
CONTRATO - PROGRAMA CRTVE

OBJETIVOS 2008 – 2010

Documento de propuestas que el consejero Hector Maravall ha remitido a los demás miembros del Consejo de Administración, para su consideración en el próximo debate y elaboración del Contrato Programa, que con la aprobación del Consejo de Administración deberá ser suscrito entre la CRTVE y el gobierno de España.

El CP debe contener además otros aspectos que se indican en la Ley como son los compromisos para garantizar los objetivos, las aportaciones públicas, medios para adaptarse a los cambios económicos, efectos de los incumplimientos y los controles de su ejecución. Esos aspectos se **deberán concretar** después de la definición de los objetivos **mas estratégicos**

Dos retos fundamentales que habrá de abordar CRTVE para afrontar su futuro:

- Situar a la CRTVE en el nuevo mercado audiovisual tecnológico.
 - Resolver los graves problemas de gestión y organización.
-

OBJETIVOS DE SERVICIO PÚBLICO PARA LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS:

1. Conseguir audiencias mayoritarias para situar a la Corporación RTVE como una de las principales ofertas audiovisuales y tecnológicas.
 2. Objetivos de posicionamiento en el mercado de los canales de Radio y Televisión.
 3. Objetivos de posicionamiento de los canales interactivos.
 4. Conseguir altos niveles de calidad de contenidos y satisfacción de la audiencia para ser referente de la oferta de medios.
 5. Mejora continua del desarrollo y gestión corporativas.
 6. Contribuir a la vertebración y cohesión territorial.
 7. Atender a todos los grupos sociales en defensa de la pluralidad social española.
 8. Apoyo al deporte como palanca de desarrollo de la calidad de vida y del bienestar social.
 9. Promoción de los intereses españoles en el panorama internacional a través de sus corresponsalías y emisiones de sus canales internacionales.
 10. Objetivos de producción publicitaria.
-

OBJETIVO 1: Situar a la Corporación RTVE como una de las principales ofertas audiovisuales.

ACCIONES:

1. Garantizar una penetración de audiencia mayoritaria y de referencia como servicio público:
 - Ofrecer la más amplia gama de contenidos para ser los más valorados.
 - Ser los favoritos de la mayoría la mayor parte del tiempo.
 - Mantener, renovar y mejorar nuestra especial relación con la audiencia, para conocer sus intereses y necesidades y ofrecer una programación adecuada a los mismos, que permita fidelizar y captar nuevas audiencias.
 - Ofrecer diversidad e innovación.
 - Producir y acceder al entretenimiento de calidad.
 - Ofrecer deportes de masas y grandes acontecimientos deportivos.
 - Hacer un esfuerzo organizativo y empresarial para sumar a nuestra audiencia a las personas entre 14 y 45 años.
 - Liderar y enfocarse al ciudadano y sus hábitos de consumo.
2. Inversión en investigación de contenidos y formatos y en tecnología:
 - Porcentaje específico anual y plurianual sobre el presupuesto de explotación destinado a I+D+i y para seleccionar la implantación de nuevas tecnologías y/o adecuarlas a las necesidades tecnológicas de la CRTVE.
 - Investigación en formatos y contenidos existentes en el mercado nacional e internacional para su posible aplicación en la programación de la CRTVE.
 - Asumir el papel de motor en la implantación de nuevas tecnologías:
 - Medidas para estar presentes en la tecnología TV-IP en la que se podrá participar vía banda ancha de la programación de la CRTVE y de la TVE a la carta.
 - Puesta en marcha y desarrollo de la plataforma interactiva.
 - Desarrollo de la oferta temática.
 - Disposición de tecnología para Alta Definición según estándares de la UER.

OBJETIVO 2: Posicionamiento de los canales de Radio y Televisión.

ACCIONES:

- RADIO
 - Rejuvenecer para aumentar la audiencia de los canales Radio Uno, Radio Clásica, Radio Cinco, R4 y REE. El papel de cada uno será dar servicio público a su target.
 - Ampliar la oferta en podcast.
 - TELEVISIÓN
 - Mantener la oferta analógica de TVE 1 y LA 2, con una estrategia de rejuvenecimiento de la audiencia hasta el apagón digital.
 - Ofrecer ocho canales por TDT, uno de los cuales cumplirá el objetivo de cohesión territorial mediante desconexiones, otros dos para la oferta generalista (TVE 1 y LA 2) y otros cinco para canales temáticos (24 HORAS, Teledeporte, Canal Clásico, Clan TVE, Docu TVE, etc.).
 - Oferta programática de una TV-IP, adecuada al nuevo medio, en la que se podrá participar vía banda ancha de la programación de la CRTVE y de la TVE a la carta.
 - Acelerar la puesta en marcha y desarrollo de la plataforma interactiva.
 - Oferta audiovisual actualizada en Internet, en un portal con contenidos enfocados, preferentemente, hacia la información y la documentación, con las condiciones de uso y cautelas que se establezcan.
 - Medidas para estar presentes en la tecnología TV-móvil con la adaptación de contenidos propios de información y de programas. Se valorará la posibilidad de oferta en IP de pago en la televisión en movilidad.
 - Difusión de contenidos de Alta Definición según estándares de la UER, negociando una suficiente banda ancha.
-

OBJETIVO 3: Posicionamiento de los canales interactivos

ACCIONES:

- Diseño de la oferta, posicionamiento y definición de targets en función de la evolución del mercado y la tecnología para crear una TVE y una RNE más cercanas. CRTVE debe contar, por lo menos, con:
 - Lanzadera (Navegador que permite el acceso a los servicios interactivos del radiodifusor)
 - EPG (Guía Electrónica de Programas).
 - Digitext (teletexto).
 - Meteo (información meteorológica).
 - Bolsa.
 - Tráfico.
 - Emplea-t (contenido de ofertas de empleo vinculado al programa “Aquí hay Trabajo”. Otras ofertas asociadas a reforzar y ampliar el servicio de los programas.
 - Desarrollo de la actividad comercial interactiva (Publicidad Directa y Escalonada).
 - Servicio Público relacionado con las Instituciones del Estado.
 - Todos aquellos otros servicios enfocados a dar valor a los programas.
 - RNE debe estar presente en la interactividad.
 - RNE pondrá en marcha una oferta informativa “a la carta”.
-

OBJETIVO 4: Conseguir altos niveles de calidad de contenidos y satisfacción de la audiencia para ser referente de la oferta de medios.

ACCIONES:

- Elaboración de un Manual de Normas de Estilo y Líneas de Producción.
 - Elaboración de un Código Deontológico y Guía de Buenas Prácticas.
 - Creación y desarrollo de un Servicio de Atención al Público.
 - Concebir la “calidad” como un conjunto de ideas y principios que regirán la producción y emisión de contenidos:
 1. Informar para dar servicio público.
 2. Favorecer y estimular el desarrollo y las manifestaciones de la cultura y el entretenimiento.
 3. Garantizar una oferta de programas y servicios capaces de crear oportunidades para la educación.
 4. Estimular la comunicación cultural dentro de España y entre España y el resto del mundo.
 - Generar indicadores de calidad basados en criterios de servicio público.
 - Seguimiento de la calidad de los contenidos.
 - Equilibrar los objetivos de calidad y eficiencia económica aplicando los criterios de producción interna - externa exigidos en el Mandato Marco.
-

OBJETIVO 5: Mejora continua del desarrollo y gestión

corporativas:

ACCIONES:

- Elaboración de un Sistema de Evaluación y Control de la Producción.
 - Elaboración de un Sistema de Indicadores de Gestión.
 - Elaboración del Procedimiento para determinar las responsabilidades, el alcance la ejecución y el control del cumplimiento de contratos.
 - Elaboración de un Plan estratégico de Acuerdos en el Sector.
 - Propuesta de inversiones anuales y plurianuales.
 - Cuantificación del empleo coyuntural para cada centro de trabajo.
 - Dotarse, en el plazo máximo de 180 días desde la entrada en vigor de este Contrato, de un Código de Conducta Comercial.
 - Elaboración de la reglamentación para una gestión transparente, que incluya la exigencia de responsabilidad de los cargos directivos
 - Enfocarse a la innovación, a través de:
 1. Concebir las ideas como el material genético de una organización que den lugar a procesos de generación de contenidos y servicios.
 2. Estructurar las ideas para construir políticas que se traduzcan en decisiones.
 3. Estructurar las políticas a través de objetivos.
 4. Llevar a la práctica los objetivos a través de acciones.
 - Construir la Corporación en un organigrama horizontal, evitando las rigideces de una estructura excesivamente vertical, impulsando un funcionamiento multidisciplinar y en equipo
 - Generar estabilidad organizacional para producir desarrollo corporativo.
-

OBJETIVO 6: Contribuir a la vertebración y cohesión territorial.

ACCIONES:

- Diseño de la estructura territorial de CRTVE.
 - Cuantificación de los porcentajes de emisión, incluidos contenidos de difusión general, canales y recursos destinados a la estructura territorial para que contribuya a la cohesión social.
 - Diseño del plan de desconexiones territoriales para los contenidos de proximidad.
 - Definición de los porcentajes de participación del Centro de Producción de San Cugat en la producción y emisión de programas en la oferta generalista y temática de CRTVE.
 - Definición de los porcentajes de participación en los contenidos de programación general derivados de la diferencia horaria y de las especificidades insulares de Canarias.
 - Definición de los recursos precisos para la emisión del Canal Docu-TV por parte del Centro de Producción de TVE en Valencia.
 - Plan de acción y previsión de costes de la oferta de TDT y servicios en línea, en castellano y versión doblada a las lenguas cooficiales.
-

OBJETIVO 7: Atender a todos los grupos sociales en defensa de la pluralidad social española.

ACCIONES:

- Hacer efectivo el Derecho de Acceso.
 - Producir y emitir contenidos específicos sobre pluralidad lingüística y cultural de la sociedad española y servir de instrumento de la lengua española.
 - Innovar en formatos audiovisuales para promover el diálogo intercultural y el sentimiento de pertenencia a nuestra sociedad.
 - Establecer unos principios de respeto, tolerancia y diálogo en los contenidos que favorezcan la comprensión del fenómeno migratorio y las circunstancias de cualquier minoría.
 - Integrar en las estrategias de desarrollo de medios y formatos el respeto, los derechos y la dignidad de las personas con discapacidad, dotando a los medios de las condiciones básicas de accesibilidad.
 - Promover la participación en el mercado laboral, fomentar el acceso al empleo y favorecer la lucha contra la pobreza y la exclusión social de cualquier grupo.
 - Contemplar en la programación general y en la producción de contenidos específicos, la situación e intereses de las minorías étnicas, los inmigrantes, los colectivos en riesgo de exclusión social, la diversidad sexual y la pluralidad de creencias.
 - Entender todas estas acciones dentro de un proceso de sensibilización y educación social a medio y largo plazo, y no como actos puntuales o actividades aisladas.
-

OBJETIVO 8: Apoyo al deporte como palanca de desarrollo de la calidad de vida y del bienestar social.

ACCIONES:

- Con el propósito de entretener e informar a la sociedad sobre los distintos acontecimientos deportivos, intervenir en el proceso de socialización de los individuos, educar en la necesidad de la práctica del deporte, promover la igualdad de género, fomentar la prevención de la violencia en el deporte, y reforzar la concentración de la fuerza de los medios en lo importante del deporte y no lo accesorio, se harán las reservas financieras necesarias para poder emitir y estar presentes en los acontecimientos deportivos con criterios de:
 1. Atracción sobre la audiencia
 2. Importancia en el ámbito deportivo nacional
 3. Tradición de la competición o acontecimiento
-

OBJETIVO 9: Promoción de los intereses españoles en el panorama internacional a través de las corresponsalías y de la emisión de los canales internacionales de CRTVE.

ACCIONES:

- Definición de la estructura de las corresponsalías según criterios de áreas de influencia.
 - Difusión del castellano y lenguas cooficiales.
 - Elaboración de una estrategia de alcance de difusión de la realidad actual de España:
 1. Con mayor esfuerzo en aquellos puntos con mayor capacidad de influencia de España en el plano internacional.
 2. En colaboración y en apoyo de los Ministerios de Asuntos Exteriores, de Industria y Comercio y de Trabajo y Asuntos Sociales de España.
 - Plan de desarrollo de medios para REE y TVE Internacional.
 - Adecuación de los medios de emisión a las áreas objetivo.
-

OBJETIVO 10: Restricciones publicitarias

ACCIONES:

- Colaborar en la evolución positiva del mercado publicitario y su ordenación, aplicando la normativa vigente.
 - Aplicación de las restricciones publicitarias contempladas en el Art. 32.2 de la Ley 17/2006 de 5 de junio y disposiciones LGPGE 2008. Excluida la autopromoción, 11 minutos/hora.
 - Ajuste económico derivado de las restricciones publicitarias, mediante la compensación pública en cada presupuesto del Contrato-Programa por la reducción de ingresos comerciales.
 - Reordenación de los espacios publicitarios según formatos. Sin interrupciones en Informativos, Cine ni Programas Infantiles.
 - Mejora de la calidad publicitaria a través de la aplicación de las Normas de Admisión de la Publicidad y análisis de contenido.
-