

Plan Estratégico para la Corporación RTVE



SECCIÓN SINDICAL DE UGT EN CRTVE

ÍNDICE

Un punto de partida.....	3
1.- Una RTVE independiente.....	6
■ Para garantizar la pluralidad, objetividad e independencia.....	6
■ Reducir la presencia de políticos en el Consejo de Administración.....	6
■ Alta dirección de perfil profesional.....	6
■ Consejos de Informativos.....	7
■ Consejo de Programación y Social	8
2.- Una RTVE con financiación estable	9
3.- Una RTVE transparente	11
4.- Una RTVE de la ciudadanía.....	12
5.- Una RTVE líder en audiencia	13
6.- Una RTVE cercana	13
7.- Una RTVE capaz y actualizada	14
8.- Una RTVE innovadora	16
9.- Una RTVE de futuro.....	17
10.- Una RTVE global	17
■ Creación de un Canal Internacional de Noticias	18
■ Desarrollo del Canal Internacional, aumentando su capacidad de comunicación de la Marca España	18
11.- Una RTVE coordinada	20
12.- Una RTVE con Carrera Profesional.....	21

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 para 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 una y otra vez, adaptando sus sistemas productivos y de distribución a un entorno de cambio 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.

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

que le garanticen un mercado de futuro, 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 la 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.

RNE ha estado presente durante 80 años y **TVE** durante 60 años en la vida de la ciudadanía española, y han cosechado 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 nuestros programas y servicios establecen un diferencial que nos ayuda a cumplir con nuestra función de servicio público. Con una programación que tenga en consideración, 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 fomente la creatividad, que apueste por nuevos formatos, que vertebral el país y potencie los contenidos de cada Comunidad Autónoma, que apueste por la internacionalización y **que sea referente de la comunidad hispanoparlante.**

Para que el binomio “**Competitividad / Servicio Público**” se consolide, la radio televisión pública se deberá despolitizar, especialmente 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.

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

1.- Una RTVE independiente

■ Para garantizar la pluralidad, objetividad e independencia

Debemos retornar la ley por la que la presidencia de la Corporación es elegida por 2/3 del Congreso. Pero no nos podemos quedar ahí. Para convertirnos en un referente de lo que debe ser un servicio público de comunicación debemos adoptar otra serie de medidas que ya se aplican y funcionan en otros países de nuestro entorno

■ Reducir la presencia de políticos en el Consejo de Administración

Un ejemplo a seguir 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, entre otros, representantes de la sociedad, de las distintas religiones, portavoces de los agentes sociales y organizaciones ecologistas...

■ Alta dirección de perfil profesional

Tomando el ejemplo de la **BBC**, quien ocupe la Dirección General debe ser un profesional de reconocido prestigio que presente un proyecto

propio y al que se elija por medio de una comisión. Entendemos que este debería ser el procedimiento para elegir a la actual cúpula directiva de **RTVE**:

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

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

■ **Consejos de Informativos**

En otras televisiones públicas de nuestro entorno no es habitual la destitución de los órganos directivos 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 veto sobre el nombramiento de la dirección de Informativos** mediante una consulta que permita opinar a la redacción.

■ Consejo de Programación y Social

De carácter consultivo y dependiente del Consejo de Administración, recogerá la representación de otros grupos sociales no representados en el mismo y 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.

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 en el Consejo de Administración. Los profesionales de **RTVE** también participarán en este órgano mediante tres puestos, uno para **RNE** otro **RTVE Interactivos** y otro para **TVE**, elegidos democráticamente entre el propio colectivo profesional.

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.
 - Sin publicidad entre las 20.00 y las 6.00
 - Patrocinio de amplio espectro.
 - Inclusión de publicidad hasta 5 minutos por hora.
 - 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, 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 del sector audiovisual español.

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.

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.

4.- Una RTVE de la ciudadanía

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 la **igualdad de género tanto en la representación como en los contenidos**.

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. Obviamente esta información cumplirá con la LOPD y las estadísticas serán compartidas en la Corporación y sobre todo con el Consejo de Programación y Social que las utilizará como datos fuente en sus decisiones

- Incentivar la participación ciudadana creando espacios de expresión y contenidos para las diversas realidades sociales con fórmulas inclusivas para las minorías.

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.

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 radiotelevisión 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

7.- Una RTVE capaz y actualizada

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.

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.

8.- 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
- Trabajo en el desarrollo de nuevas forma de difusión y distribución de contenidos audiovisuales

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.

9.- 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**.

10.- 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 específicos y propios 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.

11.- Una RTVE coordinada

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 en el que siempre prima la televisión sobre la radio. La figura del “redactor para todo” no funciona, los experimentos realizados hasta ahora en la empresa así lo

demuestran. Por ello debemos aplicar las sinergias con cautela y con unos parámetros concretos de cómo y en qué situaciones aplicarlas. Las sinergias tal y como fueron concebidas en **RTVE** no funcionan porque no están equilibradas. 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 ni siquiera el software que utilizan la radio y la televisión son compatibles. Todo ello deberá corregirse si queremos una corporación más eficiente y eficaz.

12.- Una RTVE con Carrera Profesional

Actualmente 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 los 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 contratados en puestos directivos deberá ser racionalizado, no pudiendo en ningún caso superar el 10% del organigrama, sin contar la alta dirección, e incompatibilidad para trabajar en cualquier empresa del sector audiovisual a nivel nacional hasta tres 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.

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.

Toda la información sobre el Plan Estratégico para la CRTVE en participacion.ugtrtve.net, donde tendrás siempre disponible la última versión del documento durante el proceso de participación social.

Participa en su elaboración a través de la dirección de correo participacion@ugtrtve.net. Desde UGT en CRTVE escuchamos y debatimos tus propuestas, porque escucharte es el mayor paso para una RTVE de todas y todos.



Encuétranos en:

www.ugtrtve.net

facebook.com/ugtrtve

twitter.com/ugtrtve

vimeo.com/ugtrtve

youtube.com/ugtrtve



SECCIÓN SINDICAL DE UGT EN CRTVE