% de los espacios deportivos, mientras que externalizó el otro 50%. De entre los programas de producción propia, el más longevo fue “Minut a minut” del que se emitieron 750 entregas entre 1989 y 2010. La externalización de programas deportivos la realizaron principalmente empresas valencianas, salvó en un caso, el programa “Esports d’aventura” producido por la empresa catalana TN Produccions SCP. La productora valenciana Audiencia Media Televisión SL fue la que más entregas produjo, en concreto 278 de los programas “Motor 9” y “Motor a punt”.

5.5. Externalización de servicios audiovisuales: el doblaje

El doblaje en España se inició en 1929 en Barcelona, pero no fue hasta después de la guerra civil cuando esta técnica de sonorización audiovisual en el idioma de destino comenzó a convertirse en habitual para todas las producciones cinematográficas importadas de países extranjeros. Fue el propio gobierno franquista quien decretó que todas las películas que se explotaran en el país tenían que estar dobladas al castellano, no sólo para facilitar el entendimiento de las mismas por parte del público, sino también para tener la posibilidad de ajustar los diálogos a las condiciones determinadas por la censura del régimen.

La llegada de la televisión a nuestro país en 1956 incrementó considerablemente el volumen de producciones dobladas al castellano con una primera época dorada para la profesión. Fue a partir de 1983, con la aparición de las televisiones autonómicas que emiten en lengua propia, y más tarde en 1990 con la puesta en marcha de las televisiones privadas, cuando el doblaje en España eclosionó como industria hasta nuestros días.

La Comunidad Valenciana no fue ajena a este fenómeno. La Ley 4/1983, de 23 de noviembre, de uso y enseñanza del valenciano, en su título tercero habla del uso del valenciano en los medios de comunicación. En concreto el Artículo 25 de esta Ley indica que “El Consell de la Generalitat Valenciana velará para que el valenciano tenga una adecuada presencia en aquellas emisoras de radio y televisión y demás medios de comunicación gestionados por la Generalitat Valenciana”. Por tanto, en 1983 ya se sentaron las bases normativas para garantizar la presencia de la lengua autóctona en la radiotelevisión autonómica.

Al año siguiente, en 1984, se aprobó 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. Esta Ley en su Artículo 2. indica que “la actividad de los medios de comunicación social de la Generalitat se inspirará en los principios siguientes: a) La promoción y protección de la lengua propia de la Comunidad Valenciana”. Por tanto, esta Ley ya dejaba constancia del compromiso de Radiotelevisión Valenciana en la promoción y protección del valenciano.

Siguiendo los dictámenes de la normativa existente hasta el momento, Radiotelevisión Valenciana utilizó en sus emisiones las dos lenguas oficiales de la Comunidad Valenciana: castellano y valenciano. El valenciano se convirtió en la lengua vehicular de muchos de los programas que se emitían en la cadena autonómica, especialmente los programas informativos y deportivos.

No cabe duda, que la puesta en marcha de la cadena en 1989 supuso un impulso para la comunicación en lengua valenciana y también para la creación de diversos estudios de doblaje y sonorización. Sin embargo, no ocurrió lo mismo con los programas de entretenimiento y con la ficción que utilizaron el castellano como lengua vehicular.

Diversos autores han hecho referencia en sus obras a la presencia de la lengua valenciana en las emisiones de Radiotelevisión Valenciana. Por ejemplo, Vicent Mifsud en el Prólogo de *RTVV pasado presente y futuro* afirma que Canal 9 relegó la lengua valenciana fuera de los horarios de máxima audiencia, eludiendo así su carácter de promotor de la comunicación en valenciano. Aún sí, el autor reconoce que

“no se puede menospreciar su papel en la difusión del valenciano en los lugares donde la lengua está más amenazada por la influencia del castellano o, incluso, en áreas castellanohablantes donde, sobre todo gracias a los dibujos animados, los deportes o las fiestas, se había convertido en normal escuchar programación en valenciano” (Mifsud, 2015:9)

Andrés Boix se pregunta si es imprescindible una radiotelevisión pública para promocionar y defender el valenciano y contesta afirmativamente ya que los medios privados no lo hacen a pesar de los programas de fomento, las subvenciones concedidas por la administración autonómica para el fomento de la lengua autóctona, y un reparto de licencias locales y autonómicas condicionado a su uso que no ha permitido que la mitad valencianohablante de la población pueda informarse con normalidad en su lengua. (Boix, 2015:36) En este sentido, resulta paradójico que en la Comunidad Valenciana se multiplicaron en los años 90 las cadenas de radio y televisión en castellano, mientras los escasos medios que utilizaban la lengua valenciana fueron perseguidos, bloqueados y hasta cerrados por el gobierno autonómico.

Este autor nos recuerda que existe un consenso europeo sobre la importancia de las televisiones regionales públicas como herramienta de protección de las lenguas minoritarias. La Carta europea de protección de lenguas minoritarias, suscrita por España, obliga a los estados firmantes a proteger estas lenguas con diversas medidas, incluido su uso en los medios de comunicación y una de las formas de hacerlo, dentro de las previsiones de la Carta, es, justamente, tener un canal televisivo público propio en la lengua en cuestión. (Boix, 2015:37)

También hace referencia a este tema José Ignacio Pastor que considera que las televisiones públicas deben ofrecer a las lenguas un lugar prioritario como vehículo de comunicación, “tanto al castellano como a las otras lenguas que conforman la riqueza del sistema lingüístico español” (Pastor, 2009:169)

Muy crítico por este tema se muestra Rafael Xambó en su artículo “Los medios de comunicación en el País Valenciano” (Xambó, 2010), en el que destaca que las quejas por el incumplimiento de la ley de creación, el uso mayoritario del castellano, los conflictos con los actores de doblaje y las empresas valencianas de audiovisuales constituyeron los principales elementos de crítica al modelo de televisión autonómica implantado. “Hay que insistir que la programación en catalán es prácticamente nula en el prime time”, escribía Xambó en el año 2010.

El valenciano en la ficción, la necesidad de doblaje

Dentro de las emisiones de Radiotelevisión Valenciana fue en el macrogénero de la ficción donde la lengua valenciana tuvo una menor cabida, probablemente porque en este macrogénero se optó poco por la producción propia y externalizada, y mucho por la producción ajena consistente en la adquisición de series y películas a distribuidoras nacionales o internacionales. Estas series y películas de producción ajena se adquirían en versión original o dobladas al castellano, por lo que la introducción de la lengua valenciana en la ficción suponía pasar por el doblaje de las películas o series, y ello requería una inversión que la cadena autonómica no llegó a realizar. Solo en la ficción producida por la propia cadena autonómica, y puntualmente en el doblaje de algunas películas o documentales, se utilizó el valenciano como lengua vehicular de la ficción.

En el ámbito de la ficción, únicamente la programación infantil se emitía íntegramente en valenciano lo que se ha considerado un gran acierto en la promoción de la lengua autóctona. “Bola de Drac”, serie de dibujos animados japonesa, supuso un boom de audiencia. “Tanto los más pequeños como los universitarios constituían el target del programa”. (Anchel, 2002:220). El presidente del Consejo de Administración de RTVV se enorgullecía en Les Corts de la contribución a la difusión del valenciano que esta serie estaba haciendo en zonas castellanoparlantes: “Yo siempre pongo de ejemplo que en Villena, Requena, en Utiel, los niños ven perfectamente Bola de drac en valenciano, lo entienden perfectamente. Esta generación entenderá perfectamente el valenciano”. Para el doblaje de estas producciones de dibujos animados se contrató a estudios de doblaje y sonorización valencianos que empezaron a tener una fuente continua de trabajo en este ámbito.

No se dispone de porcentajes sobre horas de emisión en una y otra lengua, ni de datos exactos sobre la inversión de Radiotelevisión Valenciana en el doblaje de producciones a la lengua valenciana, pero sí que se dispone de las cifras incluidas en los acuerdos entre la Generalitat Valenciana y Radiotelevisión Valenciana para el impulso del sector audiovisual. Así pues, el

Protocolo de actuaciones de la Generalitat Valenciana para el impulso del sector audiovisual comprometía a la Conselleria de Educación, Cultura y Deporte a destinar 50 millones de pesetas (300.000 euros) para doblar al valenciano

“producciones de carácter infantil y juvenil de interés didáctico y formativo y documentos audiovisuales, que por su valor histórico o didáctico, hagan referencia a características propias de la Comunidad Valenciana. Así como aquellas producciones que hayan recibido ayudas de la Generalitat Valenciana, en el marco del presente Protocolo. Lo que permitirá la potenciación en el seno de la Filmoteca de la Generalitat Valenciana, o el organismo que aglutine sus competencias, del fondo documental en valenciano”.

De igual manera este Protocolo de actuaciones del gobierno autonómico valenciano comprometía a Radiotelevisión Valenciana a invertir un mínimo de 850 millones de pesetas anuales para el doblaje al valenciano de producciones. Esta inversión se distribuyó entre los ejercicios 1997 y 2007 entre las empresas de la Asociación de Empresas de Doblaje y Sonorización (AVEDIS):

- AC Estudis Valencia SA
- Ábac Estudis Cooperativa Valenciana
- Again Estudios SL
- Audiointegral SA
- Doble Banda SL
- Estudi de música, Àudio i Doblatge SL
- Euromedia producciones SL
- Noclafilms Producciones SL
- Somagic SA
- Sonofilm Estudios Grupo Pasarela Audiovisual, S.L
- Sonoequip SA
- Sonomàgic SL
- TCR-27 SA
- Estudios de grabación Tabalet SA

La mayoría de estas empresas asociadas a la Associació Valenciana d'Empreses de Doblatge i Sonorització (AVEDIS) centraban su actividad en el doblaje a varios idiomas de largometrajes, cortometrajes, documentales, series infantiles y teleseries. En el año 2003, la revista Enfoque informaba de la existencia en la Comunidad Valenciana de 30 salas dedicadas exclusivamente al doblaje, y otras 20 dedicadas a grabación de discos, publicidad, sonorización y demás trabajos relacionados con la producción del sonido, así como otras 10 salas destinadas a la subtitulación. (Enfoque, 2003:28-29)

El mencionado Protocolo se firmó por primera vez en 1997 y se fue

prorrogando automáticamente hasta 2003. A partir de 2003 no se renovó la firma pero las distintas administraciones implicadas continuaron durante varios años impulsando las acciones puestas en marcha.

En 2002 el sector valenciano del doblaje dio un paso más en su profesionalización con la aprobación del convenio colectivo de profesionales del doblaje en la rama artística (actores, actrices y directores), no técnica. Este convenio era de aplicación para el doblaje y sonorización de obras audiovisuales en cualquiera de las lenguas oficiales del territorio valenciano. Entre sus artículos destaca el dedicado a la definición y características del take como fracción divisoria del texto de la obra audiovisual a doblar, o el que detalla las condiciones de las convocatorias ordinarias y especiales de actores. También se presta atención a los tipos de jornadas laborales de los actores y directores de doblaje, así como se establecen unas tarifas y remuneraciones aplicables a todos los trabajos de doblaje realizados en la Comunidad Valenciana.

En 2005, la cadena autonómica modificó el sistema de asignación del presupuesto destinado al doblaje de producciones. Mediante la puesta en marcha de un proceso de homologación de estudios se tenía como objetivo actualizar la información que disponía la cadena sobre las características técnicas y humanas de cada uno de ellos. Pero la realidad era que del resultado de la homologación dependía el posterior reparto del presupuesto destinado para doblaje al valenciano. Así lo explicaba la revista *Enfoque* en su número 7:

“Los algo más de cinco millones de euros anuales que la cadena presupuesta anualmente para este fin se repartirán entre un determinado número de estudios, aquellos que tras el proceso de homologación demuestren ser los mejor equipados y trabajar con mayores niveles de calidad profesional”. (*Enfoque*, 2005:24)

Se trataba de contratar el mismo volumen de trabajo a menos empresas, las que mayor calidad ofrecieran, según señalaban en 2005 fuentes de la cadena.

La opinión de la cadena era que había un exceso de empresas de doblaje. El sector estaba sobredimensionado en comparación con otras comunidades, y la homologación se trazó para procurar acuerdos entre empresas, de manera que en unos años hubiera menos empresas pero más potentes. La mayoría de los estudios iniciaron un proceso de renovación de sus instalaciones de cara a obtener mejores puntuaciones en las distintas homologaciones que se realizaron en 2005, 2006 y 2007. El miedo de los estudios de doblaje a perder su parte del pastel respondía a uno de los principales problemas del sector audiovisual valenciano, el monoclientelismo

que las empresas tenían con Radiotelevisión Valenciana, del que ya hemos hablado en apartados anteriores.

En el ejercicio 2005 se realizó el primer proceso de selección, que sirvió a la cadena para regular la distribución de un 80% del presupuesto de doblaje entre los catorce estudios homologados, mientras que el 20% restante se repartió únicamente entre los ocho estudios mejor clasificados.

En 2006, el 60% del presupuesto que la cadena destinó para doblaje de producciones al valenciano se distribuyó entre la totalidad de estudios, mientras que un 40% del presupuesto se repartió entre los siete estudios que recibieron mejor puntuación.

En 2007, tras una nueva valoración, Radiotelevisión Valenciana distribuyó el 30% del presupuesto de doblaje entre todos los estudios homologados, mientras que el 70% restante se lo repartieron los siete estudios mejor clasificados.

Para la valoración de los estudios se tuvieron en cuenta criterios técnicos: valoración de las instalaciones y medios técnicos de cada estudio, hasta 40 puntos; artísticos: lingüísticos y calidad del servicio, hasta 45 puntos; y económicos: valoración del *rappel* sobre el volumen de contratación anual, hasta 15 puntos.

En esos años, los empresarios del sector del doblaje se apresuraron a renovar las instalaciones y mejorar el equipamiento técnico para afrontar con mayores garantías el proceso de selección. Algunos llegaron a perder la relación comercial con su principal cliente: Radiotelevisión Valenciana.

En 2008, Lluís Miquel Campos, presidente de l'Associació d'empreses valencianes de sonorització i doblatge (AVEDIS), aseguraba que la cadena nunca había cumplido sus objetivos iniciales respecto al doblaje.

“Desde el primer momento se dijo que pasar películas de primer nivel en valenciano hacía perder audiencia. Eso es falta de visión de lo que es una televisión autonómica pública, porque no es una televisión que deba ganar audiencia a cualquier precio”.

La cadena autonómica financió el doblaje al valenciano de películas que emitió en prime time como “Oficial y caballero”, “El último tango en París” o “Karate Kid” y obtuvo buenas cifras de audiencia. Según Campos, “siempre se han emitido con poca fe por parte de la televisión y por eso dejó de hacerse”. (Enfoque, 2008:20-21)

Esta idea la subraya el Col·lectiu Ricard Blasco en su obra *Reset RTVV* denunciando que desde el principio Canal 9 apostó por un modelo

agresivamente comercial en los contenidos, emitiendo la totalidad de los programas de ficción en castellano, con alguna excepción puntual. (Col·lectiu Ricard Blasco, 2014: 59). Por su parte, Toni Mollà en su obra *El model lingüístic del mitjans de comunicació audiovisual*, recoge el manifiesto elaborado por País Valencià i Democràcia en el que se destaca que

“paradójicamente, los valencianos deben saber que las películas de mayor audiencia durante estos cinco años han sido *Casablanca*, *Karate Kid*, *Oficial i cavaller*, *L'únic testimoni* i *La força de la tendresa*, todas ellas emitidas en versión doblada al valenciano”. (Mollà: 2014)

El presupuesto para el doblaje se redujo en los últimos años de vida de la cadena en un 70%, provocando el hundimiento de las empresas valencianas de doblaje y sonorización. De las 14 firmas que formaban parte de AVEDIS, solo 4 continuaban en activo en 2012. La mayoría de ellas entraron en concurso de acreedores por no poder hacer frente a las deudas generadas por los impagos de su principal cliente: Radiotelevisión Valenciana. En el año 2010 el presupuesto de Radiotelevisión Valenciana para doblaje de producciones se redujo hasta el millón de euros. Según datos del Síndic de comptes, en el año 2011 el presupuesto para doblaje, subtítulos y cabeceras fue de 1,5 millones de euros, mientras que en 2012 el presupuesto se redujo a 1,4 millones de euros. (Sindicatura de comptes, 2013:411) Fuentes de los estudios de doblaje afirman que en el año 2013, Radiotelevisión Valenciana no realizó ninguna contratación para doblaje al valenciano.

José Ignacio Pastor, que ocupó el cargo de vicepresidente del Consell de Administración de Radiotelevisión Valenciana, denunció en 2010 la “asfixia” que la cadena producía a las empresas y trabajadores del doblaje. En una carta al director general de RTVV y al presidente del Consell de Administración de la cadena, Pastor aseguraba que ninguna película se emitía en valenciano en Canal 9, que ningún anuncio se emitía en valenciano con alguna excepción institucional, y que el presupuesto dedicado a doblaje en RTVV contrastaba notablemente con el de otras televisiones autonómicas con lengua propia, con 1,5 millones de euros, frente a los 2,2 millones dedicados al doblaje por la televisión autonómica vasca, los 3,2 millones dedicado por la televisión gallega, o los 12 millones de euros dedicados por la televisión autonómica catalana (Pastor, 2011:266).

En las encuestas realizadas a profesionales y empresarios del sector audiovisual valenciano también hemos preguntado sobre el papel que Radiotelevisión Valenciana representó en la dinamización del sector del doblaje en la comunidad autónoma. El siguiente gráfico nos muestra un resumen de las respuestas.

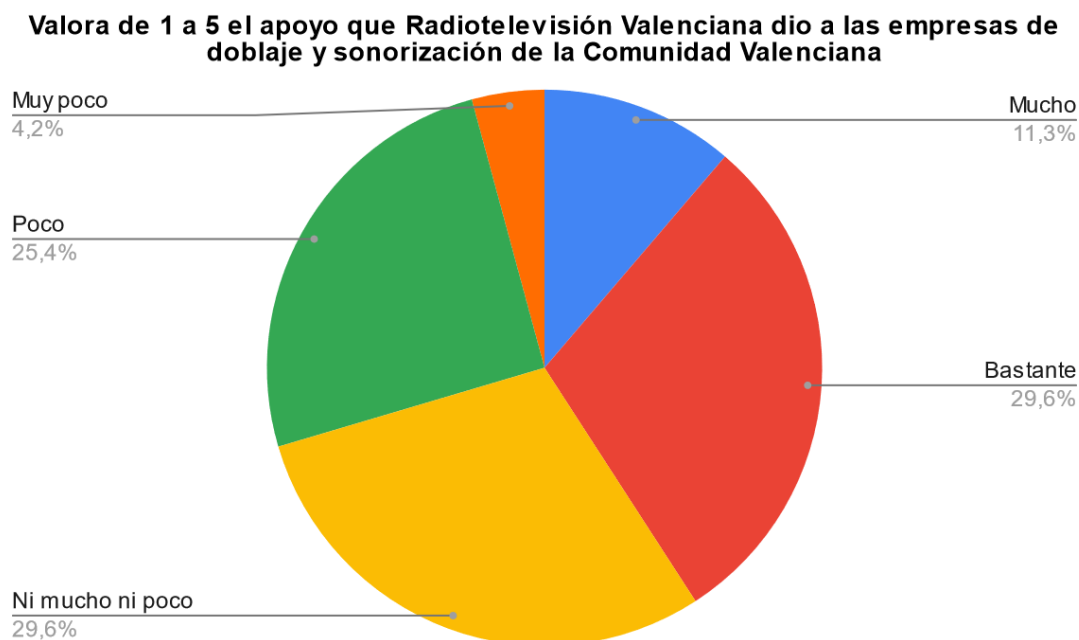


Gráfico 154. Valoración del apoyo que RTVV dio a las empresas de doblaje y sonorización. Fuente: elaboración propia

El gráfico deja constancia de que los encuestados tienen opiniones diversas sobre el apoyo que Radiotelevisión Valenciana prestó a los estudios de doblaje. Un 11,3% de los encuestados consideran que la cadena apoyó mucho a estas empresas, mientras que un 29,6% opinan que el apoyo fue bastante. Por tanto, podríamos afirmar que un 40,9% tienen una opinión positiva al respecto. Hay un porcentaje bastante alto de encuestados, un 29,6% que se muestran indiferentes, considerando que el apoyo no fue ni mucho ni poco. En la parte negativa se encuentran el 25,4% de los encuestados que consideran que el apoyo de Radiotelevisión Valenciana al sector del doblaje fue poco, y un 4,2% que opinan que fue muy poco. Así pues, podemos afirmar que las opiniones positivas (40,9%) son ligeramente superiores a las negativas (29,6%), y prácticamente un tercio de los encuestados no se posicionan ni a favor ni en contra.

Como conclusión de este epígrafe podemos indicar que la utilización del valenciano en Radiotelevisión Valenciana fue relativa, con alta presencia de la lengua autóctona en los programas de producción propia y producción asociada y externalizada y escasa presencia en la producción ajena, principalmente producciones de ficción. No obstante, entre 1997 y 2007 hubo una inversión próxima a los 5 millones de euros anuales para doblaje de producciones al valenciano que se distribuyeron principalmente entre los estudios de doblaje y sonorización pertenecientes a l'Associació valenciana d'estudis de doblatges i sonorització (AVEDIS). A partir de 2005, la cadena inició un proceso de homologación de estudios que complicó las relaciones entre estas empresas y la televisión autonómica. La crisis económica y el

declive de Radiotelevisión Valenciana entre 2010 y 2013 supuso también una reducción drástica del presupuesto destinado a doblaje al valenciano. Diversos autores que han analizado el uso del valenciano en la cadena autonómica coinciden en que nunca hubo una apuesta decidida de la cadena autonómica por el uso de la lengua autóctona. Tampoco los encuestados consideran que Radiotelevisión Valenciana apoyara en alto grado a las empresas de doblaje y sonorización, con tan sólo un 40,9% de empresarios y profesionales que consideren que la cadena autonómica apoyó mucho o bastante a este colectivo. Podemos afirmar, por tanto, que Radiotelevisión Valenciana no cumplió con uno de sus principios fundacionales, ya que, tal y como consta en el preámbulo de su Ley de creación, la cadena autonómica nació para posibilitar “una antigua y renovada aspiración del pueblo valenciano; la de expresarse y comunicarse en su propia lengua para lo cual, los medios de comunicación de carácter público constituyen el soporte idóneo”.

6. CRISIS Y CIERRE DE RTVV. REPERCUSIÓN EN EL SECTOR

Tras analizar en el capítulo anterior los procedimientos de externalización de la producción utilizados por Radiotelevisión Valenciana 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 Radiotelevisión Valenciana en sus últimos años de vida.

De igual manera, dedicaremos un epígrafe de este capítulo a relatar brevemente el procedimiento de creación de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, la puesta en marcha de À Punt, y las estrategias de externalización de la nueva cadena autonómica valenciana.

6.1. Las productoras “amigas”

Los datos analizados en esta tesis doctoral dejan constancia que Radiotelevisión Valenciana 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 Radiotelevisión Valenciana. Cabe destacar que, muchas de estas productoras priorizadas para la externalización de los programas tenían su domicilio fiscal fuera del territorio autonómico, principalmente en Madrid o Barcelona. No obstante, 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. Tal y como confirman algunos de los profesionales entrevistados para la redacción de esta tesis, 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. Este hecho también ha sido duramente criticado por una parte de la prensa, que destacaba 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 5 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).

El propio Anchel Cubells remarca que a Amadeu Fabregat, primer director general de la cadena, se le acusó de que no revitalizara el sector audiovisual de la Comunidad Valenciana al encargar muchos espacios a productoras foráneas. Fabregat se defendió diciendo que esas productoras aportaban el know-how que no veía surgir de un sector audiovisual valenciano en ciernes. La respuesta de muchos profesionales del audiovisual valenciano fue siempre que el sector no podría mejorar si no se le daba la oportunidad de desarrollarse y adquirir experiencia. Como suele decirse, una suerte de “pescadilla que se muerde la cola”.

En concreto, la productora catalana Gestmusic Endemol SA fue una de las que más programas produjo para Radiotelevisión Valenciana. 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:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Amor a primera vista	Gestmusic Endemol SA	Concurso	241	1991 - 1995
Olé tus vídeos	Gestmusic Endemol SA	Concurso	79	1991 - 1993
El món per un forat	Gestmusic Endemol SA	Concurso	22	1992
Ruïna Total	Gestmusic Endemol SA	Concurso	35	1992
Luna de miel	Gestmusic Endemol SA	Concurso	43	1992 - 1993
Nit de misteri	Gestmusic Endemol SA	Divulgativo	13	1993 - 1994
Enamorats	Gestmusic Endemol SA	Talk show	13	1993 - 1994
Moltes gràcies	Gestmusic Endemol SA	Humor	28	1993 - 1994
Tot per l'audiència	Gestmusic Endemol SA	Humor	9	1994
Si l'encerte, l'endivine	Gestmusic Endemol SA	Concurso	421	1995 - 1997
Taxi, taxi	Gestmusic Endemol SA	Humor	5	1995
No estamos locos	Gestmusic Endemol SA	Humor	13	1996 - 1997
Sal y pimienta	Gestmusic Endemol SA	Humor	8	1996
Benvinguts	Gestmusic Endemol SA	Debate	120	1998 - 1999
Un siglo de canciones	Gestmusic Endemol SA	Musical	36	1999
Vídeo y medio	Gestmusic Endemol SA	Humor	351	2000 - 2002
2000 Canciones	Gestmusic Endemol SA	Musical	24	2000
Nuestras canciones	Gestmusic Endemol SA	Musical	13	2001
Vil metall	Gestmusic Endemol SA	Concurso	7	2006
Crash	Gestmusic Endemol SA	Concurso	40	2008

Tabla 97. Programas realizados por la productora Gestmusic Endemol SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – Elaboración propia

Un total de 20 programas distintos produjo la empresa catalana Gestmusic Endemol SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013 analizado en esta tesis doctoral. Muchos de estos programas eran formatos de concurso, como es el caso de “Amor a primera vista”, del que se emitieron 241 entregas entre 1991 y 1995, “Olé tus vídeos” con 79 entregas entre 1991 y 1993, “El món per un forat” con 22 emisiones y “Ruïna total” con 35 emisiones ambos en 1992, “Luna de miel” con 43 entregas entre 1992 y 1993, “Si l'encerte, l'endevine” con 421 entregas entre 1995 y 1997, “Vil metall” del que se solo emitieron 7 entregas en 2006, y “Crash” con 40 entregas emitidas en el verano de 2008.

Esta productora catalana también produjo diversos formatos de humor para Radiotelevisión Valenciana como es el caso de los programas “Moltes gràcies” emitido entre 1993 y 1994, “Tot per l'audiència” con 9 entregas emitidas en 1994, “Taxi, taxi” del que se emitieron 5 espacios en 1995, “Sal y pimienta” con 8 entregas emitidas en 1996, o “No estamos locos” con 13 entregas emitidas entre 1996 y 1997. A estos concursos y programas de humor hay que añadir el *talk show* “Enamorats” del que se emitieron 13 espacios entre 1993 y 1994, el programa de debate “Benvinguts” con 120 entregas emitidas entre 1998 y 1999, los espacios musicales “Un siglo de canciones”, “2000 canciones”, y “Nuestras canciones” emitidos en 1999, 2000 y 2001 respectivamente, y el divulgativo sobre ciencias ocultas “Nit de misteri” del que

Gestmusic Endemol SA produjo 13 entregas para Radiotelevisión Valenciana entre 1993 y 1994. Cabe destacar que los programas “Olé tus vídeos” y “Luna de miel” se coprodujeron con FORTA, mientras que el resto fueron una contratación directa de la cadena autonómica valenciana con la productora catalana.

La confianza que Radiotelevisión Valenciana tenía con determinadas productoras domiciliadas fuera del territorio autonómico valenciano ha sido recogida por diversos autores en varias publicaciones. Es el caso de Álar Peris, que en su artículo «Canal 9 y el sector audiovisual valenciano: una relación traumática» denunció algunas de estas contrataciones a productoras de fuera del territorio autonómico. Entre otras, Álar Peris denuncia la relación de la cadena autonómica con el productor y ventrílocuo madrileño José Luis Moreno que a través de diferentes empresas firmó numerosos contratos con Radiotelevisión Valenciana. Por ejemplo, con la productora Alba Adriática SL, José Luis Moreno “firmó en 2007 un contrato con Pedro García para la realización de una serie de ficción denominada “Planta 25”, por la que recibió dos millones de euros más IVA”. La Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana reveló en su momento que un millón setecientos mil euros no se justificaron y la productora, en vez de devolver ese dinero, entregó en 2010 otro programa, “De un tiempo a esta parte”, que ya se había emitido en Castilla La Mancha Televisión. (Peris, 2015: 82).

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

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Entre amigos	Gecaguma SL	Musical	83	1989-1993
Verano de estrellas	Gecaguma SL, Miramon Mendi SA	Musical	33	1993
Imprevisible	Gecaguma SL	Concurso	9	1993
Noche espectacular	Gecaguma 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

Tabla 98. Programas realizados por las productoras Gagacuma SL, Miramon Mendi SA y Alba Adriática SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.

Fuente: RTVV – elaboración propia

A través de tres productoras domiciliadas en Madrid denominadas Alba Adriática SL, Miramon Mendi SA y Gecaguma SL, el productor madrileño José

Luis Moreno contrató con Radiotelevisión Valenciana hasta 9 programas diferentes. La mayoría de ellos fueron de contenido musical, tipo gala de variedades, que se emitían los sábados por la noche. Es el caso del programa de variedades “Entre amigos” del que se emitieron 83 entregas entre 1989 y 1993 y que Radiotelevisión Valenciana contrató a Gecaguma SL a través de la FORTA. En 1992, la cadena encargó al productor madrileño a través de las empresas Gecaguma SL y Miramon Mendi SA la producción de “Verano de estrellas”, un formato similar al anterior del que se emitieron 33 entregas en los meses de julio, agosto y septiembre. En octubre de 1993, al finalizar el contrato del programa “Entre amigos”, Radiotelevisión Valenciana a través de FORTA contrató de nuevo con Gecaguma SL y Miramon Mendi SA la producción de un programa de similares características denominado “Noche espectacular” del que se emitieron 79 entregas entre 1993 y 1995. También en 1993 se emitió el concurso “Imprevisible” producido por Gecaguma SL para Radiotelevisión Valenciana a través de la FORTA. A partir de 1995 la relación del productor con la cadena autonómica se detuvo hasta el año 2002 en que Radiotelevisión Valenciana vuelve a contratar 8 entregas del programa de variedades “Tu gran noche” producido por Miramon Mendi SA.

En 2006 la cadena autonómica retoma la relación profesional con el productor madrileño con la contratación de varias producciones a través de la empresa Alba Adriática SL. Por una parte, la serie de ficción “Planta 25” de la que se produjeron 107 capítulos entre 2006 y 2011. De otra parte, el programa “Noche sensacional” del que se emitieron 126 entregas entre 2007 y 2010. En 2011, cuando la cadena autonómica ya prácticamente no firmaba contratos con productoras valencianas, todavía se contrató a Alba Adriática SL la producción de 13 entregas del programa de variedades “Siempre estrellas” y 40 entregas del programa musical “De un tiempo a esta parte” también producido por Alba Adriática SL.

De esta relación empresarial entre Radiotelevisión Valenciana y José Luis Moreno también se ha hecho eco la prensa. El Diario.es indicaba en mayo de 2019 que el informe pericial de 90 páginas realizado por la empresa Taxo sobre el programa de entretenimiento “De un tiempo a esta parte” y la serie de ficción “Planta 25”, de la productora Alba Adriática, recogía que ambas producciones se habrían pagado por un valor totalmente fuera de mercado, en concreto con unos sobrecostes de 1,9 millones de euros (Pitarch, 2019). El periódico digital afirma que la televisión valenciana pagó a José Luis Moreno 2.025.000 euros por la emisión de la serie, a unos 126.018 euros por capítulo. El informe pericial concluye que habiendo visionado y analizado cada capítulo, cada entrega de la serie debía haber rondado de 20.000 a 30.000 euros. Por lo que respecta al programa “De un tiempo a esta parte”, la empresa pública pagó casi 1,8 millones, pero los peritos entienden que “el valor máximo razonable” de todos los programas emitidos era de 400.000 euros. Cada capítulo se vendió por un

coste unitario de 44.000 euros cuando deberían haber costado unos 4.000 euros, según los tasadores independientes.

También el periódico El País ha denunciado públicamente los contratos del productor madrileño con la cadena autonómica valenciana. En un artículo publicado en septiembre de 2015, este diario afirma que Radiotelevisión Valenciana pagó más de ocho millones de euros a José Luis Moreno por el programa “Noche sensacional” y que la productora Alba Adriática SL facturó más de 20 millones a la cadena entre 2006 y 2011 por formatos de variedades como “Siempre Estrellas”, “Planta 25” o “De un tiempo a esta parte”.

En otra línea, Producciones 52 SL es otra de las productoras madrileñas a las que Radiotelevisión Valenciana 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.

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
A la Fresca	Producciones 52 SL	Debate	25	1994 - 1995
Te'n records?	Producciones 52 SL	Entrevistas	50	1994 - 1996
Simplement viure	Producciones 52 SL	<i>Info-show</i>	20	1996
Canciones para el recuerdo	Producciones 52 SL	Musical	15	1996 - 1998
Parle vosté, calle vosté	Producciones 52 SL	Debate	73	1996 - 1998
En exclusiva	Producciones 52 SL	Entrevistas	21	1997
En primera persona	Producciones 52 SL	<i>Talk show</i>	245	1997 - 1998
Tómbola	Producciones 52 SL	Debate	383	1997 - 2004
Terrassa d'estiu	Producciones 52 SL	Debate	12	1998
Coses de família	Producciones 52 SL	Concurso	12	1998
Gente con chispa	Producciones 52 SL	Humor	79	1999 - 2001
Cantamos contigo	Producciones 52 SL	Musical	11	2001
Sé que ho saps	Producciones 52 SL	Concurso	28	2011

Tabla 99. Programas realizados por la productora Producciones 52 SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia

“A la fresca” fue un programa de debate producido por Producciones 52 SL del que se emitieron 25 entregas entre 1994 y 1995. En esos años, esta productora también produjo el espacio “Te'n records?” presentado por Inés Ballester, un programa de entrevistas nostálgicas del que se emitieron 50 entregas. En 1996 la productora madrileña fue la encargada de producir 20 entregas de “Simplement viure”, un *infoshow* también presentado por Inés Ballester de asuntos judiciales y sucesos ocurridos en la Comunidad Valenciana. También ese año Radiotelevisión Valenciana encargó a Producciones 52 SL la producción de “Canciones para el recuerdo”, un espacio musical presentado por la andaluza Consuelo Berlanga entre 1996 y 1998. En esos años se emitió el mítico programa de debate “Parle vosté, calle vosté”, con 71 entregas presentadas por Josep Ramon Lluch. En 1997 se encargó a

Producciones 52 SL la producción de “En exclusiva”, un programa en el que Terelu Campos entrevistó durante 21 entregas a personas del mundo del corazón y la prensa rosa. También en 1997 se inició la emisión del *talk show* “En primera persona” en el que se presentaban testimonios sorprendentes. De este programa producido por Producciones 52 se emitieron un total de 245 entregas entre 1997 y 1998. En 1998 la cadena autonómica contrató dos programas a esta productora madrileña, “Terrassa d’estiu” y “Cosas de familia”. El primero era una tertulia grabada en localidades turísticas de la Comunidad Valenciana y el segundo un concurso presentado por Agustín Bravo.

En 1997 la cadena autonómica contrata con Producciones 52 SL y Anny producciones la producción del polémico programa “Tómbola”. Un debate sobre personas del mundo de la prensa rosa del que se emitieron 383 entregas entre 1997 y 2004. En 1999 la cadena confió a esta productora la realización de “Gente con chispa” un programa de humor con famosos presentado por el gallego Jesús Vázquez del que se emitieron 79 entregas. En el año 2001 fue el turno de “Cantamos contigo”, 11 entregas de este espacio de actuaciones musicales emitido durante el verano y presentado también por Jesús Vázquez. A partir de ese año la cadena autonómica valenciana dejó de contratar a esta productora hasta el año 2011 en que se emitieron 28 entregas del concurso “Sé que ho saps”.

En total fueron 13 los programas encargados por Radiotelevisión Valenciana a la productora Producciones 52 SL, muchos de ellos presentados por presentadores de otras comunidades autonómicas y escasos contenidos relacionados con la Comunidad Valenciana. Algunos de ellos como “Tómbola” o “Parle vosté, calle vosté” incluyeron contenidos polémicos con el objetivo de hacer crecer los índices de audiencia. 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 Radiotelevisión Valenciana como es el caso de Contenidos Audiovisuales Extra TV que produjo hasta 7 programas entre 2005 y 2007.

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Operación vacaciones	Contenidos Audiovisuales Extra TV SL	Concurso	10	2005
Teles-copy	Contenidos Audiovisuales Extra TV SL	Magazín	49	2005
Abaniní	Contenidos Audiovisuales Extra TV SL	<i>Talk show</i>	27	2005 - 2006
Operación Clon	Contenidos Audiovisuales Extra TV SL	Concurso	3	2006
Qué serà (serà)	Contenidos Audiovisuales Extra TV SL	<i>Talk show</i>	23	2006 - 2007
Shalakabula	Contenidos Audiovisuales Extra TV SL	Humor	13	2006 - 2007
Sessió hipnòtica	Contenidos Audiovisuales Extra TV SL	Humor	5	2007

Tabla 100. Programas realizados por la productora Contenidos Audiovisuales Extra TV SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.

Fuente: RTVV – elaboración propia

El programa “Operación vacaciones” del que se emitieron 10 entregas en 2005, fue un concurso que enfrentaba a dos familias, una valenciana y otra de otra comunidad autónoma. “Teles-copy” fue un magazín en el que se analizaba la actualidad social desde el humor y que tuvo un total de 49 entregas emitidas en 2005. Contenidos Audiovisuales Extra TV también fue la productora encargada de “Abanibi”, un *talk show* presentado por Eduard Forés del que se emitieron 27 entregas entre 2005 y 2006. También en 2006 esta productora madrileña producía para Radiotelevisión Valenciana el concurso “Operación Clon” del que se emitieron tan solo 3 entregas presentadas por la andaluza Esther Arroyo. Ese mismo año, la cadena confió a esta productora la producción de “Qué serà (serà)”, un *talk show* basado en las sorpresas y la música del que se emitieron 23 entregas. También ese año, esta misma productora se encargó de la producción de 13 capítulos de “Shalakabula”, un espacio dedicado a la magia y el humor presentado por la gaditana Paz Padilla. En 2007 Contenidos Audiovisuales Extra TV fue contratado por Radiotelevisión Valenciana para producir “Sessió hipnòtica”, un espacio de humor del que se emitieron 5 programas. De las cifras se deduce que ninguna de los programas tuvo una gran duración ni estabilidad en la parrilla de programación, sin embargo, la cadena autonómica continuó contratando con esta productora diversos formatos entre 2005 y 2007.

El periodista Francesc Arabí explica que las empresas de Ángel Moreno facturaron a Radiotelevisión Valenciana, en 1997, 1.695 millones de pesetas (10,2 millones de euros) por los 5 programas que tenía en antena (Tómbola”, “Parle vosté, calle vosté”, “En exclusiva”, “En primera persona” y “Canciones para el recuerdo”. En esa temporada, dos tercios del presupuesto del departamento de programas de Radiotelevisión Valenciana se destinaron a las producciones realizadas por las empresas de Ángel Moreno (Arabí, 2019:210) Arabí asegura que las 40 entregas de Tómbola emitidas en 1997 costaron 670 millones de pesetas (más de 4 millones de euros), y el coste del programa en toda su vida televisiva ascendió a 32 millones de euros. Cifras que también denuncia Rafael Xambó en un artículo publicado en 2013 en la revista Espill. (Xambó, 2013).

Álvar Peris también ha investigado este asunto. Para este investigador académico, el programa “Tómbola” “es el germen de la llamada telebasura, emblema de la televisión pública durante la época de Zaplana, que garantizaba audiencia y escándalos cada semana”. Este *talk show* disponía de una plantilla de tertulianos.

“Para que nos hagamos una idea de la alegría con que se repartían el dinero en aquella época, uno de los colaboradores habituales de Tómbola, Jesús Mariñas, reconoció hace poco que cobraba 3.000 euros brutos por programa. No ha trascendido, sin embargo, lo que

recibían los invitados. Hemos conocido, en cambio, que Bárbara Rey aceptó 12.000 euros en 1997 por renunciar a ser entrevistada en exclusiva en el plató del programa. Poco después consiguió ser presentadora del formato “En casa de Bárbara” que emitió la cadena autonómica entre 2000 y 2005 (Peris, 2015:75).

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.

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Tela marinera	Minuto producciones	Magazín	1225	1998 - 2003
La música es la pista	Producciones Cibeles SL	Concurso	1072	1998 - 2002

Tabla 101. Programas realizados por las productoras Minuto producciones y Producciones Cibeles para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.

Fuente: RTVV – elaboración propia

El programa “Tela marinera” era un magazín 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 Radiotelevisión Valenciana para la producción de un total de 4 programas:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Carta blanca	Pirtel SL	Debate	142	1992 - 1996
Sexe i ...	Pirtel SL	Divulgativo	13	1993 - 1994
A la fresca	Pirtel SL	Debate	25	1994 - 1995
L'últim, que apague lllum	Pirtel SL	Humor	5	1997

Tabla 102. Programas realizados por la productora Pirtel SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia

El programa de debate “Carta blanca” se emitió entre 1992 y 1996. 142 entregas emitidas en directo los viernes en prime time y presentadas por el presentador y productor valenciano Josep Ramon Lluch. Lluch, estuvo detrás de este tipo de programas de debate, tanto de “Carta blanca”, como “A la fresca”, y más tarde presentaría “Parle vosté, calle vosté” producido por Producciones 52 SL, o “Debat obert” producido por su propia empresa La Granota groga SL.

Entre 1993 y 1994, Pirtel SL produjo 13 entregas de “Sexe i...” un programa de debate y divulgación del que se emitieron 13 entregas los jueves de madrugada. Por su parte, el programa “A la Fresca”, fue un programa de debate del que se emitieron 25 entregas. “L’últim, que apague la llum” fue un programa de humor y entrevistas presentado por Pepe Sancho e Yvonne Reyes del que solo se emitieron 5 entregas en 1997.

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

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
P.V.P.	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Debate	85	1999 - 2001
Fora de sèrie	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Serie documental	13	2000 - 2001
Investigació TV	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Actualidad	69	2001 - 2003
Reportatge d'investigació TV	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Actualidad	9	2002 - 2003
La bomba	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Magazín	170	2003 - 2004
La naranja metálica	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Talk show	40	2003 - 2004
Mira allí	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Humor	8	2005
Copa maremàgnum	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Concurso	56	2005 - 2006
Escáner	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Debate	31	2005 - 2006
I+D	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Actualidad	6	2007
Sumari obert	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Actualidad	46	2007 - 2008
Tant de gust	Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA	Cocina	92	2009

Tabla 103. Programas realizados por la productora Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.

Fuente: RTVV – elaboración propia

La productora madrileña Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA produjo para Radiotelevisión Valenciana 12 programas entre 1999 y 2009. El programa “P.V.P.” del que se emitieron 85 entregas entre 1999 y 2001, estuvo presentado por Manu Ríos y se basaba en un debate sobre temas de consumo acompañado de reportajes de investigación con cámara oculta. “Fora de sèrie” fue una serie de 13 documentales biográficos sobre personajes destacados de

la cultura, el deporte y la sociedad valenciana emitidos entre 2000 y 2001. Entre 2001 y 2003 se emitió el programa “Investigació TV”, también presentado por Manu Ríos con un formato similar de “P.V.P” de debate y reportajes de cámara oculta. “La bomba” fue un magazín diario que se emitió por las tardes con 170 entregas entre 2003 y 2004. “La naranja metálica” fue un *talk show* emitido en prime time que estuvo presentado por el periodista madrileño Juan Ramón Lucas y del que se emitieron 40 entregas entre 2003 y 2004. Esta productora también fue la encargada del programa de humor con cámara oculta “Mira allí” del que se emitieron solo 8 entregas en 2005. En 2005 y 2006 Radiotelevisión Valenciana contrató con Canal Mundo producciones audiovisuales SA el concurso infantil “Copa maremàgnum” del que se emitieron 56 entregas. También entre 2005 y 2006 se emitieron las 31 entregas del programa de debate “Escáner”. Esta productora afincada en Madrid también produjo para Radiotelevisión Valenciana el programa “Sumari obert”, un *docu soap* basado en la reconstrucción e investigación de sucesos ocurridos en la Comunidad Valenciana. En 2007 se hizo cargo del programa “I+D” presentado por la periodista madrileña Teresa Viejo. Por último, en 2009 la cadena emitió 92 entregas del programa de cocina “Tant de gust”.

La prensa también se ha hecho eco de los beneficiosos contratos de externalización que Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA obtuvo de Radiotelevisión Valenciana. Sergio Colado en el plural.com denunció en noviembre de 2013 que la productora Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA fue una de las privilegiadas por el canal autonómico a la hora de externalizar sus contenidos (Colado, 2013).

Otra de las productoras domiciliadas fuera del territorio autonómico valenciano que recibió diversos encargos de Radiotelevisión Valenciana 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:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
El desafío de los dioses	Europroducciones TV SA	Concurso	13	1994 - 1995
Hora d'impacte	Europroducciones TV SA	Actualidad	39	2006 - 2007
Grand Prix	Europroducciones TV SA	Concurso	40	2007 - 2009
¿Qué apostamos?	Europroducciones TV SA	Concurso	13	2008
Un beso y una flor	Europroducciones TV SA	<i>Talent show</i>	16	2009 - 2010
Generación de estrellas	Europroducciones TV SA	<i>Talent show</i>	9	2010
Pensat i fet	Europroducciones TV SA	Concurso	13	2011 - 2012

Tabla 104. Programas realizados por la productora Europroducciones TV SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia

Europroducciones TV SA produjo para FORTA el concurso “El desafío de los dioses”, presentado por el vasco Ramón García, del que se emitieron 13

entregas en Radiotelevisión Valenciana en 1994. Hasta 2006, la cadena autonómica no volvió a confiar en esta productora cuando le encargó la producción de “Hora d’impacte” un programa de vídeos grabados por aficionados sobre sucesos increíbles. El año siguiente, la cadena autonómica valenciana, junto con FORTA, confiaron a esta productora la producción de 40 entregas del concurso “Gran Prix” que presentaba el andaluz Bertín Osborne. En 2008, Radiotelevisión Valenciana contrató a Europroducciones TV SA un formato muy similar, el concurso “¿Qué apostamos?” del que se emitieron 13 entregas presentadas por el madrileño Carlos Lozano y la andaluza Rocío Madrid. En 2009 la cadena autonómica volvió a confiar en la productora madrileña para la producción de “Un beso y una flor”, un *talent show* presentado por Bertín Osborne del que se emitieron 16 entregas. En 2010 la cadena autonómica contrató a esta productora un nuevo *talent show*, “Generación de estrellas”, con 9 entregas presentadas por la gallega Silvia Jato. El último programa que Radiotelevisión Valenciana encargó a esta productora madrileña fue el concurso “Pensat i fet” del que se emitieron 13 entregas.

También recibió diversos encargos de Radiotelevisión Valenciana 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.

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Telexut	Prime Time Communications SA	Concurso	71	1995 - 1996
Manà, manà	Prime Time Communications SA	Concurso	38	1998 - 1999
Lletra a lletra	Prime Time Communications SA	Concurso	60	1999 - 2000
Secretos de Hollywood	Prime Time Communications SA	Serie documental	26	2000 - 2001
Sense trellat	Prime Time Communications SA	Concurso	13	2001 - 2002
La guillotina	Prime Time Communications SA	Concurso	57	2003

Tabla 105. Programas realizados por la productora Prime Time Communications SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia

“Telexut” fue el primer programa contratado por Radiotelevisión Valenciana a Prime Time Communications SA en el año 1995. Durante dos años se emitieron 71 entregas de este concurso deportivo presentado por Paco Nadal. En 1998 esta productora fue la encargada de otro concurso, “Manà, manà” presentado por María Abradelo del que se emitieron 38 entregas. En 1999 y 2000 la cadena emitió 60 entregas de “Lletra a lletra”, otro concurso producido por Prime Time Communications SA. En 2000, Radiotelevisión Valenciana contrató la producción de la serie divulgativa “Secretos de Hollywood”, con 26 entregas producidas por esta empresa madrileña. En 2001 y 2002 la cadena autonómica emitió otro concurso producido por Prime Time

Communications SA, “Sense trellat”. Y en 2003 se contrató a esta productora un último concurso, “La guillotina” del que se emitieron 57 entregas.

La productora madrileña Zeppelin Television SA también se encargó de producir diversos programas emitidos por Radiotelevisión Valenciana.

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Inocente inocente	Zeppelin Television SA	Humor	40	1992 - 1996
Super rescat	Zeppelin Television SA	Concurso	7	1993
Elles i ells	Zeppelin Television SA	Concurso	25	1993 - 1995
Quina broma	Zeppelin Television SA	Humor	14	1994 - 1997
A vore qui guanya	Zeppelin Television SA	Concurso	65	1995 - 1996
Furor	Zeppelin Television SA	Concurso	13	2006

Tabla 106. Programas realizados por la productora Zeppelin Television SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia

El primero de ellos fue “Inocente, inocente”, emitido entre 1992 y 1996, con 40 entregas de este programa en el que se realizaban bromas a famosos que se grababan con cámara oculta. En 1993 Radiotelevisión Valenciana emitió 7 entregas del concurso “Súper rescat” también producido por Zeppelin Televisión SA. Esta productora también fue la responsable del programa “Elles i ells” del que se emitieron 25 entregas entre 1993 y 1995. Un concurso en el que diez hombres debían seducir a las mujeres del público. Entre 1994 y 1997, Zeppelin Televisión SA produjo para Radiotelevisión Valenciana “Quina broma”, un programa similar a “Inocente, inocente” en que se sometía a un famoso a una broma de mal gusto para ver su reacción. Esta misma productora también fue la encargada de producir el programa “A vore qui guanya”, un concurso del que se emitieron 65 entregas entre 1995 y 1996. Por último, Zeppelin Televisión SA produjo en 2006 13 entregas del concurso “Furor”, presentado por Alonso Caparrós, en el que un grupo de chicas se enfrentaban a un grupo de chicos por un premio.

Además de las empresas enumeradas anteriormente, otras reconocidas productoras madrileñas como Boomerang TV SA, Globomedia SL, Cuarzo producciones SL, Intereconomía corporación SL o la catalana Diagonal Televisión SL también produjeron programas para Radiotelevisión Valenciana como se detalla en la siguiente tabla:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Sense compromís	Globomedia SL	Concurso	4	1995
Trencacaps	Globomedia SL	Concurso	50	1995
50/50	Boomerang TV SA	Debate	30	1999
Noche de paz	Boomerang TV SA	Humor	5	2002
Alma de copla	Boomerang TV SA	Talent show	13	2008
De moda	Diagonal Televisión SL	Serie de ficción	22	2004 - 2005

Temps d'economia	Intereconomia corporacion SL	Actualidad	95	2002 - 2004
A quin preu?	Intereconomia corporacion SL	Divulgativo	136	2006 - 2010
Jo treballe ací	Cuarzo producciones SL	Serie documental	8	2010
Un lloc al món	Cuarzo producciones SL	Reality show	13	2011

Tabla 107. Programas realizados por las productoras Globomedia SL, Boomerang TV SA, Diagonal TV SA, Intereconomía Corporacion SL y Cuarzo Producciones SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia

Globomedia SL fue la encargada de la producción de “Sense compromís”, un concurso del que solo se emitieron 4 entregas en 1995. Esta productora madrileña también produjo ese mismo año 50 entregas del concurso “Trencacaps”.

Por su parte, Boomerang TV SA produjo para Radiotelevisión Valenciana el programa de debate “50/50” del que se emitieron 30 entregas en 1999. Esta productora también fue la encargada de la producción de “Noche de paz”, un programa de humor del que solo se emitieron 5 entregas. La cadena autonómica también contrató con esta empresa madrileña la producción de “Alma de copla”, un talent show del que se emitieron 13 entregas en 2008.

Radiotelevisión Valenciana, junto con otras cadenas de FORTA contrataron la producción de la serie de ficción “De moda” que produjo la empresa catalana Diagonal Televisión SL, y de la que se emitieron 22 capítulos entre 2004 y 2005.

La cadena autonómica también contrató a la empresa madrileña Intereconomía Corporación SL la producción de dos programas, el informativo económico “Temps d'economia”, del que se emitieron 95 entregas entre 2002 y 2004, y el divulgativo “A quin preu?”, del que se emitieron 136 entregas entre 2006 y 2010.

Cuarzo producciones SL también produjo dos programas para Radiotelevisión Valenciana, “Jo treballe ací” i “El meu lloc al món”. El primero fue una serie documental de 13 capítulos emitida en 2010 que mostraba edificios singulares y las personas que trabajan en ellos, mientras que el segundo, emitido en 2011, fue un *reality show* en el que varias familias competían por un premio.

Además de estas productoras, otras empresas domiciliadas fuera del territorio autonómico produjeron programas para Radiotelevisión Valenciana. Algunas de ellas no exentas de polémica como es el caso de la productora madrileña Arizcun Siglo XXI SL responsable del programa de entrevistas “En exclusiva”, del que se emitieron 161 entregas entre 2004 y 2009. Este programa estaba dirigido y presentado por el periodista madrileño Carlos Dávila

que, cada semana, entrevistaba durante 30 minutos a un personaje de actualidad. La prensa y algunos autores se han hecho eco de los escandalosos emolumentos que la cadena autonómica pagó por la producción de este programa. Muchas de estas informaciones se han hecho públicas gracias al trabajo de investigación que han realizado periodistas profesionales que mantuvieron ocultas las fuentes para proteger a sus informadores. Las referencias exactas de las cifras que se ofrecen en los artículos de prensa no han podido contrastarse ya que no se ha tenido acceso a la información sobre los costes reales de los programas.

En este sentido, Álar Peris ha señalado que por la dirección y presentación de este espacio, el periodista Carlos Dávila “ingresaba 6.000 euros al mes en concepto de dirección y presentación” (Peris, 2015: 82). Por su parte, el periódico digital Público.es destacó el 29 de noviembre de 2013, día del cierre de la cadena, en el reportaje “Nueve que se lo llevaron caliente de Canal 9”, denunció que Carlos Dávila también fue beneficiado entre 2005 y 2009 con la conducción del espacio “En exclusiva” (Tur, 2013).

El País en agosto de 1999 ya denunció el escandaloso contrato de Radiotelevisión Valenciana para la producción del programa “El faro de Alejandría” por parte de la empresa madrileña Star Line Productions TV SL. Este periódico aseguraba que Radiotelevisión Valenciana había pagado casi 150 millones de pesetas, más IVA, por 17 capítulos del programa presentado por el escritor madrileño Fernando Sánchez-Dragó.

“En el Año del Audiovisual Valenciano, TVV ha emitido a lo largo de estos últimos meses, un programa sobre libros íntegramente en castellano y realizado por una productora con domicilio social en Barcelona y actividades audiovisuales en Madrid. La cita de “El Faro de Alejandría” con los telespectadores valencianos ha sido a altas horas de la madrugada de los sábados. La audiencia del programa cultural apenas ha superado el 1% de los potenciales telespectadores noctámbulos” (El País, 1999).

Radiotelevisión Valenciana emitió 211 entregas de este programa entre 1999 y 2004. El diario Público ratificó esta información en noviembre de 2013 asegurando que Fernando Sánchez Dragó cobraba 12.000 euros de dinero público de los valencianos por el guión y dirección de “El faro de Alejandría”. “El coste total por programa rondaba los 54.000 euros, que se abonaban a una productora externa, que facturaba el programa íntegramente en castellano” (Tur, 2013).

Otro programa producido desde Madrid que no estuvo exento de polémica fue “Panorama d’actualitat” producido por la empresa madrileña KWZY-180 SL y dirigido y presentado por el periodista vallisoletano Julián Lago. Radiotelevisión Valenciana contrató 91 entregas de este programa de

entrevistas que se emitió entre 2001 y 2004. En diciembre de 2001 dejó constancia de ello El País en un artículo que destaca que Julián Lago cobraba por cada programa Panorama de actualidad 3.500.000 pesetas por la dirección, la presentación, el formato y la producción asociada. El espacio tenía una audiencia media que rondaba los 35.000 espectadores, por debajo del 1% de los televidentes potenciales (Garrido, 2001).

Peris considera que estas productoras de Madrid facturaban la hora de emisión muy por encima del precio de mercado de la época, lo cual disparaba el coste final de los programas. “La amistad con los directivos de la televisión o los miembros del PP valenciano, la compra de favores o la proximidad ideológica podían ser motivos suficientes para disponer de un programa en Canal 9” (Peris, 2015:75).

Peris también menciona los cuantiosos pagos realizados a la periodista Isabel Durán y al resto de colaboradores habituales de la tertulia política DBT.ES, producida por la propia Radiotelevisión Valenciana, que se emitió en la cadena generalista valenciana entre 2009 y 2011. “A pesar de que el Consell nunca reveló las cifras del contrato, hemos conocido que Durán, que ejercía de presentadora, recibía por cada programa 3.000 euros” (Peris, 2015: 82). El autor denuncia el oscurantismo con que se han tratado los presupuestos de los programas en Radiotelevisión Valenciana durante la etapa en que el Partido Popular gobernó en la Comunidad Valenciana. Los contratos y facturas que han salido a la luz “demuestran el pago de costes desmesurados y salarios inexplicables” (Peris, 2015:75). “Elplural.com publicó en su día que la presentadora Isabel Durán recibía por programa de DBT.es 3.000 euros de las arcas públicas valencianas”. Un programa en el que “Miguel Ángel Rodríguez (destacado miembro del PP), Carmen Gurruchaga o Alfonso Rojo, se convirtieron en habituales del espacio por no menos de 800 euros por cabeza y día, sin incluir el desplazamiento en AVE (la mayor parte de los elegidos eran residentes en Madrid) ni las dietas (Tur, 2013). José Ignacio Pastor también denuncia la falta de transparencia con que se gestionaba la contratación de este espacio. Desde su cargo de vicepresidente del Consejo de Administración de Radiotelevisión Valenciana, Pastor solicitó en numerosas ocasiones información sobre este programa sin obtener respuestas por parte de la dirección general. Este autor denuncia la falta de imparcialidad ideológica de la presentadora Isabel Durán, las bajas cifras de audiencia, y el coste del programa que “no está en consonancia con la necesaria austeridad proclamada en los presupuestos y mucho menos con la economía de guerra declarada por el Director General” (Pastor, 2011:307).

Periodista Digital también se hizo eco de la cantidad de millones que Radiotelevisión Valenciana depositó en productoras madrileñas para recordar que en los tres últimos años de gestión de Amadeu Fabregat como director, los

gastos fueron de 18 millones de euros como suma de aquellos tres años. Sólo en un año del PP, en 1997, el gasto en productoras externas fue de 25 millones de euros. Y ya para el año 2000 la cantidad era de 43 millones de euros. (Periodista Digital, 2012)

Otro de los casos más escandalosos denunciado por la prensa y que acabó en los juzgados fue la compra, en 2011, de tres documentales por valor de más de 500.000 euros más IVA a la productora Triskel, vinculada a un ex director de Antena de Radiotelevisión Valenciana, Fernando López Quintela. Los reportajes, de 50 minutos de duración y centrados en la figura del juez Baltasar Garzón, del dirigente socialista Alfredo Pérez Rubalcaba y de los GAL, fueron valorados en unas cantidades que algunos profesionales de la televisión pública estimaron en cincuenta veces superior al precio de mercado. Además, uno de ellos ya había sido estrenado en la cadena Intereconomía, donde precisamente había trabajado Quintela con anterioridad. Producciones elaboradas básicamente en castellano y con unos referentes informativos y culturales alejados del contenido de proximidad propio de una televisión autonómica.

Tal y como indica Álar Peris, la mayoría de los programas realizados por estas empresas madrileñas conformaron una programación que vaciaba el hecho diferencial valenciano, circunstancia que podría explicar, entre otros factores, la creciente desafección que mostraron los valencianos hacia la televisión pública. (Peris, 2015: 83)

La revista Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana en febrero de 2007 también se hacía eco de la excesiva externalización de producción audiovisual de Radiotelevisión Valenciana con empresas de fuera del territorio. (Enfoque, 2007:8-9)

“Son muchos los años que RTVV lleva confiando en productoras con sede en la capital de España o en otras comunidades como El Mundo TV, Acca Media, Producciones 52, Star Line Productions, o KWZY 180 SL. “Escáner”, “Mira allí”, “Investigació TV”, “Copa maremágnum”, “La bomba” o “La naranja metálica” surgieron de la factoría audiovisual de El Mundo que en la actualidad mantiene en antena el programa “Sumari obert””.

Enfoque incluía en el citado artículo la reivindicación de los productores valencianos: “la televisión valenciana la debemos hacer los valencianos porque no hay ningún programa que hayan hecho otras productoras que no podamos hacer desde aquí”. Y replicaban: “hace ya varios años que no se confía en nuestras empresas para la producción de entretenimiento, y no por confiar en empresas de fuera las audiencias están siendo mejores”.

También en esta línea el diario El País denunciaba en noviembre de 2012 que Radiotelevisión Valenciana (RTVV), que mientras en 2011 arrastraba una deuda de 1.309 millones de euros y había aprobado un expediente de regulación empleo (ERE) para despedir a 1.198 trabajadores, pagaba al locutor argentino que retransmitía los premios de Fórmula 1, Víctor Seara, 10.325 euros al mes (Zafra, 2012).

También en relación a los sueldos de colaboradores famosos El Periódico denunciaba que el periodista gallego Jesús Mariñas cobraba 6.000 euros por cada intervención en 'Tómbola', y 1.000 euros más cada vez que se sentaba un rato a hablar de la vida privada de la gente", en el magacín diario de Canal 9 'Matí, matí' (David, 2013).

El Col·lectiu Ricard Blasco lo denuncia en su libro *Reset RTVV*:

“Zaplana, primero, y Camps, después, alimentaron una pléyade de periodistas madrileños de extrema derecha que se convirtieron en los principales participantes en un seguido de programas íntegramente en castellano, con unos índices de audiencia ridículos, el objetivo de los cuales era fustigar a la izquierda, difundir las consignas del PP y, al volver a Madrid, contar las glorias de Valencia y su gobierno”. (Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:73)

Concluyendo, podemos afirmar que la productora Gestmusic Endemol SA fue la empresa domiciliada fuera del territorio autonómico que más programas produjo para Radiotelevisión Valenciana. En total fueron 20 los espacios producidos por esta empresa catalana entre los que destacan las 421 entregas del concurso “Si l’encerte, l’endevine”, las 351 entregas del programa “Video y medio” y las 241 entregas del concurso “Amor a primera vista”.

El empresario Ángel Moreno, a través de sus productoras Producciones 52 SL y Contenidos Audiovisuales Extra TV SL, también produjo para Radiotelevisión Valenciana un total de 20 programas. En la relación de este productor con la cadena autonómica destaca la emisión de 383 entregas del programa de debate sobre prensa rosa “Tómbola”, y las 245 entregas del *talk show* “En primera persona”. El empresario también está vinculado a la producción de dos de los programas más longevos de la historia de la cadena, “Tela marinera” del que se emitieron 1225 entregas y el concurso “La música es la pista” con 1072 entregas.

Por su parte, el productor José Luis Moreno, fue otro de los grandes suministradores de contenidos audiovisuales para Radiotelevisión Valenciana. A través de sus empresas Gegacuma SL, Miramon Mendi SA y Alba Adriática SL, produjo hasta 9 programas. En la relación de este productor madrileño con la cadena autonómica destacan las 126 entregas del programa de variedades

“Noche sensacional”, y los 107 capítulos emitidos de la serie de ficción “Planta 25”.

Radiotelevisión Valenciana también mantuvo una intensa relación comercial con la empresa madrileña Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA a la que encargó la producción de hasta 12 programas. Muchos de estos espacios trataban temas de actualidad con reportajes de investigación como es el caso de “Investigació TV” e “I+D” de los que se emitieron 84 entregas. También destacan los 170 capítulos del magazín “La bomba” y las 92 entregas del programa de cocina “Tant de gust”.

Entre las empresas madrileñas a las que Radiotelevisión Valenciana confió su producción también destaca Europroducciones TV SA, que produjo para la cadena autonómica un total de 7 programas entre los que destacan las 40 entregas del concurso “Gran Prix” y las 39 entregas del programa de sucesos “Hora d’impacte”. Por su parte a la productora Prime time Communications SA se le encargó la producción de 6 programas, la mayoría de ellos concursos, entre los que se encuentran las 71 entregas de “Telexut” y las 60 entregas de “Lletra a lletra”. Y también mantuvo relación comercial con la cadena autonómica la empresa madrileña Zeppelin Television SA que produjo un total de 6 programas, la mayoría de ellos concursos y programas de humor basados en cámara oculta. Destacan las 65 entregas de “A vore qui guanya” y las 40 entregas de “Inocente, inocente”.

Otras importantes productoras de contenidos audiovisuales domiciliadas en Madrid y Barcelona como Globomedia SL, Cuarzo Producciones SL, Boomerang TV SA o Diagonal Televisión SL también produjeron programas para Radiotelevisión Valenciana. Destaca también la empresa madrileña Intereconomía Corporación SL, encargada de producir dos programas para la cadena autonómica, “Temps d’economia” y “A quin preu?” con 95 y 136 entregas respectivamente.

Los profesionales y empresarios entrevistados para la elaboración de esta tesis doctoral coinciden en que toda la inversión que se realizó en estos programas producidos por empresas audiovisuales de fuera del territorio supuso un gran freno para el desarrollo del sector audiovisual local. Fuentes consultadas aseguran que la contratación de algunos de estos programas no pasaba por el departamento de contenidos de la cadena, sino que se realizaba directamente desde la dirección general del ente. Se sospecha que estos contratos se realizaban a cambio de la promoción de determinados políticos valencianos en el entorno mediático de la capital de España.

Estudiosos como Álar Peris destacan que:

“se han pagado auténticas fortunas a los equipos de fútbol valencianos por la retransmisión en exclusiva de sus partidos; en el patrocinio y emisión de grandes competiciones deportivas, muchas de las cuales también se pasaban por canales de la competencia; en lotes de cine y series norteamericanas a las distribuidoras de Hollywood, aunque compartidos con otras televisiones autonómicas; así como en la numerosa contratación de producción externa, incluida la producción asociada, mientras había profesionales en la empresa con los brazos cruzados esperando una orden que nunca llegaba. Unos contratos que, en muchos casos, se adjudicaban con poca transparencia y quedaban restringidos a pocas manos, lo que ha concentrado demasiado la producción. Especialmente sangrante ha sido el precio de oro, fuera de mercado, que se ha abonado por programas informativos y de entretenimiento a productoras y profesionales de fuera, sobre todo provenientes de Madrid, próximos ideológicamente al gobierno de la Generalitat”. (Peris, 2015:69)

6.1.2. Externalización de la producción con empresas de la Comunidad Valenciana

En el epígrafe anterior hemos detallado cuáles fueron las productoras domiciliadas fuera del territorio autonómico en las que Radiotelevisión Valenciana confió la producción de un mayor número de programas. No obstante, también hubo productoras locales que recibieron numerosos encargos de la cadena autonómica.

Sin duda, una de las grandes productoras valencianas a las que Radiotelevisión Valenciana confió la producción de sus programas fue Malvarrosa Media SL. La productora domiciliada en Tavernes Blanques realizó para la cadena un total de 20 programas de entretenimiento o ficción que se enumeran en la siguiente tabla:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	Temporadas
@rrels	Malvarrosa Media SL	Magazín	166	2001 - 2006
Reflexes de dona a l'espill d'Europa	Malvarrosa Media SL	Serie documental	6	2002
Castin9	Malvarrosa Media SL	Concurso	48	2002
Mira mira	Malvarrosa Media SL	Concurso	19	2002 - 2003
Accents	Malvarrosa Media SL	Serie documental	11	2003
Adés i ara	Malvarrosa Media SL	Serie documental	26	2003
La madre de mi marido	Malvarrosa Media SL	Tv movie	1	2003
María y Assou	Malvarrosa Media SL	Tv movie	1	2004
Vespres de glòria	Malvarrosa Media SL	Serie documental	13	2004

Latidos	Malvarrosa Media SL	Tv movie	1	2005
Jocs de pau	Malvarrosa Media SL	Serie documental	26	2005
Cor de festa	Malvarrosa Media SL	Magazín cultural	436	2006 - 2012
Xé, qué bo!	Malvarrosa Media SL	Cocina	65	2007
Altra oportunitat	Malvarrosa Media SL	Serie de ficción	13	2008
Desátate	Malvarrosa Media SL	Tv movie	1	2008
El criminal	Malvarrosa Media SL	Tv movie	1	2009
Els primers de la classe	Malvarrosa Media SL	Serie documental	13	2010 - 2011
Apostem pel futur	Malvarrosa Media SL	Serie documental	8	2010
Mil maneras de comerse un huevo	Malvarrosa Media SL	Tv movie	1	2011
Camins perduts	Malvarrosa Media SL	Serie documental	10	2012

Tabla 108. Programas realizados por la productora Malvarrosa Media SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia

El magazín “Arrels” fue la primera producción que Malvarrosa Media SL realizó para Radiotelevisión Valenciana. Entre 2001 y 2006 se emitieron 166 capítulos de este programa que incluía reportajes, entrevistas en plató, tertulia y actuaciones musicales relacionadas con la actualidad social, las tradiciones y la cultura valenciana. Este programa fue sustituido en 2006 por “Cor de festa”, un programa dedicado al mundo de las fiestas y tradiciones de la Comunidad Valenciana del que se emitieron 436 entregas entre 2006 y 2012.

En 2002, Malvarrosa Media SL produjo “Reflexes de dona a l’espill d’Europa”, una serie documental de 6 capítulos que reflejaba las difíciles vidas de algunas mujeres que luchan por la libertad, el amor, el trabajo y la familia. Ese mismo año, Malvarrosa Media SL, en coproducción con Trivisión SL e Intercartel SL, produjo el concurso “Castin9” en el que participaban actores y actrices amateurs que tenían como objetivo convertirse en las nuevas estrellas de la ficción televisiva autonómica. Estas tres productoras valencianas también realizaron para la cadena autonómica “Mira, mira”, continuación de “Castin9” en el que los 16 actores y actrices del programa anterior demostraban sus aptitudes en la interpretación. De este programa se emitieron 19 entregas entre 2002 y 2003. En 2003, la cadena autonómica encargó a Malvarrosa Media SL la producción de “Accents” una serie documental de 11 capítulos protagonizada por extranjeros no comunitarios residentes en la Comunidad Valenciana que contaban los motivos por los que habían dejado su país de origen y el resultado de su proceso de integración. Ese mismo año, esta empresa produjo “Adés i ara”, otra serie documental de 26 capítulos en que 125 personas mayores recuperan oralmente la historia y vida cotidiana de los valencianos entre 1930 y 1980. También en 2003, la productora de Tavernes Blanques produce para Radiotelevisión Valenciana la *TV movie* “La madre de mi marido”, dirigida por Francesc Betriu, y en 2004 esta misma empresa produjo para Radiotelevisión Valenciana la *TV movie* “María y Assou”, dirigida por Silvia Quer. También en 2004, Malvarrosa Media SL fue la encargada de producir “Vespres de glòria”, serie documental de 13 capítulos dedicada a conocer la historia de jóvenes

promesas valencianas del deporte. En 2005 la productora realiza una nueva *TV movie* para la televisión autonómica valenciana. La película denominada “Latidos” estuvo dirigida por Carles Pastor. También en 2005 esta productora valenciana realizó “Jocs de pau”, otra serie documental que, en este caso, rescataba del olvido diversos juegos tradicionales valencianos. En 2007, Malvarrosa Media SL, en coproducción con la empresa catalana Prodigius Audiovisual SA, realizó el programa “Xé, que bo!”, 65 entregas que proponían un recorrido por algunos de los mejores restaurantes del territorio autonómico para saborear las recetas tradicionales valencianas.

En 2008, después de producir numerosas series documentales y algún concurso, la productora valenciana se inició en la producción de ficción seriada para la cadena autonómica. En coproducción con la empresa gallega Continental Producciones SL, Malvarrosa Media SL produjo 13 capítulos de “Altra oportunitat”, la historia de un joven que pierde la memoria tras sufrir un accidente de tráfico. Ese mismo año, esta empresa produjo la *TV movie* “Desátate” dirigida por Jesús Font. En 2009, Malvarrosa media SL produce una nueva *TV movie* para Radiotelevisión Valenciana, “El criminal”, que estuvo dirigida por Carles Vila.

En 2010, la productora valenciana fue la encargada de producir 13 capítulos de “Els primers de la classe”, programa que realizaba un viaje al pasado de las escuelas e institutos de los pueblos y ciudades de la Comunidad Valenciana narrado de manera emotiva por los niños y niñas que pasaron por sus aulas convertidos ya en adultos. También en 2010, Malvarrosa Media SL produjo para Radiotelevisión Valenciana 8 entregas del divulgativo “Apostem pel futur”, un programa que repasaba grandes inversiones realizadas en la Comunidad Valenciana. En 2011 la cadena autonómica participó junto a Malvarrosa Media SL en la producción de la *TV movie* “Mil maneras de comerse un huevo”, dirigida por Rafa Montesinos. Y en 2012, el último programa que Malvarrosa Media SL realizó para la cadena autonómica fue “Camins perduts”, 10 capítulos de una serie documental en que se realizaba un viaje desde China a Estambul siguiendo la ruta de la seda para entender la relación de la capital valenciana con los países orientales.

Malvarrosa Media SL fue una productora gestionada por José Luis Forteza, un reconocido productor valenciano que dirigió la Mostra de València, y presidió la Asociación Productors Audiovisuals Valencians (PAV) entre 2001 y 2003. Forteza trabajó como jefe de planificación de la emisión y jefe de gabinete de la dirección de Radiotelevisión Valenciana. Además de ser consejero delegado en Malvarrosa Media SL también fue director de la productora Gabinete de comunicación global SL que realizó 7 producciones de entretenimiento y ficción para Radiotelevisión Valenciana como se detalla en la siguiente tabla:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Veus i músiques	Gabinete de comunicación global SL	Serie documental	6	1999
De la A a la Z	Gabinete de comunicación global SL	Infantil	459	2000 – 2002
D'ací d'allà	Gabinete de comunicación global SL	Serie documental	6	2003
Àlbum	Gabinete de comunicación global SL	Serie documental	100	2004
Res a vore	Gabinete de comunicación global SL	<i>Reality show</i>	13	2006
Acció humanitària	Gabinete de comunicación global SL	Serie documental	14	2007 – 2008
Buscando al hombre perfecto	Gabinete de comunicación global SL	<i>Tv movie</i>	1	2007

Tabla 109. Programas realizados por la productora Gabinete de comunicación global SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.

Fuente: RTVV – elaboración propia

“Veus i músiques” fue la primera serie documental producida por Gabinete de comunicación global SL para Radiotelevisión Valenciana. Esta serie emitida en 1999 repasa en 6 entregas la música tradicional valenciana y otros aspectos rituales o tradicionales conservados por la transmisión oral. Entre 2000 y 2002, Gabinete de comunicación global SL produjo 459 entregas del programa infantil “De la A a la Z”, en el que niños y niñas de entre 6 y 12 años explican las características y peculiaridades de sus pueblos. Esta productora valenciana también fue la responsable de la serie documental “D’ací, d’allà” en la que se muestra en profundidad a personajes de otras tierras que se han asentado en la Comunidad Valenciana, así como valencianos que han viajado a otros territorios. Otra serie documental producida por Gabinete de comunicación global SL fue “Àlbum”, de la que se emitieron 100 entregas en 2004. A partir de fotografías antiguas la serie reconstruye la vida en otros tiempos descubriendo lugares, costumbres y personajes anónimos. En 2006, esta empresa valenciana fue la encargada de producir el *reality show* “Res a vore” en el que dos personas enfrentadas en su forma de pensar comparten unos días en su vida. Y entre 2007 y 2008, se emitieron 14 capítulos de la serie “Acció humanitària” que nos acercó al trabajo que voluntarios y activistas valencianos realizaban en países en vías de desarrollo. También en 2007, Gabinete de comunicación global SL produjo la *TV movie* “Buscando al hombre perfecto” dirigida por Jesús Font.

Otra empresa valenciana que también produjo varios programas para Radiotelevisión Valenciana es Trivisión SL. En total, esta productora realizó 17 productos de entretenimiento y ficción para la cadena autonómica tal y como se detalla a continuación:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Tocant a festa	Trivisión SL	Serie documental	26	1996
Viatjar sense bitllet	Trivisión SL	Serie documental	13	1999
Preguntes al tercer mil·leni	Trivisión SL	Serie documental	13	2000

En casa de Bárbara	Trivisión SL	Cocina	1043	2000 – 2004
Mira i voràs	Trivisión SL	Serie documental	26	2000 – 2007
Entre els nostres	Trivisión SL	Serie documental	26	2001 – 2002
Castin9	Trivisión SL	Concurso	48	2002
Mira mira	Trivisión SL	Concurso	19	2002 – 2003
De colores	Trivisión SL	<i>Tv movie</i>	1	2003
Km 0	Trivisión SL	Concurso	13	2003
1 milió en joc	Trivisión SL	Concurso	29	2004
Sprint especial	Trivisión SL	<i>Tv movie</i>	1	2004
Las palabras de Vero	Trivisión SL	<i>Tv movie</i>	1	2004
La princesa del polígono	Trivisión SL	<i>Tv movie</i>	1	2006
Matrimonis i patrimonis	Trivisión SL	Serie de ficción	13	2006
L'Alqueria blanca	Trivisión SL	Serie de ficción	197	2007 – 2013
Entre dos reinos	Trivisión SL	Miniserie	1	2008

Tabla 110. Programas realizados por la productora Trivisión SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboració propia

“Tocant a festa” fue el primer programa producido por Trivisión SL para la cadena autonómica. 16 entregas emitidas en 1996 de esta serie documental basada en las tradicionales y rituales religiosos y paganos que conforman las fiestas populares valencianas. En 1999, esta productora fue la encargada de producir la serie de 13 capítulos “Viatjar sense bitllet” en la que se recorría el patrimonio cultural, turístico y medioambiental de la Comunidad Valenciana. En el año 2000, Radiotelevisión Valenciana emitió los 13 capítulos de la serie divulgativa “Preguntes al tercer mil·leni” producida por Trivisión en la que se intentaban resolver con base científica preguntas sobre tecnología, medio ambiente, arte, medios de comunicación, educación, medicina...

Uno de los programas más destacados de cuantos se realizaron en Trivisión SL para Radiotelevisión Valenciana es “En casa de Bárbara”, programa de cocina del que se emitieron 1043 entregas entre 2000 y 2004. Este espacio de cocina presentado por la vedette murciana Bárbara Rey ofrecía recetas sencillas de cocina casera. El programa no estuvo exento de polémica por el coste que tuvo y porque la presentadora no tenía ningún conocimiento de cocina. Algunos autores y periodistas han asegurado en prensa que la contratación de Bárbara Rey para presentar este programa fue un acuerdo de la Generalitat con la Casa Real para tapar determinados asuntos de Estado.

También en el año 2000 esta productora valenciana produjo 26 entregas de la serie divulgativa “Mira i voràs”, en la que se ofrecían novedades y curiosidades científicas y las investigaciones más punteras sobre la vida del ser humano. En 2001 fue el turno de la serie documental “Entre els nostres”, un docu-reality de 26 capítulos dedicados a temas genéricos de la vida cotidiana que servían de excusa para presentar la vida de tres personajes anónimos. En 2002, como ya se ha comentado anteriormente, esta productora coprodujo con

Malvarrosa Media SL e Intercartel SL los concursos “Castin9” y “Mira mira”, de los que se emitieron 48 y 19 entregas respectivamente. En 2003, Trivisión SL produjo otro concurso “KM 0” en coproducción con la empresa valenciana Producciones Televisivas Mecomlys SL. Radiotelevisión Valenciana emitió 13 entregas de este programa en el que tres familias trataban de demostrar sus conocimientos culturales sobre la Comunidad Valenciana. Ese mismo año, Trivisión SL produjo la *TV movie* “De colores” para Radiotelevisión Valenciana. Y en 2004, esta productora valenciana también fue la encargada de producir otro concurso “1 milió en joc”, del que se emitieron 29 entregas. Se trataba de un concurso en el que diferentes equipos tenían que realizar una serie de pruebas de habilidad para conseguir un premio de un millón de euros. Y en 2004, Trivisión SL produjo dos *TV movies* para la cadena autonómica “Sprint especial” dirigida por Juan Carlos Claver y “Las palabras de Vero” dirigida por Octavi Masiá que coprodujo junto a la empresa de Alcoy Índex producciones SL. Y en 2006 Trivisión SL produjo una nueva *TV movie* “La princesa del polígono” dirigida por Rafa Montesinos.

En 2006, Trivisión SL se lanzó a la producción de ficción seriada para Radiotelevisión Valenciana. La primera serie fue “Matrimonis i patrimonis” de la que se emitieron 13 capítulos sin demasiado éxito de audiencia. En 2007 la productora valenciana inició la producción de “L’Alqueria Blanca”, la serie más exitosa de la historia de la televisión autonómica de la que se emitieron 197 capítulos hasta 2013, año en que el cierre de la cadena supuso también la cancelación de la emisión de la serie. En 2008 esta productora fue la encargada de producir “Entre dos reinos”, una miniserie valorada en un millón trescientos mil euros que contaba la vida de San Vicente Ferrer y la creación del primer hospital psiquiátrico a cargo del Padre Jofré.

En otra línea, y si atendiéramos a los presupuestos de las producciones, una de las productoras valencianas que más facturó a la televisión autonómica fue Conta Conta Produccions SL. Esta empresa produjo diversas series documentales pero, sobre todo, se especializó en la realización de series de ficción en formato de humor en coproducción con Albena Produccions SL. En la siguiente tabla se detallan los 14 productos de entretenimiento y ficción que esta empresa produjo para Radiotelevisión Valenciana:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Aventura’t	Conta conta produccions SL	Serie documental	59	2002 - 2004
Dones	Conta conta produccions SL	Serie documental	13	2004
S'estila	Conta conta produccions SL	Serie documental	132	2004 - 2007
Cuinart	Conta conta produccions SL	Serie documental	13	2005
Asfalt	Conta conta produccions SL	Serie documental	73	2005 - 2006
Autoindefinit	Conta conta produccions SL - Albena Produccions SL	Serie de ficción	284	2005 - 2008

Adrenalina	Conta conta produccions SL	<i>Tv movie</i>	1	2006
Violetas	Conta conta produccions SL	<i>Tv movie</i>	1	2007
Per Nadal, torrons!	Conta conta produccions SL - Albena Produccions SL	Serie de ficción	12	2007 - 2008
Maniàtics	Conta conta produccions SL - Albena Produccions SL	Serie de ficción	52	2007 - 2008
Evolució	Conta conta produccions SL - Albena Produccions SL	Serie de ficción	35	2008
Socarrats	Conta conta produccions SL - Albena Produccions SL	Serie de ficción	232	2007 - 2009
Check-in-hotel	Conta conta produccions SL - Albena Produccions SL	Serie de ficción	56	2009
Unió musical da Capo	Conta conta produccions SL - Albena Produccions SL	Serie de ficción	20	2009 - 2010

Tabla 111. Programas realizados por la productora Conta Conta Produccions SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboració propia

Conta Conta produccions SL inició su relación con la cadena autonómica valenciana produciendo series documentales. La primera fue “Aventura’t”, de la que se emitieron 59 capítulos entre 2002 y 2004. Un espacio para descubrir actividades al aire libre para jóvenes y en contacto directo con la naturaleza como escalada, piragüismo, senderismo, submarinismo, espeleología, parapente, barranquismo... En 2004 Conta Conta produccions SL produjo 13 capítulos de la serie documental “Dones”, en la que se acompañaba a diversas mujeres en su día a día para conocer su aportación al entorno familiar, profesional y afectivo. Entre 2004 y 2007, esta productora valenciana produjo 132 capítulos de la serie documental “S’estila” en la que a través de reportajes se daba a conocer las tendencias del diseño y el trabajo de los profesionales del interiorismo y la decoración en la Comunidad Valenciana. Y en 2005, esta productora valenciana fue la encargada de realizar “Cuinar”, 13 capítulos de una serie divulgativa que realizaba un repaso a las propuestas y técnicas culinarias más imaginativas contadas por reconocidos cocineros de la Comunidad Valenciana. Ese mismo año, esta empresa produjo “Asfalt”, un magazín de cultura y tendencias urbanas sobre temas de moda, arte, ocio, música y diseño en la Comunidad Valenciana del que se emitieron 73 entregas entre 2005 y 2006.

En 2005 esta productora da un paso adelante en su estrategia empresarial al adentrarse en la producción de ficción seriada. “Autoindefinit” fue la serie de ficción de la que más capítulos produjo Radiotelevisión Valenciana. Entre 2005 y 2008 se emitieron 284 capítulos de esta tira diaria de sketches de humor basada en situaciones cotidianas desde una perspectiva insólita. Con esta serie, Conta Conta Produccions SL en coproducción con Albena Teatre Produccions SL abrían el camino de la producción de series de ficción que daría muchas satisfacciones de audiencia a la cadena autonómica y que fue muy bien valorada por el sector audiovisual local, tal y como se detalla

en el capítulo anterior de esta tesis doctoral. En 2006 Conta Conta Produccions SL realiza su primera *TV movie* para Radiotelevisión Valenciana, con el nombre de “Adrenalina” estuvo dirigida por Ricard Figueras y Joseph Johnson. Y en 2007 esta misma productora realizó la *TV movie* “Violetas” dirigida por Rafa Montesinos. En 2007, la versión veraniega de “Autoindefinit” se llamó “Socarrats”. De nuevo una serie de sketches cómicos que presentaban situaciones típicas del verano localizadas en un complejo de apartamentos turísticos de una playa valenciana. En total fueron 232 los capítulos emitidos de esta serie entre 2007 y 2009. Otra serie de sketches de humor producida por Conta Conta produccions SL y Albena Teatre Produccions SL fue “Per Nadal, torrons”, en la que se ficcionaban en tono de humor situaciones cotidianas de las fiestas navideñas. De esta versión navideña de “Autoindefinit” se emitieron en total 12 capítulos en las navidades de 2007. También en 2007 se inició la emisión de la comedia de situación “Maniàtics” producida por Conta Conta produccions SL y Albena Teatre Produccions SL de la que se realizaron 52 capítulos. Siguiendo con la producción de series de humor, Conta Conta produccions SL y Albena Teatre Produccions SL realizaron para Radiotelevisión Valenciana los 35 capítulos de “Evolució” emitidos en 2008, en los que se representaban situaciones absurdas ambientadas en la prehistòria, la época romana y la Edad Media. Y en 2009, Radiotelevisión Valenciana encargó a Conta Conta produccions SL y Albena Teatre Produccions SL la producción de la serie de sketches “Check-in-hotel”, formada por 56 capítulos con situaciones de humor cotidianas que ocurren a los trabajadores y clientes de un gran hotel. Y también en 2009 y 2010 se emitieron 20 capítulos de “Unió musical Da Capo”, una serie de ficción de tira semanal, en la que Conta Conta produccions SL y Albena Teatre Produccions SL se alejaban del humor para mostrar las tramas que relacionan a los personajes de un pueblo en torno a su banda de música.

Por otra parte, Endora Producciones SL, empresa liderada por Eva Vizcarra, también realizó numerosos programas para la cadena autonómica. En concreto produjo hasta 14 programas de diversa índole y duración que constan en la siguiente tabla:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
La finestra Indiscreta	Endora Producciones SL	Serie documental	39	2002 - 2006
Comunica't	Endora Producciones SL	Serie documental	13	2004
Barri	Endora Producciones SL	Serie documental	13	2005
Qué feies tu?	Endora Producciones SL	Serie documental	13	2005
Atreveix-te a pensar	Endora Producciones SL	Serie documental	13	2006
Finestra pública	Endora Producciones SL	Serie documental	13	2006
L'estatut	Endora Producciones SL	Serie documental	84	2006
Mercats	Endora Producciones SL	Serie documental	13	2006
Sí a l'òpera	Endora Producciones SL	Serie documental	17	2006 - 2007

La finestra de la història	Endora Producciones SL	Serie documental	46	2007 - 2008
Vull Ser ...	Endora Producciones SL	Serie documental	36	2008 - 2009
Delicatessen	Endora Producciones SL	Serie documental	13	2010
Gormandía	Endora Producciones SL	Docu show	71	2010 - 2012
El nostre dia	Endora Producciones SL	<i>Reality show</i>	6	2011

Tabla 112. Programas realizados por la productora Endora Producciones SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboració propia

La mayoría de los programas producidos por Endora Producciones SL para Radiotelevisión Valenciana fueron series documentales. Uno de los más longevos fue “La finestra indiscreta” en el que se realizaba una aproximación a algunos de los edificios privados más singulares de la Comunidad Valenciana. De este programa se emitieron 39 entregas entre 2002 y 2006. En 2004, esta productora valenciana fue la encargada de producir “Comunica’t”, una serie documental de 13 capítulos que realiza un recorrido por medios de comunicación tan diferentes como la fotografía, internet, el teatro, la moda, la televisión... Otra serie documental producida por Endora Producciones SL fue “Barri”. 13 capítulos emitidos en 2005 en los que se contaba la vida de 13 barrios de la Comunidad Valenciana dando voz a los vecinos para mostrar sus plazas, comercios y rincones singulares. En ese mismo 2005, Endora Producciones SL también producía para la cadena autonómica valenciana la serie documental “¿Qué fèies tú?”, 13 capítulos que contaban acontecimientos clave en la historia reciente de la Comunidad Valenciana desde un análisis sociológico, periodístico, cultural y humano.

En 2006, esta empresa valenciana produjo diversas series documentales, entre ellas consta “Atreix-te a pensar”, 13 capítulos que recorren la historia del pensamiento filosófico y grandes temas de reflexión: la verdad, la libertad, la muerte... En 2006, esta empresa también produjo “L’estatut”, un miniespacio diario de divulgación en el que niños y niñas de toda la Comunidad Valenciana leían los 81 artículos de l’Estatut d’Autonomia. Ese mismo año, Radiotelevisión Valenciana encargó a Endora Producciones SL la serie documental “Mercats”, en la que a través de 13 entregas se mostraba el universo de gentes y productos que albergan los mercados más populares de la Comunidad Valenciana. También en 2006 Endora Producciones SL realizó “Finestra pública”, otra serie documental de 13 capítulos, continuidad de “La finestra indiscreta” emitida entre 2002 y 2006, en la que se realizaba un recorrido por los edificios públicos más singulares de la Comunidad Valenciana. En 2007 y 2008 la productora realizó “La finestra de la història”, continuación de “La finestra indiscreta” y “Finestra pública”, que en este caso se centraba en un recorrido por monumentos que, por su relevancia arquitectónica, histórica y patrimonial, ocupan un lugar fundamental en la cultura valenciana. Entre 2006 y 2007, esta productora fue la encargada de producir los 17 capítulos de “Sí, a l’òpera”, en la que musicólogos, aficionados y profesionales del bel canto daban las claves para conocer de cerca el mundo de la ópera. Entre 2008 y

2009 se emitió la serie divulgativa “Vull ser”, serie documental de 39 capítulos en el que grandes profesionales de todos los sectores mostraban a los adolescentes como son las profesiones a las que quieren dedicarse de adultos.

En 2010, Endora Producciones SL produjo 13 capítulos de “Delicatessen”, serie documental en la que se propone un itinerario por la gastronomía con la participación de grandes chefs como Ferran Adrià o Joan Roca. Entre 2010 y 2012, esta productora fue la encargada de “Gormandia”, un docu-show del que se emitieron 71 entregas que recorrían la Comunidad Valenciana y se reunían con collas de amigos que encontraban en la comida la mejor excusa para reunirse y mostrar la cultura gastronómica del territorio autonómico. La última producción que esta empresa valenciana realizó para la cadena autonómica fue el *reality show* “El nostre dia”, con 6 capítulos emitidos en 2011 en los que se seguían los pasos de 6 parejas de novios en los días previos a su boda.

Por otra parte, la productora Intercartel SA, que tras su fusión con NISA SL pasó a denominarse Indigomedia SL, produjo hasta 12 programas de entretenimiento o ficción para Radiotelevisión Valenciana. Esta empresa valenciana gestionada por el productor Miguel Perelló, realizó los programas que se detallan a continuación:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Inquilinos	Intercartel SA	Serie de ficción	52	1997 - 1998
Lliure i directe	Intercartel SA	Deportes	4	1998
La cuina de baldo	Intercartel SA	Cocina	26	1999
Cartell de bous	Intercartel SA	Magazín	234	2000 - 2004
Atrapados	Intercartel SA	<i>Tv movie</i>	1	2003
Mentiras	Índigomedia SL	<i>Tv movie</i>	1	2004
Els buscadors	Índigomedia SL	<i>Talk show</i>	27	2005- 2006
Cuerpo a la carta	Índigomedia SL	<i>Tv movie</i>	1	2006
Martini, il valenciano	Índigomedia SL	Mini serie	1	2006
De motor	Índigomedia SL	Deportes	96	2005 - 2007
Contáctame	Índigomedia SL	<i>Tv movie</i>	1	2007
Al box a mitjanit	Índigomedia SL	Magazín	69	2008 - 2009

Tabla 113. Programas realizados por la productora Índigomedia SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboració propia

“Inquilinos” fue una serie producida por Intercartel SA y Alerce Producciones SA para Radiotelevisión Valenciana que se emitió entre 1997 y 1998. En total, se produjeron 52 capítulos de esta serie que contaba la vida de un viejo y bohemio aristócrata que se ve obligado a alquilar habitaciones de su casa familiar. En 1998, esta misma productora realiza “Lliure i directe”, un magazín de información futbolística del que solo se emitieron 4 entregas. En

1999, Intercartel SA produce “La cuina de Baldo”, 26 entregas de un programa de cocina con recetas sencillas preparadas por Baldo, un muñeco de aspecto saludable. Y en 2000 inicia la producción de su programa más longevo “Cartell de bous”, del que se emitieron 234 entregas entre 2000 y 2004. Un programa de actualidad taurina autonómica y nacional con noticias, reportajes y una tertulia sobre el mundo de los toros. En 2003, Intercartel SA produjo la *TV movie* “Atrapados” para Radiotelevisión Valenciana.

En 2004, Intercartel SA junto a NISA SL crearon la productora Indigomedia SL. Esta empresa domiciliada en Paterna produjo ese mismo año para Radiotelevisión Valenciana la *TV movie* “Mentiras”, dirigida por el propio productor Miguel Perelló. En 2005, esta empresa fue la encargada de producir el programa “Els buscadors”, un *talk show* del que se emitieron 27 entregas entre 2005 y 2006 en el que se comentaba la actualidad cultural y social de la Comunidad Valenciana. También en 2005 Indigomedia SL inicia la producción de “De motor”, un programa de actualidad con noticias y reportajes sobre el mundo del motociclismo y automovilismo del que se emitieron 96 entregas entre 2005 y 2007. En 2006 produce la *TV movie* “Cuerpo a la carta” dirigida por Alicia Puig y la miniserie “Martini, il valenciano”, dirigida por el propio productor Miguel Perelló, y coproducida con las empresas valencianas Adí Producciones SL y Estudios Andro SL. Esta miniserie narraba la vida del compositor Vicente Martín y Soler y que contó con un presupuesto de un millón ochocientos mil euros. En 2007, esta productora valenciana produce otra *TV movie* para Radiotelevisión Valenciana, “Contáctame”, también dirigida por Miguel Perelló. Entre 2008 y 2009, Radiotelevisión Valenciana emitió 69 entregas de “Al box a mitjanit”, un magazín de actualidad sobre el mundo del motor que sustituyó al programa “De motor” producido por Indigomedia SL.

Otra empresa valenciana que también produjo bastantes programas para Radiotelevisión Valenciana fue Visual Producciones SL, concretamente las 9 producciones que se detallan en la siguiente tabla:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Moments i ciutats	Visual Producciones SL	Serie documental	6	1996
Trens valencians per a la memòria	Visual Producciones SL	Serie documental	6	1999
El món d'Àlex	Visual Producciones SL	Infantil	20	1999
Ma mare és ...	Visual Producciones SL	Serie documental	13	2003 - 2004
Mascotes	Visual Producciones SL	Serie documental	13	2005
Societat anònima	Visual Producciones SL	Serie documental	13	2006
Pares	Visual Producciones SL	<i>Talk show</i>	13	2006
L'escenari	Visual Producciones SL	Cultura	13	2006 - 2007
La classe	Visual Producciones SL	Serie documental	13	2008 - 2009

Tabla 114. Programas realizados por la productora Visual Producciones SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia

La mayoría de las producciones realizadas por la empresa alcoyana Visual producciones SL para Radiotelevisión Valenciana fueron series documentales, muchas de ellas destinadas al público infantil. En 1996 esta empresa valenciana produjo para Radiotelevisión Valenciana “Moments i ciutats”, una serie documental de 6 capítulos que realiza una aproximación a los momentos más significativos de la historia valenciana a través de seis ciudades representativas: Sagunt, Dénia, Morella, Xàtiva, Alcoi y Benidorm. En 1999 esta productora realizó la serie documental “Trens valencians per a la memòria”, seis capítulos en los que se analizan seis líneas de ferrocarril y su importancia como vertebradoras de las comarcas valencianas. Ese mismo año, Visual Producciones SL produjo para la cadena autonómica “El món d’Àlex...”, una serie infantil de 20 capítulos de contenido educativo que combina situaciones cómicas con contenidos didácticos. En 2003 y 2004 Radiotelevisión Valenciana emitió “Ma mare és...”, serie documental de 13 capítulos producida por Visual Producciones SL en el que niños y niñas explican de manera divertida a qué se dedican profesionalmente sus madres.

En 2005 esta empresa valenciana produce “Mascotes”, programa de 13 capítulos que mostraba la relación que los niños tienen con sus mascotas. En 2006, “Societat anònima”, otra serie documental de 13 capítulos en los que se descubren los efectos en la sociedad de las nuevas tecnologías, la interculturalidad o la diversidad. Ese mismo año, Visual Producciones SL también produjo para la cadena autonómica “Pares”, un espacio de debate sobre los problemas y retos de las familias del siglo XXI con aportaciones de expertos en educación. También en 2006 la empresa de Alcoy produce “L’escenari”, programa de variedades convertido en un laboratorio de propuestas teatrales, de danza, mimo, magia, monólogos y música en directo. Por último, entre 2008 y 2009, Visual Producciones SL produce para Radiotelevisión Valenciana “La classe”, una serie que sigue durante 13 capítulos las vivencias de una maestra y sus alumnos en el día a día del aula en un colegio de Montroy.

Por otra parte, Joan Andreu ha sido uno de los productores más destacados del panorama audiovisual de la Comunidad Valenciana. Este productor ha gestionado dos empresas productoras, Videquip SA y Estudios Andro SL a través de las cuales produjo un total de 7 programas de entretenimiento o ficción para Radiotelevisión Valenciana, tal y como se detalla en la siguiente tabla:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Solfa íntima	Videquip SA	Musical	13	1990
A taula	Videquip SA	Cocina	36	1994 - 1995

Viatgem per casa	Videquip SA	Serie documental	13	1996
Benifotrem	Estudios Andro SL	Serie de ficción	13	1995 - 1996
Cifesa	Estudios Andro SL	Cultural	231	1999 - 2004
Martini, il valenciano	Estudios Andro SL	Mini serie	1	2006
Per a xuplar-se els dits	Estudios Andro SL	Cocina	52	2006 - 2008

Tabla 115. Programas realizados por las productoras Videquip SA y Estudios Andro SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.

Fuente: RTVV – elaboración propia

Las primeras producciones que Joan Andreu realizó para Radiotelevisión Valenciana fueron bajo la marca Videquip SA. Esta empresa fue la responsable de producir el programa musical “Solfa íntima”, del que se emitieron 13 capítulos en 1990. Según destaca José María Anchel Cubells en su Tesis “Canal 9: Historia de una programación (1989-1995)” este programa fue una de las primeras propuestas de externalización de Radiotelevisión Valenciana (Anchel, 2002:172). Entre 1994 y 1995 la cadena autonómica emitió el programa de cocina “A taula”, también producido por Videquip SA. Y en 1996 esta productora valenciana realizó la serie documental “Viatgem per casa” de la que se emitieron 13 capítulos.

A partir de 1995, el Grupo Joan Andreu comenzó a producir para Radiotelevisión Valenciana con la marca Estudios Andro SL. Esta empresa fue la encargada de la serie de ficción “Benifotrem” de la que se emitieron 13 capítulos entre 1995 y 1996. Esta serie 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. En 1999 Estudios Andro SL inició la producción de “Cifesa”, su programa más longevo. De este programa cultural que repasaba la actualidad cinematográfica se emitieron 231 entregas entre 1999 y 2004. En 2006 la productora coprodujo junto con Indigomedia SL y Adí Producciones SL la miniserie “Martini, il valenciano” que narra la vida del compositor Vicente Martín y Soler y contó con un presupuesto de un millón ochocientos mil euros. También en 2006 Estudios Andro SL fue la encargada de producir “Per a xuplar-se els dits”, un espacio de cocina del que se emitieron 52 entregas entre 2006 y 2008.

Otra empresa valenciana que produjo diversos programas para Radiotelevisión Valenciana fue Adí Producciones SL. El conocido cantautor y productor musical Lluís Miquel Campos regentaba tanto esta productora como la empresa de doblaje y sonorización Estudis Tabalet SA, ambas proveedoras de servicios para la cadena autonómica. A continuación se detallan los programas de ficción y entretenimiento producidos por Adí Producciones SL para Radiotelevisión Valenciana:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Una música, un poble	Adí producciones SL	Serie documental	92	1996 - 2002
Històries de teatre	Adí producciones SL	Serie documental	13	2002 - 2003
Bona nit	Adí producciones SL	Musical	12	2004
60 DELS 60	Adí producciones SL	Serie documental	13	2005
Spotisme il·lustrat	Adí producciones SL	Serie documental	13	2006
Martini, il valenciano	Adí producciones SL	Mini serie	1	2006
Escapades	Adí producciones SL	Serie documental	13	2007

Tabla 116. Programas realizados por las productoras Adí producciones SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboració propia

La producción más longeva de Adí Producciones SL para Radiotelevisión Valenciana fue la serie documental “Una música, un poble” de la que se emitieron 92 capítulos entre 1996 y 2002. Esta serie mostraba la actualidad de las sociedades musicales de la Comunidad Valenciana como entidades vertebradoras de los pueblos de la Comunidad Valenciana. En 2002 esta empresa produjo otra serie documental, “Historia de teatros”, en la que se repasaba en 13 capítulos la historia de los principales teatros del territorio autonómico junto con conocidos actores y actrices. En 2004 Adí producciones se encargó de la producción de “Bona nit”, un programa de variedades con actuaciones musicales y humoristas del que se emitieron 12 entregas. En 2005 esta productora se encargó de una nueva serie documental, “60 dels 60” en la que a través de 13 capítulos, sesenta personalidades narran su experiencia durante la década de los sesenta. Sus testimonios se ilustran con imágenes rescatadas de filmotecas, coleccionistas, del NO-DO y de fotógrafos y archivos particulares.

Esta empresa también produjo el divulgativo “Spotisme il·lustrat”, programa sobre el mundo de la publicidad en el que se repasaban interesantes anuncios de publicidad para televisión y los métodos de producción de los mismos. De esta serie presentada por María Almudéver se emitieron 13 capítulos en 2006. Como ya hemos comentado anteriormente, en 2006 Adí producciones SL junto a Estudios Andro SL e Índigomedia SL coprodujeron la miniserie “Martini, il valenciano” sobre la vida del compositor Vicente Martín y Soler. El último programa que Adí Producciones realizó para Radiotelevisión Valenciana fue el divulgativo “Escapades” del que se emitieron 13 capítulos en 2007. Esta serie mostraba hoteles y alojamientos rurales de la Comunidad Valenciana con descripción del entorno, la gastronomía y las singularidades históricas y arquitectónicas del enclave.

A continuación repasamos las 6 producciones que la empresa alicantina Tabarka Media SA realizó para Radiotelevisión Valenciana:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Triomfadors	Tabarka Media SA	Concurso	26	1999
Entre bastidors	Tabarka Media SA	Cultural	218	2000 - 2004
Museus de la comunitat	Tabarka Media SA	Serie documental	14	2001
Darrere l'ombra dels Borja	Tabarka Media SA	Serie documental	3	2002
Segles de cuina	Tabarka Media SA	Serie documental	6	2006
Científics valencians	Tabarka Media SA	Serie documental	6	2006

Tabla 117. Programas realizados por las productoras Tabarka Media SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboració propia

El primer trabajo que esta empresa realizó para la cadena autonómica fue el concurso “Triomfadors” que enfrentaba a diversos colegios de la Comunidad Valenciana. De este programa se emitieron 26 entregas en 1999. En el año 2000 Tabarka Media SA inició una de sus producciones más longevas, “Entre bastidors”. En total se emitieron entre 2000 y 2004 218 entregas de este programa cultural de actualidad sobre el mundo de la danza y el teatro. En 2001, esta empresa produjo 14 capítulos de la serie documental “Museus de la comunitat” y en 2002 tres capítulos de la serie documental “Darrere l’ombra dels Borja” que repasaba la vida de los papas valencianos Calixto III y Alejandro VI, y sus hijos César y Lucrecia. En 2006 Tabarka Media SA produjo el programa divulgativo “Segles de cuina”, un recorrido de seis capítulos por la historia de los alimentos en que se ha basado la cocina mediterránea. Ese mismo año también se emitieron en Radiotelevisión Valenciana 6 capítulos de la serie documental “Científics valencians” producidos por esta empresa de Alicante.

Por último destacamos las producciones realizadas por la productora La Granota Grogga SL, domiciliada en Catarroja (Valencia). Esta empresa valenciana regentada por el productor y presentador Josep Ramon Lluch produjo tan solo 4 programas para Radiotelevisión Valenciana:

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	CAPÍTULOS EMITIDOS	TEMPORADAS
Debat Obert	La granota groga SL	Debate	26	2000 - 2001
La pantalla de la sort	La granota groga SL	Concurso	1038	2000 - 2004
L’escala	La granota groga SL	Concurso	69	2005
Sambòrik	La granota groga SL	Infantil	662	2005 - 2008

Tabla 118. Programas realizados por las productoras La granota groga SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboració propia

“Debat Obert” fue un programa de debate del que se emitieron 26 entregas entre 2000 y 2001, presentado por Cristina Tárrega con testimonios de especialistas y del propio público. En 2000, La granota groga SL inició la producción del concurso “La pantalla de la sort” del que se emitieron 1038 entregas hasta 2004, siendo uno de los programas más longevos de la cadena. En 2005 esta empresa valenciana produjo un nuevo concurso, “L’escala” del

que se emitieron 69 entregas. Por último, la empresa produjo el programa infantil “Sambòrik” del que se emitieron 662 entregas entre 2005 y 2008.

Si bien La granota groga SL no fue una de las productoras que más espacios realizó para la cadena autonómica, sí que hay dos asuntos a destacar en la trayectoria de esta empresa valenciana y su relación con Radiotelevisión Valenciana. Por una parte cabe destacar que esta empresa fue la encargada de producir dos de los programas más longevos de la cadena, “La pantalla de la sort” con 1038 entregas y “Samborik” con 662 entregas. Por otra parte, destaca la relación de su productor, Josep Ramón Lluch, con la cadena autonómica, ya que no solo produjo estos 4 programas, sino que además fue contratado como presentador o director de otros muchos como “Carta blanca” de Pirtel SL, “A la fresca” y “Parle vosté, calle vosté” de Producciones 52 SL, “Cantem de cor” de Diafebus Media SL, o “Mira quina lluna” producido por la propia Radiotelevisión Valenciana.

El investigador Álar Peris, considera que algunos de los programas enumerados anteriormente demostraron que el sector audiovisual valenciano podía hacer televisión de calidad y relativamente barata. Como ejemplos, este autor destaca los programas “La finestra indiscreta” y “Gormandia” de Endora Producciones SL, el magazine de diseño y decoración “S’estila” de Conta Conta producciones SL, el programa infantil “Sambòrik” de La Granota Grogga SL, o el espacio divulgativo sobre literatura “Els territoris de la ficció” de la productora 2many producers SL, entre muchos otros (Peris, 2015:78).

Concluyendo, podemos afirmar que la productora a la que más proyectos confió Radiotelevisión Valenciana fue Malvarrosa Media SL, con un total de 20 producciones realizadas para la cadena autonómica. Además, hay que tomar en consideración que la empresa Gabinete de comunicación global SL recibió otros 7 encargos y ambas productoras estaban gestionadas por el productor José Luis Forteza. Entre otras producciones de José Luis Forteza, caben destacar las 436 entregas del programa “Cor de festa”, los 459 espacios del programa infantil “De la A a la Z”, o las 166 capítulos de la serie documental “@rrels”.

La segunda productora valenciana con más encargos por parte de la cadena autonómica es Trivisión SL. Hasta 17 producciones de entretenimiento y ficción se le encargaron a esta empresa responsable, entre otras, de las 1043 entregas del programa de cocina “En casa de Bárbara” o de los 197 capítulos de la exitosa serie “L’Alqueria Blanca”.

Conta Conta Producciones SL realizó hasta 14 programas de entretenimiento y ficción para Radiotelevisión Valenciana. Aunque por número de programas constaría como la tercera en el ranking, probablemente fue esta

productora la que mayor inversión presupuestaria recibió ya que la mayoría de programas realizados fueron series de ficción, algunas con gran número de capítulos emitidos. En su trayectoria destacan los 284 capítulos de la serie “Autoindefinitos”, los 232 capítulos de la serie de ficción “Socarrats” y las 132 entregas emitidas de la serie documental “S’estila”.

Endora producciones SL también realizó 14 programas para Radiotelevisión Valenciana, casi todos fueron series documentales de 13 capítulos. Destaca la producción de 98 capítulos entre las series documentales “La finestra indiscreta”, “La finestra pública” y “La finestra de la història”, así como las 71 entregas del docu-show “Gormandia”.

Por su parte, el productor Miguel Perelló a través de sus empresas Intercartel SA e Índigomedia SL produjo hasta 12 programas de entretenimiento y ficción para Radiotelevisión Valenciana. En su trayectoria destacan las 234 entregas del programa Cartell de bous, y las 96 y 69 entregas de los programas “De motor” y “Al box a mitjanit”.

Entre las productoras valencianas que más programas realizaron para la cadena autonómica también está Visual Producciones SL, con 9 programas producidos, la mayoría de ellos series documentales de 13 capítulos. Por su parte, las empresas del productor Joan Andreu, Videquip SA y Estudios Andro SL, produjeron hasta 7 programas para Radiotelevisión Valenciana entre los que destacan las 231 entregas del programa “Cifesa”. Adí producciones también realizó 7 producciones para la cadena autonómica valenciana entre las que destacan las 92 entregas de la serie documental “Una música, un poble”. Por último, la empresa alicantina Tabarka Media SA fue la encargada de producir 6 programas para la cadena autonómica entre los que destacan las 218 entregas del programa “Entre bastidors”.

Por último, destacar la relación del productor Josep Ramon Lluch con la cadena autonómica. Lluch, a través de su empresa La granota groga SL, produjo 4 programas para Radiotelevisión Valenciana entre los que destacan las 1038 entregas del concurso “La pantalla de la sort” y las 662 entregas del programa infantil “Sambòrik”. Además, este productor valenciano también dirigió y presentó numerosos programas emitidos en la cadena que fueron producidos por otras empresas como Pirtel SL, Producciones 52 SL, o Diafebus Media SL.

Los profesionales y empresarios del sector audiovisual entrevistados en la fase cualitativa de esta investigación aseguran que el procedimiento de selección de contenidos que aplicaba Radiotelevisión Valenciana favorecía la contratación de determinadas productoras. Para la contratación de la

producción de programas de entretenimiento o ficción la cadena optaba por uno de los siguientes procedimientos

–Ventanilla única de presentación de proyectos. Las productoras presentaban de manera voluntaria sus propuestas de contenidos y la cadena autonómica, después de valorarlos, les comunicaba si eran de su interés o no. Algunos productores consultados para la realización de esta investigación aseguran que, en algunas ocasiones, el proyecto que habían presentado para su valoración por parte de la cadena acababa en la parrilla de programación producido por otra productora de mayor confianza para la televisión autonómica.

–Encargos a la carta. En determinadas ocasiones, la cadena encargaba a una determinada productora la producción de un formato concreto que necesitaba para completar la parrilla de programación.

Ambos procedimientos se consideraban poco transparentes, ya que la cadena ofrecía pocas explicaciones sobre las razones de contratación de determinadas productoras para la externalización de sus producciones de ficción y entretenimiento. La sensación generalizada en el sector audiovisual era que siempre se contrataba con las mismas productoras, dejando pocas oportunidades de producir para la cadena autonómica al resto de empresas audiovisuales de la Comunidad Valenciana.

Fuentes consultadas en la fase cualitativa de la investigación han asegurado que la producción de algunos programas se contrató por decisión directa de la dirección de la cadena, sin que los proyectos fueran valorados previamente por el departamento de contenidos de la televisión autonómica para conocerse su idoneidad o encaje en la parrilla de programación.

6.2. Crisis económica, externalización por lotes y cierre de RTVV

En el año 2008 el mundo occidental entró en una crisis financiera global desatada a partir del colapso de la burbuja inmobiliaria en Estados Unidos. Esta crisis inmobiliaria se contagió primero al sistema financiero estadounidense, y después al internacional, teniendo como consecuencia una profunda crisis de liquidez y una gran recesión económica mundial.

España y la Comunidad Valenciana no fueron ajenas a este fenómeno. La explosión de la burbuja inmobiliaria destapó otros problemas como la crisis bancaria de 2010 que supuso una drástica disminución del crédito a familias y pequeños empresarios. La complicada situación económica derivó en el cierre

de empresas y un aumento del desempleo que puso en jaque a los gobiernos nacional y autonómicos. Salieron a la luz las desmesuradas políticas de gasto llevadas a cabo por los gobiernos, el elevado déficit público de las administraciones autonómicas y municipales, y numerosos casos de corrupción política. La crisis se extendió más allá de la economía para afectar a los ámbitos institucionales, políticos y sociales.

Radiotelevisión Valenciana, como otras muchas empresas públicas y privadas de la Comunidad Valenciana, no fue ajena a este fenómeno. En los años de bonanza económica, la cadena autonómica había implementado una dinámica constante de incremento del gasto a través de un endeudamiento progresivo. La plantilla de la cadena autonómica no paraba de incrementarse y se adquirían contenidos audiovisuales a precios desorbitados. Mientras, la puesta en marcha de la televisión digital terrestre provocaba una eclosión de canales que no tardó en generar el conocido fenómeno de la fragmentación de la audiencia que supuso para Radiotelevisión Valenciana una paulatina reducción del número de espectadores.

Así pues, Radiotelevisión Valenciana se enfrentó a la crisis financiera global de 2008 con un alto endeudamiento, una plantilla sobredimensionada y unas cifras de audiencia con clara tendencia descendente.

6.2.1. El endeudamiento de Radiotelevisión Valenciana

El endeudamiento de Radiotelevisión Valenciana fue creciente desde su puesta en marcha en 1989 hasta su cierre en 2013, según informe de la Sindicatura de comptes. Según datos del Síndic de greuges, entre 1989 y 1995, con la cadena autonómica gestionada por el gobierno socialista de Joan Lerma, la cadena autonómica tenía un endeudamiento de 32 millones de euros. A partir de 1995, con la llegada al gobierno de la Generalitat Valenciana del Partido Popular, el endeudamiento de la cadena autonómica creció exponencialmente. En 1996 y 1997 el déficit fue de unos 28 millones de euros en cada ejercicio. 1998 dejó en Radiotelevisión Valenciana pérdidas por un montante de 47 millones de euros y 1999 elevó las pérdidas anuales hasta los 69 millones de euros. En 2007, la cadena autonómica tuvo unas pérdidas de 206 millones de euros. 211 millones de euros fueron las pérdidas que generó Radiotelevisión Valenciana en 2008. En 2009 cosechó unas pérdidas de 278 millones. El informe de la sindicatura de cuentas de 2011 indica que la deuda acumulada de Radiotelevisión Valenciana en ese año era de 1.217 millones de euros. Este mismo informe constata que:

“el desequilibrio patrimonial de la cadena se inició en el año 2000 como consecuencia del cambio de financiación de las ampliaciones de capital de las sociedades dependientes que a partir de ese

ejercicio, y hasta 2008 inclusive, se efectuó mediante el endeudamiento bancario, en lugar de obtenerse a través de aportaciones de la Generalitat al fondo social de RTVV". (Sindicatura de comptes, 2012:506)

El endeudamiento de Radiotelevisión Valenciana no fue un hecho aislado. Paralelamente al endeudamiento de la cadena autonómica, la propia Generalitat Valenciana fue incrementando progresivamente su deuda pública hasta cifras insostenibles. El endeudamiento de la televisión pública valenciana no computaba en la deuda de la Generalitat hasta que la Comisión Europea señaló en 2008 que la deuda de todas las empresas públicas, como Radiotelevisión Valenciana, debía contabilizarse como deuda de la Generalitat.

Este mismo esquema de endeudamiento de Radiotelevisión Valenciana se repitió en otras muchas televisiones públicas, entre ellas Radiotelevisión Española. Tal y como afirma Ramón Zallo en referencia a RTVE, "dada su deuda, corría el riesgo de bancarrota con amenaza de ruina total y de desaparición a la que estaba abocada" (Zallo, 2010:13). Por ello, y para evitar el cierre de la televisión pública estatal, el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero puso en marcha en 2006 un plan de saneamiento de Radiotelevisión Española que supuso un duro ajuste de plantilla acordado con la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales, y la asunción por parte del Estado con cargo a los Presupuestos Generales de 2007 de 3.180 millones de euros de deuda acumulada por RTVE. Situación similar a la que años más tarde viviría Radiotelevisión Valenciana, pero con distinto final.

El resto de televisiones autonómicas no fueron ajenas al fenómeno del endeudamiento. La Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació llegó a acumular una deuda de 1.046 millones de euros hasta 2007, año en que el Govern de la Generalitat asumió como propia la deuda, blanqueando así las cuentas de la cadena autonómica. Con posterioridad a esa fecha, la cadena autonómica catalana continuó cerrando sus ejercicios presupuestarios con déficit, pero el gobierno de la Generalitat de Cataluña, año tras año, compensaba ese déficit con aportaciones presupuestarias extraordinarias. De hecho, entre 1983 y 2020, tan solo en dos ejercicios la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals cerró sus cuentas en positivo (2017 y 2019). Se considera que las pérdidas acumuladas del grupo autonómico catalán se acercan a los 2000 millones de euros. La asunción permanente de la deuda por parte de la Generalitat de Cataluña evitó el camino del cierre al que se vio abocado Radiotelevisión Valenciana.

Telemadrid vivía en 2011 una situación similar. Su director general, José Antonio Sánchez, cifraba la deuda acumulada del ente en 245 millones de euros, que se incrementaría hasta los 255 millones a final del ejercicio debido a

la caída de ingresos por publicidad. Radiotelevisión de Andalucía también sufrió el endeudamiento de sus cuentas. En 2013, la corporación andaluza de radio y televisión cerraba el ejercicio contable con 51 millones de deuda, con lo que la deuda acumulada del ente crecía hasta los 120 millones de euros.

Son sólo algunos ejemplos que demuestran que la situación financiera de Radiotelevisión Valenciana no fue un caso aislado en el panorama mediático nacional y autonómico, aunque sí que es cierto que la deuda acumulada de Radiotelevisión Valenciana era, con creces, la más elevada del panorama mediático autonómico. De hecho, la cadena autonómica valenciana fue la única que cerró sus puertas. Lo hizo en noviembre de 2013 con una deuda que superaba los mil millones de euros y que algunas fuentes cifran en 1200 millones de euros. Después de una complicada negociación con hasta 15 entidades bancarias implicadas, la Generalitat consiguió en 2016 asumir la subrogación de la deuda de la cadena autonómica. Según informaba la periodista Amparo Soria en 2018, la Generalitat asumió de manera oficial una deuda de 1053 millones de euros que los contribuyentes valencianos irán pagando hasta 2030, fecha de vencimiento del último préstamo bancario (Soria, 2018).

Un aspecto que contribuyó al creciente endeudamiento de Radiotelevisión Valenciana fue la compra de derechos de emisión de acontecimientos deportivos. Fuentes periodísticas y la propia Sindicatura de cuentas han dejado constancia de los elevados gastos realizados por la cadena autonómica para este fin. Hasta 1995 el gasto en este apartado era de unos 11 millones de euros anuales. En 1997 el gasto en derechos deportivos ya era de 31 millones de euros. En 2001 ascendió hasta 46 millones. En 2007, la cadena autonómica destinó a derechos deportivos 81 millones de euros. Entre 2003 y 2010, la cadena autonómica gastó 459 millones de euros en derechos del Valencia CF, Villarreal CF y Levante UD. La gestión de esos derechos generó unos ingresos de 224 millones de euros, con lo que el saldo negativo fue de 234 millones de euros. En 2010, se destinaron 24 millones de euros, mientras que en 2011 la cifra bajó a los 15 millones de euros. Pero no todo el presupuesto se destinaba a la compra de derechos de emisión de fútbol. Sólo la compra de derechos de emisión de la Fórmula 1 para las temporadas 2010-2013 supuso un desembolso de 22 millones de euros y en retransmisiones taurinas se gastaron 866.627 euros en 2010 y 738.871 en 2011 (Sindicatura de comptes, 2011:510).

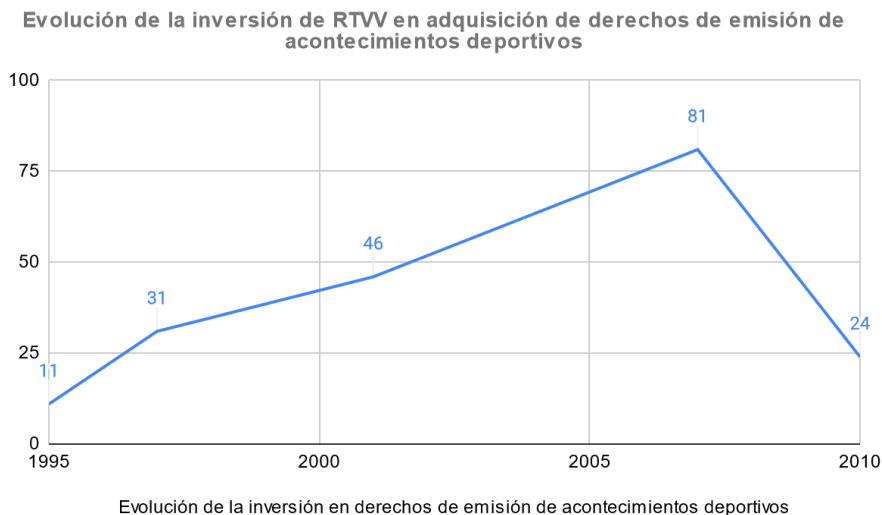


Gráfico 155. Evolución de la inversión de Radiotelevisión Valenciana en adquisición de derechos de emisión de acontecimientos deportivos. Fuente: elaboración propia

El diputado de Esquerra Unida del País Valencià, Ignacio Blanco, ya denunció que, desde el año 2003, Radiotelevisión Valenciana había perdido 234 millones de euros en la compra-venta de derechos de fútbol, siendo 2007 y 2008 los años en que se realizaron las operaciones más fraudulentas. En el año 2009, por ejemplo, la cadena autonómica invirtió 33 millones de euros en la compra de derechos, principalmente del Valencia CF (17 millones) y del Vila-real CF (13,7 millones). Los vendió a terceros por 22,2 millones, por lo que se perdieron 11 millones de euros en una operación que, en opinión del diputado de EUPV “tenía como único objetivo subvencionar los dos principales equipos valencianos de fútbol”. (Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:74)

Ramón Zallo también insiste en esta idea al destacar que no tiene justificación el dispendio realizado por la cadena con el pago de 67 millones de euros por los derechos deportivos de los tres equipos de primera de la Comunidad, los 22 millones más IVA comprometidos con Bernie Ecclestone por los derechos de emisión de la Fórmula 1, los 81 millones comprometidos en 2007 por la America’s Cup o los 16 millones que costó a la cadena la cobertura de la visita a Valencia del Papa Benedicto XVI. (Zallo, 2015:102)

Además del dispendio en la adquisición de derechos de retransmisiones deportivas, el crecimiento incontrolado de la plantilla también afectó al colapso económico de la cadena autonómica. En 1995 la plantilla de Radiotelevisión Valenciana era de 653 trabajadores a cuyas nóminas se destinaba un presupuesto anual cercano a los 24 millones de euros. En el año 2000, la partida de gasto de personal se había duplicado hasta alcanzar los 50 millones de euros. En 2009 el coste de las nóminas ascendía a 81,3 millones de euros. En 2010 el gasto en nóminas fue de 80 millones de euros y en 2011 de 74 millones. Según un informe emitido por la auditora Price Waterhouse Coopers

(PwC), en junio de 2012, cuando se inició el expediente de regulación de empleo la cadena contaba con 1695 trabajadores. Según la sentencia de N°2338/2013 del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana, el grupo Radiotelevisión Valenciana tenía 1628 trabajadores en septiembre de 2012. En 2013, cuando se produjo el cierre de la cadena autonómica, Radiotelevisión Valenciana destinaba un presupuesto para personal que ascendía a 72 millones de euros.

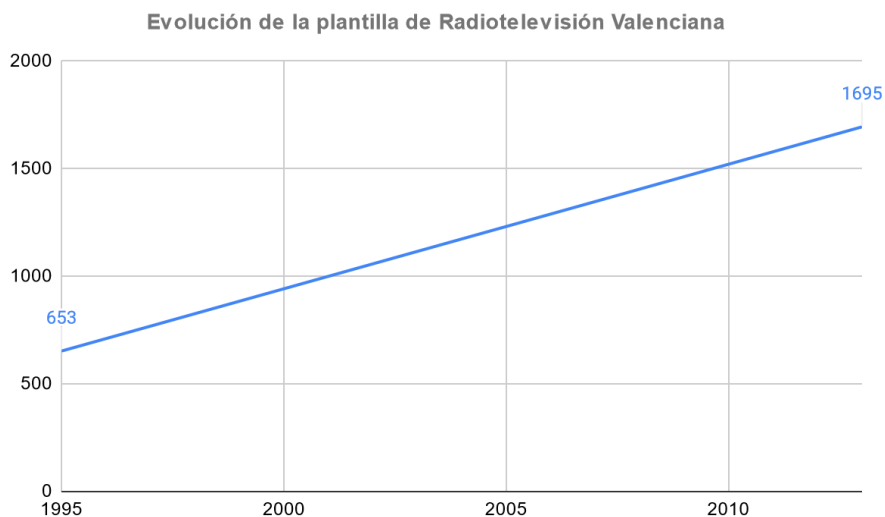


Gráfico 156. Evolución de la plantilla de Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: elaboración propia

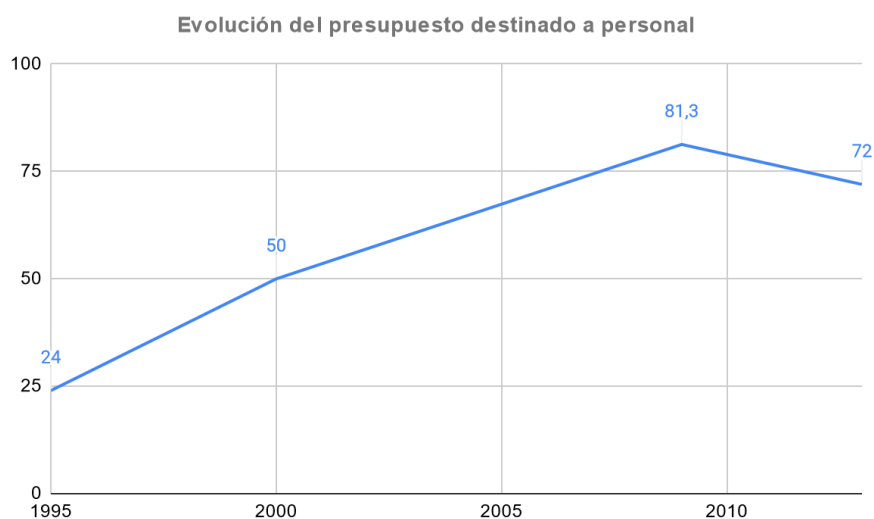


Gráfico 157. Evolución del presupuesto destinado a gastos de personal en Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: elaboración propia

6.2.2. La caída de la audiencia

A la vez que subía el gasto y el endeudamiento y crecía la plantilla, la audiencia de Radiotelevisión Valenciana decrecía de manera constante. En el siguiente gráfico podemos observar la evolución del share de la cadena autonómica.

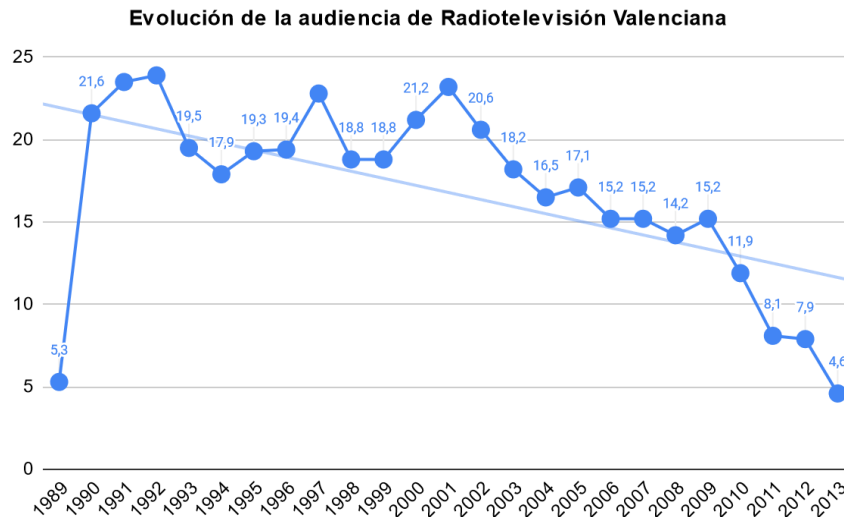


Gráfico 158. Evolución de la audiencia de Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: Carlos López Olano a partir de datos de AIMC/EGM

La cadena autonómica inició sus emisiones en octubre de 1989. Ese ejercicio cosechó un tímido 5,30% de share. Pero al año siguiente, el porcentaje de audiencia ya se elevó hasta el 21,60%, y continuó creciendo en 1991 y 1992 con un 23,50% y un 23,90% respectivamente. A partir de ahí se inició un descenso que no se recuperaría hasta 1997, año en el que la cadena cerró con un 22,80% de media. En 1998 y 1999 el porcentaje de televidentes volvió a bajar hasta el 18,80%. Los años 2000 y 2001 registran de nuevo dos picos de share con un 21,20% y 23,20% respectivamente. A partir de 2002 las cifras de audiencia comienzan a decrecer de manera continuada. En 2011 el registro ya es inferior al 10%, 8,10% de media anual, en 2012 la cifra desciende al 7,90%, mientras que en 2013, año del cese de las emisiones, Radiotelevisión Valenciana tuvo un 4,60% de audiencia, un porcentaje de espectadores inferior al año de su puesta en funcionamiento. Lógicamente, la audiencia media de 1989 y 2013 no es representativa por tratarse de ejercicios parciales, pero llama la atención que en 1989, con solo tres meses de emisiones, la cadena registrara mayor porcentaje de audiencia que en el 2013 con once meses de emisiones y 23 años de historia a sus espaldas.

Carlos López Olano señala, por su parte, en su artículo “Historia de un fracaso anunciado: la evolución de la audiencia en Canal 9 RTVV” (López, 2015:430) que, a diferencia del endeudamiento, la bajada de audiencia “no

tiene correspondencia cronológicamente con la entrada del Partido Popular en la Generalitat, y por tanto con su control sobre la dirección y programación de la televisión autonómica” ya que el Partido Popular accedió a la Generalitat en 1995 mientras que el descenso de la audiencia comienza a registrarse en 2002. Llama la atención que es en los años en que la cadena autonómica estuvo dirigida por José Vicente Villaescusa y Jesús Sánchez Carrascosa, entre 1997 y 2001, con un estilo de programación basado en la telebasura con programas como “Tómbola”. cuando se obtiene un mayor refrendo de la audiencia con cifras superiores al 20% de share.

Si comparamos los datos de audiencia de Radiotelevisión Valenciana con los de las principales televisiones públicas autonómicas obtenemos la siguiente gráfica:

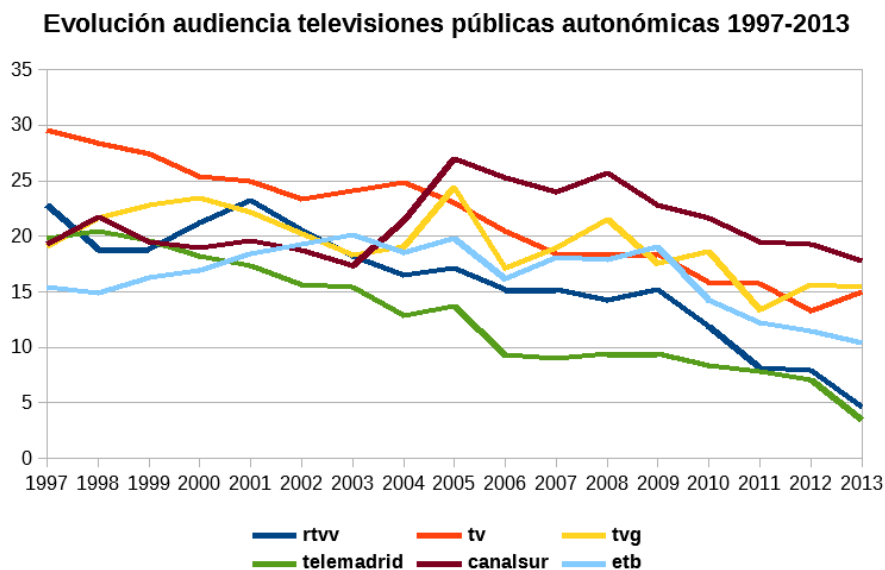


Gráfico 159. Evolución de la audiencia de las principales televisiones públicas autonómicas en el periodo 1997-2013.

Fuente: Carlos López Olano a partir de datos de AIMC/EGM

Del gráfico se desprende que en el periodo 1997-2013, la audiencia se comporta de manera muy diferente según la cadena pública autonómica que analicemos. En la gráfica hay dos líneas que siguen trayectorias similares y corresponden a las cadenas Radiotelevisión Valenciana y Telemadrid. Si bien Radiotelevisión Valenciana tiene durante toda la serie un comportamiento mejor que Telemadrid, ambas inician el periodo analizado con una audiencia próxima al 20% (22,8% y 19,8% respectivamente) y descienden progresivamente hasta finalizar el periodo con una audiencia inferior al 5% (4,6% y 3,4% respectivamente). En el caso de la televisión autonómica valenciana el descenso es de 18,2 puntos de share, mientras que la televisión pública madrileña registró un descenso acumulado de 16,4 puntos. Llama la atención que ambas autonomías estuvieron gobernadas en ese periodo por el

Partido Popular, y ambas cadenas se enfrentaron en 2012 a un ERE en sus plantillas que afectaba a aproximadamente 1000 trabajadores en cada una de ellas.

Otra cadena que registra un descenso pronunciado en su gráfico de audiencias es Televisió de Catalunya, en TV3, su cadena principal. La gráfica indica que esta cadena registraba en 1997 un 29,5% de share y fue decayendo hasta el 15% registrado en 2013, un descenso de 14,5 puntos de share en 16 años. Cabe destacar que este descenso de audiencia fue habitual en todas las cadenas generalistas del país debido, sobre todo, a la fragmentación de la audiencia por la implantación de la televisión digital terrestre y la multiplicación de la oferta televisiva. No obstante, el 15% con que TV3 cerró el ejercicio 2013 está muy lejos de las bajas cifras registradas ese mismo año por Radiotelevisión Valenciana (4,6%) o Telemadrid (3,4%).

Distinto comportamiento presentaron en este periodo el resto de televisiones públicas autonómicas analizadas. La televisión del País Vasco, Euskal Telebista, registró en el periodo analizado un descenso más moderado que las cadenas anteriores. En concreto esta cadena inicia el periodo con un 15,4% de audiencia en 1997 y finaliza la serie con un 10,4% de audiencia en 2013, un descenso de 5 puntos de share en 16 años. La Televisión de Galicia, por su parte, inicia el periodo analizado con un 19,1% de audiencia en 1997 y desciende hasta el 15,4% de media cosechado en 2013, un descenso más moderado que el resto de cadenas equivalente a 3,7 puntos de share.

La cadena pública autonómica que mejor respuesta de audiencia obtuvo en el periodo 1997-2013 es Canal Sur. La cadena andaluza cerró 1997 con un 19,3% de share y fluctuó en los 16 años analizados hasta el 17,8% cosechado en 2013. Por tanto, tan solo desciende 1,5 puntos de share a pesar de la fragmentación de la audiencia y de la aparición de numerosos competidores en el panorama mediático nacional.

Por tanto, podemos afirmar que la evolución de Radiotelevisión Valenciana durante sus 24 años de vida fue hacia un endeudamiento progresivo, un crecimiento constante de la plantilla de trabajadores hasta los 1695 trabajadores con un coste de 72 millones de euros anuales, y un descenso progresivo de la audiencia hasta el 4,6%. La cadena autonómica afrontó la crisis económica de 2008 con un crecimiento desorbitado de la deuda, una plantilla sobredimensionada y una audiencia cada vez menos fiel a los contenidos programados. Además, la imagen de marca de la televisión autonómica se iba devaluando a la vez que la ciudadanía se desarraigaba de la cadena.

Algunos de los profesionales y empresarios entrevistados en la fase cualitativa de esta tesis doctoral, han coincidido en afirmar que el paulatino crecimiento de la plantilla se produjo por la necesidad de contratar a amigos y familiares de determinados cargos políticos. Llama la atención que la plantilla de la cadena no paró de incrementarse a lo largo de los 24 años de funcionamiento de la televisión autonómica a pesar de que las producciones de entretenimiento y ficción estaban, en su mayoría, externalizadas.

Ante este panorama, Radiotelevisión Valenciana se fue sumiendo en una crisis reputacional sin comparación con ninguna otra cadena autonómica estatal, con excepción de Telemadrid.

6.2.3. Los impagos a proveedores

Esta situación de debilidad económica de la empresa pública arrastró a la inestabilidad financiera a la mayoría de productoras audiovisuales valencianas que trabajaban para la cadena autonómica. Radiotelevisión Valenciana pasó en unos años de ser un motor para una buena parte del audiovisual local, a convertirse en su auténtico verdugo. Los impagos de RTVV con empresas audiovisuales locales llegaron a 32 meses de retraso asfixiando a las principales productoras por los costes financieros de los préstamos y pólizas que debían asumir las propias empresas proveedoras, como han declarado los gerentes, los directivos de las productoras y los representantes de las asociaciones audiovisuales valencianas más relevantes de la Comunidad Valenciana (Marzal y Soler, 2015:135).

Además, la cadena no solo dejó de pagar sus facturas sino que dejó de contratar nuevas producciones. En 2010 el gasto contabilizado para la producción externa se redujo en un 52,0% con respecto al ejercicio anterior, al utilizar, en mayor medida, las producciones adquiridas en ejercicios anteriores que figuraban como existencias al inicio del ejercicio (Sindicatura de comptes, 2011:436). En 2011 el gasto para compra de producciones contratadas fue de 18,8 millones de euros, cifra que se redujo un 78,8% has los 3,9 millones de euros en el ejercicio 2012 (Sindicatura de comptes, 2013:411)

Marzal y Soler, así como buena parte de los responsables del sector audiovisual valenciano, también aseguran que la falta de crédito y el elevado precio del dinero paralizaron la actividad económica de las empresas audiovisuales. Los retrasos en los pagos de Radiotelevisión Valenciana provocaron el cierre de decenas de productoras que no pudieron hacer frente a los intereses bancarios que se adeudaban a las entidades financieras. De hecho, en febrero de 2012, la Asociación Productors Audiovisuals Valencians (PAV) denunció públicamente que Radiotelevisión Valenciana les adeudaba 30

millones de euros en facturas impagadas desde septiembre de 2009. Reclamaban al Consell un plan de pagos tras constatar que en los últimos dos años habían tenido que cerrar la mitad de sus empresas. Productoras como Malvarrosa Media SL, Índigomedia SL o Sorolla Films SA entraron en concurso de acreedores al no poder hacer frente a las deudas con sus proveedores ni al pago de las nóminas de sus trabajadores.

El Informe anual de 2012 de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE) señalaba que la facturación del sector de la producción audiovisual (cine y televisión) en 2011 había sufrido una disminución del 14,67% respecto a 2010, y que, en el caso de la Comunidad Valenciana, la facturación del sector audiovisual en la Comunidad Valenciana se había reducido ese año a un 3% del total nacional.

6.2.4. ERE, externalización por lotes y cierre de RTVV

En julio de 2011, Alberto Fabra fue nombrado President de la Generalitat Valenciana tras la dimisión de Francisco Camps por su presunta implicación en graves casos de corrupción. El nuevo Presidente accedió al cargo en plena crisis económica e inició un proceso de reducción de gasto y eliminación de instituciones públicas con la intención de sanear las cuentas del gobierno autonómico. Radiotelevisión Valenciana no fue ajena a este proceso. Desde la Generalitat se diseñó un plan para la reconversión del ente público de radiotelevisión autonómica que pasaba por la reducción de la plantilla y por la reducción de la inversión en producción de contenidos. Para ello, en 2012 el Partido Popular aprobó en solitario una nueva Ley de RTVV por la que se disolvían las tres empresas públicas de comunicación (radio, televisión y ente) que pasaban a integrarse en la nueva RTVV SAU.

La nueva Ley de Radiotelevisión Valenciana nació al amparo de la Ley 6/2012, de 1 de agosto, de modificación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, para flexibilizar los modos de gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual autonómicos. Como ya se ha comentado anteriormente, esta modificación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual autorizaba a los gobiernos autonómicos a determinar el modo de gestión de sus radiotelevisiónes públicas, que a partir de este momento podrían prestar el servicio a través de sus propios órganos, atribuir a un tercero la gestión indirecta del servicio o de la producción y edición de los distintos programas audiovisuales, prestar el servicio a través de otros instrumentos de colaboración público-privada, o incluso enajenar la titularidad de la entidad prestadora del servicio. Tal y como afirma Enrique Bustamante, este cambio legal estaba hecho a medida de Telemadrid y Radiotelevisión Valenciana, que podrían así confiar completamente su gestión a empresas

privadas después de ejecutar EREs masivos que pusieron inmediatamente en marcha (Bustamante, 2015:31).

Así fue. Para la reducción de la plantilla de Radiotelevisión Valenciana se puso en marcha en agosto de 2012 un expediente de regulación de empleo (ERE) que afectaba a más de mil trabajadores de la radiotelevisión autonómica valenciana. Según un informe encargado por la propia cadena a Price Waterhouse Coopers (PwC), Radiotelevisión Valenciana contaba con una plantilla de 1695 trabajadores y se proponía un excedente de plantilla de 1295 contratos, lo que dejaría la nueva plantilla de la cadena en 400 empleados (Gómez-Martínez, 2015:146). Después de numerosas negociaciones entre los representantes de la empresa y los de los trabajadores, el Consejo de Administración de Radiotelevisión Valenciana acordó -únicamente con los votos a favor de los representantes del Partido Popular- la extinción de 1198 contratos de trabajo, aproximadamente un 75% de los existentes, con la intención dejar la plantilla final en 480 trabajadores. El objetivo era reducir en dos tercios el presupuesto destinado a recursos humanos al que se destinaban 80 millones de euros anuales. Los sindicatos Intersindical Valenciana, CCOO, UGT y CGT así como la Fiscalía llevaron a juicio a Radiotelevisión Valenciana al considerar que el ERE vulneraba los derechos fundamentales de los trabajadores y generaba discriminación entre unos y otros afectados al incumplir el principio de igualdad. Cabe recordar que, como señalan Gómez Mompert y Martínez Gallego, en su artículo “Del ERE de los 1200 al cierre de RTVV” (Gómez y Martínez, 2015:162), el problema es que el ERE se hizo a partir del mencionado informe de Price Waterhouse Coopers, que contenía numerosas imprecisiones de partida. “El informe estaba mal hecho porque quien lo sufragaba necesitaba una redacción ajustada a sus deseos y proyectos” (Gómez y Martínez, 2015:169). En esta investigación, sus autores llegan a señalar incluso que “hubo sectores que pensaron que el informe de PwC estaba voluntariamente mal hecho para servir a una causa futura: el cierre de RTVV”.

Además de la reducción del presupuesto para personal, la nueva Ley de creación de RTVV SAU contemplaba la reducción del gasto en producción de contenidos. Como ya hemos indicado anteriormente, la modificación de la Ley General de Comunicación Audiovisual de 2012 permitía a los prestadores del servicio de radiotelevisión autonómica externalizar la producción hasta niveles desconocidos en la historia de Radiotelevisión Valenciana. Esta modificación de la Ley posibilitaba la implementación de los modelos de externalización de la producción aplicados en televisiones autonómicas como la de la Región de Murcia o Aragón.

Para reducir el gasto en producción de contenidos en Radiotelevisión Valenciana se propuso un proceso de externalización por lotes de la

programación. Los pliegos recogían la externalización de 1371 horas anuales de programas de entretenimiento. La externalización se dividió en tres lotes en función de la periodicidad y la temática:

- Primer lote: 487 horas de programación para la emisión de un magazine diario, programas de entretenimiento y contenidos infantiles, todo ello por un importe máximo de 3,17 millones de euros, sin IVA.
- Segundo lote: 476 horas para la emisión un programa diario de franja matinal o mediodía, un programa de entretenimiento semanal y un concurso diario, por un importe máximo de 2,95 millones de euros.
- Tercer lote: 408 horas de programación para la emisión de cuatro programas semanales de diferentes géneros para la franja de prime-time y al menos seis programas divulgativos-culturales semanales que versarán sobre las siguientes temáticas: agricultura, fiestas y tradiciones, tiempo, humor, solidaridad, uso de la lengua, consumo, animales, gastronomía, turismo, tendencias, juvenil, cultura, medio ambiente o música, por un importe máximo de 3,3 millones euros.

El pliego obligaba a todas las empresas adjudicatarias a tener su domicilio social y operativo en la Comunidad Valenciana y a contratar, como mínimo, el 70% de sus empleados entre extrabajadores de Radiotelevisión Valenciana y profesionales del sector audiovisual valenciano. Pero el procedimiento no contempló que las empresas audiovisuales valencianas fueran las principales beneficiarias del procedimiento de externalización. Así pues, los grandes grupos mediáticos con sede en Madrid no dudaron en participar en la adjudicación con la intención de participar activamente en el reparto de la tarta.

Así pues, el grupo mediático madrileño, Tres60, vinculado a Ignacio López del Hierro, marido de la exministra y exsecretaria general del Partido Popular María Dolores de Cospedal, se presentó bajo marca de su filial alicantina Videac S.A. y en alianza con las productoras valencianas Endora Producciones S.L. y Producciones Televisivas Mecomlys S.L. Por su parte, Secuoya, también afín al Partido Popular, se presentó al concurso de la mano de las empresas valencianas Trivisión SL, Nadie es perfecto SL y Valencia Plaza Ediciones bajo el nombre de Tombatossals. Otras empresas audiovisuales valencianas, algunas con una larga trayectoria en el sector, se aliaron para crear sus propias uniones temporales de empresas.

Finalmente fueron hasta siete los grupos participantes en el concurso público, algunos de los cuales partían como favoritos ya que, como destacan Gómez Mompart y Martínez Gallego en sus investigaciones, el informe encargado por la Generalitat en diciembre de 2010 a Pricewaterhouse Cooper para la organización del ERE ya mencionaba a los posibles beneficiarios: Alba Adriática, propiedad de José Luis Moreno, Gestmusic o Vértice 360, en cuanto a las grandes productoras estatales, y a propósito de las pequeñas empresas

valencianas se hablaba de Conta Conta Produccions, Malvarrosa Media y Trivisión. Es decir, en diciembre de 2010 ya se preveía lo que ocurriría en 2012. (Gómez y Martínez, 2015:150)

En octubre de 2013 el Consejo de Administración de Radiotelevisión Valenciana adjudicó los lotes del concurso de externalización de la programación. El primer lote, con 487 horas de programación se adjudicó a la UTE formada por las empresas Endora Producciones SL, Producciones Televisivas Mecomylys SL y la alicantina Videac SA, filial del grupo madrileño Tres360 anteriormente denominado Vértice por 2.603.778,57 euros. Concurrieron al concurso las seis empresas siguientes:

- Endora, Mecomylys y Videac
- Valencia Imagina TV
- Tombatossal SL
- Factoría Audiovisual Valenciana
- Factoría Plural
- Endavant Producciones

Para el segundo lote, la UTE Endora-Mecomylys-Videac también presentó la mejor oferta con una baja temeraria superior al 10% sobre el resto de competidores que tuvieron que argumentar ante la Mesa de contratación. Este grupo empresarial obtuvo la adjudicación por un importe de 2.414.638,71 euros. Para este lote concurrieron un total de ocho grupos:

- Lavinia productores y Always Sport
- Valencia Imagina TV, Mediapro y Desmesura Films
- Endora, Mecomylys y Videac
- Las Provincias, Veralia y Uniprova
- Tombatossal
- Factoría Audiovisual Valenciana
- Factoría Plural
- Endavant Producciones

El tercer lote se adjudicó también a la UTE formada por Endora Producciones SL, Producciones Televisivas Mecomylys SL y Videac SA, por 2.683.828,08 euros para la producción de 408 horas de programación. Por este lote compitieron las siguientes empresas:

- Valencia Imagina TV
- Endora, Mecomylys y Videac
- Las Provincias-Veralia-Uniprova
- Tombatossal
- Factoría Audiovisual Valenciana
- Factoría Plural

En total, el presupuesto con IVA para esta externalización rondaba los 12 millones de euros. Se aplicaba así el “modelo Murcia”, como lo denomina Enrique Bustamante, para la privatización encubierta de la cadena. Javier Marzal en el libro *Las televisiones públicas autonómicas en el Siglo XXI* explica en qué consiste el proceso de externalización de la Televisión Autonómica de la Región de Murcia. Se trata de una cadena de televisión autonómica pública gestionada de manera íntegramente privada, incluidos los servicios informativos. Tal y como explica Marzal, el gobierno autonómico murciano cedió la gestión de la cadena al grupo Secuoya por un importe total de 72.362.999 euros por un periodo de tres años prorrogables. El Grupo Secuoya es una empresa ajena a la Comunidad de Murcia, que tiene su negocio audiovisual repartido en varios territorios de España y está especializada en la producción de contenidos para otras televisiones públicas como IB3, la Radiotelevisión Canaria o Telemadrid, y para cadenas estatales como Antena 3 o TVE. El Grupo Secuoya anunció en su día que subcontrataría servicios de producción a productoras y televisiones locales de la Región de Murcia para la producción de hasta un 60% de contenidos que deben tener un marcado carácter local. (Marzal, 2015:13).

Según Marzal, el caso de la externalización de la radiotelevisión de Murcia “pone en jaque la concepción de servicio público que hemos conocido hasta la fecha, y es un paso más respecto al modelo de Aragón RTV, ya que esta cadena mantiene un mínima plantilla de trabajadores públicos que gestionan, entre otros, los servicios informativos, así como la coordinación de toda la producción externalizada. Para Marzal ambos casos suponen una vuelta de tuerca gracias a los cambios legislativos producidos en 2012 en el proceso de degradación de lo que entendemos por servicio público en el ámbito de los medios de comunicación.

Cabe destacar que, aunque la televisión autonómica murciana fue la primera en ser externalizada al 100%, ya se habían realizado numerosos experimentos en esta línea. Por ejemplo, tal y como señalan Luis A. Albornoz y Azahara Cañedo, en 1999 la televisión canaria ya inició sus emisiones con un modelo basado en la externalización de parte de la producción adjudicada a una empresa privada por medio de concurso público para la realización de programas, a excepción de los informativos. Posteriormente, varios entes de radiotelevisión autonómica imitaron este modelo como Islas Baleares, Aragón, Extremadura o Asturias, que inauguraron sus terceros canales en esos años adoptando el modelo de gestión basado en la externalización de la producción (Albornoz-Cañedo, 2015:40-41)

La aplicación en la Comunidad Valenciana del “Modelo Murcia” mediante la adjudicación de los tres lotes a la UTE formada por Endora Producciones SL,

Producciones Televisivas Mecomlys SL y Videac SA dejaba al resto de la industria audiovisual valenciana sin posibilidad de acceso a trabajar con el canal autonómico. Un nuevo revés para las empresas audiovisuales valencianas que ya se encontraban sumidas en una profunda crisis por los numerosos impagos que la cadena autonómica acumulaba desde 2009.

Son varios los autores que subrayan que el monoclientelismo y la extremada dependencia que las empresas audiovisuales valencianas tenían de la cadena autonómica motivó el hundimiento del sector audiovisual local. Fernández Quijada o Marzal y Soler consideran que un error clave cometido por muchas empresas productoras de la Comunidad Valenciana fue no diversificar su cartera de clientes, con lo que la mala situación financiera y el cierre de la televisión pública autonómica les arrastró a la quiebra.

También Álar Peris denuncia que los propios productores valencianos admitieron que la corporación pública nutría hasta el 90% de sus ingresos. “Cualquier empresario debería saber que no se puede depender de un único cliente y, a pesar de todo, se ha insistido en una tendencia suicida”. Este autor reprocha que en los años de bonanza las empresas audiovisuales valencianas no se dedicaran a abrir nuevos mercados, a tejer alianzas de coproducción y apostar por nuevos talentos. “Algunas empresas lo intentaron pero la tónica dominante fue la de apostar por el corto plazo y el rendimiento inmediato, con resultados claramente devastadores” (Peris, 2015: 91)

No obstante lo anterior, la externalización de las 1371 horas anuales de programación adjudicadas a la UTE Endora Producciones SL, Producciones Televisivas Mecomlys SL y Videac SA nunca se llevó a cabo. Dos semanas después de la adjudicación, el 6 de noviembre de 2013, el Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana declaraba nula la extinción de los contratos de trabajo de los empleados afectados por el expediente de regulación de empleo aplicado en 2012 y reconocía el derecho a la reincorporación de los trabajadores afectados en sus correspondientes puestos de trabajo. Ante esa sentencia, el president de la Generalitat, Alberto Fabra, consideró inasumible la readmisión de la plantilla y anunció el cierre de Radiotelevisión Valenciana. El 29 de noviembre de 2013 se produjo el cese de las emisiones de la cadena pública autonómica valenciana. Cuando cesaron las emisiones de Radiotelevisión Valenciana, la audiencia media era del 4,6% de share, la plantilla era de 1695 trabajadores con un coste salarial anual de 72 millones de euros y la deuda acumulada ascendía a 1096 millones de euros, datos que confirmaban la nefasta gestión realizada por los diferentes responsables que habían dirigido la cadena autonómica en el periodo 1989-2013.

El cierre de Radiotelevisión Valenciana en noviembre de 2013 supuso una auténtica debacle para el sector audiovisual de la Comunidad Valenciana. Numerosas empresas que tenían a Radiotelevisión Valenciana como principal cliente se vieron obligadas a declararse en concurso de acreedores. Algunos autores, como Álar Peris, lo relatan en sus artículos: “Muchas de ellas, algunas de las cuales han llegado a tener más de cien trabajadores en nómina, no tienen más remedio que cerrar las puertas, como por ejemplo Conta Conta Produccions o Malvarrosa Media” (Peris, 2015: 90).

Marzal y Soler recogen los efectos que el cierre de Radiotelevisión Valenciana tuvo para la sociedad valenciana detallando en una treintena de epígrafes las repercusiones más destacadas tanto para la ciudadanía en general, como para los empleados de la propia radiotelevisión, las empresas productoras de contenidos, las asociaciones profesionales, o las instituciones educativas. Entre estas repercusiones destacan que para las empresas productoras de contenidos supuso la pérdida de su principal cliente que llevó a muchas de ellas al cierre o al despido de gran parte de la plantilla perdiendo capacidad competitiva a nivel nacional (Marzal y Soler, 2015:137).

Tras el cierre de Radiotelevisión Valenciana el panorama audiovisual en la Comunidad Valenciana alcanzó un índice de paro que, según fuentes de la Asociación Productors Audiovisuals Valencians (P.A.V.), superó el 90% en el sector. Álar Peris ha calificado como decepcionante la situación del sector que en 24 años de vida de la cadena autonómica no consiguió consolidarse, “sino que se ha mostrado como un colectivo frágil, desigual e intermitente, que ha dependido en exceso de la administración hasta el punto de estar hoy en día prácticamente desmantelado” (Peris, 2015: 67).

Un informe publicado en 2020 por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) asegura que la caída de la cifra de negocio en el sector audiovisual de la Comunidad Valenciana a causa de la crisis de 2008 fue de un 61% (IVIE, 2020:13). Este informe indica que los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) que elabora el Instituto Nacional de Estadística muestran la pérdida en términos de empleo que se produjo en el sector audiovisual valenciano tras el cierre de Radiotelevisión Valenciana. Entre 2013 y 2014, el empleo cayó un 64 % y siguió cayendo hasta situarse en 2015 en 1.085 ocupados, lo que supone una caída del 83,9 % respecto al empleo existente en 2008.

La Federación de asociaciones de productores audiovisuales de España (FAPAE) hizo público en julio de 2014 un comunicado en el que salía en defensa de los profesionales de la industria audiovisual valenciana, recordando que “buena parte de los problemas del tejido profesional [audiovisual] son consecuencia de la mala praxis continuada en el ente público Radiotelevisión

Valenciana durante los gobiernos del PP”. En este comunicado se afirmaba que “la clientelización, sumisión y la ley del silencio impuesta desde la Generalitat Valenciana y desde los mandos directivos controlados por el poder político, impidieron la profesionalización de una industria que dependía en exceso de su principal cliente”, es decir, RTVV (Aimeur, 2014).

Aimeur destaca que las críticas de FAPAE se refieren a cómo las producciones audiovisuales valencianas estaban por debajo del 15% del precio medio del mercado (que algunos productores cifran en un 20%); los retrasos en los pagos a las productoras eran habituales, llegando hasta 4 años en algunos casos. Estos retrasos provocaron el cierre de numerosas productoras, sobre todo por los gastos financieros que implicaban los préstamos bancarios, gastos que no cubría su responsable, Radiotelevisión Valenciana. Asimismo, FAPAE denunció la existencia de cláusulas abusivas en los contratos, la ausencia de políticas de promoción y comercialización de las producciones, la falta de controles de calidad, la contratación de productoras de fuera de la Comunidad Valenciana, contratadas por razones políticas, etc. Finalmente, el comunicado de FAPAE criticaba muy duramente la decisión del cierre de Radiotelevisión Valenciana, por «irresponsable» e «ignorante», por carecer de plan alternativo y no asumir el Consell las responsabilidades de todo lo ocurrido. Como destaca Javier Marzal, el cierre de Radiotelevisión Valenciana se realizó “de una forma opaca, llena de trampas y mentiras, en definitiva, de una manera absolutamente irresponsable” (Marzal, 2018).

6.3. Conclusiones

El capítulo 6 de esta tesis doctoral deja constancia de varias cosas. Por un lado, queda demostrado que Radiotelevisión Valenciana orientó la externalización 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, o Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA.

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

Produccions SL, Trivisión SL, Índigomedia SL o Endora Producciones SL, entre otras.

La crisis económica global que se inició en 2008 también afectó a Radiotelevisión Valenciana. La cadena autonómica afrontó la crisis económica con una complicada situación financiera, y un sistema de funcionamiento viciado por años de nefasta gestión empresarial. En 2011 la deuda de Radiotelevisión Valenciana era de 1.217 millones de euros. En 2013 había crecido hasta los 1695 trabajadores con un presupuesto para personal de 72 millones de euros. Mientras, la audiencia descendía paulatinamente hasta el 4,6% de share con que cerró la cadena en 2013.

En 2012, el gobierno autonómico lideró un proceso de remodelación de Radiotelevisión Valenciana que pasaba por la reducción de la plantilla mediante la aplicación de un expediente de regulación de empleo que afectaba a más 1000 trabajadores y que pretendía reducir en dos tercios el número de trabajadores de la empresa pública; y por la externalización de 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. Esta adjudicación sumía al resto de la industria audiovisual valenciana en una situación de incertidumbre ante la imposibilidad de producir contenidos para la cadena autonómica, que hasta la fecha era el principal cliente de la mayoría de las productoras locales.

Pero la adjudicación nunca se llevó a cabo porque a los pocos días de aprobarse, el Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana declaraba nulo el expediente de regulación de empleo aplicado en la cadena autonómica y reconocía el derecho a la reincorporación de los trabajadores afectados. Ante esta sentencia, el president de la Generalitat, Alberto Fabra, decidió unilateralmente cerrar Radiotelevisión Valenciana. El cierre no impidió que la Generalitat tuviera que hacer frente a la readmisión de los trabajadores, abonándoles las nóminas de los meses no trabajados, y posteriormente hubo de abonarles la indemnización por despido, por lo que la medida del cierre de Radiotelevisión Valenciana, que el president de la Generalitat presentó como una medida de austeridad, supuso para las arcas públicas autonómicas un enorme desembolso económico.

El cierre de Radiotelevisión Valenciana sumió al sector audiovisual local en un gravísima crisis sin precedentes, con cifras de desempleo que alcanzaban a más del 90% del sector audiovisual y que obligó a muchos profesionales a cambiar de sector 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.

Durante la redacción de esta investigación, transcurridos nueve años desde el cese de las emisiones de Radiotelevisión Valenciana, 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, la pérdida 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 Radiotelevisión Valenciana en sus 24 años de vida. Así pues, podemos confirmar que la decisión política 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.

7. LA CREACIÓN DE LA CVMC Y À PUNT MÈDIA

Las elecciones autonómicas celebradas en la Comunidad Valenciana el 24 de mayo de 2015 dieron un vuelco al panorama político en la región. Después de 20 años de gobierno del Partido Popular en la autonomía, los partidos de izquierdas, Partit Socialista del País Valencià y Compromís, obtenían el respaldo de la ciudadanía para gobernar la Comunidad Valenciana. Entre las promesas electorales de ambos partidos destacaba la reapertura de la televisión autonómica cerrada por orden del presidente Alberto Fabra en noviembre de 2013.

En diciembre de 2015 las Cortes Valencianas iniciaron el proceso de puesta en marcha de la nueva cadena de televisión autonómica. El primer paso fue la creación de una comisión parlamentaria denominada “Radiotelevisión Valenciana y el espacio audiovisual” que tenía entre sus cometidos el de impulsar una ley con el modelo de la nueva Radiotelevisión Valenciana. Para la creación de la nueva cadena autonómica, los legisladores tomaron como base el Informe elaborado en noviembre de 2015 por la comisión de expertos en comunicación de las universidades valencianas (CECUV) denominado “Bases para la renovación del espacio comunicativo valenciano y la restitución del servicio público de radiotelevisión”. Esta comisión, formada por Catedráticos de Comunicación Audiovisual y Periodismo de las cinco universidades públicas valencianas y la universidad privada Cardenal Herrera CEU, planteaba en su informe la creación de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC), que además de radio y televisión incluyera todos los servicios multimedia. Proponían una radiotelevisión autonómica con dos canales TDT y una plataforma multimedia con contenidos en internet, gestionada por 800 trabajadores y dotada de un presupuesto anual de 142 millones, con una limitación del gasto de personal al 35% del presupuesto anual de la nueva cadena (CECUV, 2015:82). La CECUV consideraba esencial la creación de diversos organismos de control de la nueva radiotelevisión autonómica, como serían el Consell Valencià de Comunicació, un comité de redacción de informativos, un defensor de la audiencia y un comité de empresa que velarían por evitar intromisiones políticas en la gestión diaria de la cadena. En su propuesta, el director general se elegiría para un periodo de seis años, y se firmaría un contrato programa entre la Generalitat y la CVMC para establecer el presupuesto anual y las bases de distribución del presupuesto en los años de vigencia del contrato.

Ese mismo mes se aprobó la Ley 12/2015, de 29 de diciembre, para la recuperación del servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat. Esta norma dio a los legisladores

un plazo de nueve meses para la aprobación de una Ley que definiera el modelo de la nueva Radiotelevisión Valenciana.

A partir de ahí, una veintena de expertos en audiovisual y representantes del sector audiovisual valenciano fueron invitados por los distintos grupos políticos de Les Corts para exponer ante la comisión parlamentaria sus propuestas para un nuevo modelo de Radiotelevisión Valenciana. Entre los ponentes estuvieron D. Javier Marzal Felici, director de esta tesis doctoral, y D. Raúl Carbonell Górriz, autor de la presente investigación que trasladaron sus sugerencias a los representantes políticos para que fueran tomadas en consideración a la hora de definir el marco legal para la creación de la nueva cadena autonómica.

7.1. Aprobación de la Ley y puesta en marcha de À Punt Mèdia.

En el mes de julio de 2016, fue aprobada la Ley 6/2016, de 15 de julio, del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de Titularidad de la Generalitat que establecía las bases legales para la creación de una nueva radiotelevisión autonómica valenciana. Esta Ley establecía la creación de la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación (CVMC), en quien la Generalitat delegaba “el diseño y el desarrollo de proyectos, la generación de producciones y contenidos y la prestación del servicio público audiovisual, con la oferta y la difusión de los contenidos a través de las actuales y nuevas tecnologías que puedan surgir”. Entre los numerosos objetivos determinados en la Ley, los legisladores consideraron necesario determinar en la norma el papel que la cadena autonómica valenciana debe cumplir como motor del sector audiovisual local. El siguiente epígrafe incluido en el artículo 5 de la norma deja constancia de este objetivo:

“v) Fomentar la producción de contenidos audiovisuales y promover la creación digital y multimedia, así como la difusión, como aportación al desarrollo de la industria cultural y audiovisual valenciana, y contribuir a la creación de empleo, a la dignificación profesionales de los trabajadores y trabajadoras del sector público y privado del audiovisual valenciano y a la dinamización económica de la Comunitat Valenciana”.

La Ley indica que los objetivos generales y las líneas estratégicas que ha de perseguir la Corporación se concretarían en un mandato marco que Les Corts aprueben para la Corporación por mayoría de tres quintos y que debe revisarse cada seis años.

Respecto a la externalización de contenidos, la Ley indica que “la Corporación y sus sociedades prestadoras de servicio público podrán contratar con terceros la producción y la edición de determinados contenidos o programas, además de cualquier servicio audiovisual” y especifica “con excepción de los contenidos informativos que se entienden elemento esencial del servicio público audiovisual”. Este asunto se remarca en el artículo 26.4.: “La Corporación no podrá ceder a terceros la producción y edición de los programas informativos”. Por tanto, la norma limita la externalización de contenidos al entretenimiento y la ficción, dejando los productos informativos para la producción propia. Esta indicación impide para la nueva cadena autonómica valenciana una externalización total de la programación siguiendo el modelo de la Televisión de la Región de Murcia.

Existe otro artículo, el 28.7. que también impide la externalización total de la programación con un único adjudicatario. Este artículo determina lo siguiente:

“Para garantizar la pluralidad y la libre competencia, ninguna empresa –por sí sola o en colaboración con otras– podrá concentrar con carácter anual más del 20 % del coste del total contratado por la Corporación, tanto en proyectos de producción propia externalizada como externa”.

Se limitan, por tanto, los procesos de externalización total, o la externalización por lotes, evitando así procesos como el puesto en marcha en Radiotelevisión Valenciana en 2013 con una externalización por lotes que dejaba toda la producción de entretenimiento en manos de un conglomerado de empresas formado por Endora Producciones SL, Producciones Televisivas Mecomlys SL y la alicantina Videac SA, filial del grupo madrileño Tres360 anteriormente denominado Vértice.

El artículo 26.8. de la Ley es un voto de confianza para el sector audiovisual de la Comunidad Valenciana y recoge una reivindicación muy importante para las empresas y profesionales del audiovisual local. Indica lo siguiente:

“la producción propia externalizada y la producción asociada para los diferentes medios y ventanas de la Corporación deberán proceder preferentemente de la industria audiovisual valenciana, con el fin de consolidar y fortalecer el sector de la producción audiovisual y de los y las profesionales que integran este sector”.

El artículo 28.4. vuelve a incidir en la obligación de la cadena autonómica de actuar como motor del sector audiovisual regional:

“La Corporación y sus sociedades fomentarán la producción de programas de calidad, sobre la base de nuestras señas de identidad,

nuestra sociedad, nuestra cultura o nuestro territorio, facilitando la creación de un departamento de desarrollo y diseño de la producción de contenidos audiovisuales para televisión e incluso para cine, con la colaboración de empresas de producción valencianas y otros organismos públicos y privados. Para ello apoyará la creatividad y la producción de la industria cinematográfica y audiovisual valenciana a través de la compra de derechos o la coproducción de cortos, largometrajes, series de ficción, películas para televisión, y documentales y series de animación de productores independientes, atendiendo en particular a la calidad y al trabajo de los jóvenes creadores de la Comunitat Valenciana en todos los géneros. En su contratación, la Corporación fomentará la libre competencia y la igualdad de oportunidades, establecerá claramente las condiciones de participación y el proceso de selección objetiva de proyectos será transparente y argumentado. Apoyando, con todo ello, el desarrollo del sector y la industria audiovisual de nuestra Comunitat”.

En el artículo 29.2., los legisladores vuelven a considerar necesaria la dinamización del sector audiovisual valenciano por parte de la cadena autonómica al reservar como mínimo el 35 % del tiempo de emisión anual a la difusión de obras audiovisuales y cinematográficas de productoras valencianas independientes y producción original en valenciano.

La Ley prevé la puesta en marcha de dos canales de radio, uno generalista y otro temático, de dos canales de televisión, uno generalista y otro temático, y una plataforma tecnológica para la difusión de contenidos audiovisuales y transmedia a través de internet.

Respecto a la financiación del servicio público de radiotelevisión autonómico, la norma contempla que el presupuesto anual de la cadena nunca pueda suponer un importe inferior al 0,3 % o superior al 0,6 % del montante global de los presupuestos anuales de la Generalitat Valenciana.

Por último, la Ley realiza una definición clara de los tipos de producción de contenidos que se pueden aplicar en la cadena autonómica valenciana. Por una parte clasifica los tipos de contenidos desde el punto de vista de su naturaleza jurídica, distinguiendo entre:

–“Producción ajena. Aquella en que la Corporación sólo posee derechos puntuales de emisión o de antena y difusión sin participar con recursos propios en ninguna de las fases de producción. La producción ajena se considerará siempre producción externa. La producción ajena puede conllevar derechos de explotación patrimonial.

–Producción mixta, coproducción o producción asociada. Aquella en que la Corporación participa con un porcentaje contractualmente delimitado, bien sea en la producción, en la explotación de derechos o en ambas. La Corporación y sus sociedades en sus relaciones comerciales con las empresas tendrán como referencia los precios de mercado. En este tipo de producciones, la empresa productora podrá incorporar, previa autorización del Consejo Rector, patrocinios comerciales al inicio o final del programa producido, siempre que tengan como único fin la reducción de los costes de producción. En tal caso, se recalcularán los porcentajes establecidos en función de las actuaciones llevadas a cabo y la financiación aportada.

En este caso, la productora podrá incorporar, previa consulta con la Corporación, patrocinios comerciales que proporcionen una minoración de los costes por ambas partes sin que esto afecte a los porcentajes de coproducción.

–Producción propia. Aquella en que la Corporación posee el 100 % de los derechos de explotación. La producción propia puede ser producción interna o externa”

Por otra parte clasifica la producción de contenidos desde el punto de vista de la gestión de recursos, distinguiendo entre:

–“Producción interna. Aquella que pueda imputarse por el consumo o asignación de cualesquiera recursos propios, ya sea en todo o en parte de una producción audiovisual.

–Producción externa o propia externalizada. Aquella en que la Corporación no tiene asignados recursos propios para su producción, limitando su participación a la explotación de derechos”.

Resumiendo, podríamos afirmar que la Ley 6/2016, de 15 de julio, que establece las bases legales para la creación de una nueva radiotelevisión autonómica valenciana, reserva varios artículos a recalcar el papel que la nueva cadena autonómica debe cumplir como motor del sector audiovisual valenciano. De hecho, limita la externalización de la producción que nunca podrá cederse en más de un 20% a una única empresa, huyendo así de modelos de externalización total o parcial aplicados en otras autonómicas como Murcia o Aragón. Además, la Ley remarca que los contenidos informativos se producirán con los propios recursos técnicos y humanos de la Corporación, e insta a la Corporación y sus sociedades a actuar como impulsores de la creatividad y la producción de la industria cinematográfica y audiovisual valenciana. En este sentido, la Ley de 2016 es mucho más proteccionista con el sector audiovisual local de lo que fue la Ley 7/1984, de 4 de julio, de creación de la entidad pública RTVV y regulación de los servicios de Radiodifusión y

Televisión de la Generalidad Valenciana, que prácticamente ni mencionaba el papel que la cadena autonómica debía cumplir en el desarrollo empresarial y profesional del audiovisual en el territorio.

El 5 de abril de 2017 se fundó la mercantil Sociedad Anónima de Medios de Comunicación de la Comunidad Valenciana S.A. dependiente de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació y encargada de poner en marcha los canales de televisión, radio y web del nuevo grupo mediático. Tras la convocatoria de un concurso de ideas, la marca comercial elegida para los nuevos medios de comunicación fue À Punt Mèdia

El domingo 10 de junio de 2018, la nueva televisión autonómica valenciana, denominada À Punt Televisió iniciaba sus emisiones definitivas con el informativo de mediodía “À Punt notícies”. Las emisiones televisivas se iniciaron tras seis semanas de emisión en pruebas, y tras la puesta en marcha de la emisora de radio en diciembre de 2017. Tal y como recuerda Javier Marzal, la puesta en marcha de À Punt Mèdia es el resultado de la presión ejercida por la sociedad civil:

“Pel mitjà de la Iniciativa Legislativa Popular sobre RTVV, que es va presentar a les Corts Valencianes en desembre de 2014, i de tot el sector audiovisual i comunicatiu valencià, pel mitjà de l’activitat de la Mesa Sectorial de l’Audiovisual Valencià (MESAV) o de la Comissió Interuniversitària a favor d’una Radiotelevisió Pública Valenciana (CIRTPV), constituïdes en març de 2014, la pressió de diferents associacions professionals com la Federació d’Empreses Audiovisuales Valencianes (EAVF), de l’Associació d’Estudis de Doblatge (AVEDIS), de la Unió de Periodistes Valencians (UPV), dels extreballadores i extreballadores de RTVV (MildeNou), de l’Associació de Treballadors de l’Audiovisual (ATRAU), del Col·legi Oficial de Publicitaris i l’Associació d’Empreses de Comunicació Publicitària de la Comunitat Valenciana (AECPCV) i de la Comissió d’Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV), que el 20 de novembre de 2015 va presentar al Govern de la Generalitat Valenciana l’Informe “Bases per a la renovació de l’espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió”, que va servir per al disseny dels nous mitjans de comunicació públics» (Marzal, 2018).

Desde 2018 hasta 2022, la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació ha puesto en marcha un canal de televisión y una emisora de radio, además de un portal web en el que se pueden consumir a la carta todos los productos de la cadena.

La gestión de la radio, la televisión y el portal web de À Punt, se basa en el contrato programa firmado entre el Consell y la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació en junio de 2018. Este contrato programa para el periodo 2018-2020, establece los objetivos específicos que debe desarrollar la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació en el ejercicio de la función de servicio público. Entre estos objetivos destaca el número 6. “Potenciar la industria audiovisual” mediante el cual, la CVMC y el Consell se comprometieron a revitalizar un sector “que en los últimos años había ido gradualmente reduciéndose en nuestra Comunitat como consecuencia de la crisis económica y de la desaparición del servicio público autonómico de radio y televisión”. El contrato programa preveía que el inicio de las emisiones contribuyera a la creación de un número importante de puestos de trabajo en el sector audiovisual valenciano, proveedor para À Punt Mèdia de producciones, además de tener un efecto multiplicador sobre el conjunto de la economía de la Comunitat.

A pesar de que el contrato programa se aprobó para el periodo 2018-2020, este se ha ido prorrogando y a mediados de 2022 todavía no se había renovado el nuevo contrato-programa que, en principio, debería guiar a la cadena autonómica en el periodo 2021-2023. Las informaciones publicadas en prensa apuntan a que este nuevo contrato programa establecería una asignación presupuestaria por parte de la Generalitat de 58 millones anuales, con una aportación extra de 12 millones de euros para el fomento del sector audiovisual local. El nuevo contrato programa de À Punt mantendría el mínimo del 35% de la emisión anual a la difusión de obras audiovisuales y cinematográficas de productores audiovisuales valencianos, un 24% de las inversiones se dedicarían a contenidos de producción y coproducción en valenciano y un 5% al doblaje.

Cabe destacar que en los primeros años de vida de À Punt, las limitaciones presupuestarias han sido el principal escollo al que se enfrenta la nueva radiotelevisión autonómica valenciana. En estos años, la aportación de la Generalitat Valenciana ha sido limitada sin alcanzar el 0,3% del presupuesto general de la autonomía, incumpliendo así la Ley de creación de la nueva radiotelevisión. En este periodo, la Corporación Valenciana de Mitjans de Comunicació ha tenido que hacer frente a los gastos de renovación y actualización de equipos ya que el equipamiento técnico heredado de Radiotelevisión Valenciana se encontraba totalmente obsoleto. Estas inversiones tecnológicas han mermado las inversiones destinadas a la adquisición y producción de contenidos audiovisuales de calidad. Tal y como explica Javier Marzal, la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació se ha encontrado una red de repetidores de la Generalitat Valenciana muy deteriorada y un equipamiento tecnológico obsoleto que se está renovando

para garantizar que la señal de À Punt llegue a todos los rincones de la Comunidad Valenciana. (Marzal, 2018)

AÑO	APORTACIÓN GVA
2018	55 millones €
2019	55 millones €
2020	64 millones €
2021	68 millones €
2022	79 millones €

Tabla 119. Aportación de la Generalitat Valenciana al presupuesto de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia

En esta tabla se observa el ligero incremento presupuestario que se ha producido en los últimos años, con unas cifras muy limitadas en 2018 y 2019 que han ido creciendo paulatinamente para facilitar la renovación tecnológica de las instalaciones y la adquisición y producción de contenidos de calidad que ayuden a fidelizar a la audiencia valenciana.

Hay que señalar que las televisiones públicas autonómicas se encuentran en una situación económicamente delicada por las reclamaciones que la Agencia Tributaria les ha realizado por las liquidaciones de IVA efectuadas entre 2016 y 2020. Según la Agencia Tributaria, las radiotelevisiones públicas no tienen derecho a deducirse la totalidad del IVA motivo por el que exige parte del impuesto que les fue devuelto de los ejercicios 2016, 2017, 2018 y 2019, lo que en total se traduce en una reclamación a À Punt de 24,8 millones. Esta cifra, ha sido valorada por los distintos partidos políticos en la negociación de los presupuestos de la entidad y podría ser asumida por la Generalitat para evitar mayores complicaciones presupuestarias para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació.

En referencia al presupuesto, Javier Marzal recuerda que el contrato-programa aprobado para el periodo 2018-2020 prevé un presupuesto anual de 55 millones de euros que se corresponde con un gasto de 11 euros por habitante, un 0,36% del PIB de la Comunitat Valenciana. Esta cifra está muy por debajo de los 28 euros por habitante que invierten de media el resto de radiotelevisiones públicas en España. “Todos los expertos y expertas en comunicación, y el sector profesional (MESAV) coinciden en señalar que la CVMC debería tener un presupuesto equivalente al 1% del PIB valenciano (152 millones de euros)” (Marzal, 2018).

También hace referencia a este asunto el informe del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) que expone las importantes diferencias en el presupuesto por habitante de las radiotelevisiones públicas autonómicas. El intervalo abarca desde los 9,5 euros por habitante en el caso de la Radiotelevisión de la Región de Murcia hasta los 64,5 euros en el País Vasco,

siendo el importe medio de 27,8 euros por habitante. Las regiones que más recursos destinan a sus radiotelevisiónes públicas son País Vasco (64,5 euros), Cataluña (41,2 euros) y Galicia (40,4 euros). En la Comunidad Valenciana, se destina a la televisión pública un presupuesto de 55 millones de euros. Teniendo en cuenta que la población de esta comunidad autónoma es de aproximadamente 5 millones de personas, el coste medio de la televisión por habitante se estima en 11 euros (IVIE, 2020: 21).

En este sentido, cabe destacar los numerosos estudios que avalan que la inversión realizada por un gobierno en una radiotelevisión pública, es un retorno multiplicador para las cuentas públicas equivalente a 2,5 euros por cada euro invertido. El más reciente de estos estudios es el realizado por la consultora KPMG en 2021 sobre el impacto económico de la BBC. Esta investigación concluye que la contribución económica de la cadena británica es de 3 euros por cada euro invertido. Otro estudio similar estima que por cada euro de financiación pública que se invierte en la VRT de Flandes (Bélgica), se generan 2,51 euros. De la misma manera, la televisión pública de Irlanda TG4 estima que su efecto multiplicador duplica el valor económico de la inversión pública que recibe, generando 2'09 libras por cada libra invertida.

A escala nacional, un estudio encargado por la FORTA al equipo de investigación del catedrático de la Universidad de Santiago de Compostela, Francisco Campos Freire, asegura que el impacto de cada euro de los presupuestos de cada una de las radiotelevisiónes autonómicas sobre la economía sectorial de las industrias culturales, audiovisuales y creativas de las respectivas comunidades está cifrado en 2,5 euros.

Estos datos vienen a refrendar la necesaria mejora de la financiación de la televisión pública autonómica valenciana. El incremento presupuestario de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació tiene que verse como una inversión y no como un gasto, ya que cada euro invertido revierte de manera multiplicadora en el sector audiovisual local y las industrias culturales y creativas del territorio.

7.2. Externalización de la producción en À Punt Mèdia

No es objeto de esta tesis doctoral analizar los procedimientos de externalización de la producción en À Punt Mèdia. Sin embargo, se ha creído conveniente realizar un pequeño análisis de la situación y extraer algunas conclusiones sobre los métodos de contratación de À Punt respecto de los aplicados por Radiotelevisión Valenciana.

A continuació se expone un llistado de los programes realitzats per À Punt Mèdia en el període 2018-2022. El llistado està elaborat a partir de la informació disponible en el portal www.apuntmedia.es, en el apartat de programació a la carta.

PROGRAMA	PRODUCTORA	CAPÍTULOS	DURACIÓ ¹⁸	ESTRENO
69 raons	Saó Produccions SL	12	30	2018
A córrer	Crea Concepto Audiovisual SL	54	54	2018
Assumptes interns	Sunrise Pictures SL – El Terrat Gestiones XXI SLU	60	55	2018
Atrapa'm si pots	Valencia Imagina Televisión SL	937	55	2018
Bambant per casa	Endora Producciones SL	30	50	2018
Ciutats desaparegudes	The fly hunter SL	52	35	2018
Comediants	Valencia Imagina Televisión SL	28	50-70	2018
Cuïneres i cuiners	Nakamura Films SL	29	55	2018
El matí À Punt	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. - Lavinia producciones	299	210	2018
El xef a casa	Bon dia comunicació SL	23	30	2018
Emergents	Dacsa produccions SL	13	30	2018
Famílies	Gaia Audiovisuales SL	26	30	2018
Family Duo	Freemantle España SA	26	150	2018
Felicitat 3.0	Crea Concepto Audiovisual SL	13	30	2018
Homenatges	Valencia Imagina Televisión SL	13	40	2018
L'avenir és ara	Gran angular indústries culturals SL	6	51	2018
L'estudi	Famazing Entertainment SL	13	50	2018
La Vall	Mediterraneo Media Entertainment SL	13	50	2018
Magnífics	Microfilm 2.0 SL	13	40	2018
Parany	Pro ficció TV SL	4	60	2018
Pasava per ací	Endora Producciones SL	4	25	2018
Plaerdemavida	Ambra Projectes Culturals SL	52	50	2018
Punt docs	À Punt Media	56	30	2018
Qui es qui	Naumaquia SL	18	43	2018
Rosquilletres	Infovalència Televisión SA - Porta Gaset SL (Antàrtida produccions)	73	30	2018
Samaruc digital	Ukemotion producciones audiovisuales SL	10	45	2018
Terra Viva	BS Global TV	902	50	2018
Tot esport	Valencia Imagina Televisión SL	16	90	2018
Tot futbol	Valencia Imagina Televisión SL	57	90	2018
Trau la llengua	Homo Videns Producciones SL	88	50	2018
Una habitació pròpia	Suica Films SL	39	30	2018
Va passar ací	Buen Paso Films SL - El Balcó produccions SL	13	30	2018
València, Califòrnia	Tresdeu Coop V.	13	35	2018
Valentes	TV On producciones	13	25	2018

¹⁸ . La duració de los programes es aproximada, ya que algunas emisiones pueden variar de duración u oscilar algunos minutos más o menos.

Açò és un destarifo	Albena produccions SL	52	25	2019
Animalades	Vorariu produccions SL	48	25	2019
Cantant al cotxe	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. – Cuarzo producciones SL	104	35	2019
Cartes en joc	DLO Magnolia - Ilusion Media TV SL	46	78	2019
Civil 80	The fly hunter SL	8	27	2019
Cròniques subterrànies	La Coproductora SL	3	55	2019
Favorits	Createl SL	13	26	2019
GR7	Voramam Films SL	26	45	2019
Inoblidables	The Fly hunter SL	13	60	2019
La forastera	Nakamura Films SL - Albena Produccions SL	8	60	2019
La fossa	Bausan Films SL - Wise Blue Studios Valencia SL	4	40	2019
La gastroneta en ruta	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. - Lavinia producciones	82	30	2019
La Qüestió	À Punt Media	56	142	2019
Meridià Zero	Vortize media SL	11	48	2019
Mestres i aprenents	Odessa films SL	11	40	2019
Música de banda	À Punt Media	63	69	2019
No tenim trelat	Lapònia TV SL	39	70	2019
Tap zapping	Crea Concepto Audiovisual SL	100	30	2019
Terra de festivals	Daksa Produccions SL - Tresdeu Coop V.	6	50	2019
Terres de cinema	L'Andana Audiovisual SL - Lof Our Films Media SL	21	50	2019
Valencians al món	La Cometa TV SL - Estrela audiovisual SL	60	60	2019
A la Ventura	À Punt Media	98	112	2020
À Punt directe	Secuoya Estudios SL - Mediterraneo Media SL Entertainment SL	533	180	2020
Així dona gust	Valencia Imagina Televisión SL	63	50	2020
Al mal nom, bona cara	Producciones Televisivas Mecomlys S.L.	12	31	2020
Bona vesprada	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. – Buendia Estudios SL	345	255	2020
Cara o creu	Lola Cinema SL, Unicorn Content SL, Kikalux	8	60	2020
Celebrity school	Cuarzo Producciones SL - BS Global TV	8	140	2020
Ciutats en aïllament	Valerosa Media SL	7	20	2020
Crònica mèdica	Barret Films SL	6	50	2020
Del twist al clic	Lapònia TV SL	20	50	2020
Diumenge paella	Beniwood Producciones SL	13	28	2020
El meu lloc al món	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. – Ilusionmedia TV SL – The fly hunter SL	16	65	2020
Jo en sé més que tu	Valencia Imagina Televisión SL	36	45	2020
La memòria rescatada	Los sueños de la hormiga roja CB	11	45	2020
Loving Comunitat	Albena produccions SL - Microfilm SL	14	60	2020

Valenciana				
Quina gràcia	À Punt Media	5	86	2020
Un baló per la llibertat	Alquimistas producciones audiovisuales SL - 9de9 comunicació audiovisual	6	50	2020
València és música	Diputació de València	21	30	2020
Duel de veus	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. - Ilusionmedia TV SL -Veralia contenidos audiovisuales SLU	26	150	2021
El Premi	Valencia Imagina Televisión SL	77	45	2021
Entre bastidors	Bon dia comunicació SL - Vessmedia Films SL	8	50	2021
Filmo retrats	Makinaccion Coop V.	3	54	2021
L'hora fosca	Vorammar Films SL	12	58	2021
L'alqueria Blanca	Lola Cinema SL – Nadir Television SLU	18-15	40-60	2021
Piis Play	Valerosa Media SL	20	50	2021
Territori en concert	Lof Our Films Media SL	23	120	2021
Tot és art	Valencia Imagina Televisión SL	6	50	2021
Tresors amb història	Sunrise Pictures SL – El Terrat Gestiones XXI SLU	12	50-70	2021
Una habitació amb vistes	Nakamura Films SL - Suica Films SL	8	50	2021
Xino, xano	Microfilm 2.0 SL	12	60	2021
Zoom	Secuoya estudios SL – Video Report & BSV SL	42	60	2021
Això no és normal	Homo Videns Produccions SL - Secuoya Estudios SL	19	50	2022
Desconocidas	Lola Cinema SL – Galdo Media	13	50	2022
Després de tú	Albena produccions SL - Minoria absoluta SL	20	25	2022
En dansa	Somos nuez	8	5	2022
La maskletà	Oceánica Films SL - Fuera de serie producciones SL	8	30	2022
Mirada salvatge	Docu producciones SL	25	30	2022

Tabla 120. Relación de programas de entretenimiento y ficción externalizados por la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es

La relación anterior incluye 92 programas producidos por À Punt, bien en régimen de producción propia, bien mediante la externalización por producción asociada o externalizada. De los 92 programas, solo 5 se han producido con los medios técnicos y humanos de la cadena: “La Qüestió”, “A la ventura”, “Música de banda”, “Punt docs” y “Quina gràcia”, por lo que podríamos afirmar que la cadena está apostando por la externalización para la producción de sus contenidos de entretenimiento.

Llama la atención que una de las productoras que más contenidos produce para la nueva cadena autonómica es València Imagina Televisió SL (VITV), filial del grupo catalán Mediapro. Desde 2018, esta empresa ha

producido hasta 10 programas distintos para su emisión en À Punt. El más longevo es el concurso “Atrapa’m si pots” que se emite a diario de lunes a domingo. Se han emitido más de 900 entregas desde 2018, con una duración de 55 minutos por programa. Otro programa concurso producido por esta productora es el concurso “El Premi” que visita las empresas de la Comunidad Valenciana para invitar a sus trabajadores a participar en un concurso improvisado dentro de sus instalaciones. Se han emitido 77 capítulos desde 2021 con una duración de 45 minutos por programa. Otro concurso producido por VITV para À Punt es “Jo en sé més que tu”, concurso familiar de preguntas y respuestas para el fin de semana donde los concursantes participan por grupos para intentar conseguir la combinación de la caja fuerte. Se han emitido 36 capítulos desde 2020 con una duración de 45 minutos por programa.

VITV también es la responsable de “Així dona gust”, programa de cocina en el que dos familias siguen las recetas en directo desde sus casas y las cocinan simultáneamente. Se han emitido 63 capítulos desde 2020 con una duración de 50 minutos por programa. Esta productora también ha producido “Comediants”, programa de monólogos de humor en valenciano del que se emitieron 28 entregas en 2018 con una duración de entre 50 y 70 minutos. La filial valenciana del grupo Mediapro también ha producido el programa “Tot és art” que cuenta con el apoyo del Instituto Valenciano de Cultura (IVC). Se han emitido 6 capítulos en 2021 con una duración de 50 minutos por programa. Otro magacín cultural producido por VITV para À Punt es “Les cinc llunes”. donde los oyentes hacen un viaje sonoro por estas cinco disciplinas artísticas: el teatro, el cine, el circo, la música y la danza. Se han emitido 20 capítulos en 2021 con una duración de 52 minutos por programa.

“Homenatges” es el título de una serie documental de 13 capítulos que repasa la vida y obra de una personalidad ilustre valenciana mediante testigos y entrevistas de familiares, amigos y expertos. Se comenzó a emitir en 2018 con una duración de 40 minutos por programa. VITV también ha producido para À Punt dos programas deportivos “Tot esport” y “Tot futbol”. Del primero se han emitido 16 capítulos desde 2018 con una duración de 90 minutos por programa, mientras que del segundo se han emitido hasta 57 capítulos de 90 minutos de duración

PROGRAMA	PRODUCTORA	AÑO ESTRENO	CAPÍTULOS	DURACIÓN
Atrapa’m si pots	València Imagina Televisió SL	2018	937	55
Comediants	València Imagina Televisió SL	2018	28	50-70
El Premi	València Imagina Televisió SL	2021	77	45
Jo en sé més que tu	València Imagina Televisió SL	2020	36	45
Així dona gust	València Imagina Televisió SL	2020	63	50
Les cinc llunes	València Imagina Televisió SL	2021	20	52

Tot és art	València Imagina Televisió SL	2021	6	50
Homenatges	València Imagina Televisió SL	2018	13	40
Tot esport	València Imagina Televisió SL	2018	16	90
Tot futbol	València Imagina Televisió SL	2018	57	90

Tabla 121. Relación de programas producidos por Valencia Imagina Televisió SL para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es

Desde 2018, la productora Valencia Imagina Television (VITV), filial del grupo catalán Mediapro ha producido cerca de 70.000 minutos de programas de entretenimiento para su emisión en À Punt.

Otra productora vinculada a la catalana Mediapro que ha desembarcado en la Comunidad Valenciana para producir contenidos para la nueva televisión autonómica es El Terrat Gestiones XXI SLU (The Mediapro Studio). Esta empresa catalana en coproducción con la valenciana Sunrise Pictures SL producen para À Punt, “Tresors amb història”, un docu-soap que muestra a través de los objetos más eclécticos, cómo hemos cambiado desde principios de siglo XX hasta ahora. El Terrat junto con Sunrise pictures también coprodujeron cerca de 200 programas del info-show “Assumptes interns” emitido en 2018, 2019 y 2020.

PROGRAMA	PRODUCTORA	AÑO ESTRENO	DURACIÓN
Assumptes interns	Sunrise Pictures SL – El Terrat Gestiones XXI SLU	2018	55
Tresors amb història	Sunrise Pictures SL – El Terrat Gestiones XXI SLU	2021	50-70

Tabla 122. Relación de programas producidos por Sunrise Pictures SL i El Terrat Gestiones XXI SLU para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es

A partir de estos datos podemos afirmar que más de un 10% de la externalización de À Punt se está confiando a productoras del grupo catalán Mediapro. Algunas de ellas con domicilio social en la Comunidad Valenciana, como València Imagina Televisió SL, u otras como El Terrat Gestiones XXI SLU que producen sus programas para À Punt en régimen de coproducción con alguna empresa valenciana como es el caso de Sunrise Pictures SL.

Otra productora de confianza para À Punt es la valenciana Producciones Televisivas Mecomlys SL., que trabaja bajo la marca PT Media. Esta empresa valenciana, en coproducción con la madrileña Buendía Estudios SL son las responsables del magazine diario “Bona vesprada” que se emite cada tarde en directo en la cadena autonómica desde 2020 con una duración de 255 minutos de lunes a viernes. Buendía Estudios SL es una productora independiente de contenidos audiovisuales creada por Atresmedia y Telefonica, a través de Movistar +. Producciones Televisivas Mecomlys SL, actualmente PT Media, es

una productora domiciliada en Paterna con larga trayectoria de producción para Radiotelevisión Valenciana. No hay que olvidar que, como se destaca en el capítulo 6 de esta tesis doctoral, Producciones Televisivas Mecomlys SL, Endora Producciones SL y la alicantina Videac SA, filial del grupo madrileño Tres360, fueron las beneficiarias de la externalización por lotes realizada por Radiotelevisión Valenciana en el año 2013.

PT Media, también coproduce para À Punt el talent show “Duel de veus”. Este concurso de actuaciones musicales está coproducido junto a la empresa valenciana Illusionmedia TV SL y la productora madrileña Europroducciones del grupo Veralia Contenidos Audiovisuales SL. La cadena autonómica ha emitido dos temporadas de este *talent* show. Otro programa producido por PT Media para À Punt es el concurso “Cantant al cotxe” coproducido junto a la productora madrileña Cuarzo Producciones SL.

Además PT Media es la responsable de programas como el *docu show* “La gastroneta en ruta” que ha coproducido junto a la empresa catalana Lavinia producciones, el magazin matinal “El matí À Punt” también coproducido con este grupo catalán, o el *docu show* “El meu lloc al món” coproducido con Illusionmedia TV SL y The Fly Hunter SL.

PROGRAMA	PRODUCTORA	CAPÍTULOS	DURACIÓN
Duel de veus	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. - Illusionmedia TV SL -Veralia contenidos audiovisuales SLU	26	150
El matí À Punt	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. - Lavinia producciones	299	210
La gastroneta en ruta	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. - Lavinia producciones	82	30
Bona vesprada	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. – Buendia Estudios SL	345	255
Cantant al cotxe	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. – Cuarzo producciones SL	104	35
El meu lloc al món	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. – Illusionmedia TV SL – The fly hunter SL	16	65
Al mal nom, bona cara	Producciones Televisivas Mecomlys S.L.	12	31

Tabla 123. Relación de programas producidos por Producciones Televisivas Mecomlys S.L. para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es

De los datos anteriores se desprende que PT Media realiza la mayoría de los programas en régimen de coproducción e Illusionmedia TV es uno de sus socios habituales. Tanto Producciones Televisivas Mecomlys SL (PT Media) e Illusionmedia TV SL están directamente relacionadas con el Grupo Mecomlys que incluye empresas como Galaxia Televisión SL o Canal 7 Televalencia. Este grupo audiovisual está ubicado en la localidad valenciana de Paterna y su gerente es el empresario Ángel Raga.

La empresa valenciana Ilusionmedia TV SL también es responsable del programa “Cartes en joc”, un *reality show* en el que los gerentes de varios restaurantes compiten por obtener la mejor valoración de sus competidores. “Cartes en joc” está coproducido por la productora madrileña DLO Magnolia.

En esta estrategia de coproducción, tanto PT Media como Ilusionmedia TV SL se asocian la mayoría de las veces con empresas de fuera del territorio autonómico, abriendo así las puertas de la producción para À Punt a productoras domiciliadas en Madrid y Barcelona. Es el caso de Veralia Contenidos Audiovisuales SLU que a través de su marca Europroducciones, coproduce junto con PT Media el talent show “Duel de veus” del que ya se han emitido dos temporadas en la cadena autonómica valenciana.

PT Media también ha abierto la puerta de la producción de À Punt a la empresa madrileña Buendia Estudios SL con quien coproduce el magazine diario “Bona vesprada” del que ya se han emitido 355 entregas de casi 4 horas de duración por programa.

PT Media también ha trabajado en coproducción con el grupo catalán Lavinia para la realización del magazine “El matí À Punt” con 299 entregas y el programa de cocina “La gastroneta en ruta”.

La productora valenciana también coprodujo con la madrileña Cuarzo Producciones SL el programa “Cantant al cotxe” del que se emitieron más de 100 programas de 35 minutos de duración. No es el único programa que la madrileña Cuarzo producciones SL ha colocado en la parrilla de programación de À Punt. En 2020, esta productora también coprodujo para la cadena autonómica valenciana el concurso familiar “Celebrity school” coproducido con la empresa BS Global TV, heredera de la marca Dobledeu Producciones SL. Esta empresa valenciana también es la responsable del programa de reportajes de medio ambiente “Terra viva” que se emite a diario en el acces prime time de À Punt y que lleva emitidas más de 900 entregas.

PROGRAMA	PRODUCTORA	CAPÍTULOS	DURACIÓN
Terra Viva	BS Global TV	902	50
Celebrity school	Cuarzo Producciones SL - BS Global TV	8	140

Tabla 124. Relación de programas producidos por BS Global TV para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es

Otras productoras no domiciliadas en la Comunidad Valenciana que están produciendo formatos para À Punt son, por ejemplo, la productora internacional Freemantle a través de su filial en España. Esta empresa ha entrado en la programación de la cadena autonómica valenciana con el *talent show* “Family

Duo” del que se han emitido dos temporadas con un total de 26 capítulos de 150 minutos.

PROGRAMA	PRODUCTORA	GÉNERO	AÑO ESTRENO
Family Duo	Freemantle España SA	Talent Show	2018

Tabla 125. Relación de programas producidos por Freemantle España SA para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es

Por su parte, Secuoya Estudios SL ha coproducido tres programas para la cadena autonómica valenciana. Por un lado, coproduce con la empresa valenciana Videoreport & BSV SL el programa de reportajes de investigación “Zoom”. Pero además, la productora madrileña fue responsable de la producción del magazine “El matí À Punt”, coproducido con la productora valenciana Mediterráneo Media Entertainment SL del que se emitieron 533 entregas de 180 minutos de duración aproximada cada una de ellas. Otro programa coproducido por el grupo Secuoya Estudios SL, en este caso con la empresa valenciana Homo Videns Produccions SL, es el concurso “Això no és normal” del que ya se han emitido 19 entregas de 50 minutos de duración.

También para la producción de ficción, la cadena autonómica está contratando a productoras de fuera del territorio. Es el caso de la productora gallega Nadir Television SLU, responsable junto con Lola Cinema SL, heredera de la extinta Trivisión SL, de la exitosa serie “L’Alqueria Blanca”. En marzo de 2021, ocho años después de que se cancelara su emisión por el cierre de Radiotelevisión Valenciana, la conocida serie regresó a la pantalla gracias a la nueva televisión autonómica valenciana. El regreso de esta ficción seriada estuvo formado por 18 capítulos que se emitieron en el prime time de los domingos. En mayo de 2022 la serie ha pasado a ser de tira diaria y se emite en horario de sobremesa.

Lola Cinema SL también ha producido para À Punt 13 capítulos de la serie “Desconocidas” que coproduce con la empresa andaluza Galdo Media SL, y que en mayo de 2022 todavía no se había estrenado en la pantalla de la televisión autonómica valenciana. Además, esta productora también es la responsable del *docu soap* turístico “Cara o creu” que ha coproducido junto a la empresa madrileña Unicorn Content SL y la valenciana Kikalux.

PROGRAMA	PRODUCTORA	CAPÍTULOS	DURACIÓN
L’alqueria Blanca	Lola Cinema SL – Nadir Television SLU	235	40-60
Desconocidas	Lola Cinema SL – Galdo Media	13	50
Cara o creu	Lola Cinema SL – Unicorn Content SL - Kikalux	8	60

Tabla 126. Relación de programas producidos por Lola Cinema SL para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es

Otra productora domiciliada fuera de la Comunidad Valenciana que ha coproducido para À Punt es Porta Gaset SL que bajo la marca Antártida producciones produjo junto con la empresa valenciana Infovalencia Television SA el concurso escolar “Rosquilletres” del que se emitieron 73 capítulos de 30 minutos de duración.

Por su parte, la productora madrileña La Cometa TV SL coproduce con la productora valenciana Estrela audiovisual SL el programa “Valencians al món” del que À Punt ya ha emitido 60 espacios de 60 minutos de duración. También madrileña es la productora del programa “Cròniques subterrànies” del que se emitieron en À Punt 3 capítulos de 55 minutos de duración.

Más allá de las productoras no domiciliadas en el territorio autonómico que coproducen espacios para À Punt, son muchas las productoras valencianas que también están produciendo programas para la nueva televisión autonómica. Además de las ya mencionadas anteriormente como Producciones Televisivas Mecolys SL, Ilusionmedia TV SL, o Lola Cinema SL, la empresa The Fly Hunter SL ha producido para À Punt hasta 4 programas. Por una parte, el programa “Ciutats desaparegudes”, serie documental de 52 capítulos de 30 minutos en el que a partir de fotografías e imágenes antiguas se realiza una reflexión sobre la evolución de los entornos urbanos.

Esta empresa valenciana también ha producido para À Punt la serie documental “Civil 80”, con 8 capítulos de 27 minutos, y la serie documental “Inolvidables” con 13 capítulos de 60 minutos.

Además, ha participado en la coproducción del docu-soap “El meu lloc al món” coproducido junto a Producciones Televisivas Mecomlys SL e Ilusionmedia TV SL .

PROGRAMA	PRODUCTORA	CAPÍTULOS	DURACIÓN
Ciutats desaparegudes	The Fly hunter SL	52	30
Civil 80	The Fly hunter SL	8	27
Inolvidables	The Fly hunter SL	13	60
El meu lloc al món	Producciones Televisivas Mecomlys S.L. – Ilusionmedia TV SL – The fly hunter SL	16	65

Tabla 127. Relación de programas producidos por The Fly Hunter SL para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es

Otra productora valenciana que también está trabajando para À Punt es Homo videns producciones SL. La cadena autonómica valenciana ya ha emitido 88 entregas del programa divulgativo “Trau la llengua” de 50 minutos de duración por capítulo. Esta empresa también coproduce con el grupo Secuoya Estudios SL el concurso “Això no és normal”.

Por último, mencionar los 100 capítulos del programa “TàP Zàping” producidos por la empresa valenciana Crea Concepto Audiovisual SL para À Punt. Se trata de un programa de zàping que resume y selecciona semanalmente, en clave de humor, los contenidos de À Punt, y realiza una entrevista distendida a algún personaje de actualidad televisiva.

Cabe destacar que, À Punt, a pesar de las limitaciones presupuestarias con las que está obligada a funcionar, ha realizado en estos años una apuesta por la producción de ficción seriada de proximidad, generalmente en coproducción con otras televisiones autonómicas. A continuación se detallan las producciones de ficción seriada emitidas por À Punt en el periodo 2018-2022.

PROGRAMA	PRODUCTORA	CAPÍTULOS	DURACIÓN	ESTRENO
La vall	Mediterraneo Media Entertainment SL	13	50	2018
Parany	Pro ficció TV SL	4	60	2018
Açò és un destarifo	Albena produccions SL	52	25	2019
La forastera	Nakamura Films SL - Albena Produccions SL	8	60	2019
La fossa	Bausan Films SL - Wise Blue Studios Valencia SL	4	40	2019
Diumenge paella	Beniwood Producciones SL	13	28	2020
L'Alqueria Blanca	Lola Cinema SL – Nadir Television SLU	18-15	40-60	2021
Després de tu	Albena produccions SL - Minoria absoluta SL	20	25	2022
Desconocidas ¹⁹	Lola Cinema SL – Galdo Media	13	50	2022

Tabla 128. Producciones de ficción seriada producidas por la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es

La más longeva de las producciones realizadas ha sido la serie de sketches de humor “Açò és un destarifo” producida por Albena Produccions SL con 52 capítulos de 25 minutos. Esta empresa valenciana también es la responsable de la serie “Després de tú”, coproducida con la productora catalana Minoria Absoluta SL, de la que se han emitido 20 capítulos de 25 minutos de duración.

À Punt también confía en el saber hacer de la productora Lola Cinema SL, heredera de Trivisión SL, y responsable junto a Nadir Televisión SLU de la serie L'Alqueria Blanca. À Punt emitió en 2021 la temporada 12 de la serie formada por 18 capítulos de 60 minutos de duración emitidos semanalmente. Desde mayo de 2022 se emite la temporada 13 en tira diaria de capítulos de 40

¹⁹ . En mayo de 2022 la serie “Desconocidas” producida por Lola Cinema SL y Galdo Media SL para À Punt y Canal Sur solo se había estrenado en la televisión autonómica andaluza, y estaba pendiente de estreno en À Punt.

minutos. Esta serie comenzó a emitirse en 2007 en Radiotelevisión Valenciana producida por Trivisión SL y Nadir Televisión SLU que ya llevan producidos 235 capítulos en total.

Procedencia de las empresas que producen contenidos para À Punt por número de programas producidos

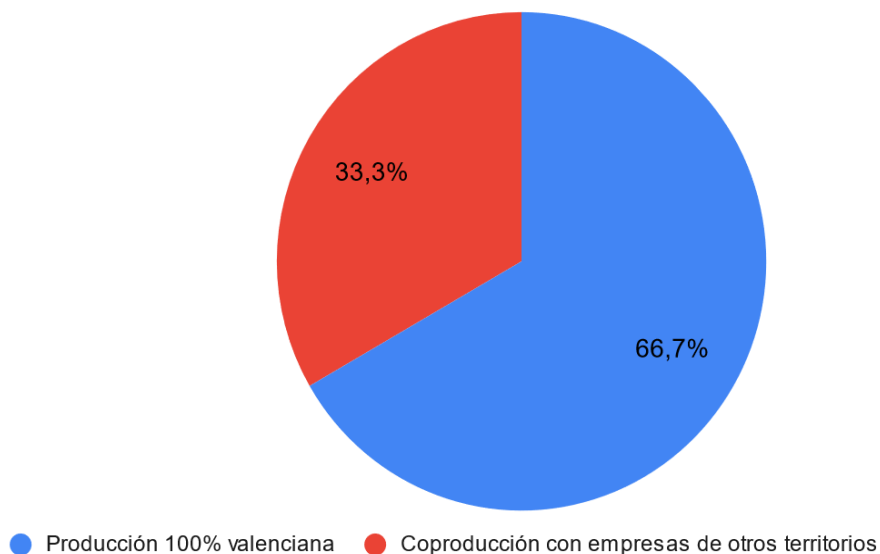


Gráfico 160. Procedencia de las empresas que producen contenidos para À Punt tomando como referencia el número de capítulos producidos por cada una de ellas.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por À Punt en la web www.apuntmedia.es

Del gráfico anterior se deduce que, aproximadamente el 67% de los programas de entretenimiento y ficción producidos por À Punt en el periodo 2018-2022 se externalizaron a productoras domiciliadas en la Comunidad Valenciana, mientras que aproximadamente un 33% fueron coproducidos por empresas valencianas junto a empresas a grupos mediáticos domiciliados fuera del territorio autonómico.

Si analizamos los datos teniendo en cuenta los minutos producidos, obtenemos un gráfico muy distinto del anterior:

Procedencia de las empresas que producen contenidos para À Punt por número de minutos producidos

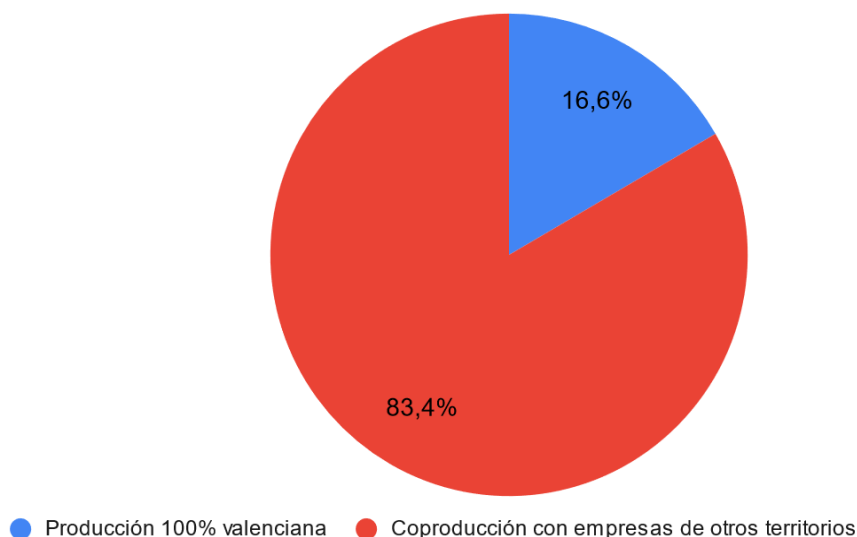


Gráfico 161. Procedencia de las empresas que producen contenidos para À Punt tomando como referencia el número de minutos producidos por cada una de ellas.
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por À Punt en la web www.apuntmedia.es

Para la elaboración del gráfico anterior se ha estimado que los minutos de ficción y entretenimiento externalizados por À Punt en el periodo de junio de 2018 a mayo de 2022 asciende a 410.000. Se trata de una cifra aproximada calculada en base a los programas publicados por À Punt en su portal web a la carta, por lo que debe tomarse como una referencia y nunca como una cifra definitiva.

Llama la atención que el gráfico que valora los minutos producidos es muy diferente al del número de programas producidos. Del gráfico se desprende que solo 17% aproximadamente de los minutos externalizados los produjeron empresas 100% valencianas, mientras que el 83% de los minutos restantes se coprodujeron en régimen de coproducción entre empresas del territorio y empresas domiciliadas fuera del territorio autonómico. Estos datos son muy diferentes a los del gráfico anterior porque los programas con mayor número de minutos producidos han sido realizados en coproducción entre empresas valencianas y empresas de otros territorios. Es el caso, por ejemplo, del magazín À Punt Directe, coproducido por el Grupo Secuoya con la valenciana Mediterráneo Media Entertainment SL, del que se emitieron unos 95.000 minutos, o el magazín diario “Bona Vesprada” coproducido por la empresa madrileña Buendía Estudios SL junto con la valenciana Producciones Televisivas Mecolys SL, del que se han emitido cerca de 90.000 minutos. En situación similar se encuentra el magazín matinal “El matí À Punt” del que se emitieron más de 50.000 minutos coproducidos por el grupo catalán Lavinia Producciones junto con la empresa valenciana Producciones Televisivas

Mecolys SL, o el programa concurso “Atrapa’m si pots” que ya supera los 50.000 minutos emitidos producidos por València Imagina Media SL, filial valenciana del grupo catalán Mediapro.

No cabe duda que la externalización de la producción de contenidos que está realizando À Punt supone una dinamización del sector audiovisual local que ha contribuido a la recuperación de puestos de trabajo y a la revitalización empresarial tras la debacle que supuso para el sector la crisis económica de 2008 y el cierre de Radiotelevisión Valenciana. Según un informe publicado en 2020 por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) el sector audiovisual valenciano estaba formado en 2019 por 780 empresas, una cifra un 5,1 % inferior al valor que alcanzó antes de la crisis en 2008 (822 empresas). La destrucción de empresas en el sector ha sido más intensa en la Comunitat Valenciana que en el resto de España (5,1 % frente al 2,7 %). (IVIE, 2020:8). Este informe asegura que hay comunidades autónomas que ya han recuperado el número de empresas audiovisuales anterior al periodo de crisis económica iniciado en 2008. Aragón, Cantabria, Asturias, Canarias y Navarra son algunos ejemplos, mientras que Madrid y Comunidad Valenciana todavía están un 5% por debajo de las cifras de 2008.

De igual manera, la apertura de À Punt, junto con la recuperación económica general, también ha supuesto una mejora en las cifras de empleo del sector audiovisual. En 2015 la cifra de ocupados llegó al mínimo con 1.085 ocupados. A partir de 2016 hubo un cambio de tendencia creciendo de forma intensa hasta 2019, donde se alcanza una cifra de 5.099 ocupados. Aun así, la cifra en 2019 era un 25 % más reducida que en 2008 (IVIE, 2020:19).

7.3. Conclusiones

Los profesionales y empresarios encuestados para la fase cualitativa de esta investigación también han opinado sobre la puesta en marcha del nuevo canal autonómico. En el siguiente gráfico podemos observar la valoración que realizan sobre el papel que À Punt está cumpliendo en la dinamización del sector audiovisual valenciano.

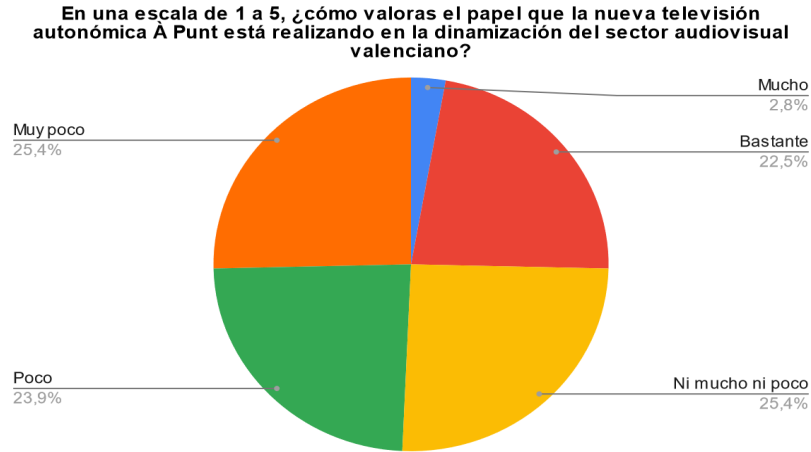


Gráfico 162. Opinión de los empresarios y profesionales consultados sobre el papel que À Punt realiza en la dinamización del sector audiovisual valenciano. Fuente: Elaboración propia

Del gráfico se desprende que un 49% de los encuestados consideran que À Punt está dinamizando poco o muy poco el sector audiovisual local, y un 25% opina que la nueva cadena autonómica valenciana no dinamiza ni mucho ni poco. Llama la atención que solo uno de cada cuatro encuestados considera que la cadena autonómica dinamiza el sector bastante o mucho, por lo que podríamos afirmar que los profesionales y empresarios del sector audiovisual valenciano no están demasiado contentos con el papel que la nueva televisión está realizando a la hora de apoyar la producción audiovisual local.

En el siguiente gráfico muestra la opinión de los profesionales y empresarios encuestados ante la pregunta: ¿Crees que À Punt está dinamizando el sector audiovisual valenciano más o menos que RTVV?

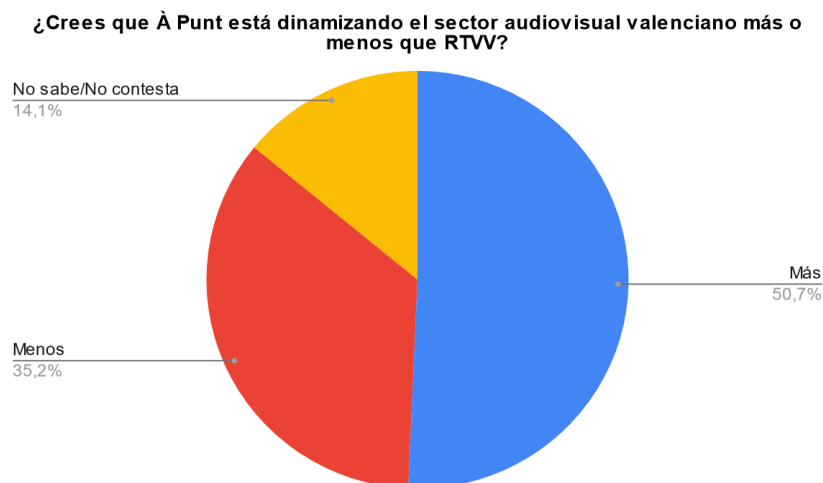


Gráfico 163. Opinión de los empresarios y profesionales consultados sobre el papel que À Punt realiza en la dinamización del sector audiovisual valenciano respecto del realizado por Radiotelevisión Valenciana. Fuente: Elaboración propia

En esta ocasión, más de la mitad de los encuestados consideran que À Punt está dinamizando el sector audiovisual valenciano más que lo hizo Radiotelevisión Valenciana, y tan solo un 35% opinan que la nueva cadena de televisión dinamiza el sector audiovisual local menos que su predecesora.

También se ha preguntado a los profesionales y empresarios del sector audiovisual si, a la hora de externalizar la producción À Punt confía en empresas valencianas o en empresas de fuera del territorio autonómico. La opinión ante esta pregunta se resume en el siguiente gráfico:

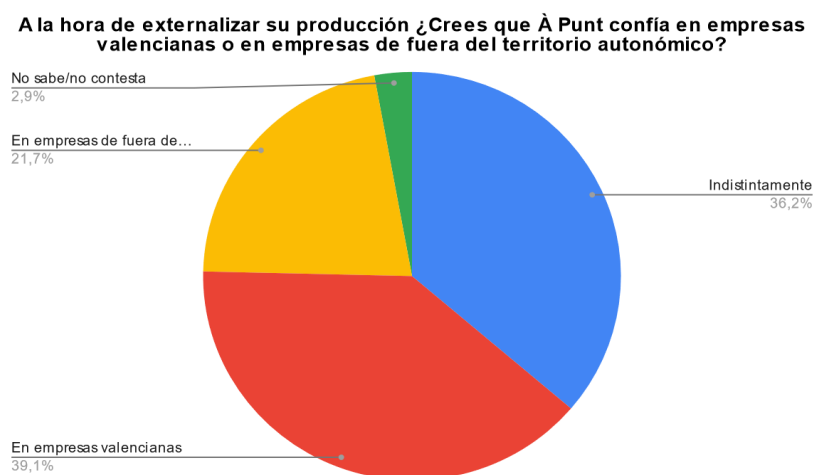


Gráfico 164. Opinión de los empresarios y profesionales consultados sobre la confianza de À Punt en las empresas audiovisuales valencianas.
Fuente: Elaboración propia

Del gráfico se desprende que casi un 40% de los encuestados opina que À Punt confía más en las empresas valencianas a la hora de externalizar su producción, y un 36% opina que la nueva cadena autonómica confía indistintamente en empresas valencianas o de fuera del territorio. Tan solo un 21% de los empresarios y profesionales participantes en la encuesta consideran que la cadena autonómica confía más en las empresas de fuera del territorio que en aquellas domiciliadas en la Comunidad Valenciana.

Los profesionales y empresarios del sector audiovisual entrevistados en la fase cualitativa de esta investigación han coincidido al explicar los procedimientos de selección de contenidos que utiliza la nueva cadena autonómica. Se pueden resumir en tres:

- Ventanilla única de presentación de proyectos. Se trata de una plataforma a través de la cual, las productoras pueden presentar sus propuestas de contenidos de manera continua. La ventanilla está permanentemente abierta y las productoras pueden acceder de manera libre aportando sus propuestas de producción de nuevos formatos. Algunos productores consultados aseguran que la cadena autonómica

tarda mucho en valorar y contestar los proyectos presentados por ventanilla única.

–Llamadas a proyectos: cuando la cadena tiene necesidad de incluir un formato concreto en su parrilla de programación, publica en la página web de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació las características del programa que quiere producir (género, duración, formato de presentación, precio por minuto, plazo de presentación de los proyectos, etc). De esta manera las productoras interesadas pueden elaborar sus proyectos basándose en las necesidades publicadas por la cadena autonómica. A estas llamadas se les denomina “cridas” y se realizan tanto para proyectos de ficción como de entretenimiento.

–Encargos a la carta. En determinadas ocasiones, la cadena encarga a una productora la producción de un formato concreto que necesita para nutrir su parrilla de programación.

En principio, la novedad en el procedimiento de selección de contenidos aplicada por À Punt, respecto a Radiotelevisió Valenciana, es la realización de llamadas a proyectos “cridas”. Este procedimiento ha sido muy bien valorado por las productoras audiovisuales porque les permite conocer las necesidades de producción de la cadena y preparar los proyectos en base a las características publicadas por la televisión autonómica. No obstante, hay productoras que manifiestan su desconfianza con el procedimiento e indican que la cadena dota de una falsa transparencia al procedimiento pero acaba contratando la producción de los programas a determinadas empresas de su confianza.

Resumiendo, a partir de los datos analizados podemos afirmar que la nueva cadena autonómica valenciana está apostando por la externalización para la producción de sus programas de entretenimiento. Muchos de estos programas se realizan en régimen de coproducción entre productoras valencianas y productoras de Madrid o Barcelona. Empresas no domiciliadas en el territorio autonómico como Mediapro, Secuoya Estudios SL, Cuarzo Producciones SL, Grupo Lavinia, Veralia Contenidos Audiovisuales SL, DIO Magnolia, Createl SL, Fremantle España SA, Buendia Estudios SL, Minoria Absoluta SL, El Terrat Gestiones XXI SLU, Nadir Television SLU, Galdo Media SL, La Cometa TV SL, Unicorn Content SL, La Coproductora SL, o Porta Gaset SL han participado de aproximadamente el 20% de las producciones externalizadas por la cadena autonómica.

Otras empresas valencianas que están recibiendo la confianza de la cadena a la hora de externalizar sus productos de entretenimiento son: Producciones Televisivas Mecomlys SL, Ilusionmedia TV SL, Lola Cinema SL, Homo Videns Producciones SL, The Fly Hunter SL, o Crea Concepto Audiovisual SL. Javier Marzal se hace eco de esta situación. El autor afirma

que se percibe cierto malestar en el sector porque grandes empresas foráneas como Secuoya y Mediapro están produciendo los programas de más duración y presupuesto de la parrilla, pero que han subcontratado a productoras valencianas para que los lleven a término, “lo que permite entrever que el camino será largo hasta que nuestras productoras sean más competitivas” (Marzal, 2018).

La cadena autonómica apuesta tímidamente por la producción de ficción de proximidad con títulos como “L’Alqueria Blanca”, producida por Lola cinema SL y Nadir Televisión SL, o “Després de tú” de Albena Produccions SL y Minoria Absoluta SL.

Los encuestados no muestran una opinión claramente favorable al papel que la nueva cadena de televisión está realizando para la dinamización del sector audiovisual local, aunque la opinión general es que À Punt confía más en las productoras locales que en las productoras de fuera del territorio.

8. CONCLUSIONES

La redacción de la presente tesis doctoral, que abarca un asunto tan poco analizado como el de la externalización de la producción en las televisiones autonómicas de España, centrado en el estudio de caso de Radiotelevisión Valenciana, ha supuesto un reto por dos motivos: la escasa documentación previa existente sobre el tema a investigar, y las dificultades de acceso a determinadas fuentes informativas necesarias para la realización de la investigación.

Radiotelevisión Valenciana, como televisión pública autonómica, es un caso singular en el panorama mediático español, ya que se trata de la única televisión pública autonómica que ha cesado sus emisiones. A nivel internacional, solo la radiotelevisión pública griega, que fue recuperada en mayo de 2014, ha sufrido una situación similar. El cierre de la cadena valenciana en noviembre de 2013, veinticuatro años después de su puesta en marcha, permite analizar la trayectoria del ente de radiotelevisión con una mirada crítica, con cierta perspectiva temporal, y basándonos en unas referencias cuantitativas estables que no van a sufrir modificaciones con el paso de los años. Las referencias cualitativas, por su parte, no han sido todo lo extensas como hubiera sido deseable, ya que a pesar del empeño del investigador en acceder a personas clave en el ámbito de estudio, han sido muchas las negativas recibidas para participar en una investigación de estas características.

No obstante, el trabajo de análisis realizado ha concluido con satisfacción permitiéndonos extraer unas conclusiones finales que completan el proceso de análisis y reflexión expuesto en los capítulos anteriores.

El marco teórico referido en los primeros capítulos de esta investigación, nos ha permitido realizar un repaso satisfactorio de los estudios e investigaciones realizados en torno a temas tan importantes para las ciencias de la comunicación como el panorama de la televisión en Europa o la situación de la televisión pública en España, y reflexionar sobre asuntos como la financiación de la televisión, la importancia de la televisión de proximidad o el papel que las cadenas regionales juegan para la dinamización de los sectores audiovisuales locales.

De igual manera, se han revisado en el marco teórico las publicaciones e investigaciones enfocadas a definir los distintos tipos de producción audiovisual

aplicados por las cadenas de televisión, tratando de establecer las diferencias entre producción ajena, producción propia, y producción propia externalizada.

Además, se han repasado los estudios relacionados con los géneros televisivos, prestando especial atención a las propuestas de clasificación de los macrogéneros de entretenimiento, ficción, informativos y deportes, así como al concepto de hibridación de géneros tan habitual en la neotelevisión.

La metodología de trabajo aplicada para la realización de esta tesis doctoral se considera adecuada para la obtención de los resultados finales. Ha sido exploratoria en su fase inicial, para pasar a un proceso más descriptivo y explicativo en las fases posteriores. Para la obtención de los datos que son objeto de análisis se han aplicado dos procedimientos, uno cuantitativo y otro cualitativo, que han reportado notables resultados. La información cuantitativa se ha obtenido a partir del análisis de la información aportada por diversas entidades públicas y privadas relacionadas directamente con el objeto de estudio como la propia Radiotelevisión Valenciana (RTVV) o algunas asociaciones profesionales y empresariales del sector audiovisual valenciano. La información cualitativa se ha obtenido mediante técnica documental, a partir de investigaciones previas relacionadas directa o indirectamente con el tema objeto de análisis, y técnica de campo mediante la realización de un formulario de preguntas de opción cerrada difundido entre los profesionales y empresarios del sector audiovisual local, así como la realización de entrevistas en profundidad a determinados profesionales y empresarios del sector audiovisual local.

Respecto a los objetivos planteados, se considera que se ha alcanzado un grado de cumplimiento satisfactorio. Esta tesis doctoral se planteaba como objetivo general analizar el papel que Radiotelevisión Valenciana desempeñó como dinamizador del sector audiovisual valenciano en sus 24 años de historia. Comprobar si la televisión autonómica, en su función de servicio público, contrató sus servicios con productoras domiciliadas en la Comunidad Valenciana o de fuera de ella, y si programó contenidos diversos y de proximidad como corresponde a una cadena de televisión de estas características.

Para llegar a obtener las conclusiones generales, se han ido alcanzando los objetivos secundarios que se indican a continuación:

- Se ha reflexionado sobre las tendencias de externalización de la producción de contenidos en las televisiones públicas.
- Se ha identificado el papel que las televisiones públicas autonómicas juegan como dinamizadores de las industrias audiovisuales locales.

- Se ha analizado el grado de presencia de los diferentes macrogéneros televisivos en la parrilla de programación de la televisión autonómica valenciana.
- Se ha comparado el grado de presencia de los diferentes macrogéneros televisivos en la parrilla de programación de Radiotelevisión Valenciana respecto de otras televisiones autonómicas y nacionales, públicas y privadas.
- Se ha estimado el volumen de programación externalizado por Radiotelevisión Valenciana a lo largo de sus 24 años de vida.
- Se ha recopilado, a modo de base documental, la producción realizada por Radiotelevisión Valenciana en colaboración con las empresas y profesionales del audiovisual local.
- Se han clasificado los distintos tipos de producciones encargadas por la cadena autonómica a las empresas audiovisuales locales
- Se ha analizado el tipo de productos audiovisuales más demandados por la televisión autonómica tanto en el ámbito de la ficción como del entretenimiento televisivo.
- Se han identificado las prácticas habituales de la cadena autonómica para la externalización de las producciones, así como los procedimientos de selección de contenidos y contratación utilizados para la confección de la parrilla de programación.
- Se ha estimado el volumen de programas externalizado con productoras domiciliadas en la Comunidad Valenciana y domiciliadas en otros territorios
- Se ha definido parcialmente el grado de presencia del idioma valenciano en la programación de Televisión Valenciana y el doblaje al valenciano de la producción ajena.
- Se han conocido las características de los procedimientos de externalización por lotes aplicados en Radiotelevisión Valenciana y en otras cadenas autonómicas, como las de Aragón o Murcia, y analizado las ventajas y desventajas de este sistema de externalización.
- Se han revisado las prácticas de clientelismo denunciadas en diversas publicaciones en relación con las externalizaciones realizadas por la cadena autonómica para la producción de diversos espacios televisivos.
- Se ha valorado la repercusión que el cierre de Radiotelevisión Valenciana tuvo en la industria audiovisual local y determinado la responsabilidad que la cadena autonómica ha tenido en la crisis del audiovisual local.
- Se ha comparado la metodología de externalización utilizada por Radiotelevisión Valenciana con la puesta en marcha por la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación a través de À Punt.

- Se ha realizado un acercamiento a los procedimientos de externalización de la producción aplicados por la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación para dotar de contenidos audiovisuales a À Punt.
- Se han trazado las líneas de actuación para un nuevo modelo de externalización de la producción en las televisiones públicas autonómicas basado en la transparencia de los procesos y la gestión de calidad como ejes de la selección de contenidos y la contratación.

8.1. Respuesta a las preguntas de investigación

Llegados a este punto, es importante verificar si la investigación realizada ha dado respuesta a las preguntas de investigación planteadas al inicio, derivadas de la pregunta general: ¿Contribuyó Radiotelevisión Valenciana en sus 24 años de vida a la dinamización del sector audiovisual valenciano independiente?.

Para trazar las conclusiones, contestaremos una a una las preguntas planteadas:

Pregunta 1. ¿Qué tendencias de producción de contenidos siguió Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013?

Tal y como se concluye en el capítulo 4 de esta tesis doctoral, Radiotelevisión Valenciana se comportó de la siguiente manera a la hora de producir los contenidos de su parrilla de programación:

- En los macrogéneros de informativos y deportes los datos son muy claros, con prácticamente un 100% de producción propia en ambos casos, una presencia testimonial de producción externalizada, e inexistencia de producción ajena.
- En el macrogénero de ficción, la producción ajena es predominante en un 91%, aunque en el gráfico de evolución se observa una tendencia creciente a la producción propia externalizada de productos de ficción, determinada por la producción de series y *TV movies* a partir de 2004, y una tendencia decreciente de la adquisición de productos de ficción en mercados nacionales e internacionales.
- Por lo que hace al entretenimiento, los datos indican que la cadena autonómica valenciana alternó la producción propia y propia externalizada de este tipo de productos. Dependiendo del tipo de formato se aplicaba un método de producción, siendo mayor la producción propia en los magazines (52,2%), programas culturales (58,9%) y *talent shows* (65,5%) y programas musicales y de variedades (80,3%), mientras que la producción externalizada fue mayoritaria en los

concursos (51,4%), programas de humor (60,7%), documentales y divulgativos (71,5%), *reality shows* (80,9%) y programas de cocina (91,2%). Cabe destacar que el 23,9% de los programas de entretenimiento se hicieron con producción propia, mientras que un 61,3% se externalizaron y en un 14,9% de los casos se recurrió a la producción asociada.

- En general, la cadena autonómica siguió pautas de externalización similares al resto de televisiones públicas autonómicas y muy parecidas a la televisión pública nacional, con práctica totalidad de producción propia de informativos y deportes, muy altos porcentajes de producción ajena en la ficción, y altos índices de producción externalizada en los programas de entretenimiento.

Pregunta 2. ¿Siguió Radiotelevisión Valenciana las tendencias de producción de contenidos de otras cadenas nacionales y autonómicas?

Tal y como se constata en el capítulo 4 de esta tesis doctoral, si tomamos como referencia los datos ofrecidos por GECA en el periodo 2002-2017, Radiotelevisión Valenciana se comportó de manera muy similar al resto de cadenas, sobre todo las autonómicas y la cadena pública nacional. La cadena pública valenciana siguió la tendencia de otras televisiones autonómicas en cuanto a producción de los distintos macrogéneros, con una apuesta clara por la producción propia de informativos y deportes. En producción de informativos, la cadena valenciana alcanza el 99% de producción propia, mientras que la media de las autonómicas es de un 86%. Hay que tener en cuenta que algunas cadenas autonómicas como Murcia, Baleares o Aragón externalizan gran parte de su producción de informativos, motivo por el que la media de producción propia de informativos en las cadenas autonómicas es inferior al de Radiotelevisión Valenciana que roza el 100%.

En materia de ficción, las cifras son similares entre Radiotelevisión Valenciana y el resto de cadenas autonómicas con un 91% de adquisición de producción ajena. Cabe destacar que, pese a esta realidad, la tendencia de todos los grupos de cadenas, incluida Radiotelevisión Valenciana, era a incrementar la producción propia externalizada de ficción, reduciendo así la producción ajena de este tipo de productos. Con ello consiguen programar ficción de proximidad que afianza y atrae a la audiencia.

Por lo que hace al macrogénero del entretenimiento, Radiotelevisión Valenciana tiene un mayor porcentaje de producción propia (53%) que la media de las cadenas autonómicas (40%). En general, las cadenas autonómicas apuestan por la externalización para la producción de entretenimiento en un 48% frente al 35% de Radiotelevisión Valenciana.

No hay que olvidar que en el caso de Radiotelevisión Valenciana, a partir de 2011 y hasta el cierre de la cadena en 2013, se observa una reducción de la producción propia de entretenimiento y ficción a favor de un incremento de la producción ajena. Este hecho viene motivado por la crisis financiera del ente autonómico que llevó a la empresa a incrementar la programación de espacios enlatados adquiridos a distribuidoras nacionales e internacionales, o a programar espacios repetidos, reduciendo así la producción propia y externalizada de este tipo de programas.

Pregunta 3. ¿Qué contenidos audiovisuales de ficción externalizó Radiotelevisión Valenciana en el periodo analizado?

Como ya se ha indicado anteriormente, los contenidos de ficción emitidos en la parrilla de Radiotelevisión Valenciana provenían principalmente de la producción ajena. No obstante lo anterior, la cadena autonómica valenciana externalizó la producción de algunos contenidos de ficción, sobre todo *TV movies*, series y miniseries.

La cadena autonómica valenciana externalizó la producción de 29 series de ficción en el periodo analizado. Las productoras que mayor número de minutos de ficción seriada produjeron para Radiotelevisión Valenciana fueron Conta Conta Producciones SL y Albena Producciones SL con 18.682 minutos de series como “Autoindefinitis”, “Maniàtics”, “Socarrats”, “Evolució”, “Per Nadal, torrons” o “Unió musical, Da Capo”. El segundo puesto de este particular ranking lo ocupan Trivisión SL y Zenit TV SA que produjeron 15.876 minutos de las series “L’Alqueria Blanca” y “Matrimonis i patrimonis”. Por su parte, Estudios Valencia Televisión SL y Zebra Producciones SA fueron las empresas encargadas de la producción de 10.339 minutos de “Negocis de família” y “Les moreres”, dos de los seriales más longevos de los producidos por Radiotelevisión Valenciana en el periodo analizado.

Respecto a las *tv movies*, se han contabilizado 48 producciones participadas por Radiotelevisión Valenciana en colaboración con empresas audiovisuales domiciliadas en el territorio autonómico. La producción de estos telefilms estuvo subvencionada por la Conselleria de Presidencia y Cultura entre los años 2006 y 2011, lo que ayudó al impulso de la producción de este género. Se considera que la producción de *TV movies* supuso un punto de apoyo para la producción de ficción cinematográfica y para la profesionalización de los técnicos y profesionales valencianos que trabajaron en este tipo de producciones.

Por último, cabe indicar que Radiotelevisión Valenciana externalizó la producción de 4 miniseries; “Martini, il valenciano” coproducida en 2006 por Indigomedia SL, Adí producciones SL y Estudios Andro SA; “Flor de mayo”,

producida por Candil Films SL en 2007; “Entre dos reinos”, producida por Trivisión SL en 2008; y “Tarancón, el último mandamiento”, producida por Nadie es perfecto PC SL en 2009. Cabe destacar que todas las empresas a las que la cadena confió la producción de miniseries estaban domiciliadas en territorio autonómico.

Pregunta 4. ¿Qué contenidos audiovisuales de entretenimiento externalizó Radiotelevisión Valenciana en el periodo analizado?

El capítulo 5 de esta Tesis doctoral ofrece con detalle el análisis de los contenidos audiovisuales externalizados por Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. De los 514 programas analizados, 128 se produjeron con el método de la producción propia, lo que representa un 25% del total. En la producción de los 386 programas restantes participó alguna empresa externa, bien con el método de la producción externalizada o de la producción asociada.

Los programas de entretenimiento que más se externalizaron fueron las series documentales y programas divulgativos. Se han contabilizado hasta 144 programas de estos géneros producidos por empresas externas para Radiotelevisión Valenciana. Las productoras Endora Producciones SL, Malvarrosa Media SL y Visual Producciones SL, son las que mayor número de este tipo de programas produjeron para Radiotelevisión Valenciana, con 10, 8 y 6 programas respectivamente. Sin embargo, si analizamos el número de capítulos producidos, son las empresas Visión 10 SL con los programas “En línia” y “Orígens”, La granota groga SL con el programa “Sambòrik” y Gabinete de comunicación global SL con las series “Àlbum”, “D’ací d’allà”, “De la A a la Z”, “Veus i músiques” i “Acció humanitària” las productoras que más capítulos de series documentales y divulgativos produjeron para la cadena.

Otro género de entretenimiento del que se externalizó la producción de muchos programas es el de los concursos. Se han contabilizado hasta 64 programas en cuya producción participaron empresas externas a Radiotelevisión Valenciana. Las productoras que más programas produjeron para Radiotelevisión Valenciana fueron Gestmusic Endemol SA y Prime Time Commucations SA, con 8 y 5 programas respectivamente. Sin embargo, si tomamos como referencia el número de capítulos producidos de cada programa, las empresas que mayor número de entregas produjeron fueron La Granota Grogga SL, con 1107 capítulos de los concursos “La pantalla de la sort” y “L’escala”, seguida de cerca por Producciones Cibeles SL con 1072 emisiones del concurso “La música es la pista”, y Gestmusic Endemol SA que produjo para Radiotelevisión Valenciana 888 capítulos de sus diferentes concursos: “Si l’encerte, l’endevine”, “Amor a primera vista”, “Crash”, “Ruina total”, “El món per un forat”, “Vil metall”, “Olé tus vídeos” y “Luna de miel”.

También se externalizaron muchos talk shows y programas de entrevistas o debate. De los 68 programas que se han clasificado en este apartado, 40 se produjeron por la fórmula de la producción externalizada o asociada, lo que representa un 59% del total de los talk shows emitidos. La productora que más programas de este género produjo para Radiotelevisión Valenciana es la andaluza Producciones 52 SL a quién la cadena encargó más de 400 entregas de títulos como “En primera persona”, “Calle vosté, parle vosté” o “Te’n records”. La cadena autonómica también confió la producción de este tipo de programas a la empresa Doble Diez Levante SL, filial del grupo madrileño Boomerang TV, que produjo 395 entregas del talk show “Queda’t amb mí” i “Queda’t amb Eduard”. No podemos olvidar en este apartado las 383 entregas producidas por la empresa madrileña Anny Producciones Audiovisuales SL del mítico programa “Tómbola”. Llama la atención que la mayoría de empresas a las que se encargó la producción de *talk shows*, y programas de entrevistas y debates tenían su sede domiciliada fuera de la Comunidad Valenciana.

Pregunta 5. ¿Qué productoras participaron en la externalización de contenidos de Radiotelevisión Valenciana?

En los capítulos 5 y 6 se detalla qué productoras participaron en la externalización de los diferentes contenidos emitidos por Radiotelevisión Valenciana. En total se han contabilizado 167 productoras que produjeron o coprodujeron alguno de los contenidos externalizados por la cadena autonómica valenciana. Como ya se ha indicado en preguntas anteriores, la mayoría de estas empresas fueron contratadas por Radiotelevisión Valenciana para la producción de programas de entretenimiento, mientras que fueron pocas las empresas encargadas de producir ficción, y muchas menos las encargadas de producir programas deportivos o informativos. Del total de empresas que participaron en la producción de programas para Radiotelevisión Valenciana, aproximadamente un 45% tenían el domicilio social fuera de la Comunidad Valenciana, mientras que cerca de un 55% estaban radicadas en el territorio autonómico.

Pregunta 6. ¿Hubo productoras valencianas o de fuera del territorio autonómico que participaron especialmente de la externalización de contenidos de Radiotelevisión Valenciana?

En el capítulo 6 de la presente tesis doctoral se responde con todo detalle esta pregunta. Hubo productoras valencianas que participaron especialmente en la producción de programas para Radiotelevisión Valenciana. La cadena autonómica confió en numerosas ocasiones en empresas del productor José Luis Forteza, como Malvarrosa Media SL y Gabinete de comunicación global SL, a las que se les encargaron hasta 27 programas de entretenimiento o ficción, entre los que destacan las 436 entregas del programa “Cor de festa” o

los 459 capítulos del espacio infantil “De la A a la Z”. Trivisión SL fue la encargada de producir hasta 17 producciones entre las que destacan las 1.043 entregas del programa “En casa de Bárbara” o los 197 capítulos de la serie “L’Alqueria Blanca”. Conta Conta Produccions SL produjo un total de 14 programas para la cadena autonómica, la mayoría de ellos eran series de ficción coproducidas con Albena Produccions SL, destacando los 284 capítulos de “Autoindefinitos” o las 132 entregas de “S’estila”. Por su parte, Endora Producciones SL realizó 14 programas para la cadena autonómica. El productor Miguel Perelló a través de sus empresas Intercartel SA e Índigomedia SL recibió hasta 12 encargos de la cadena autonómica, entre los que caben mencionar las 234 entregas del espacio “Cartell de bous” o los 96 capítulos de “De motor”. Visual Producciones SL fue la encargada de producir 9 programas. Las empresas del productor Joan Andreu, Estudios Andro SL y Videquip SA, produjeron hasta 7 programas, entre los que destacan las 231 entregas del programa “Cifesa”.

También hubo productoras de fuera del territorio autonómico que se beneficiaron de la externalización de programas realizada por Radiotelevisión Valenciana. La catalana Gestmusic Endemol SA fue la empresa domiciliada fuera del territorio autonómico valenciano que más programas produjo para la cadena, hasta un total de 20 entre los que destacan “Amor a primera vista” con 241 entregas, “Si l’encerte, l’endevine” con 421 capítulos, o “Vídeo y medio” con 351 entregas. El empresario Ángel Moreno, a través de sus productoras Producciones 52 SL y Contenidos Audiovisuales Extra TV SL, también produjo para Radiotelevisión Valenciana 20 programas, algunos tan longevos como “Tómbola” con 383 entregas, o “En primera persona” del que se emitieron 245 capítulos. Empresas como Gegacuma SL, Miramon Mendi SA y Alba Adriática SL, regentadas por el artista Jose Luis Moreno, produjeron hasta 9 programas para Radiotelevisión Valenciana, los más destacados son la serie de ficción “Planta 25” con 107 capítulos, o el programa musical “Noche sensacional” del que se emitieron 126 entregas. La empresa madrileña Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA produjo un total 12 programas para la cadena autonómica, entre los que cabe destacar “La bomba” con 170 entregas. Europroducciones TV SA produjo 7 programas entre los que destacan las 40 entregas del “Gran Prix” y las 39 entregas del programa “Hora d’impacte”. Otras importantes productoras de contenidos domiciliadas en Madrid y Barcelona como Globomedia SL, Cuarzo Producciones SL, Boomerang TV SA o Diagonal Televisión SL, también produjeron programas para Radiotelevisión Valenciana.

Pregunta 7. ¿Confió Radiotelevisión Valenciana en las empresas valencianas a la hora de externalizar sus contenidos?

Podríamos indicar que dependiendo del formato, Radiotelevisión Valenciana confió en mayor o menor medida en las empresas audiovisuales

valencianas. En materia de programas de entretenimiento, por ejemplo, a la hora de externalizar la producción de series documentales o programas divulgativos sí que confió en las empresas valencianas en aproximadamente un 75%, como también lo hizo para la producción de programas de cocina en aproximadamente un 90% de las externalizaciones, en un 95% de los magazines, o en un 90% de los programas culturales externalizados. Por contra, para la externalización de la producción de programas concurso contó en aproximadamente un 90% de las ocasiones con empresas no domiciliadas en el territorio autonómico, mientras que para la producción de *talk shows*, debates y programas de entrevistas la confianza en las empresas no valencianas fue de un 80% aproximadamente. En el caso de los *reality shows* y *talent shows* externalizados, contrató a empresas de fuera del territorio autonómico en aproximadamente un 60% de los casos, mientras que los programas musicales los produjeron en un 87% empresas no domiciliadas en la Comunidad Valenciana. En cómputos generales, podríamos afirmar que las productoras valencianas produjeron un 65% de los minutos de entretenimiento externalizados mientras que un 35% fue producido por empresas no domiciliadas en el territorio autonómico.

En materia de ficción, la producción externalizada se confió a empresas valencianas en el caso de las miniseries y de las *TV movies*. Sin embargo, a la hora de externalizar la producción de series de ficción, Radiotelevisión Valenciana confió en un 31,3% en las productoras valencianas y en un 24,1% en productoras no valencianas, mientras que un 44,6% de las series de ficción externalizadas se produjeron en régimen de coproducción entre una empresa valenciana y una no valenciana. Este alto porcentaje de la coproducción se debe a que en él están incluidos algunos de los seriales más longevos como “L’Alqueria Blanca”, “Negocis de família” o “Bon dia, bonica”, coproducidos por empresas valencianas y empresas de fuera del territorio.

Pregunta 8. ¿En qué medida dinamizó Radiotelevisión Valenciana el sector del doblaje en la Comunidad Valenciana?

La utilización del valenciano en Radiotelevisión Valenciana fue relativa, con alta presencia de la lengua autóctona en los programas de producción propia, sobre todo informativos y deportes, así como en la producción asociada y externalizada de entretenimiento y ficción, y escasa presencia del valenciano en la producción ajena, principalmente en las series y largometrajes de producción nacional y extranjera. Por tanto, se podría afirmar que Radiotelevisión Valenciana no cumplió plenamente con uno de sus principios fundacionales: posibilitar “una antigua y renovada aspiración del pueblo valenciano; la de expresarse y comunicarse en su propia lengua para lo cual, los medios de comunicación de carácter público constituyen el soporte idóneo”.

No obstante, se constata que entre 1997 y 2007 hubo una inversión

próxima a los 5 millones de euros anuales para doblaje de producciones al valenciano que se distribuyeron principalmente entre los estudios de doblaje y sonorización pertenecientes a l'Associació Valenciana d'Estudis de Doblatge i Sonorització (AVEDIS). A partir de 2005, la cadena inició un proceso de homologación de estudios que complicó las relaciones entre estas empresas de doblaje y la televisión autonómica. La crisis económica y el declive de Radiotelevisión Valenciana entre 2010 y 2013 supuso también una reducción drástica del presupuesto destinado a doblaje al valenciano. Los participantes en la fase cualitativa de la investigación coinciden en que no hubo una apuesta decidida de la cadena autonómica por el uso de la lengua autóctona.

Pregunta 9. ¿Qué procedimientos se utilizaron para la selección y contratación de los contenidos externalizados?

En la fase cualitativa de la investigación, algunos de los empresarios y profesionales entrevistados han explicado los procedimientos de selección y contratación de contenidos aplicados por Radiotelevisión Valenciana. La cadena autonómica exponía sus necesidades de contenidos a las productoras que consideraba adecuadas para la producción de determinados productos. Las productoras, por su parte, presentaban sus propuestas a la cadena autonómica de manera voluntaria, sin una llamada de proyectos por parte de la cadena. Este sistema creaba suspicacias entre las productoras que consideraban que la cadena siempre encargaba la producción de sus contenidos a las mismas empresas, por lo que era difícil entrar en la rueda de productoras “de confianza”.

Esta metodología de contratación ha cambiado en la nueva cadena autonómica valenciana, À Punt, que publica llamadas de proyectos cuando necesita propuestas concretas para un formato determinado. De esta manera las productoras interesadas pueden presentar sus proyectos ajustados a las necesidades publicadas por la cadena. A pesar de ello, las productoras continúan considerando que la nueva cadena también apuesta por sus productoras “de confianza” a la hora de adjudicar las producciones, dotando al procedimiento de selección de una “falsa” transparencia.

8.2. Confirmación de la hipótesis

Al inicio de esta tesis doctoral se planteó que la hipótesis que tenía que guiar la presente investigación era la siguiente: «Radiotelevisión Valenciana jugó un importante papel como dinamizador del sector audiovisual valenciano

independiente, pero ese papel no fue suficiente para consolidar la industria audiovisual valenciana».

Llegados a este punto debemos corroborar si la investigación realizada ha sido capaz de confirmar la hipótesis planteada. Para ello, comenzaremos por confirmar las subhipótesis definidas al inicio de la investigación:

Subhipótesis 1: Radiotelevisión Valenciana impulsó la producción de series de ficción y la producción de *TV movies* con empresas y profesionales de la Comunidad Valenciana.

Esta subhipótesis queda confirmada a partir de los datos expuestos en el capítulo 5, ya que la cadena autonómica impulsó la producción de ficción seriada y telefilms con empresas y profesionales valencianos, especialmente en el periodo 2004-2011. La cadena participó en la producción de cerca de medio centenar de *TV movies* que sirvieron para profesionalizar al sector en el ámbito de la producción de ficción. Por otra parte, algunas series como “Autoindefinitos” de Conta Conta Producciones SL y Albeno Producciones SL, “L’Alqueria Blanca” de Trivisión SL y Zenit TV SA, y “Negocis de família” de Estudios Valencia Televisión SL y Zebra Producciones SA, se mantuvieron durante varios años en la parrilla de programación de la cadena autonómica gracias al respaldo de la audiencia.

Subhipótesis 2. La cadena confió en las productoras valencianas para la producción de numerosas series documentales que se emitían principalmente en el segundo canal.

Esta subhipótesis queda confirmada. A partir de los datos expuestos en el capítulo 5, el 71,5% de las series documentales y programas divulgativos emitidos por la cadena se produjeron con la fórmula de la producción externalizada. De todas las series documentales y divulgativos externalizados, en torno al 90% los produjeron empresas domiciliadas en el territorio autonómico. Las fuentes consultadas para esta investigación han confirmado que muchas de estas producciones se emitieron en el segundo canal de la cadena autonómica, denominado Punt Dos.

Subhipótesis 3. Radiotelevisión Valenciana no confió en las productoras valencianas para la producción de programas de entretenimiento televisivo tipo concurso, divulgativo, *talk show*, *reality show*, etc.

Esta subhipótesis queda confirmada parcialmente. A partir de los datos y las conclusiones expuestas en los capítulos 5 y 6 podemos afirmar que la cadena autonómica externalizó parte de la producción de programas de entretenimiento, pero contó en muchas ocasiones con empresas

domiciliadas fuera del territorio autonómico especialmente para la producción de concursos, talk shows y programas de entrevistas y debates, programas musicales y programas de humor. No obstante, no podemos afirmar rotundamente que la cadena autonómica no confió en las productoras valencianas para este fin, porque muchos programas de entretenimiento externalizados, especialmente las series documentales y programas divulgativos, programas de cocina, magazines y programas culturales, los produjeron empresas del territorio autonómico en aproximadamente un 90% de los casos.

Subhipótesis 4. Radiotelevisión Valenciana confió en empresas domiciliadas fuera de la Comunidad Valenciana para la externalización de numerosos programas de entretenimiento.

Esta subhipótesis queda confirmada. A partir de los datos expuestos en los capítulos 5 y 6 se demuestra que la cadena autonómica contó con empresas domiciliadas fuera del territorio autonómico para la producción de numerosos programas de entretenimiento, especialmente para la producción de concursos, *talk shows* y programas de entrevistas y debates, programas musicales y programas de humor. Algunas productoras como la catalana Gestmusic Endemol SA llegaron a producir hasta 20 programas para la cadena autonómica. La andaluza Producciones 52 SL, produjo 13 programas para Radiotelevisión Valenciana entre los que se encuentran algunos tan longevos y polémicos como “Tómbola” con 383 entregas. Otras, como las empresas vinculadas al productor y artista madrileño José Luis Moreno, Alba Adriática SL, Gegacuma SL y Miramon Medi SA, también produjeron para Radiotelevisión Valenciana 9 programas, la mayoría de ellos musicales.

Subhipótesis 5. La cadena autonómica invirtió en la dinamización del sector del doblaje aunque no apostó decididamente por la difusión de producciones en valenciano.

Esta subhipótesis queda confirmada. A partir de los datos expuestos en el capítulo 5 se confirma que la cadena autonómica invirtió aproximadamente 5 millones de euros anuales entre 1997 y 2007 para este fin. Esta cantidad se distribuyó principalmente entre los estudios de doblaje y sonorización pertenecientes a l'Associació Valenciana d'Estudis de Doblatge i Sonorització (AVEDIS). La presencia del valenciano fue alta en los programas de producción propia y producción asociada y externalizada, y muy escasa en los productos de producción ajena, principalmente producciones de ficción adquiridas en mercados nacionales e internacionales. Autores, profesionales y empresarios consultados para la elaboración de esta tesis doctoral coinciden en asegurar que nunca hubo una apuesta decidida de la cadena

autonómica por la difusión de la lengua autóctona que quedaba relegada a los programas informativos y de deportes, y a la producción de entretenimiento que se emitía en el segundo canal.

Subhipótesis 6. El cierre de Radiotelevisión Valenciana derivó en el cierre de las principales empresas audiovisuales de la Comunidad Valenciana y produjo una migración de profesionales a otros territorios o a otros sectores profesionales.

Esta subhipótesis queda confirmada. A partir de los datos expuestos en el capítulo 6 se confirma que el cierre de la cadena autonómica valenciana en noviembre de 2013 supuso una debacle para el sector audiovisual local que derivó en el cierre de empresas productoras y de servicios audiovisuales, y en un crecimiento del desempleo en el sector audiovisual del territorio autonómico. Autores como Javier Marzal, María Soler, Álvaro Peris, Miquel Francés, Josep Lluís Gómez Mompert, Francesc Martínez, Toni Mollà, Rafael Xambó, Carlos López Olano o Carlos Aimeur, entre otros, han publicado estudios que demuestran esta situación. También algunas entidades públicas y privadas como Productors Audiovisuals Valencians (PAV), la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales de España (FAPAE), o el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) han publicado informes que confirman la subhipótesis.

Para concluir, y a partir de la confirmación total o parcial de las subhipótesis planteadas podemos confirmar la hipótesis principal de esta tesis doctoral: «Radiotelevisión Valenciana jugó un importante papel como dinamizador del sector audiovisual valenciano independiente, pero ese papel no fue suficiente para consolidar la industria audiovisual valenciana».

8.3. Propuestas para futuras investigaciones

A lo largo de la realización de una tesis doctoral son muchas las vías de exploración que se abren en torno al eje central de la investigación. No obstante, es importante realizar un trabajo de delimitación del objeto de estudio, y evitar que la curiosidad por continuar conociendo más y más sobre el tema nos desvíe del objetivo principal determinado al inicio del trabajo.

En el caso particular de esta tesis doctoral son muchas las puertas que se han abierto a lo largo del recorrido de la investigación, invitando al autor a ahondarse en caminos de búsqueda que tenían relación directa con la materia. Con el fin de racionalizar y agilizar el proceso de escritura de la tesis doctoral, muchas de esas propuestas terminaron rechazándose, configurando ahora

sugerencias para futuras investigaciones que a continuación pasamos a detallar:

La externalización de la producción en À Punt. En esta tesis doctoral se ha dedicado un capítulo, el número 7, a conocer de manera superficial cuáles están siendo los procedimientos de externalización en la nueva televisión autonómica valenciana. No obstante, se trata de un tema que requiere una investigación detallada, ahondando en una mayor cantidad de datos y en búsqueda de fuentes informativas fidedignas que ayuden a concretar muchos de los indicios apuntados por el autor en este capítulo de la presente investigación.

Inversión pública y fomento de la cinematografía en el audiovisual valenciano. A lo largo de la investigación han sido varias las ocasiones en que los datos recabados invitaban a ampliar la búsqueda hacia el terreno de la producción cinematográfica en el territorio autonómico. Radiotelevisión Valenciana en sus 24 años de vida invirtió en la adquisición de derechos de emisión de largometrajes producidos en la Comunidad Valenciana, generalmente subvencionados previamente por la Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana. Esta inversión, que podría entenderse como una manera de dinamizar el sector audiovisual local, no ha sido contemplada en la presente tesis doctoral porque, como ya se ha indicado anteriormente, el autor ha optado por rechazar este asunto al considerar que tiene suficiente entidad para configurar un objeto de estudio exclusivo para una futura investigación.

La producción de animación en la Comunidad Valenciana. Otro tema de estudio que se ha descartado a lo largo de la tesis doctoral ha sido el de la producción de animación en la Comunidad. La radiotelevisión pública autonómica juega un papel fundamental en la dinamización de este subsector del audiovisual local, pero se ha considerado que por la singularidad e importancia del tema, debería ser sugerida en estas líneas la realización de una futura investigación que presentara referencias y resultados amplios y suficientes para analizar como se merece un asunto de tanta relevancia para el sector audiovisual valenciano.

Indudablemente son muchos más los temas que podrían sugerirse en estas líneas, pero consideramos que estas tres propuestas están directamente relacionadas con esta tesis doctoral y su exploración contribuiría a complementar los datos, reflexiones y conclusiones aportados por el autor en la presente investigación.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

9.1. Libros, artículos y capítulos de libro

ALBORNOZ, Luis A. y CAÑEDO, A. (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.

ALONSO, Nadia (2017). Los retos de la televisión de proximidad en España ante un nuevo consumo audiovisual. En: Miquel Francés i Doménech (coord). *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa.

ÁLVAREZ MONZONCILLO, J.M. y BUSTAMANTE, E. (2000). *Una década de producción audiovisual. Radiografía del audiovisual español*. Madrid: Producción Profesional.

ARABÍ, Francesc (2019). Ciudadano Zaplana: La construcción de un régimen corrupto. Tres Cantos (Madrid). Ediciones Akal

AZURMENDI, A.; LÓPEZ, N. y MANFREDI, J. L. (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.

BIGNELL, J. (2004). *An introduction to television Studies*. London: Routledge.

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

CARRASCO CAMPOS, Ángel (2010). Teleseries: géneros y formatos. *Miguel Hernández Communication Journal*, 1, 174-200. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado el 28 de Julio de 2020 de: http://mhcj.es/2010/07/20/angel_carrasco/

COL·LECTIU RICARD BLASCO (2014): *Reset RTVV*. Benicarló: Onada Edicions.

CUBELES, X. y SANCHIS, B. (1999). La producción y difusión de documentales. Barcelona: Associació Catalana de productors cinematogràfics i audiovisuals.

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

ECO, Umberto (1990). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.

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

FRANCÉS, Miquel (2014). La producción audiovisual española ante las incertidumbres del modelo mediático”. En M. Francés, J. Gavaldá, G. Llorca y Á. Peris (coords), *La televisión de la crisis ante el abismo digital*. Barcelona: Gedisa.

FRANCÉS, Miquel (2015): Los contenidos audiovisuales en el marco de la multidifusión Digital. Nuevas rutinas productivas en la comunicación 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, Germà. (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

GARCÍA, Mónica (2015): Modelos de televisión pública en España: análisis comparado. En J. Rodríguez y Santonja (ed.), *Pasado, presente y futuro de RTVV*. Valencia: Uno y cero ediciones.

GARCÍA CASTILLEJO, Ángel (2009): Pluralidad en televisión y radio, diversidad cultural y sistemas de regulación. En Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa.

GARCÍA CASTILLEJO, Ángel (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

GÓMEZ MARTÍN, Mónica (2006). Los nuevos géneros de la neotelevisión. *Área Abierta*, nº 13, 1-8.

GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís – MARTÍNEZ GALLEGO, Francesc-Andreu (2015). *Del ERE de los 1200 al cierre de RTVV*. 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 de València, Col·lecció Aldea Global.361

GORDILLO, Inmaculada (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito, Ecuador: Editorial Quipus, CEISPAL.

GUIMERÁ, J.A. y BLASCO Gil, J.J. (2012): La formación histórica del sistema televisivo autonómico público en España (1982-2011). 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.

IZQUIERDO-CASTILLO, Jessica. (2014): La evolución del sector televisivo: un oligopolio frente a internet. *Historia y Comunicación Social*, Vol. 19, Núm. Especial Enero, 735-745.

IZQUIERDO, Jessica (2015): La televisión pública en la era digital: instrumentos y estrategias para la convergencia mediática. 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 de València, Col·lecció Aldea Global.

LANDETE CARRILERO, Margarita (2017). Música y televisión de proximidad en el entorno digital. El caso de las televisiones autonómicas en lenguas minoritarias. En: Miquel Francés i Doménech (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona, Gedisa.

LARA, F. (1995). "Series de ficción: la emoción interrumpida". En Espacio SGAE Audiovisual: Ficción televisiva: series.

LLORCA, Germán (2009). Entretenimiento y televisión pública. En: Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa

LLORCA ABAD, Germán (2015). Modelo empresarial, financiación y gestión. En J. Rodríguez y Santonja (ed.), *Pasado, presente y futuro de RTVV*. Valencia: Uno y cero ediciones.

LÓPEZ, B., RISQUETE, J. y CASTELLÓ, R. (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.

LÓPEZ OLANO, Carlos (2017). La BBC del siglo XXI: un modelo de televisión pública global que también quiere ser local. En: Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona, Gedisa.

LÓPEZ VIGIL, J. I. (2000). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito, Ecuador: AMARC. Disponible en: <http://www.radialistas.net/manual.php>. Consultada en febrero de 2020.

MARZAL, J., IZQUIERDO, J., y CASERO, A. (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, J. y SOLER, M. (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.

MARZAL FELICI, Javier (2018) *À Punt Mèdia, clarobscur en la recuperació dels mitjans de comunicació públics valencians*. Revista Saó. Disponible en: <https://revistasao.cat/a-punt-media-clarobscur-en-la-recuperacio-dels-mitjans-de-comunicacio-publics-valencians/> (Consulta: 24/05/2022)

MAS SABATÉ, Jordi (2000). Gestión privada de servicios públicos: la externalización (outsourcing) en la administración pública. Revista del V Congreso Internacional 3CLAD sobre Reforma del Estado y de la Administración Pública.

MCQUAIL, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.

MAZZIOTTI, Nora (2001). Los géneros en la televisión pública. En: Omar Rincón, *Del consumidor al ciudadano*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

MIFSUD, Vicent (2015). Prólogo. En: J. Rodríguez y Santonja (ed.), *Pasado, presente y futuro de RTVV*. Valencia, Uno y cero ediciones.

MIGUEL DE BUSTOS, J.C., y CASADO DEL RÍO, M.A. (2012). *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Editorial Gedisa.

MIGUEL DE BUSTOS, J.C., y CASADO DEL RÍO, M.A. (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.

MOLLÀ, Toni (2009). *Quina televisió pública. Amenaces i oportunitats a l'era digital*. Alzira: Bromera.

MOLLÀ, Toni (2014). *El model lingüístic dels mitjans de comunicació audiovisuals*. Disponible en: <http://tonimolla.cat/?paged=3>. (Consulta: 20/05/2020)

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, M.; GARITAONANDIA, C. y LÓPEZ, B. (Eds.). (1999). *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.

MORAGAS, M. De; PRADO, E. (2000). *La televisió pública en l'era digital*. Barcelona: Pòrtic.

MUSSO, Pierre (1991). *Régions d'Europe et Télévision*. Lille: Miroirs.

NISSEN, C. (2006). *Les médias de service public dans la société de l'information*. Estrasburgo: Consejo de Europa.

GUERIN, A. I.; MIRANDA, A.; OLIVIERI, R.; y SANTAGATA, G. (Comp.) (2013). *Pensar la televisión pública. ¿Qué modelos para América Latina?* Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

PALACIO Arranz, M. (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.

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.

PELLISSER, Nel·lo; MOLLÀ, Diego (2014). Els efectes del tancament de la Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) per al sector audiovisual del País Valencià. *Observatori de la producció audiovisual*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Disponible en: https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/23039/efectes_tancament_rtvv.pdf?sequence=1&isAllowed=y

PEÑA, J. (2013). *El nuevo modelo de televisión pública en España: riesgos y oportunidades para el cumplimiento del servicio público*. Málaga: Publicaciones y Divulgación Científica de la Universidad de Málaga.

PERIS BLANES, Álvaro (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, Álvaro (2017). La ficción en las televisiones de proximidad: imaginario colectivo, industria autóctona, y contenidos transmedia. En: Miquel Francés i Doménech (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa.

PRADO PICÓ, Emili (2004). *La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital*. Madrid: Fundación Alternativas.

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.

RINCÓN, Omar (Comp.) (2005). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.

RODRÍGUEZ, A., SILVA, A., FERNÁNDEZ, T. (2015). El impacto de la crisis económica en la CVRTG (2008-2014). En: J. Marzal Felici (ed.), *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.

RYAN, M. L. (1991). On the why, what and how of generic taxonomy. *Poetics*, vol. 10, 213.

SALÓ, G. (2003). *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona: Gedisa.

SANTOS, Jesús (2009). Medios públicos siempre necesarios ¿todavía posibles?. En: Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa.

SARABIA, I., SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. y CANO GÓMEZ, A.P. (2012). La externalización de la producción de los programas informativos en la televisión autonómica pública y su repercusión en el mercado audiovisual regional. 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.

SARABIA ANDÚGAR, I., SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. y ALONSO FERNÁNDEZ, I. (2012). La externalización como estrategia de creación del tercer canal. *Trípodos*, 29, Universidad Ramon Llull, 101-115.

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.

SOLER-CAMPILLO, M.; GALÁN-CUBILLO, E. y MARZAL-FELICI, J. (2020). El deterioro de la reputación de los profesionales de la comunicación tras la crisis del sistema mediático valenciano. *Doxa Comunicación*, 31, 41-61.

STEEMERS, Jeannette (2017). Servicio público de radiodifusión en el siglo XXI. La recuperación de la iniciativa. 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.

TORRES ESPINOZA, Gabriel (2017). Gestión de contenidos, formas de consumo y proximidad. En: Miquel Francés i Doménec (coord), *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona, Gedisa.

VIDAL BELTRÁN, José M^a (2015). Encajes y perspectivas jurídicas de la renuncia y la posible reversión de la prestación del servicio público de radiotelevisión autonómica en la Comunitat Valenciana. En: J. Rodríguez y Santonja (ed.), *Pasado, presente y futuro de RTVV*. Valencia: Uno y cero ediciones.

WILLIAMS, RAYMOND (1974). *Los medios de comunicación social*. Barcelona: Ediciones Península

WOLF, Mauro (1984). Géneros y Televisión. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, n. 9, 189-198. Disponible en: <https://ddd.uab.cat/record/33050> (Consulta: 26/08/2020).

XAMBÓ, R. (2013). RTVV: de l'esperança a la manipulació i el saqueig. *L'Espill*, núm. 43, 88-97.

ZALLO, R. (1992). *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. San Sebastián, España: Tercera Prensa-Hirugarren Prentsa.

ZALLO, R. (2010): "La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, páginas 14 a 29. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 10 de mayo de 2022 de http://www.revistalatinacs.org/10/art/880_UPV/02_Zallo.html

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

ZALLO, R. (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.

ZURBANO, M. (2005). Las regiones como sujetos de la economía global. Euskadi en la gobernanza multidimensional. *Ekonomiaz*, núm. 58, 197-231.

9.2. Tesis doctorales e Informes

ACCENTURE-FORTA. (2012). Informe sobre el papel de la Televisión Pública Autonómica en España.

ALONSO LÓPEZ, Nadia (2015). *Del broadcasting al webcasting: evolución del consumo televisivo en España desde el encendido digital*. Tesis Doctoral dirigida por Miquel Francés i Doménec. Valencia: Universitat de València.

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.

BADILLO, A. (2003). *La desregulación de la televisión local en España: el caso de Castilla y León*. Tesis doctoral dirigida por Emili Prado i Picó. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona.

BARLOVENTO COMUNICACIÓN (2022). Análisis TV: Otros usos del televisor. En www.barloventocomunicacion.com https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2022/03/OTROS-USOS-TELEVISOR_Barlovento-Comunicacion_enero-marzo-2022.pdf Última consulta: 06/07/2022

CABADA, Jean Marie (2012). *Informe sobre la distribución en línea de las obras audiovisuales en la Unión Europea*. Bruselas: Comisión de Cultura y Educación del Parlamento Europeo.

CAÑEDO, Azahara (2018). *Televisión del Principado de Asturias: dinamización y diversidad en el sector audiovisual asturiano (2005-2015)*. Tesis Doctoral dirigida por Luis Alfonso Albornoz Espiñeira. Madrid: Universidad Carlos III.

CASADO DEL RÍO, M. A. (2008). La promoción de la industria audiovisual en las comunidades autónomas españolas y en Escocia. Tesis Doctoral dirigida por Carmelo Garitaonandia Garnacho. Leioa, Vizcaya: Universidad del País Vasco.

CECUV (2015). Bases para la renovación del espacio comunicativo valenciano y la restitución del sistema público de radiotelevisión. Informe de la Comisión de Expertos en Comunicación de las Universidades Valencianas (CECUV). Recuperado el 10 de mayo de 2022 de

<https://www.teledetodos.es/images/DocumentosPDF/informe-cecuv-definitivo-cast.pdf>

FAPAE (2012). *Memoria anual 2012*. Madrid: Federación de asociaciones de productores audiovisuales de España.

FORTA y Universidad de Santiago de Compostela (2017). *Situación actual y tendencias de la radiotelevisión pública en Europa*. Santiago de Compostela: FORTA.

FERNÁNDEZ QUIJADA, David (2007). *Las industrias culturales ante el cambio digital. Propuesta metodológica y análisis de caso de la televisión en España*. Tesis doctoral dirigida por Emili Prado i Picó. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

GECA (2022). El balance GECA. Año 2021. En <https://www.geca.es/geca/informes/20220103--El%20balance%20del%20a%C3%B1o-2021.pdf> Última consulta: 06/07/2022

GUIMERA I ORTS, J. A. (2006). *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976–2005)*. Tesis doctoral dirigida por Maria Corominas i Piulats. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

GRUPO CORPORACIÓN MULTIMEDIA (2001). *El Sector Audiovisual de la Comunidad Valenciana*. Valencia: Generalitat Valenciana y Grupo Corporación Multimedia.

INSTITUTO VALENCIANO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS (IVIE) (2020). *El sector audiovisual valenciano en el contexto regional: análisis económico-financiero*. IVIE y Generalitat Valenciana. Disponible en: https://www.ivie.es/wp-content/uploads/2020/10/03_Informe_Audiovisual_edici%C3%B3n.pdf (Última consulta: 23/05/2022)

MAS, Jordi (2000). Gestión privada de servicios públicos: la externalización (outsourcing) en la administración pública. V Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Santo Domingo, Rep. Dominicana, 24 - 27 Oct. 2000

MOLLÀ I ORTS, Antoni-Josep (2006). *La televisió valenciana del segle XXI. Nous factors i noves funcions. Autodiagnòstic i anàlisi de prospectiva*. Tesis Doctoral dirigida por Rafael Xambó. València: Universitat de València.

QUÍLEZ SÁNCHEZ, Rafael (1990). *Canal 9-TVV. Por un modelo valenciano de televisión pública*. Tesis Doctoral dirigida por Enrique Bustamante Ramírez. Madrid: Universidad Complutense.

SINDICATURA DE COMPTES (2011). Informe de Fiscalización de la Cuenta General de la Generalitat del ejercicio 2010. <https://www.sindicom.gva.es/public/Attachment/2019/9/file10CVIII.pdf> Última consulta: 06/07/2022

SINDICATURA DE COMPTES (2011). Ente público Radiotelevisión Valenciana y sociedades dependientes. https://www.sindicom.gva.es/public/Attachment/2019/9/file11CVIII_RTVV.pdf Última consulta 06/07/2022

SINDICATURA DE COMPTES (2013). Grupo Radiotelevisión Valenciana. Ejercicio 2012. https://www.sindicom.gva.es/public/Attachment/2019/9/file12CVIII_RTVV.pdf Última consulta: 06/07/2022

XAMBÓ, Rafael (1996). *El sistema comunicatiu valencià*. Valencia: Universitat de València.

9.3. Legislación

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (1984). Ley 7/1984, de 4 de julio, de creación de la entidad pública RTVV y regulación de los servicios de Radiodifusión y Televisión de la Generalidad Valenciana.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2005). Resolución de 27 de julio de 2005, de la directora general de Relaciones con las Cortes y Secretariado del Gobierno de la Presidencia de la Generalitat Valenciana, por la que se dispone la publicación del Convenio de colaboración entre la Generalitat Valenciana y el Ente Público Radiotelevisión Española en materia de fomento de la comunicación y la producción audiovisual de la Comunidad Valenciana. Diari Oficial de la Generalitat Valenciana. Número 5076. 23/08/2005. Páginas 28265-28270.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2006) 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.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2006). Ley 1/2006, de 19 de abril, de la Generalitat, del Sector Audiovisual

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2006). Resolución de 3 de abril de 2006, del conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas a las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual de la Comunidad Valenciana para el fomento de la producción audiovisual valenciana a través de la realización de *tv movies*. Diari Oficial de la Generalitat Valenciana. Número 5237. 10/04/2006. Páginas 13252-13256.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2006). Resolución de 18 de julio de 2006, del conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación, por la que se adjudican ayudas a las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual de la Comunidad Valenciana para la realización de *TV movies*. Diari Oficial de la Generalitat Valenciana. Número 5308. 21/07/2006. Páginas 25891-25892.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2007). Resolución de 26 de julio de 2007, de la secretaria autonómica de Comunicación, por la que se adjudican ayudas a las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual de la Comunitat Valenciana para la realización de *Tv movies*. Diari Oficial de la Generalitat Valenciana. Número 5570. 03/08/2007. Páginas 31830-31831.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2008). Resolución de 26 noviembre de 2008, de la secretaria autonómica de Comunicación, por la que se conceden ayudas a las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual de la Comunitat Valenciana para la realización de *tv movies*. Diari Oficial de la Generalitat Valenciana. Número 5905. 02.12.2008. Páginas 89189-89190.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2010). Resolución de 28 de diciembre de 2009, de la presidenta del Instituto Valenciano del Audiovisual Ricardo Muñoz Suay, por la que se adjudican las ayudas dirigidas a las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual de la Comunitat Valenciana para el fomento de la producción audiovisual valenciana a través de la realización de películas para televisión y pilotos de serie de televisión. Diari Oficial de la Generalitat Valenciana. Número 6212. 23/02/2010. Páginas 7336-7337.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2011). Resolución de 14 de enero de 2011, de la presidenta del Instituto Valenciano del Audiovisual y de la Cinematografía Ricardo Muñoz Suay, por la que se adjudican las ayudas dirigidas a las pequeñas y medianas empresas del sector audiovisual de la Comunitat Valenciana para el fomento de la producción audiovisual valenciana a través de la realización de películas para televisión y pilotos de serie de televisión. Diari Oficial de la Generalitat Valenciana. Número 6494. 04/04/2011. Páginas 13769-13770.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2012). Resolución de 30 de enero de 2012, de la presidenta del Instituto Valenciano del Audiovisual y de la Cinematografía Ricardo Muñoz Suay, por la que se modifica el presupuesto y se adjudican las ayudas a pequeñas y medianas empresas para la producción audiovisual de contenido artístico, cultural y social. Diari Oficial de la Generalitat Valenciana. Número 6743. 28/03/2012. Páginas 8589-8590.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2015). Ley 12/2015, de 29 de diciembre, para la recuperación del servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2016). Ley 6/2016, de 15 de julio, del Servicio Público de Radiodifusión y Televisión de Ámbito Autonómico, de Titularidad de la Generalitat.

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV(2018). Ley 10/2018, de 18 de mayo, de la Generalitat, de creación del Consell del Audiovisual de la Comunitat Valenciana (CACV)

COMUNIDAD VALENCIANA. DOCV (2018). Contrato programa entre el Consell y la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació para el período 2018-2020

CONSEJO DE EUROPA (1992) Carta Europea de las lenguas minoritarias.
ESPAÑA (2006) Ley 17/2006, e 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal

ESPAÑA (2007) Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine

ESPAÑA (2010). Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

ESPAÑA. (2012). Ley 6/2012, de 1 de agosto, de modificación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, para flexibilizar los modos de gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual autonómicos.

9.4. Prensa

AIMEUR, Carlos (2014). Cómo RTVV hundió a la industria audiovisual valenciana. En Valencia Plaza 31/07/2014. <http://epoca1.valenciaplaza.com/ver/136515/como-rtvv-hundio--a-la-industria-audiovisual-valenciana.html> Última consulta: 06/07/2022

CARBONELL GÓRRIZ, Raúl (2004): Las *tv movies* son lo mejor que le ha pasado al audiovisual valenciano en muchos años. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 6. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág.26

CARBONELL GÓRRIZ, Raúl (2007): Se están abriendo algunas puertas para que la profesión se pueda asentar. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 14. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Págs. 12-13

CARBONELL GÓRRIZ, Raúl (2008): Las industrias autonómicas están bien preparadas para hacer *tv movies*. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 19. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Págs. 8-10

CEBALLOS, Zaza (2003): La incertidumbre de la puesta en marcha de la ficción en Galicia se transforma en un éxito rotundo. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 1. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas Pág.40.

COLADO, Sergio (2013): Así se trasvasan recursos públicos: los contratos millonarios de Telemadrid con El Mundo TV. En elplural.com 26/11/2013. https://www.elplural.com/politica/espana/asi-se-trasvasan-recursos-publicos-los-contratos-millonarios-de-telemadrid-con-el-mundo-tv_64614102 Última consulta: 06/07/2022

DAVID, Laura (2013): El PSPV denuncia los sueldos millonarios de Canal 9. En www.elperiodico.com 21/11/2013. <https://www.elperiodico.com/es/tele/20131121/pspv-denuncia-sueldos-millonarios-canal-9-2859269> Última consulta: 06/07/2022

EL PAÍS (1999): TVV paga 150 millones por los 17 capítulos del programa de libros del escritor Sánchez-Dragó. En elpais.es 02/08/1999. https://elpais.com/diario/1999/08/02/cvalenciana/933621480_850215.html Última consulta: 06/07/2022

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2003): Producir ficción televisiva es nuestra asignatura pendiente. En: Enfoque

Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 1. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág.12.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2003): Plantemos el sector como industria, porque las entidades financieras solo escuchan el discurso empresarial. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 1. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág.14.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2003): Más de 30 salas se dedican exclusivamente al doblaje en la Comunidad Valenciana. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 1. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Págs.28-29.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2004): Dramas, intrigas y hechos reales en las 7 *tv movies*. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 4. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág.10.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2005): Los estudios de doblaje inquietos ante la homologación. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 7. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág. 24.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2005): Satisfacción contenida tras el ciclo de *tv movies*. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 8. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág. 12.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2005): Canal 9 estrena "Negocis de Familia" después de ocho años sin producir series de ficción. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 9. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág. 12.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2006): Telefilmes valencianos en el prime time del miércoles. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 10. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág. 18.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2006): El PP aprueba en les Corts la Ley del Sector Audiovisual. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 11. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Págs. 4-5.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2007): “Les Moreres”, nueva telenovela valenciana para la sobremesa de Canal 9. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 14. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág. 13.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2008): Acuerdo histórico de financiación. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 17. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Págs. 4-6.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2008): 30 años no es nada. Número 17. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Págs. 20-21.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2008). Pasaje a la India. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 19. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Págs. 16-20.

ENFOQUE AUDIOVISUAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2009): ¿Quién es qué?. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 23. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Págs 22 a 24.

FERRER, Ana (2003): La ficción remonta el vuelo. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 1. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág. 10.

FERRER, Ana (2003): La audiencia respalda las *tv movies* valencianas. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 2. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág 12

GARRIDO, Lydia (2001): Cada programa de Julián Lago en Canal 9 cuesta a RTVV unos 25 millones de pesetas. En El País, 21/12/2001. https://elpais.com/diario/2001/12/21/cvalenciana/1008965895_850215.html Última consulta: 06/07/2022

IGUAL, Aurora (2004): *TV movies*: un formato en auge. En: Enfoque Audiovisual de la Comunidad Valenciana. Número 5. Valencia: Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas. Pág 16

PERIODISTA DIGITAL (2012): La ruina de Canal 9: las peleas políticas inflaron la plantilla y las productoras privadas hicieron negocio. En www.periodistadigital.com 17/07/2012.
<https://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/20120717/ruina-canal-9-peleas-politicas-inflaron-plantilla-productoras-privadas-hicieron-negocio-noticia-689400992312/> Última consulta: 06/07/2022

PITARCH, Sergi (2019): El 'pelotazo' de José Luis Moreno en Canal 9 que investiga el juez: los peritos concluyen que cobró 1,9 millones de más. El diario.es. https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/jose-luis-moreno-canal-sobrecoste_1_1542251.html Última consulta:06/07/2022

SORIA, Amparo (2018). Canal 9: Un agujero en las cuentas hasta 2030. En Levante-EMV de 21/09/2018. <https://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2018/09/21/canal-9-agujero-cuentas-2030-11856659.html> Última consulta: 06/07/2022

TUR, Juan E. (2013): Nueve que se lo llevaron caliente de Canal 9. En Público.es de 23/11/2013. <https://www.publico.es/actualidad/nueve-llevaron-caliente-canal.html> Última consulta:06/07/2022

XAMBÓ, Rafael (2010): Els mitjans de comunicació al País Valencià. En Arxius de sociologia. Nº. 23, 2010. https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/19381/ARXIOUS_23_01.pdf?sequence=1 Última consulta: 06/07/2022

XAMBÓ, Rafael (2013): "RTVV: de l'esperança a la manipulació i el saqueig". En: L'espill. Número 43. València: Universitat de València i Edicions Tres i Quatre. Págs 88 a 97.

ZAFRA, Ignacio (2012): Canal 9 pagó 10.325 euros al mes al locutor de la fórmula 1. En www.elpais.com 03/11/2012. https://elpais.com/ccaa/2012/11/03/valencia/1351969711_406302.html Última consulta: 06/07/2022

10. ANEXOS

10.1. Acrónimos utilizados

A continuación se enumeran los acrónimos utilizados a lo largo de la investigación y el significado de los mismos.

SIGLAS	SIGNIFICADO
RTVV	Radiotelevisión Valenciana
RTVE	Radiotelevisión Española
TVV	Televisión Valenciana
TVE	Televisión Española
ARD	<i>A'rbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen 'R'undfunkanstalten der Bundesrepublik 'D'eutschland</i> ; en español, Consorcio de instituciones públicas de radiodifusión de la República Federal de Alemania
ZDF	<i>Zweites Deutsches Fernsehen'</i> ; en español, Segunda Televisión Alemana
RTF	Radiodiffusion-Télévision Française
RAI	Radiotelevisione Italiana
EITB	Euskal Irratia Telebista
CCMA	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals
CRTVG	Corporación de Radio y Televisión de Galicia
RTVA	Radiotelevisión de Andalucía
EPRTVM	Ente Público de Radiotelevisión de Madrid
RTVC	Radiotelevisión de Canarias
RTVCM	Radiotelevisión de Castilla La Mancha
EPRTVI B	Entre Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares
CARTV	Corporación Aragonesa de Radio y Televisión

RTPA	Radiotelevisión del Principado de Asturias
CEXMA	Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales
RTRM	Radiotelevisión de la Región de Murcia
RTVCyL	Radiotelevisión de Castilla y León
NATV	Navarra Televisión
TVM	Televisión de Melilla
RTVCE	Radiotelevisión de Ceuta
TDT	Televisión Digital Terrestre
DOCV	Diari Oficial de la Comunitat Valenciana
DOGV	Diari Oficial de la Generalitat Valenciana
BOE	Boletín Oficial del Estado

10.2. Índice de tablas

Nº tabla	Contenido	Página
1	Asociaciones empresariales y profesionales participantes en la fase cualitativa de la investigación. Elaboración propia	19
2	Coste de la televisión por habitante en los países de la Unión Europea. Fuente: FORTA 2017	34
3	Evolución de la audiencia en España 2002-2019. Fuente: Noticias de la comunicación (2013), Miguel y Casado, 2015:64, y elaboración propia	43
4	Porcentaje de la producción audiovisual en cada autonomía respecto del total nacional. Fuente: Col·lectiu Ricard Blasco, 2014:124.	44
5	Listado de los entes públicos de radiotelevisión autonómica. Fuente: elaboración propia	50
6	Coste por habitante de la televisión pública en España. Fuente: Campos Freire (2012)	58
7	Presupuesto en millones de euros de los entes autonómicos de radiotelevisión en 2013. Fuente: Miguel y Casado, 2015:66	59
8	Comparativa del presupuesto en millones de euros de las radiotelevisiónes autonómicas (2013-2020). Fuente: elaboración propia	59
9	Comparativa de ingresos publicitarios entre 2005 y 2013. Cifras en millones de euros. Fuente, SGAE. Informe 2013, capítulo 3 (TV), p.62	60
10	Comparativa del porcentaje de programación por géneros entre 2002 y 2014. Fuente GECA	72
11	Distribución de contenidos para el periodo 2018-2020 en À Punt. Fuente: Contrato programa Generalitat Valenciana-CVMC	73
12	Distribución de horas anuales de programación para cada género en À Punt. Fuente: Contrato programa Generalitat Valenciana-CVMC	73
13	Relación de asociaciones profesionales y empresariales del audiovisual en la Comunidad Valenciana. Fuente: elaboración propia.	92
14	Porcentajes de producción de entretenimiento en TVE (2002-2017). Fuente: GECA.	112
15	Porcentajes de producción de ficción en TVE por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	114
16	Porcentajes de producción de informativos en TVE por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	115
17	Porcentajes de producción de deportes en TVE por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	117

18	Porcentajes de producción de entretenimiento en la cadenas privadas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	119
19	Porcentajes de producción de ficción en las cadenas privadas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	121
20	Porcentajes de producción de informativos en las cadenas privadas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	122
21	Porcentajes de producción de deportes en las cadenas privadas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	124
22	Porcentajes de producción de entretenimiento en canales TDT por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	126
23	Porcentajes de producción de ficción en canales TDT por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	128
24	Porcentajes de producción de informativos en canales TDT por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	129
25	Porcentajes de producción de deportes en canales TDT por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	131
26	Porcentajes de producción de entretenimiento en televisiones públicas autonómicas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	133
27	Porcentajes de producción de ficción en televisiones públicas autonómicas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	134
28	Porcentajes de producción de informativos en televisiones públicas autonómicas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	136
29	Porcentajes de producción de deportes en televisiones públicas autonómicas por macrogéneros (2002-2017). Fuente: GECA.	138
30	Porcentajes de producción de entretenimiento en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	140
31	Porcentajes de producción de ficción en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	142
32	Porcentajes de producción de informativos en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	144
33	Porcentajes de producción de deportes en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	145
34	Porcentajes de producción de entretenimiento en las cadenas de España (2002-2017). Fuente: GECA.	147
35	Porcentajes de producción de ficción en las cadenas de España (2002-2017). Fuente: GECA.	149
36	Porcentajes de producción de informativos en las cadenas de España	150

	(2002-2017). Fuente: GECA.	
37	Porcentajes de producción de deportes en las cadenas de España (2002-2017). Fuente: GECA.	152
38	Repercusión de la externalización de la producción en las televisiones públicas autonómicas. Informe de la Consultora Accenture para FORTA (datos de 2010). Comisión Nacional del Mercado de Telecomunicaciones, Cuentas Anuales	162
39	Evolución del gasto en producción externalizada. Fuente: elaboración propia	166
40	Porcentaje de programación por tipos de producción según macrogéneros en Canal 9. Fuente: Francés (2015:208)/GECA	167
41	Series de ficción producidas por RTVV (1989-2013). Fuente: elaboración propia	170
42	<i>TV movies</i> producidas por RTVV en el año 2003. Fuente: elaboración propia	190
43	<i>TV movies</i> producidas por RTVV en el año 2004. Fuente: elaboración propia	192
44	Audiencia obtenida por las <i>tv movies</i> emitidas en RTVV en 2005. Fuente: GECA	192
45	<i>TV movies</i> producidas por RTVV en el año 2005. Fuente: elaboración propia	193
46	<i>TV movies</i> producidas por RTVV en el año 2006. Fuente: elaboración propia	193
47	<i>TV movies</i> seleccionadas en el año 2006 y producidas por RTVV en 2007. Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 5308.	195
48	<i>TV movies</i> seleccionadas en el año 2007 y producidas por RTVV en 2008. Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 5570.	196
49	<i>TV movies</i> seleccionadas en el año 2008 y producidas por RTVV en 2009. Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 5905.	196
50	<i>TV movies</i> seleccionadas en el año 2009 y producidas por RTVV en 2010. Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 6212.	196
51	<i>TV movies</i> seleccionadas en el año 2010 y producidas por RTVV en 2011. Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 6494.	197
52	<i>TV movies</i> seleccionadas en el año 2011 y producidas por RTVV en	197

	2012. Fuente: Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, Número 6743.	
53	Inversión de la Generalitat en producción de miniseries. Fuente: Productors Audiovisuales Valencians	204
54	Listado de series documentales producidas por RTVV en el periodo 1989-2013	214
55	Listado de series documentales y divulgativos con más capítulos producidos en el periodo 1989-2013	216
56	Listado de las productoras que más series documentales produjeron para RTVV en el periodo 1989-2013	216
57	Listado de las productoras que más capítulos de series documentales produjeron para RTVV en el periodo 1989-2013	217
58	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en 1997	220
59	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 1998	220
60	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 1999	220
61	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2000	221
62	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2001	221
63	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2002	221
64	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2003	222
65	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2004	222
66	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2005	223
67	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2006	223
68	Ayudas a la producción de series documentales concedidas por la Generalitat Valenciana en el año 2007	223
69	Programas de cocina emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	227
70	Número de capítulos producidos de cada uno de los programas de cocina emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	228
71	Listado de los programas concurso emitidos por RTVV en el periodo	234

	1989-2013	
72	Listado de los programas concurso con más entregas emitidas por RTVV en el periodo 1989-2013	235
73	Listado de las productoras con más concursos producidos para RTVV en el periodo 1989-2013	236
74	Listado de las productoras y número de entregas de los concursos producidos para RTVV en el periodo 1989-2013	237
75	Listado de <i>talk shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	241
76	Número de entregas de los <i>talk shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	243
77	Número de entregas producidos por cada empresa de los <i>talk shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	244
78	Listado de programas de humor emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	248
79	Listado de productoras con más entregas de capítulos de humor producidos en el periodo 1989-2013	249
80	Listado de magazines emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	254
81	Listado de empresas con mayor número de entregas de magazines producidos para RTVV en el periodo 1989-2013	255
82	Talent shows emitidos por RTVV durante el periodo 1989-2013	260
83	Listado de empresas encargadas de la producción de talent shows para RTVV en el periodo 1989-2013 ordenadas por el número de entregas producidas por cada una de ellas.	260
84	Listado de <i>Reality shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.	265
85	Listado de empresas encargadas de la producción de <i>reality shows</i> para RTVV en el periodo 1989-2013 ordenadas por el número de entregas producidas por cada una de ellas.	266
86	Listado de programas musicales o de variedades emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.	272
87	Listado de las productoras con más programas musicales o de variedades producidos para RTVV en el periodo 1989-2013.	273
88	Listado de programas culturales emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.	278
89	Listado de las empresas que más entregas de programas culturales produjeron para RTVV en el periodo 1989-2013.	279
90	Listado de programas de difícil clasificación emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.	283

91	Número de programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 agrupados por géneros.	285
92	Listado de las empresas que mayor número de entregas produjeron para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013..	287
93	Listado de los programas informativos producidos por Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013	292
94	Listado del número de programas informativos producidos por cada empresa para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013	294
95	Listado del número de programas de deportes producidos por cada empresa para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.	299
96	Listado del número de entregas de programas de deportes producidos por cada empresa para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013.	300
97	Programas realizados por la productora Gestmusic Endemol SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	315
98	Programas realizados por las productoras Gegacuma SL, Miramon Mendi SA y Alba Adriática SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	316
99	Programas realizados por la productora Producciones 52 SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	318
100	Programas realizados por la productora Contenidos Audiovisuales Extra TV SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	319
101	Programas realizados por las productoras Minuto producciones y Producciones Cibeles para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	321
102	Programas realizados por la productora Pirtel SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	321
103	Programas realizados por la productora Canal Mundo Producciones Audiovisuales SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	322
104	Programas realizados por la productora Europroducciones TV SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	323
105	Programas realizados por la productora Prime Time Communications SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	324

106	Programas realizados por la productora Zeppelin Television SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	325
107	Programas realizados por las productoras Globomedia SL, Boomerang TV SA, Diagonal TV SA, Intereconomía Corporación SL y Cuarzo Producciones SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	326
108	Programas realizados por la productora Malvarrosa Media SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	333
109	Programas realizados por la productora Gabinete de comunicación global SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	335
110	Programas realizados por la productora Trivisión SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	336
111	Programas realizados por la productora Conta Conta Produccions SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	338
112	Programas realizados por la productora Endora Producciones SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	340
113	Programas realizados por la productora Índigomedia SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	341
114	Programas realizados por la productora Visual Producciones SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	342
115	Programas realizados por las productoras Videquip SA y Estudios Andro SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	344
116	Programas realizados por las productoras Adí producciones SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	345
117	Programas realizados por las productoras Tabarka Media SA para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	346
118	Programas realizados por las productoras La granota groga SL para Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: RTVV – elaboración propia	346
119	Aportación de la Generalitat Valenciana al presupuesto de la	376

	Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia	
120	Relación de programas de entretenimiento y ficción externalizados por la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es	380
121	Relación de programas producidos por Valencia Imagina Televisió SL para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es	382
122	Relación de programas producidos por Sunrise Pictures SL i El Terrat Gestiones XXI SLU para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es	382
123	Relación de programas producidos por Producciones Televisivas Mecomlys S.L. para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es	383
124	Relación de programas producidos por BS Global TV para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es	384
125	Relación de programas producidos por Freemantle España SA para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es	385
126	Relación de programas producidos por Lola Cinema SL para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es	385
127	Relación de programas producidos por The Fly Hunter SL para la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es	386
128	Producciones de ficción seriada producidas por la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Fuente: elaboración propia a partir de los datos publicados en la web www.apuntmedia.es	387

10.3. Índice de gráficos

Nº gráfico	Contenido	Página
1	Comparativa entre el número de participantes y el universo potencial de profesionales y empresarios a los que se ha distribuido el cuestionario	19
2	Análisis de los participantes en función de su sexo	20
3	Comparativa de los participantes según su situación laboral en febrero de 2020	20
4	Etapas en que se divide la investigación	21
5	Oferta de contenidos por géneros en España en la temporada 2011-2012. Fuente: (Prado, 2015: 55)	36
6	Porcentajes de la distribución de contenidos por macrogéneros en À Punt. Fuente: Contrato programa Generalitat Valenciana-CVMC	74
7	Evolución de la producción de entretenimiento en TVE (2002-2017). Fuente: GECA	112
8	Porcentajes en la producción de entretenimiento en TVE (2002-2017). Fuente: GECA.	113
9	Evolución de la producción de ficción en TVE (2002-2017). Fuente: GECA.	114
10	Porcentajes en la producción de ficción en TVE (2002-2017). Fuente: GECA.	115
11	Evolución de la producción de informativos en TVE (2002-2017). Fuente: GECA.	116
12	Porcentajes en la producción de informativos en TVE (2002-2017). Fuente: GECA.	116
13	Evolución de la producción de deportes en TVE (2002-2017). Fuente: GECA.	117
14	Porcentajes en la producción de deportes en TVE (2002-2017). Fuente: GECA.	118
15	Evolución de la producción de entretenimiento en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.	119
16	Porcentajes en la producción de entretenimiento en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.	120
17	Evolución de la producción de ficción en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.	121
18	Porcentajes en la producción de ficción en las cadenas privadas	122

	(2002-2017). Fuente: GECA.	
19	Evolución de la producción de informativos en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.	123
20	Porcentajes en la producción de informativos en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.	123
21	Evolución de la producción de deportes en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.	124
22	Porcentajes en la producción de deportes en las cadenas privadas (2002-2017). Fuente: GECA.	125
23	Evolución de la producción de entretenimiento en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.	126
24	Porcentajes en la producción de entretenimiento en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.	127
25	Evolución de la producción de ficción en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.	128
26	Porcentajes en la producción de ficción en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.	129
27	Evolución de la producción de informativos en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.	130
28	Porcentajes en la producción de informativos en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.	130
29	Evolución de la producción de deportes en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.	131
30	Porcentajes en la producción de deportes en los canales temáticos TDT (2002-2017). Fuente: GECA.	132
31	Evolución de la producción de entretenimiento en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.	133
32	Porcentajes en la producción de entretenimiento en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.	134
33	Evolución de la producción de ficción en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.	135
34	Porcentajes en la producción de ficción en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.	136
35	Evolución de la producción de informativos en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.	137

36	Porcentajes en la producción de informativos en las televisiones autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.	137
37	Evolución de la producción de deportes en las televisiones públicas autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.	138
38	Porcentajes en la producción de deportes en las televisiones autonómicas (2002-2017). Fuente: GECA.	139
39	Evolución de la producción de entretenimiento en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	141
40	Porcentajes en la producción de entretenimiento en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	142
41	Evolución de la producción de ficción en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	143
42	Porcentajes en la producción de ficción en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	143
43	Evolución de la producción de informativos en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	144
44	Porcentajes en la producción de informativos en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	145
45	Evolución de la producción de deportes en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	146
46	Porcentajes en la producción de deportes en Televisión Valenciana (2002-2017). Fuente: GECA.	146
47	Evolución de la producción de entretenimiento en España (2002-2017). Fuente: GECA.	147
48	Porcentajes en la producción de entretenimiento en España (2002-2017). Fuente: GECA.	148
49	Evolución de la producción de ficción en España (2002-2017). Fuente: GECA.	149
50	Porcentajes en la producción de ficción en España (2002-2017). Fuente: GECA.	150
51	Evolución de la producción de informativos en España (2002-2017). Fuente: GECA.	151
52	Porcentajes en la producción de informativos en España (2002-2017). Fuente: GECA.	151
53	Evolución de la producción de programas deportivos en España (2002-2017). Fuente: GECA.	152

54	Porcentajes en la producción de deportes en España (2002-2017). Fuente: GECA.	153
55	Comparativa de los gráficos de porcentajes de la producción de entretenimiento (2002-2017). Fuente: GECA.	154
56	Comparativa de los gráficos de porcentajes de la producción de ficción (2002-2017). Fuente: GECA.	155
57	Comparativa de los gráficos de porcentajes de la producción de informativos (2002-2017). Fuente: GECA.	156
58	Comparativa de los gráficos de porcentajes de la producción de programas deportivos (2002-2017). Fuente: GECA.	157
59	Capítulos de ficción producidos por RTVV en el período 1989-2013. Fuente: elaboración propia.	180
60	Número de series emitidas por RTVV en el período 1989-2013. Fuente: elaboración propia.	180
61	Minutos de ficción producidos de cada serie emitida por RTVV en el período 1989-2013. Fuente: elaboración propia.	181
62	Minutos de ficción producidos para RTVV por cada productora en el período 1989-2013. Fuente: elaboración propia.	182
63	Porcentaje de minutos de ficción producidos para RTVV por cada productora en el período 1989-2013. Fuente: elaboración propia.	183
64	Procedencia de las productoras encargadas de la ficción seriada en el periodo 1989-2013, tomando como variable el número de series producidas por cada una de ellas. Fuente: elaboración propia.	183
65	Procedencia de las productoras encargadas de la ficción seriada en el periodo 1989-2013, tomando como variable el número de capítulos producidos por cada una de ellas. Fuente: elaboración propia.	184
66	Procedencia de las productoras encargadas de la ficción seriada en el periodo 1989-2013, tomando como variable el número de minutos producidos por cada una de ellas. Fuente: elaboración propia.	185
67	Audiencia media de cada una de las series producidas por RTVV en el periodo 1989-2013. Fuente: elaboración propia.	186
68	Valoración del apoyo que RTVV dio a empresarios y profesionales del audiovisual valenciano para la producción de series de ficción. Fuente: elaboración propia.	187
69	Ayudas públicas a la producción de <i>tv movies</i> en la Comunidad Valenciana. Fuente: elaboración propia	198
70	Valoración del apoyo que RTVV dio a empresarios y profesionales del audiovisual valenciano para la producción de <i>tv movies</i> . Fuente: elaboración propia.	199

71	Inversión de la Generalitat en la producción de miniseries entre 1997 y 2013. Fuente: elaboración propia	204
72	Valoración del apoyo que RTVV dio a empresarios y profesionales del audiovisual valenciano para la producción de miniseries. Fuente: elaboración propia.	205
73	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de ficción. Fuente: elaboración propia	207
74	Distribución porcentual de la producción propia, asociada y externalizada de series documentales atendiendo al número de programas producidos.	214
75	Distribución porcentual de la producción propia, asociada y externalizada de series documentales atendiendo al número de capítulos producidos.	215
76	Series documentales estrenadas por RTVV cada año en el periodo 1989-2013	218
77	Series documentales emitidas por RTVV cada año en el periodo 1989-2013	219
78	Inversión de la Generalitat para la subvención de la producción de series documentales en el periodo 1989-2013	224
79	Procedencia de las productoras de series documentales y divulgativos emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 en atención al número de programas producidos por cada una de ellas	224
80	Procedencia de las productoras de series documentales y divulgativos emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 en atención al número de capítulos producidos por cada una de ellas	225
81	Valoración del apoyo que RTVV dio a empresarios y profesionales del audiovisual valenciano para la producción de series documentales y divulgativos. Fuente: elaboración propia.	226
82	Distribución porcentual de la producción propia, asociada y externalizada de programas de cocina atendiendo al número de programas producidos. Fuente: elaboración propia.	228
83	Número de programas de cocina emitidos cada año en el periodo 1989-2013	229
84	Procedencia de las productoras de los programas de cocina emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	229
85	Procedencia de las productoras de los programas de cocina emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de capítulos producidos por cada una de ellas	230
86	Procedencia de las productoras de los programas de cocina emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de minutos	231

	producidos por cada una de ellas	
87	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de programas de cocina. Fuente: elaboración propia	231
88	Tipo de producción de los programas concurso emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	234
89	Número de concursos emitidos cada año por RTVV en el periodo 1989-2013	235
90	Procedencia de las productoras de los concursos emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	237
91	Procedencia de las productoras de los concursos emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una de ellas	238
92	Procedencia de las productoras de los concursos emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de minutos producidos por cada una de ellas	238
93	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de concursos. Fuente: elaboración propia	239
94	Tipología de producción de los <i>talk show</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	242
95	Número de <i>talk shows</i> emitidos cada año el periodo 1989-2013	243
96	Procedencia de las productoras de los <i>talk shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	245
97	Procedencia de las productoras de los <i>talk shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una de ellas	245
98	Procedencia de las productoras de los <i>talk shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de minutos producidos por cada una de ellas	246
99	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de <i>talk shows</i> . Fuente: elaboración propia	246
100	Tipología de producción de los programas de humor emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	249
101	Número de programas de humor emitidos cada año durante el periodo 1989-2013	250
102	Procedencia de las productoras de programas de humor emitidos por	250

	RTVV en el periodo 1989-2013	
103	Procedencia de las productoras de programas de humor emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 en atención a los capítulos producidos por cada una de ellas.	251
104	Procedencia de las productoras de programas de humor emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 en atención a los minutos producidos por cada una de ellas.	251
105	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de programas de humor. Fuente: elaboración propia	252
106	Tipología de producción de los magazine emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	254
107	Número de magazines emitidos por RTVV cada año durante el periodo 1989-2013	256
108	Procedencia de las productoras de los magazines emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	257
109	Procedencia de las productoras de los magazines emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una de ellas	257
110	Procedencia de las productoras de los magazines emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo a los minutos producidos por cada una de ellas	258
111	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de magazines. Fuente: elaboración propia	258
112	Tipología de producción de los talent show emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	260
113	Número de talent shows emitidos por RTVV cada año en el periodo 1989-2013	261
114	Procedencia de las productoras de talent shows emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	262
115	Procedencia de las productoras de talent shows emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una de ellas.	263
116	Procedencia de las productoras de talent shows emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de minutos producidos por cada una de ellas.	263

117	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de talent shows. Fuente: elaboración propia	264
118	Tipología de la producción de <i>reality shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.	266
119	<i>Reality shows</i> emitidos por RTVV cada año durante el periodo 1989-2013.	267
120	Procedencia de las productoras encargadas de los <i>reality shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.	268
121	Procedencia de las productoras encargadas de los <i>reality shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas por cada una de ellas	268
122	Procedencia de las productoras encargadas de los <i>reality shows</i> emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo a los minutos producidos por cada una de ellas	269
123	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de reality shows. Fuente: elaboración propia	270
124	Tipología de producción de los programas musicales y de variedades emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013	273
125	Número de programas musicales y de variedades emitidos por RTVV cada año durante el periodo 1989-2013	275
126	Procedencia de las productoras de programas musicales y de variedades emitidos por RTVV	276
127	Procedencia de las productoras de programas musicales y de variedades emitidos por RTVV en atención al número de entregas producidas por cada una de ellas	276
128	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de programas musicales y de variedades. Fuente: elaboración propia	277
129	Tipología de producción de los programas culturales emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.	279
130	Número de programas culturales emitidos por RTVV cada año durante el periodo 1989-2013.	280
131	Procedencia de las productoras de programas culturales emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.	281
132	Procedencia de las productoras de programas culturales emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas	282

	producidas por cada una de ellas.	
133	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de programas culturales. Fuente: elaboración propia	282
134	Tipología de producción de los programas de entretenimiento emitido por RTVV en el periodo 1989-2013 agrupados por géneros.	285
135	Tipología de producción de los programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.	286
136	Tipología de producción de los programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de entregas producidas.	288
137	Número de programas de entretenimiento emitidos por RTVV cada año durante el periodo 1989-2013.	289
138	Procedencia de las productoras de programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013.	289
139	Procedencia de las productoras de programas de entretenimiento emitidos por RTVV en el periodo 1989-2013 atendiendo al número de capítulos producidos de cada uno de ellos.	289
140	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que RTVV realizó de la producción de entretenimiento. Fuente: elaboración propia	291
141	Producción de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana según el modo de producción. Fuente: elaboración propia	293
142	Producción de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana según el modo de producción en base a los capítulos producidos de cada programa. Fuente: elaboración propia	293
143	Producción de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana por años. Fuente: elaboración propia	295
144	Externalización de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras. Fuente: elaboración propia	296
145	Externalización de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras en base a los capítulos producidos. Fuente: elaboración propia	296
146	Externalización de programas informativos en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras en base a los minutos producidos. Fuente: elaboración propia	297
147	Opinión de los encuestados sobre el grado de externalización que	298

	RTVV realizó de los programas informativos. Fuente: elaboración propia.	
148	Producción de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana según el modo de producción. Fuente: elaboración propia	299
149	Producción de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana según el modo de producción en base a los capítulos producidos de cada programa. Fuente: elaboración propia	300
150	Producción de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana por años. Fuente: elaboración propia	301
151	Externalización de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras. Fuente: elaboración propia	302
152	Externalización de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras en base a los capítulos producidos. Fuente: elaboración propia	302
153	Externalización de programas de deportes en Radiotelevisión Valenciana según la procedencia de las productoras en base a los minutos producidos. Fuente: elaboración propia	303
154	Valoración del apoyo que RTVV dio a las empresas de doblaje y sonorización. Fuente: elaboración propia	311
155	Evolución de la inversión de Radiotelevisión Valenciana en adquisición de derechos de emisión de acontecimientos deportivos. Fuente: elaboración propia	353
156	Evolución de la plantilla de Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: elaboración propia	354
157	Evolución del presupuesto destinado a gastos de personal en Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: elaboración propia	354
158	Evolución de la audiencia de Radiotelevisión Valenciana en el periodo 1989-2013. Fuente: Carlos López Olano a partir de datos de AIMC/EGM	355
159	Evolución de la audiencia de las principales televisiones públicas autonómicas en el periodo 1997-2013. Fuente: Carlos López Olano a partir de datos de AIMC/EGM	356
160	Procedencia de las empresas que producen contenidos para À Punt tomando como referencia el número de capítulos producidos por cada una de ellas. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por À Punt en la web www.apuntmedia.es	388
161	Procedencia de las empresas que producen contenidos para À Punt tomando como referencia el número de minutos producidos por cada una de ellas. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos	389

	publicados por À Punt en la web www.apuntmedia.es	
162	Opinión de los empresarios y profesionales consultados sobre el papel que À Punt realiza en la dinamización del sector audiovisual valenciano. Fuente: Elaboración propia	391
163	Opinión de los empresarios y profesionales consultados sobre el papel que À Punt realiza en la dinamización del sector audiovisual valenciano respecto del realizado por Radiotelevisión Valenciana. Fuente: Elaboración propia	391
164	Opinión de los empresarios y profesionales consultados sobre la confianza de À Punt en las empresas audiovisuales valencianas. Fuente: Elaboración propia	392