

Plan Estratégico para la Corporación RTVE



SECCIÓN SINDICAL DE UGT EN CRTVE

ÍNDICE

Un punto de partida	4
1.- Una RTVE independiente	7
■ Autoridad Audiovisual Independiente	8
■ Para garantizar la pluralidad, objetividad e independencia.....	9
■ Reducir la presencia de políticos en los Órganos de Dirección	9
■ Consejo de Administración	9
■ Consejo de Programación y Social.....	10
■ Alta dirección de perfil profesional.....	13
■ Consejos de Informativos.....	14
2.- Una RTVE con financiación estable.....	15
3.- Una RTVE transparente.....	19
4.- Una RTVE de la ciudadanía	21
5.- Una RTVE líder en audiencia	24

6.- Una RTVE cercana	25
7.- Una RTVE capaz y creativa	26
8.- Una RTVE interactiva	27
9.- Una RTVE innovadora	29
10.- Una RTVE de futuro	31
11.- Una RTVE global	33
■ Creación de un Canal Internacional de Noticias.....	33
■ Desarrollo del Canal Internacional, aumentando su capacidad de comunicación de la Marca España	34
12.- Una RTVE coordinada	35
■ Internamente	35
■ Externamente	37
13.- Una RTVE con Carrera Profesional.....	38
14.- Una RTVE comprometida con el cine español.....	42

Un punto de partida

La radio televisión de titularidad estatal es un servicio público esencial para garantizar el derecho de la ciudadanía a la información y la comunicación, además de una herramienta imprescindible en la vida democrática.

La constante transformación del mundo, y en especial en estos últimos años en materia audiovisual, aboca a las empresas del sector a repensar sus fórmulas de trabajo para renacer, adaptando sus sistemas productivos y de distribución a un entorno acelerado y complejo.

Todas las compañías a nivel mundial, y en especial aquellas dedicadas a la producción y distribución de contenidos audiovisuales e informativos, están inmersas en una batalla de competitividad que las obliga a pivotar sobre sus áreas de I+D+i para maximizar el rendimiento de sus contenidos, producciones, sistemas de distribución, y notoriedad en el mercado.

Corporación **RTVE** no puede ser ajena a todos estos procesos y debe actuar, estando obligada por un lado, como organización empresarial a plantear estrategias que le

garanticen su supervivencia como actor relevante del mercado, y por otro como entidad pública a que dichas estrategias refuercen su papel democrático y social.

En el siguiente plan estratégico se busca una definición de qué somos y qué debemos ser, reforzando el servicio público **RTVE**, aumentando nuestra presencia en el mercado nacional y desarrollando nuestra empresa plenamente a nivel global.

Este documento sostiene que es necesario un aumento de la producción y presencia a nivel local y que el camino para ganar competitividad es que nuestros productos y contenidos puedan ser consumidos en todo el mundo, lo que nos obligará a repensar nuestra actual estrategia de acercamiento al mercado internacional.

Con ello se mejorará la sostenibilidad de **RTVE** y se garantizará el servicio público encomendado.

Para ganar competitividad no basta con ajustar los costes, hay que crear valor. No hay servicio público sin público, y ser la primera opción en información y entretenimiento es algo a lo que no podemos renunciar.

RTVE ha estado presente durante 80 años (80 con **RNE** y 60 de **TVE**) en la vida de los españoles y españolas, en su transición a la democracia y en su desarrollo y

crecimiento como moderna sociedad, cosechando muchos triunfos en audiencia a lo largo de su historia.

Generar valor económico y social es algo que a las trabajadoras y trabajadores de **RTVE** no se les ha olvidado. La calidad en nuestra programación y servicios, establecen un diferencial reconocido por la ciudadanía que nos hace servicio público. Nuestra programación debe recoger, tal y como recuerda la **UNESCO**, elementos culturales, lingüísticos y educativos de todos los sectores de la población, favoreciendo la igualdad de género, la diversidad, la interculturalidad y la equidad social. Una programación que además debe fomentar la creatividad, apostando por nuevos formatos, que vertebral el país y potencie los contenidos de cada Comunidad Autónoma, y avanzando hacia la globalización para ser referente de la comunidad hispanoparlante.

Para que el binomio **“Competitividad / Servicio Público”** se consolide, los medios públicos se deberán despolitizar, especialmente en sus informativos, ofrecer informaciones veraces y objetivas, con programas específicos que permitan abordar los temas en profundidad. Se debe asegurar, con contundencia, que prime la profesionalidad, la independencia, la pluralidad y la objetividad que se le presupone a todo servicio público de comunicación.

Un primer paso ya se ha dado, de lo que solicitamos el pasado día 21 de marzo, cuando presentamos este documento. **El congreso ha votado la vuelta al modelo**

anterior de elección de la presidencia por dos tercios de la cámara, y ello nos lleva a pensar que existe una voluntad de modificar las actuales condiciones en **RTVE** que serán fundamentales para nuestra adecuación a los nuevos tiempos.

El plan estratégico que proponemos se basa en los siguientes puntos:

1.- Una RTVE independiente

La independencia de un medio de comunicación privado siempre está cuestionada, su máximo y legítimo objetivo como empresa es obtener beneficios. **RTVE** es servicio público, y como tal su objetivo es ofrecer una visión neutral de la actualidad, contenidos para todos los grupos sociales y permitir el desarrollo de la sociedad civil en la arena democrática, de la cual es actor fundamental.

RTVE debe gozar de la mayor independencia posible con el sometimiento de sus órganos de dirección a la representación de la sociedad civil.

Para garantizar su máxima independencia y que en el sector audiovisual se cumpla con todos los requisitos que a la comunicación pública se le suponen, proponemos recuperar:

■ **Autoridad Audiovisual Independiente**

En 2005 se redactó una ley que entendemos podría permitir a **RTVE** alcanzar su máximo desarrollo como entidad pública al servicio de la ciudadanía. Se creó el CEMA, Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, que quizá por exceso de confianza de los legisladores nunca llegó a entrar en vigor. Fue sustituido por la CNMC, entidad que ha sido valiente y ha emitido informes sobre el grado de cumplimiento de la labor de Servicio Público de **RTVE**, pero que desgraciadamente no tiene competencias sancionadoras, ni sobre **RTVE** ni sobre el resto de empresas de comunicación. Para poner un ejemplo de lo escaso que resulta su poder, podemos decir que actualmente es labor del Ministerio de la Presidencia el marcar qué asuntos son considerados de Interés General, según el Art. 20.1 de la LGCA.

La finalidad del CEMA era garantizar el libre ejercicio de la comunicación audiovisual, la plena eficacia de los derechos y obligaciones establecidos en la Ley, la transparencia y el pluralismo del sector de los medios de comunicación audiovisual, y proteger la independencia e imparcialidad del sector público estatal de radio, televisión y servicios conexos e interactivos, así como el cumplimiento de la misión de servicio público que se le ha encomendado.

■ Para garantizar la pluralidad, objetividad e independencia

Una vez retomada la ley por la que la presidencia de la **Corporación RTVE** es elegida por 2/3 del Congreso, debemos continuar aplicando modificaciones estructurales para convertirnos en un referente de lo que debe ser un servicio público de comunicación. Algunas de las medidas que proponemos adoptar ya se aplican y funcionan en otros países de nuestro entorno.

■ Reducir la presencia de políticos en los Órganos de Dirección

■ Consejo de Administración

En nuestra propuesta de estructura al Consejo de Administración con la labor de control sobre la gestión de la presidencia y que debe aprobar sus nombramientos de confianza, se le añade un Consejo de Programación y Social al que le corresponden labores de control sobre los contenidos y resultados de la programación, directrices sobre nuevos contenidos y elaboración de informes, al estilo de los *Public Test Value* de la BBC, sobre nuevos desarrollos y ceses de actividades, y su efecto sobre el mercado.

Un ejemplo a seguir, sobre la composición de estos órganos, sería la televisión pública alemana ZDF, que tras una resolución del Tribunal

Constitucional de su país, ha reducido el número de representantes políticos en el máximo órgano a una tercera parte. Las dos terceras partes restantes las componen, representantes de la sociedad civil.

La paridad estará presente a la hora de elegir a todos los miembros de este organismo y demás miembros de la dirección.

■ Consejo de Programación y Social

Formado por la sociedad civil en su conjunto, se encargará de velar por la inclusión en la programación de contenidos de servicio público, supervisar la permanencia en la parrilla de los distintos productos audiovisuales de **RTVE** y valorar la realización de próximas producciones. Este Consejo deberá tener en cuenta, además de los datos de audiencia, la rentabilidad social del producto y su valor de servicio público.

Con este órgano de nueva creación tratamos de evitar lo que denuncia la Auditoría de la Intervención Delegada de Hacienda, que programas de productoras se firmen y mantengan en emisión en condiciones perjudiciales para **RTVE**, tanto en su aspecto empresarial como en el compromiso con la sociedad civil y su encomienda como servicio público.

En la composición de este órgano se atenderá a criterios profesionales, dando cabida a representantes de los distintos colectivos sociales con una menor presencia en la sociedad que aquellos que son parte del Consejo de Administración. Los profesionales de **RTVE** también participarán en este órgano mediante tres puestos, uno para **RNE**, otro para **TVE**, y otro para **RTVE Interactivos**, elegidos democráticamente entre el propio colectivo profesional. Además, proponemos la creación de espacios de reconocimiento sobre los problemas sociales a disposición del Consejo de Programación y Social, en ellos se podrán dar a conocer y ofrecer alternativas a los problemas que más preocupan a la sociedad.

Este organismo será el encargado de llevar a cabo los Test de Servicio Público, al estilo de los que desarrolla la BBC y los canales públicos alemanes.

Este test actúa como elemento de contraste para conocer los efectos que la introducción de un nuevo servicio, o su supresión, puede tener sobre la actividad de servicio público de la compañía.

Atiende a 6 consideraciones en Reino Unido que se podrían trasladar a España:

1. La medida en que el cambio afecta a los usuarios
2. Implicaciones financieras
3. Medida en que el cambio supondría una nueva área de actividad, aún no establecida
4. La duración
5. Si el cambio propuesto contribuye a los fines públicos que cumple la **CRTVE**:
 - Sostener la ciudadanía y la sociedad civil
 - Promover la educación y el aprendizaje
 - Estimular la creatividad y la excelencia de la cultura
 - Representar a las Comunidades Autónomas que componen España
6. Asegurar beneficios de las nuevas tecnologías de la comunicación siendo líder en la transición a la televisión digital

Este proceso toma en cuenta todas las posibles áreas afectadas y además cuenta con recursos como encuestas, investigaciones, previsiones de demanda y técnicas de investigaciones cualitativas y cuantitativas incluyendo análisis de los consumidores y técnicas deliberativas, análisis del mercado - interno y externo - y asesoramiento de expertos independientes.

■ Alta dirección de perfil profesional

Tomando el ejemplo de la BBC, quien ocupe la Presidencia de **RTVE** debe ser una o un profesional de reconocido prestigio que presente un proyecto propio y al que se elija por medio de una comisión. Que además, debe contar con $\frac{2}{3}$ de respaldo en el Parlamento.

La Presidencia nombrará a un equipo de alta dirección que debe contar con la aprobación del Consejo de Administración.

- Dirección General de **CRTVE**
- Secretaría General
- Dirección de **TVE**
- Dirección de **RNE**
- Dirección de **RTVE** Interactivos

Consideramos que en la actual plantilla fija de **RTVE** hay profesionales con formación y prestigio capaces de formar parte de la alta dirección. Sin embargo, son pocas las ocasiones en las que se ha confiado en el personal de **RTVE** para desempeñar estos cargos de responsabilidad, y eso es algo que debe de cambiar.

Proponemos además la creación, dada la mediocridad y desconocimiento de algunos miembros de la dirección de la normativa de funcionamiento

de la empresa, de un “curso tipo” para personal directivo, donde el temario recoja los valores derivados de la encomienda de servicio público, los compromisos sociales y, junto con el desarrollo de la estrategia y filosofía de la empresa, se homogenice la aplicación del convenio.

Este curso estará a disposición de todo el personal de **RTVE** que quiera optar a uno de estos puestos, y de entre ellos se escogerá a quienes estén mejor preparados académica y psicológicamente para ocupar los puestos que surjan en vacantes o nuevas direcciones. Que serán de conocimiento con antelación y de pública concurrencia, para aquellos trabajadores o trabajadoras que reúnan los requisitos.

Quienes actualmente desempeñen puestos de dirección, tanto fijos como contratados, dispondrán de un año para realizarlo. En caso contrario, o de no superarlo, serán cesados en el puesto y las vacantes ofertadas al personal que reúna los requisitos expuestos en el punto anterior.

■ Consejos de Informativos

En otras televisiones públicas de nuestro entorno no es habitual la destitución de la dirección con el cambio de gobierno. En cambio, en **RTVE** es un hecho habitual que daña la imagen y credibilidad de los informativos de esta casa, además de suponer un problema en el

ambiente de trabajo de las redacciones, donde se valora más el posicionamiento político que la experiencia y excelencia profesional.

Para poder contrarrestar esta práctica, proponemos dotar al **Consejo de Informativos de poder de recusación con carácter vinculante al nombramiento de la dirección de Informativos**, mediante una consulta que permita opinar a todos los miembros de la dirección de Informativos que estén directamente implicados en la producción de noticias.

2.- Una RTVE con financiación estable

El fracaso del actual sistema de financiación hace necesario un cambio de modelo que otorgue a la Corporación la capacidad de planificación estratégica que en estos momentos se le niega. La especificación de límites máximos pero no de mínimos al presupuesto de **CRTVE** ha permitido que desde el Gobierno se reduzca paulatina y constantemente la aportación, y que los partícipes aporten cantidades variables que distan mucho de los objetivos iniciales.

El caso más claro, según la CNMC, entre lo que se debería recaudar y lo que se recauda, son las aportaciones a realizar por las sociedades concesionarias y prestadoras del servicio de televisión de ámbito geográfico estatal o superior al

de una Comunidad Autónoma cuyo límite máximo fijado es del 20% para las televisiones de pago y del 15% para el resto, y que sin embargo aportan al presupuesto de **RTVE** menos de un 2 y un 5% respectivamente.

Nuestra propuesta consiste en establecer un mínimo de 1.200 millones de euros de presupuesto que **RTVE** debe recibir anualmente y actualización en base al IPC, para una adecuada planificación estratégica.

- Un mínimo del 60% del presupuesto garantizado por el Gobierno
- El 40% restante se obtendrá según la actual Ley de Financiación a excepción de su Artículo 6, que se ha demostrado claramente ineficiente.

Para compensar la supresión de estos ingresos, **RTVE** podrá acceder al mercado publicitario con limitaciones semejantes a las del modelo francés de financiación:

- Emisiones nacionales.
 - Inclusión de publicidad hasta 5 minutos por hora.
 - Sin publicidad entre las 21:00 y las 6:00
 - Patrocinio de amplio espectro.
 - Inserción publicitaria www.rtve.es

■ Emisiones Internacionales.

- Inclusión publicitaria local, por cada territorio, en los canales internacionales.
- Inclusión publicitaria en las entradas desde territorio no nacional a www.rtve.es.

■ Creación de un servicio de pago por suscripción en OTT, fuera del territorio nacional, para el visionado de canales y contenidos.

En caso de que sea capaz de generar más ingresos, estos se podrán emplear en inversiones para el desarrollo tecnológico.

La modificación de los actuales sistemas contables en dos vertientes:

1. **Eliminación de las tasas para el cálculo del coste del personal en las producciones.**

- a) Este sistema está diseñado únicamente con el propósito de justificar la externalización de servicios y trabajos para los que hay personal cualificado y disponible.
- b) Los costos se calculan dividiendo al monto total de la nómina por las horas de trabajo asignado. Lo que implica que a una menor

carga productiva, asignada por la Dirección, mayor sea el costo por hora. Como resultado, un cámara, fotógrafo o gruista, con un sueldo base de 1.224€ mes, aparezca en los informes de la Dirección con un coste de 10.640€

2. **Los ingresos comerciales derivados de los patrocinios de la programación deberán revertir en el propio programa, en la mejora del canal de emisión y en un ahorro de costos generales a partes iguales.** Y no como hasta ahora, que son un elemento que no aporta a ninguna de estas partidas, puesto que aquello que se consigue desde la Dirección Comercial se descuenta de los presupuestos de programación, es decir, no se liberan recursos para mejorar la programación y el contenido que los ha generado. Hoy por hoy sólo son utilizados como artificio contable para cuadrar presupuestos, sin que ninguno de los ingresos obtenidos repercutan ni en una mejora de la programación ni del servicio público.
3. **Se debe modificar la actual ley de financiación para permitir figuras alternativas publicitarias,** más allá del bloque publicitario, e incluir otras fórmulas, como el “product placement”, que ayudará a rebajar los costos de las producciones. Todos los contenidos que tengan cualquiera

de estas figuras serán apropiadamente identificados, con un rótulo al comienzo y tras cada interrupción, si las tuviese, del mismo.

4. Negociar una rebaja en precios de las producciones, a costa de eliminar derechos sobre su posterior comercialización, es seguir mirando a la emisión como único argumento y misión de RTVE. Debemos crecer y tener una mirada de global sobre el contenido. La emisión, en temas contables, es donde acaba la vida del proyecto, pero si pensamos a nivel global es sólo la puerta de salida. Renunciar a los posibles ingresos que se producen al venderlas a otros territorios o bajo otros formatos no tiene ningún sentido.

3.- Una RTVE transparente

RTVE debe adaptarse a los nuevos tiempos y a las peticiones de una sociedad que exige transparencia a las empresas y administraciones públicas.

En ese sentido, proponemos la creación de un portal con acceso desde **www.rtve.es** que impulse la transparencia en todos los procesos, y que permita el acceso de la ciudadanía a las cuentas de la Corporación, a los salarios de los miembros de la dirección y a los contratos, especialmente los referentes a la

externalización de servicios. Esta transparencia debe ser fijada además en auditorías que se pronuncien sobre el diferencial coste/calidad entre la producción interna y la producción externa. Estas auditorías, junto con la de la Intervención Delegada de Hacienda, deberán estar accesibles en el mismo portal para todos los ciudadanos y ciudadanas de forma simple y entendible.

La actualización de los datos será de carácter anual desde la emisión del contenido, evitando de esta manera que se filtre información sensible. Al emplearse la contabilidad analítica el nivel de detalle llegará en los gastos hasta el programa y en los ingresos por línea de negocio.

Actualmente existe una normativa para la contratación de empresas por parte de **RTVE**, normativa que es fácilmente eludible, basta con crear una nueva compañía que, por no haber tenido actividad hasta el momento, se encuentra al corriente de sus obligaciones con la Seguridad Social y Hacienda.

Debemos endurecer este control, hasta llegar a los propietarios de las empresas, de forma que ninguna persona física, con deudas con el Estado y que por ende no contribuye al bienestar social, se pueda beneficiar del dinero público.

4.- Una RTVE de la ciudadanía

El Artículo 20.3 de la Constitución señala que la ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España.

Desde UGT vamos más allá, y **contemplamos una reforma de la Constitución Española para blindar el derecho fundamental a una información plural para la ciudadanía.** El Convenio Europeo de Derechos Humanos recoge la necesidad de salvaguardar la independencia de la radiodifusión pública por su carácter informativo fiable, primordial y garante de la participación ciudadana; y la Unión Europea le concede dimensión constitucional al incluirla en el Protocolo de Ámsterdam, anexo al Tratado de la Unión, por su estrecha vinculación con la protección de las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad y la preservación del pluralismo en los sistemas mediáticos.

Proponemos reformar la Carta Magna para que se asegure la posibilidad de comunicación de todos los intereses sociales y a todos receptores, la oportunidad de informarse de forma objetiva y, por tanto, de formar libremente su opinión.

En ese sentido proponemos una especial protección sobre aquellas leyes que garanticen la veracidad e independencia de los medios públicos.

UGT plantea que, al igual que ocurre con la televisión pública alemana, sea reconocida como «institución de derecho público» porque **RTVE no hace un servicio público, sino que en sí misma es un servicio público, y como tal requiere una especial protección por parte del legislador.**

Por otro lado, en cumplimiento al Derecho de Acceso, **RTVE** debe establecer mecanismos reales para asegurar en su programación la expresión de la **pluralidad social, ideológica y cultural** de la sociedad española. Estos mecanismos deberán salvaguardar además **el compromiso de la igualdad de género tanto en la representación como en los contenidos.**

El compromiso con la igualdad de **RTVE** tiene que ser firme y eficaz, y para ello es necesario recogerlo en un **plan de acción** dotado de recursos suficientes que garantice la integración de la igualdad, tanto en los contenidos como en el funcionamiento de la **CRTVE** y la gestión de sus recursos humanos. Un compromiso que deber incluir la paridad, la visibilidad de las mujeres y la contribución a la sensibilización en igualdad y la prevención de la violencia de género.

En este sentido proponemos la creación de un **Observatorio para la Igualdad** en el seno de la Corporación de RTVE que entre otras cosas sirva de órgano de interlocución y de espacio de puesta en común en materia de igualdad entre mujeres y hombres en el ámbito de la RTVE. Estaría formado por las diferentes direcciones y medios de RTVE, incluyendo el departamento de recursos humanos y el de RSC y la defensoría de la audiencia. Además, debería contar con la participación de los sindicatos más representativos de la corporación y con la participación de sociedad civil especializada en materia de igualdad.

RTVE debe ser un reflejo de la diversidad nacional y un catalizador de cambios que ofrezca un escenario democrático de discusión y conocimiento de alternativas organizacionales en materia económica y social. **Porque RTVE es de la sociedad en su conjunto, debe incrementarse la participación ciudadana.**

- **Personalizar los contenidos mediante cuentas de usuario**, de forma que se puedan ofrecer recomendaciones personalizadas de contenido y poder utilizar las estadísticas sobre consumos para nuevos contenidos y formatos. Esta información cumplirá con la LOPD y las estadísticas serán compartidas en la Corporación y con el Consejo de Programación y Social que las utilizará como datos fuente en sus decisiones.

- Fomentar una **presencia equilibrada de las mujeres en los contenidos** de la programación y la contribución a la difusión de una imagen pública de las mujeres exenta de estereotipos sexistas

- **Incentivar la participación ciudadana** creando espacios de expresión y contenidos para las diversas realidades sociales con fórmulas inclusivas para las minorías. Proponemos la creación de espacios que reflejen la diversidad de los habitantes de este país. Actualmente, hay 4,9 millones de personas extranjeras con tarjeta o certificado de residencia en vigor, según los datos del Observatorio Permanente de la Inmigración. Prácticamente un 10% de la población del país, y sin ningún reflejo en la programación de su Televisión Pública.

5.- Una RTVE líder en audiencia

Para recuperar la audiencia de **RTVE** es necesario recuperar la credibilidad de la sociedad ofreciendo una información veraz y una programación de calidad.

Si tomamos en consideración las audiencias del grupo **RTVE**, éstas han marcado un progresivo y constante descenso que ha llevado durante este último año 2016 al Presidente de **RTVE** a marcar como un objetivo fundamental aumentar la audiencia de La1 por encima de los datos del 2015, donde obtuvo

un resultado inferior al 10%, si bien es cierto que todos los canales del grupo obtuvieron algo más del 15%.

Una **RTVE** con más audiencia no sólo cumplirá mejor el servicio público encomendado, además también será más rentable socialmente. **Debemos tener presente que no puede haber servicio público sin público.**

6.- Una RTVE cercana

La estructura territorial de **RTVE** es un recurso único que no posee ningún otro medio de comunicación español, y al que sin embargo no se le desarrolla todo su potencial. Entre las medidas a implementar proponemos aumentar las desconexiones territoriales. Los espacios de cercanía de **TVE** y **RNE** son fundamentales en un proceso de globalización en el que tenemos información de todo cuanto sucede en el mundo y sin embargo existe un vacío para conocer las cosas más cercanas. Su importancia es vital, sobre todo en comunidades que carecen de radiotelevisiones autonómicas, y que además es **apoyado por la Ley 17/2006 y recogido en el Mandato Marco art. 33 b.**

Es un sector estratégico que debemos cuidar mucho más, sobre todo en **RNE**, donde **la información local y autonómica aporta valor real a la ciudadanía,**

y sin embargo hoy su presencia en nuestras emisoras es mucho menor que en el resto de empresas del sector. Apostar por la información cercana es una tendencia que ya se ha consolidado en algunos países como Estados Unidos, donde grandes cadenas como la **NBC** han adquirido multitud de emisoras locales, conscientes del importante nicho de mercado existente en este ámbito. La audiencia reclama proximidad en un mundo tan globalizado, y el posicionamiento actual de **RTVE** le resta competitividad a la corporación.

Por ello, desde **UGT** proponemos un plan global enfocado a lo local, recuperando el espíritu con el que nació Radio 5 Todo Noticias y ampliando los boletines informativos regionales cada hora. Para que la audiencia tenga una información cercana actualizada y personalizada.

7.- Una RTVE capaz y creativa

La convergencia de medios hace que haya nuevos operadores en el mercado que antes no existían (**YouTube, Amazon, Netflix...**), ofreciendo a espectadoras y espectadores una nueva forma de consumo hasta ahora imposible: consumo a la carta y recomendaciones personalizadas.

En ese sentido **RTVE** debe adaptarse al nuevo ecosistema audiovisual y competir con estos nuevos productos, potenciando su web y su servicio a la carta, así como buscando nichos de producción inexplorados hasta el momento.

8.- Una RTVE interactiva

Los nuevos desarrollos tecnológicos ofrecen la oportunidad de acceso a contenido específico por parte de minorías que hasta hoy no tenían acceso por no ser un número relevante para un medio de masas. Ahora mediante la web se podrán desarrollar multitud de canales o sites con contenidos que hasta ahora no tenían posibilidad de difusión.

Nuevos canales, que podrían desarrollar desde los novedosos e-Sports (competiciones on-line de gran éxito) para atraer al público más joven hasta deportes regionales o minoritarios como el Hockey o la Cesta Punta, pasando por canales de música, tecnología, salud o bienestar. Todo un abanico de posibilidades por explorar.

Para lograrlo, **proponemos intensificar los esfuerzos para interactuar con las redes sociales y apostar por personal cualificado propio en las distintas áreas de especialidad**, capaces de impulsar los contenidos en un mercado

global multipantalla. También la utilización de cuentas de usuario para dotar al servicio de una propuesta de contenidos más individualizada y a la vez más global.

El actual modelo web se ha visto superado por el concepto de las OTT. El servicio de Interactivos se ha desarrollado en varias vertientes web, social media... basado en una distribución libre y gratuita de todos los contenidos de **RTVE** que ha sido un éxito que no se ha sabido mantener. Hoy la web que en su día era la que más visitas y contenidos en español tenía, lo ha dejado de ser.

No ha sido capaz de generar valor para la persona usuaria final y sí de restar a las emisiones (algunas televisiones empiezan a proponer la suma de visionados no lineales al estreno, aunque por ahora no está reconocido en la industria), puesto que todos los contenidos están disponibles para todas las usuarias y usuarios en cualquier momento, lo que resta valor a los estrenos en radio o televisión. Además, al no tener ningún sistema de “reconocimiento” de personas usuarias, no son capaces ni de obtener estudios cualitativos sobre los usuarios y usuarias, ni de hacer recomendaciones personalizadas, basadas en los gustos y consumos anteriores, por lo que su utilidad práctica para el futuro de **RTVE** se ve seriamente comprometida.

Actualmente, y por los problemas derivados de la falta de ingresos, no tienen todo el personal que requieren, ni se les ha podido formar adecuadamente. Ambas premisas son fundamentales para dar el siguiente paso.

Por ello, desde **UGT** proponemos en el presente plan estratégico la creación de **una OTT propia que permita ofrecer los contenidos de una forma más atractiva dentro del territorio nacional e internacional, en este segundo espacio bajo un modelo comercial.**

Un ejemplo de cómo **RTVE** no sólo no interactúa con la audiencia actualmente sino que huye de las nuevas plataformas tecnológicas es Radio 5. Parece increíble que una radio “Todo Noticias” no utilice de manera habitual para ofrecer flashes informativos las nuevas redes disponibles. Este ejemplo se puede extrapolar a otros ámbitos de **RTVE**.

9.- Una RTVE innovadora

Proponemos crear una nueva área de **I+D+i**, dependiente de la Dirección General Corporativa, bajo la cual se enmarque el **Instituto Oficial de Radio Televisión** en convivencia y trabajo con la Universidad y empresas de innovación que se encargue de buscar nuevos formatos y contenidos.

Tendrá entre otros los siguientes cometidos:

- **Trabajo activo con parques científicos tecnológicos** en el desarrollo de nuevos productos técnicos de los que la compañía CRTVE pueda tener la patente mundial.
- Trabajo en el **desarrollo de nuevos productos audiovisuales** que puedan ser comercializados. En este sentido debemos centrar nuestros esfuerzos en la **creación de formatos**, por varias razones:
 - Viajan a otras culturas
 - Permanecen en el tiempo
 - Necesitan de un alto nivel de conocimiento para desarrollarlos y de los mejores profesionales.

El Instituto se convierte de esta manera en piedra angular del futuro de RTVE. Capaz de formar a nuestros profesionales en un mundo en constante transformación tecnológica y de convertirse en un referente de formación a nivel internacional, fundamentalmente mirando hacia América Latina, tanto en tecnología como en creatividad y contenidos.

10.- Una RTVE de futuro

RTVE debe tener un Mandato Marco a 9 años en el que claramente estén marcadas sus obligaciones y cómo se van a cubrir estas. Puesto que el Parlamento es el reflejo de la decisión popular, de él debe emanar un Mandato-Marco con el que **RTVE** pueda tomar decisiones estratégicas, que le permita independencia política y del que se deriven Contratos-Programa con 3 años de duración que recojan y cuantifiquen las características del servicio público. Anualmente la Corporación deberá enviar un informe sobre el grado de cumplimiento del Contrato Programa a la Comisión de Control de **RTVE** y a la **CMNC**, hasta la entrada en vigor de la Autoridad Audiovisual Independiente y luego a esta.

Una **RTVE** de futuro conlleva mejorar en la gestión de la empresa. Nuestros directivos siguen hablando de “Hitos y Cronogramas”, como si conseguir hitos en un cronograma que lleve a algo que no quiere la sociedad, o los espectadores, oyentes o usuarios, fuese bueno. Es fácil entender que, por muy perfectos que sean los productos y por muy en tiempo que se hayan ejecutado, si no hay nadie que los consuma son tiempo y recursos perdidos. Algo que desgraciadamente sucede con demasiada frecuencia en nuestra empresa. Esto conlleva actualizar el modelo de gestión.

Hay distintas metodologías para la gestión de empresas audiovisuales modernas. Todas ellas ponen el foco en la creación de valor, interaccionando directamente con el usuario final para ofrecerle un producto que se adecue mejor a sus necesidades.

El mundo del Big Data hace que se pueda conocer al usuario final y sus gustos mucho mejor que en ninguna otra época. Analizar estos datos nos permitirá crear contenidos con una mayor probabilidad de éxito. Netflix, Amazon o HBO, son capaces de producir series con las temáticas que sus usuarios demandan. **CRTVE** debe añadir a este análisis el servicio público, la difusión y defensa de los valores que la sustentan.

Nuestro proyecto mira al 2027, y sabemos que los cambios de cultura empresarial son muy complicados, pero también tenemos la certeza de que sin cambios profundos en nuestra empresa no seremos capaces de caminar - no digamos ya de liderar - en un mundo que se mueve vertiginosamente. Esto nos llevará a una inexorable pérdida de relevancia en el escenario público que nos abocará a la desaparición, y con ella la consiguiente pérdida de su capacidad en la esfera democrática de la que **RTVE** es parte fundamental.

11.- Una RTVE global

Fomentar la internacionalización poniendo nuestro foco en América Latina es fundamental. Este acercamiento nos ayudará a devolver el prestigio que nunca debimos perder y al tiempo generará beneficios de todo tipo a la Corporación.

El mundo angloparlante tiene un referente en cuanto a información honesta y credibilidad en la **BBC**, el mundo hispanoparlante no ha encontrado aún su referente. Un universo de más de 550 millones de personas siguen en busca de una fuente de información honesta, veraz e independiente. Nosotros **proponemos 2 vías:**

■ **Creación de un Canal Internacional de Noticias**

De nueva creación y con una visión orientada a contar la actualidad internacional, con foco en el continente americano, el canal tiene como objetivo convertirse en referente de la información en español. Un canal de referencia para América Latina, y para el resto de la comunidad hispanohablante, con versiones adaptadas por zonas geográficas. Este concepto de canal es más amplio que el actual **24H** que se concibe como un canal de consumo principalmente nacional.

■ Desarrollo del Canal Internacional, aumentando su capacidad de comunicación de la Marca España

TVE, se distribuye a nivel mundial y su programación es básicamente el contenido de **La1**. Su señal se distribuye a través de distribuidores de televisión de pago en todos los continentes y es considerada **PREMIUM**, tanto por la calidad de sus contenidos como por la falta de publicidad. Se debe tener en cuenta que el **canal internacional TVE** no se consume de igual manera que nuestros canales nacionales, canales de distribución en abierto, y se le debe dotar de independencia en los contenidos y programación para ofrecer una experiencia más cercana a nuestros espectadores internacionales. Bajo el actual modelo su desarrollo está limitado. Debemos considerar:

- Todas las posibilidades que ofrece la ley de financiación, puesto que cabría la posibilidad de incluir publicidad originaria de los lugares donde se distribuye.
- Dotar de contenidos propios y específicos para que este canal adquiera independencia y cercanía con sus espectadores, ninguno de los cuales reside dentro del territorio nacional
- Aumentar su potencia internacional como altavoz económico, cultural y turístico, más allá de una mera réplica de nuestro contenido nacional.

- En la fase de negociación y adquisición de contenidos debe tenerse en cuenta la ventana internacional y su valor.
- La producción propia debe jugar un valor relevante en los contenidos propios del canal
- Parece un sinsentido, que una televisión pública no desarrolle y emita un curso para aprender español en sus emisiones internacionales y en su web, como todos los grandes emisores públicos hacen en sus señales internacionales.

12.- Una RTVE coordinada

Con unos recursos ya de por sí escasos, es necesario e inevitable buscar la mayor eficiencia posible sin por ello perder ninguno de los atributos que la calidad y objetividad de nuestra programación debe tener. Proponemos dos enfoques a estas mejoras:

■ Internamente

Debe mejorarse la coordinación entre los distintos departamentos de la Corporación, y para ello proponemos la creación de un mapa de producción que ayude a conocer la eficiencia de los recursos y su posible reasignación.

Una **RTVE** mejor coordinada supone **repensar el proceso de sinergias** aplicado actualmente entre **TVE** y **RNE**: un proceso caótico, con fatales resultados, que se aplica de manera muy dispar según el Centro Territorial y que siempre prima la televisión sobre la radio.

La figura del “redactor/a para todo” no funciona, los experimentos realizados hasta ahora en la empresa así lo demuestran. Por ello debemos aplicar las sinergias con mucha cautela y con unos parámetros concretos de cómo y en qué situaciones aplicarlas. Ejemplo claro de malos resultados es la unificación del puesto de Dirección de Centro Territorial. Si bien ha supuesto un escaso ahorro en costos, ha significado una importante merma de la capacidad de decisión y actuación de **RNE**, que ha visto sus recursos supeditados a las necesidades de **TVE** en la mayoría de los casos. Con la consiguiente pérdida de servicio público, proximidad y actualidad que la radio requiere. Por lo que se propone **la recuperación inmediata de estas figuras diferenciadas y con capacidad ejecutiva sobre los recursos a su disposición.**

Las sinergias tal y como fueron concebidas en **RTVE** no funcionan porque no están equilibradas, porque no se ha formado suficientemente a la plantilla, porque **TVE** y **RNE** no coinciden ni en los tiempos ni en las

dinámicas de trabajo, y porque ni siquiera el software que utilizan la radio y la televisión pública son compatibles.

▪ Externamente

En este sentido, desde **UGT** proponemos intensificar las colaboraciones con las televisiones públicas mundiales.

Los Medios Públicos están agrupados en distintas asociaciones, donde comparten información y llegan a acuerdos de colaboración y producción. Parece no tener sentido algunas actuaciones que han tenido lugar últimamente, como la conexión de una televisión privada española con una pública de un país que acababa de sufrir un atentado y que nosotros contactásemos con un guía turístico. Lo que nos puede dar una idea de lo oxidadas que se encuentran actualmente nuestras relaciones a nivel corporativo con otros Medios Públicos.

Fomentar estas relaciones, en lugar de cerrar la oficina en Bruselas, donde se decidirá próximamente el dividendo digital y se reducirá de nuevo el espacio para las emisiones en TDT, debe ser una labor puesta en valor y no menospreciada, puesto que la actuación conjunta sobre elementos clave en la toma de decisiones es fundamental para que la toma de decisiones sea al

menos ponderada. O creemos que las televisiones privadas no se juntan y presionan a Gobiernos para que sus planes les sean más favorables...

13.- Una RTVE con Carrera Profesional

Actualmente las y los profesionales de **RTVE** encuentran su carrera profesional limitada por la llegada de directivos externos, cuando dentro de la compañía hay personal con una más que adecuada formación y capacitación para el desarrollo de puestos ejecutivos. Y ello, con el añadido de que todas las trabajadoras y trabajadores de **RTVE** aportan no sólo su experiencia sino también su motivación para hacer que su empresa sea más rentable, social y económicamente.

El área de Recursos Humanos deberá tener en todo momento un currículo actualizado de la plantilla, y primar a las trabajadoras y trabajadores de la corporación frente a la contratación externa. También deberá fomentar la igualdad en la participación de hombres y mujeres en cargos de responsabilidad y en general en todos los puestos de trabajo.

El acceso de personal contratado en puestos directivos deberá ser racionalizado, no pudiendo en ningún caso superar el 10% del organigrama

en cualquier nivel, e incompatibilidad para trabajar en cualquier empresa del sector audiovisual a nivel nacional hasta dos años después de abandonar **RTVE**.

Un modelo similar al que ya utiliza el mercado.

Por otro lado entendemos que **RTVE** debe ser una cantera de profesionales para el mundo audiovisual, su experiencia y formación puede hacer que empresas privadas requieran de sus servicios, y estos profesionales, que no ocupan puestos directivos, quieran desarrollar su talento. En tales casos su incompatibilidad será de seis meses y la reserva de plaza hasta un año después de este periodo.

Y para tomar todo este tipo de decisiones en el ámbito laboral, **UGT** pretende convertir a **RTVE** en un ejemplo a seguir en la lucha por la igualdad plena entre hombres y mujeres.

Desde el Consejo de Administración y en todos los puestos directivos deberá de existir igualdad de número entre hombres y mujeres. Actualmente hay un desequilibrio estructural entre sexos en la plantilla, pero este desequilibrio se aumenta en los puestos directivos, donde la mayoría son desempeñados por varones.

La propuesta de paridad de sexos en los puestos directivos viene sustentada por informes que indican que no sólo se trata de dar visibilidad a las

mujeres, si no que la reducción de puestos a los que los hombres pueden optar implica una mayor competencia entre ellos y una eliminación natural de la mediocridad.

Por otro lado **RTVE**, pese a ser una empresa que quiere mirar al futuro y que está en uno de los sectores más dinámicos, sigue utilizando los recursos humanos y controlando a sus trabajadoras y trabajadores con los mismos patrones de sus inicios, hace más de medio siglo.

Pequeños cambios, que pronto serán inevitables, como:

- La flexibilización de los horarios en aquellas actividades que las tecnologías de la información lo permitan.
 - Facilitando la conciliación de la vida personal y laboral.
 - Los trabajadores/as tendrán una mayor independencia y motivación, al poder ser ellos/as quienes autogestionen su tiempo.
- Utilización de herramientas en la nube.
- Adecuación de los actuales espacios de trabajo por otros donde los trabajadores y trabajadoras puedan compartir experiencias, soluciones a problemas y conocer otros departamentos y su funcionamiento.

Estas innovaciones marcarán una diferencia fundamental en la vida de los trabajadores y trabajadoras en su motivación y participación en la empresa

Por otro lado, no tiene ningún sentido que las producciones que consideramos bandera de esta empresa se realicen por personal ajeno. **Los trabajadores y medios de RTVE serán utilizados en todas las producciones y coproducciones de manera preferente, y sólo se contratará personal ajeno a la empresa en caso de necesidad puntual.** Siguiendo las recomendaciones de la Auditoría de la Intervención Delegada de Hacienda que no encuentra explicación a que “cuando TVE produce programas con recursos propios fuera de sus instalaciones, ello implica, además del coste del propio alquiler del estudio de grabación, el encarecimiento de la producción, al tener que asumir TVE una serie de gestos que no se tendrían que abordar si las grabaciones se realizarán en las instalaciones de TVE”.

El eje fundamental de esta visión estratégica es crear una empresa comprometida con la sociedad que la sustenta. **Proponemos la creación de una bolsa de horas del 5% de la jornada mensual a disposición de los trabajadores y trabajadoras para desarrollar actividades con ONGs.** Preferentemente para devolver a la sociedad en forma de conocimientos relacionados con su actividad, pero sin estar limitados a ello.

14.- Una RTVE comprometida con el cine español

RTVE, bajo la última Ley de Financiación, está obligada a destinar el 6% de su presupuesto a financiar el cine. **RTVE** debe ser un motor de la industria audiovisual y cinematográfica, y bajo ese prisma puede mejorar los resultados a la vista del Informe de la Intervención Delegada de Hacienda, donde viene a constatar que se ha utilizado este presupuesto de forma poco eficaz.

RTVE debe desarrollar, fomentar e integrar en toda su programación, y allí donde participe, los valores constitucionales. Ningún proyecto que no los fomente debería ser destinatario de fondos públicos.

La constitución del comité seleccionador de compra de derechos de antena tiene que ser paritario y deberá informar sobre las cifras de cuantos proyectos se presenten, y de cuantos son de directora y de director y cuantos de guionista mujer u hombre. Y al menos un 25% de películas compradas deberán ser de autoría femenina.

Entendemos además que para poder desarrollar su labor motriz, debe de reservar un porcentaje de esa cantidad a ayudar a directoras y directores noveles, en los que podría actuar como capital riesgo. Apoyando los inicios y participando de futuros proyectos en condiciones ventajosas.

Se deben fomentar además aquellas producciones nacionales en las que haya participación latinoamericana, que permitirán estrechar las relaciones colaborativas entre ambas orillas del océano y un trasvase cultural siempre enriquecedor.

Avanzar en estos puntos que proponemos será un objetivo fundamental para UGT en la Corporación RTVE, porque tenemos el convencimiento de que cada uno de ellos contribuirá a forjar una RTVE fuerte y con futuro, comprometida con el Servicio Público al que se debe y con recursos suficientes para afrontarlo con la calidad y honestidad que la ciudadanía merece.

Este es un documento colectivo y democrático para una RTVE de todas y todos. Ha sido elaborado partiendo de una propuesta inicial de UGT en la CRTVE y sometido a un intenso proceso de participación abierto a toda la sociedad, del cual ha emanado la presente redacción. Tras ser refrendado en votación por el conjunto de nuestros afiliados y afiliadas para su aprobación definitiva, será el referente de nuestra actuación como sindicato para alcanzar un cambio de modelo en RTVE que es imprescindible para una RTVE PÚBLICA que sea de todas y todos en sus cimientos y hechos.



Más información...



Encuéntranos en:



SECCIÓN SINDICAL DE UGT EN CRTVE

www.ugtrtve.net

facebook.com/ugtrtve

twitter.com/ugtrtve

vimeo.com/ugtrtve

youtube.com/ugtrtve