

Presidència de la Generalitat

Contracte programa entre el Consell i la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació per al període 2018-2020. [2018/5546]

València, 1 de juny de 2018

Reunits

En representació del Consell, José M. Vidal Beltrán, secretari autonòmic de Comunicació de la Presidència de la Generalitat, nomenat pel Decret 184/2015, de 16 d'octubre, del Consell (DOGV 19.10.2015).

En representació de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, Enrique Soriano Hernández, president del Consell Rector, nomenat pel Decret 18/2016, de 25 d'octubre, del president de la Generalitat (DOGV 26.10.2016).

Intervenen

El primer, en virtut de l'acord del Consell de 27 d'abril de 2018, pel qual s'aprova el contracte programa i s'autoritza el secretari autonòmic de Comunicació per a signar-lo en representació del Consell.

El segon, en virtut dels acords del Consell Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació de 28 de desembre de 2017 i 2 de febrer de 2018; i de les competències i funcions establides en l'article 12 de Llei 6/2016.

Les parts, que es reconeixen mútuament i recíprocament la capacitat i la legitimació per a atorgar i signar aquest contracte programa,

Exposen

I. L'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana, en l'article 56, apartats 1 i 2, en el marc del títol IV, relatiu a l'àmbit competencial de la Comunitat Valenciana, estableix:

«1. Correspon a la Generalitat, en el marc de les normes bàsiques de l'Estat, el desenvolupament legislatiu i l'execució del règim de radiodifusió i televisió i de la resta de mitjans de comunicació a la Comunitat Valenciana.

2. En els termes establits en l'apartat anterior d'aquest article, la Generalitat podrà regular, crear i mantindre televisió, ràdio i la resta de mitjans de comunicació social, de caràcter públic, per al compliment dels seus fins.»

II. En virtut d'aquestes competències es va aprovar la Llei 6/2016, que, en l'article 2, descriu el servei públic audiovisual de titularitat de la Generalitat com un «servei essencial d'interès econòmic general, necessari per a la vertebració i la cohesió territorials de la Comunitat Valenciana, així com per al manteniment de la nostra identitat com a poble, la nostra cultura i la nostra llengua, que té per objecte satisfer les necessitats d'informació, cultura, educació i entreteniment dels ciutadans i de la societat de la Comunitat».

III. La Llei 6/2016, en l'article 4, dedicat als instruments per a la prestació del servei públic, atribueix a la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (d'ara endavant, Corporació o CVMC) l'exercici de les «competències que corresponen a la Generalitat per al disseny i el desenvolupament de projectes, la generació de produccions i continguts i la prestació del servei públic audiovisual, amb l'oferta i la difusió dels continguts a través de les actuals i noves tecnologies que puguem sorgir».

IV. L'article 6.1 de la Llei 6/2016 s'estableix: «Els objectius generals de la funció de servei públic encomanada a la Corporació i a les societats prestadores dels serveis de ràdio i televisió, i les línies estratègiques que ha de perseguir i aconseguir en la prestació del servei públic que s'estableixen en aquesta llei es concretaran en el mandat marc que les Corts aproven per a la Corporació per majoria de tres cinquens. Els objectius generals i de programació establits en el mandat marc hauran de ser revisats per les Corts cada sis anys».

V. El mencionat mandat marc va ser aprovat per les Corts el 9 de febrer de 2017, consta de 29 articles, una disposició transitòria i dues de finals. En l'articulat, distribuït en quatre capítols, s'aborden els objectius generals de la funció de servei públic, el finançament dels serveis públics, la responsabilitat social i les relacions amb la societat.

Presidència de la Generalitat

Contrato programa entre el Consell y la Corporación Valenciana de Mitjans de Comunicació para el período 2018-2020. [2018/5546]

València, 1 de junio de 2018

Reunidos

En representación del Consell, José M. Vidal Beltrán, secretario autonómico de Comunicación de la Presidencia de la Generalitat, nombrado por el Decreto 184/2015, de 16 de octubre, del Consell (DOGV 19.10.2015).

En representación de la Corporación Valenciana de Mitjans de Comunicació, Enrique Soriano Hernández, presidente del Consejo Rector, nombrado por el Decreto 18/2016, de 25 de octubre, del presidente de la Generalitat (DOGV 26.10.2016).

Intervienen

El primero, en virtud del acuerdo del Consell de 27 de abril de 2018, por el que se aprueba el contrato programa y se autoriza al secretario autonómico de Comunicación para firmarlo en representación del Consell.

El segundo, en virtud de los acuerdos del Consejo Rector de la Corporación Valenciana de Mitjans de Comunicació de 28 de diciembre de 2017 y 2 de febrero de 2018; y de las competencias y funciones establecidas en el artículo 12 de Ley 6/2016.

Las partes, que se reconocen mutuamente y recíprocamente la capacidad y la legitimación para otorgar y firmar este contrato programa,

Exponen

I. El Estatuto de Autonomía de la Comunitat Valenciana, en el artículo 56, apartados 1 y 2, en el marco del título IV, relativo al ámbito competencial de la Comunitat Valenciana, establece:

1. Corresponde a la Generalitat, en el marco de las normas básicas del Estado, el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de radiodifusión y televisión y del resto de medios de comunicación en la Comunitat Valenciana.

2. En los términos establecidos en el apartado anterior de este artículo, la Generalitat podrá regular, crear y mantener televisión, radio y el resto de medios de comunicación social, de carácter público, para el cumplimiento de sus fines.

II. En virtud de estas competencias se aprobó la Ley 6/2016, que, en el artículo 2, describe el servicio público audiovisual de titularidad de la Generalitat como un «servicio esencial de interés económico general, necesario para la vertebración y la cohesión territoriales de la Comunitat Valenciana, así como para el mantenimiento de nuestra identidad como pueblo, nuestra cultura y nuestra lengua, que tiene por objeto satisfacer las necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de los ciudadanos y de la sociedad de la Comunitat».

III. La Ley 6/2016, en el artículo 4, dedicado a los instrumentos para la prestación del servicio público, atribuye a la Corporación Valenciana de Mitjans de Comunicació (de ahora en adelante, Corporación o CVMC) el ejercicio de las «competencias que corresponden a la Generalitat para 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».

IV. El artículo 6.1 de la Ley 6/2016 establece: «Los objetivos generales de la función de servicio público encomendada a la Corporación y a las sociedades prestadoras de los servicios de radio y televisión, y las líneas estratégicas que debe perseguir y conseguir en la prestación del servicio público que se establecen en esta ley se concretarán en el mandato marco que Les Corts aprueban para la Corporación por mayoría de tres quintos. Los objetivos generales y de programación establecidos en el mandato marco deberán ser revisados por Les Corts cada seis años».

V. El mencionado mandato marco fue aprobado por Les Corts el 9 de febrero de 2017, consta de 29 artículos, una disposición transitoria y dos finales. En el articulado, distribuido en cuatro capítulos, se abordan los objetivos generales de la función de servicio público, la financiación de los servicios públicos, la responsabilidad social y las relaciones con la sociedad.



VI. L'article 6.2 de la Llei 6/2016, s'estableix: «Els objectius generals i de programació continguts en el mandat marc es desenvoluparan de manera precisa a través d'un contracte programa, que tindrà una duració de tres anys i que hauran de subscriure el Consell i la Corporació, i caldrà informar-ne la comissió corresponent de les Corts».

El contingut i les línies generals de formalització del contracte programa estan detallats en l'article 44 de la mateixa norma, que estableix que:

«1. Els objectius generals de la funció de servei públic que té encomanada la Corporació, així com les línies estratègiques que ha de perseguir i aconseguir en la prestació d'aquell, previstes en aquesta llei, seran desenvolupades de manera precisa pel contracte programa que serà subscrit pel Consell i la Corporació, i que determinarà, almenys, els punts següents:

a) Els objectius específics que ha de desenvolupar la Corporació en l'exercici de la funció de servei públic que té encomanada, per a un període de tres anys, en els termes establits en el mandat marc previst en l'article 6 d'aquesta llei.

b) Les aportacions amb càrrec als pressupostos de la Generalitat destinades a la prestació del servei públic encomanat.

c) El detall de les inversions anuals i plurianuals d'immobilitzats materials i immaterials i en infraestructures i tecnologia necessàries per al compliment dels objectius de servei públic.

d) Els indicadors de gestió i eficiència econòmica que permeten conèixer l'estat de l'execució pressupostària, amb especial referència als objectius d'inversions, de gestió dels immobilitzats, de les masses salarials i de les despeses en compres i serveis.

e) Els mecanismes de correcció de les eventuais desviacions de l'execució dels pressupostos d'explotació i capital respecte a la previsió acordada, i els efectes derivats de possibles incompliments.

f) Els mitjans que cal emprar per a adaptar els objectius acordats a les variacions de l'entorn econòmic.

g) Els objectius i les obligacions concrets que ha de complir la programació dels diferents canals de ràdio i televisió, així com dels serveis connexos i interactius.

h) Els continguts de servei públic d'acord amb el que preveu l'article 4 d'aquesta llei, amb concreció dels percentatges de gèneres de programació que hagen d'emetre's en els canals gestionats per la Corporació.

i) La proporció de finançament que la Corporació ha de destinar a l'impuls de la producció i a les coproduccions d'obres audiovisuals de la Comunitat Valenciana.

j) La proporció de finançament que la Corporació ha de destinar al doblatge d'obres i als continguts audiovisuals per a l'emissió televisiva.

k) Els criteris per a l'obtenció d'ingressos resultants de publicitat i altres fons.

l) Els criteris que han de considerar-se per a l'emissió de publicitat, tenint en compte el control de qualitat, el contingut dels missatges publicitaris i l'adequació dels temps de publicitat a la programació i les necessitats dels mitjans.

m) El sistema d'indicadors de garantia de qualitat dels serveis que permeten avaluar, mitjançant paràmetres objectivament quantificables, el grau de compliment dels compromisos adquirits, com ara indicadors quantitatius, qualitius (hores d'emissió de continguts concrets, hores de subtítulat, audiodescripció, llengua de signes) i tecnològics.

n) Els efectes que han de derivar-se de l'incompliment dels compromisos arrellegats en el contracte programa.

o) El control de l'execució del contracte programa i dels resultats derivats d'aplicar-lo.

2. A efectes de la fixació en el contracte programa de les línies estratègiques sobre producció dels continguts i programes audiovisuals de la Corporació, la producció es classificarà en:

a) Des del punt de vista de la seua naturalesa jurídica, en:

Producció aliena. Aquella sobre la qual la Corporació només poseix drets puntuals d'emissió o d'antena i difusió, sense participar amb recursos propis en cap de les fases de producció. La producció aliena es considerarà sempre producció externa i pot comportar drets d'explotació patrimonial.

VI. El artículo 6.2 de la Ley 6/2016, establece: «Los objetivos generales i de programación contenidos en el mandato marco se desarrollarán de manera precisa a través de un contrato programa, que tendrá una duración de tres años y que deberán suscribir el Consell y la Corporació, i habrá que informar la comisión correspondiente de Les Corts».

El contenido y las líneas generales de formalización del contrato programa están detallados en el artículo 44 de la misma norma, que establece que:

«1. Los objetivos generales de la función de servicio público que tiene encomendada la Corporació, así como las líneas estratégicas que debe perseguir y conseguir en la prestación de aquel, previstas en esta ley, serán desarrolladas de manera precisa por el contrato programa que será suscrito por el Consell y la Corporació, y que determinará, por lo menos, los siguientes puntos:

a) Los objetivos específicos que debe desarrollar la Corporació en el ejercicio de la función de servicio público que tiene encomendada, para un período de tres años, en los términos establecidos en el mandato marco previsto en el artículo 6 de esta ley.

b) Las aportaciones con cargo a los presupuestos de la Generalitat adscritas a la prestación del servicio público encomendado.

c) El detalle de las inversiones anuales y plurianuales de inmovilizados materiales e inmateriales y en infraestructuras y tecnología necesarias para el cumplimiento de los objetivos de servicio público.

d) Los indicadores de gestión y eficiencia económica que permiten conocer el estado de la ejecución presupuestaria, con especial referencia a los objetivos de inversiones, de gestión de los inmovilizados, de las masas salariales y de los gastos en compras y servicios.

e) Los mecanismos de corrección de las eventuales desviaciones de la ejecución de los presupuestos de explotación y capital con respecto a la previsión acordada, y los efectos derivados de posibles incumplimientos.

f) Los medios que hay que emplear para adaptar los objetivos acordados a las variaciones del entorno económico.

g) Los objetivos y las obligaciones concretas que debe cumplir la programación de los diferentes canales de radio y televisión, así como de los servicios conexos e interactivos.

h) Los contenidos de servicio público de acuerdo con lo que prevé el artículo 4 de esta ley, con concreción de los porcentajes de géneros de programación que deban emitirse en los canales gestionados por la Corporació.

i) La proporción de financiación que la Corporació debe destinar al impulso de la producción y a las coproducciones de obras audiovisuales de la Comunitat Valenciana.

j) La proporción de financiación que la Corporació debe destinar al doblaje de obras y a los contenidos audiovisuales para la emisión televisiva.

k) Los criterios para la obtención de ingresos resultantes de publicidad y otros fondos.

l) Los criterios que deben considerarse para la emisión de publicidad, teniendo en cuenta el control de calidad, el contenido de los mensajes publicitarios y la adecuación de los tiempos de publicidad a la programación y las necesidades de los medios.

m) El sistema de indicadores de garantía de calidad de los servicios que permiten evaluar, mediante parámetros objetivamente cuantificables, el grado de cumplimiento de los compromisos adquiridos, como indicadores cuantitativos, cualitativos (horas de emisión de contenidos concretos, horas de subtítulado, audiodescripción, lengua de signos) y tecnológicos.

n) Los efectos que deben derivarse del incumplimiento de los compromisos recogidos en el contrato programa.

o) El control de la ejecución del contrato programa y de los resultados derivados de aplicarlo.

2. A efectos de la fijación en el contrato programa de las líneas estratégicas sobre producción de los contenidos y programas audiovisuales de la Corporació, la producción se clasificará en:

a) Desde el punto de vista de su naturaleza jurídica, en:

Producción ajena. Aquella sobre la que la Corporació solo 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 y puede comportar derechos de explotación patrimonial.



Producció mixta, coproducció o producció associada. Aquella en què la Corporació participa amb un percentatge delimitat contractualment, bé siga en la producció, en l'explotació de drets o en ambdós aspectes. La Corporació i les seues societats, en les seues relacions comercials amb les empreses tindran com a referència els preus de mercat.

En aquest tipus de produccions, l'empresa productora podrà incorporar, amb l'autorització prèvia del Consell Rector, patrocinis comercials a l'inici o al final del programa produït, sempre que tinguen com a únic fi la reducció dels costos de producció. En aquest cas es recalcularan els percentatges establits en funció de les actuacions dutes a terme i del finançament aportat.

La productora podrà incorporar, prèvia consulta a la Corporació, patrocinis comercials que proporcionen una minoració dels costos per a ambdues parts, sense que això afecte els percentatges de coproducció.

Producció pròpia. Aquella en què la Corporació posseeix el 100 % dels drets d'explotació. La producció pròpia pot ser producció interna o externa.

b) Des del punt de vista de la gestió de recursos, en:

Producció interna. Aquella que pugua imputar-se pel consum o l'assignació de qualssevol recursos propis, siga en una producció audiovisual sencera o en una part.

Producció externa o pròpia externalitzada. Aquella en què la Corporació no té assignats recursos propis per a la producció, en la qual limita la seua participació a l'explotació de drets.

3. El contracte programa serà subscrit pel Consell i la Corporació. Amb aquest fi, la Corporació presentarà prèviament al Consell una proposta de contracte programa, perquè siga discutida.

4. Abans de la subscripció pel Consell, haurà de ser remès a les Corts perquè en tinga coneixement. Així mateix, la Comissió de Radiotelevisió Valenciana i de l'Espai Audiovisual haurà de ser informada anualment de l'execució del contracte programa i dels resultats.»

VII. El Consell Rector de la CVMC es va constituir el 26 d'octubre de 2016, després que el president de la Generalitat dictara els decrets 17/2016 i 18/2016, ambdós de 25 d'octubre, pels quals nomenava les persones que havien d'ocupar les vocalies i la Presidència del Consell Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació.

L'elecció dels membres del Consell Rector s'havia produït en el Ple de les Corts celebrat el dia 20 d'octubre de 2016, en compliment del que estableixen els articles 13.3.a i c, i 14, i la disposició transitòria tercera de la llei de creació de la Corporació. Així mateix, la Comissió de Radiotelevisió Valenciana i de l'Espai Audiovisual, en la reunió del dia 21 de juliol de 2016, va fer la proposta de la persona que, d'acord amb el que disposen l'article 13.3.d i la disposició transitòria quarta de la llei mencionada, ha de formar part de l'òrgan rector a proposta dels sindicats representatius del sector públic de la Generalitat. En la mateixa sessió plenària del 20 d'octubre es va elegir la persona que havia d'ocupar la Presidència de la Corporació, en compliment del que estableixen els articles 11 i 14 i la disposició transitòria cinquena de la Llei 6/2016.

VIII. La proposta de la persona que ha d'ocupar la Direcció General de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana correspon al Consell Rector, prèvia convocatòria del corresponent concurs públic, en què podran presentar la candidatura els professionals de l'àmbit de la comunicació que acrediten mèrits suficients per a exercir aquestes funcions. La selecció de la persona ha d'aconseguir una majoria de tres cinquens dels membres del Consell Rector. A continuació, la candidatura ha de ser remesa a la comissió competent de les Corts a fi que valore la idoneïtat per al càrrec i aprobe o denegue la proposta. La concessió de la idoneïtat requereix que siga atorgada per la Comissió de les Corts per majoria absoluta, d'acord amb el que disposa l'article 22 de la Llei 6/2016.

El Consell Rector de la Corporació, en la sessió celebrada el dia 25 de novembre de 2016, de conformitat amb el que disposa l'article 22 de la Llei 6/2016, va convocar un concurs públic per a designar la persona que havia d'ocupar la Direcció General de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana (DOGV 7932, 07.12.2017).

Després de la realització de les diferents fases que es contemplaven en la convocatòria, el Consell Rector va acordar, en la sessió del 23 de febrer de 2017, proposar a la Comissió de les Corts de Radiotelevisió Valenciana i de l'Espai Audiovisual la candidatura d'Empar Marco

Producción mixta, coproducción o producción asociada. Aquella en que la Corporación participa con un porcentaje delimitado contractualmente, bien sea en la producción, en la explotación de derechos o en ambos aspectos. 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 al final del programa producido, siempre que tengan como único fin la reducción de los costes de producción. En este caso se recalcularán los porcentajes establecidos en función de las actuaciones llevadas a cabo y de la financiación aportada.

La productora podrá incorporar, previa consulta a la Corporación, patrocinios comerciales que proporcionen una minoración de los costes para ambas partes, sin que ello 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.

b) Desde el punto de vista de la gestión de recursos, en:

Producción interna. Aquella que pueda imputarse por el consumo o la asignación de cualesquiera recursos propios, sea en una producción audiovisual entera o en una parte.

Producción externa o propia externalizada. Aquella en que la Corporación no tiene asignados recursos propios para la producción, en la que limita su participación a la explotación de derechos.

3. El contrato programa será suscrito por el Consell i la Corporació. Con este fin, la Corporación presentará previamente al Consell una propuesta de contrato programa, para que sea discutida.

4. Antes de la suscripción por el Consell, deberá ser remitido a Les Corts para que tenga conocimiento. Asimismo, la Comisión de Radiotelevisión Valenciana y del Espacio Audiovisual deberá ser informada anualment de la ejecución del contrato programa y de los resultados.»

VII. El Consejo Rector de la CVMC se constituyó el 26 de octubre de 2016, después de que el presidente de la Generalitat dictara los decretos 17/2016 y 18/2016, ambos de 25 de octubre, por los que nombraba a las personas que debían ocupar las vocalías y la Presidencia del Consejo Rector de la Corporación Valenciana de Mitjans de Comunicació.

La elección de los miembros del Consejo Rector se había producido en el Pleno de Les Corts celebrado el día 20 de octubre de 2016, en cumplimiento del que establecen los artículos 13.3.a y c, y 14, y la disposición transitoria tercera de la ley de creación de la Corporación. Asimismo, la Comisión de Radiotelevisión Valenciana y del Espacio Audiovisual, en la reunión del día 21 de julio de 2016, hizo la propuesta de la persona que, de acuerdo con lo que disponen el artículo 13.3.d i la disposició transitòria quarta de la ley mencionada, debe formar parte del órgano rector a propuesta de los sindicatos representativos del sector público de la Generalitat. En la misma sesión plenaria del 20 de octubre se eligió la persona que debía ocupar la Presidencia de la Corporación, en cumplimiento de lo que establecen los artículos 11 y 14 y la disposición transitoria quinta de la Ley 6/2016.

VIII. La propuesta de la persona que debe ocupar la Dirección General de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana corresponde al Consejo Rector, previa convocatoria del correspondiente concurso público, en que podrán presentar la candidatura los profesionales del ámbito de la comunicación que acrediten méritos suficientes para ejercer estas funciones. La selección de la persona debe conseguir una mayoría de tres quintos de los miembros del Consejo Rector. A continuación, la candidatura debe ser remitida a la comisión competente de Les Corts para que valore la idoneidad para el cargo y apruebe o deniegue la propuesta. La concesión de la idoneidad requiere que sea otorgada por la Comisión de Les Corts por mayoría absoluta, conforme a lo dispuesto en el artículo 22 de la Ley 6/2016.

El Consejo Rector de la Corporación, en la sesión celebrada el día 25 de noviembre de 2016, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 22 de la Ley 6/2016, convocó un concurso público para designar la persona que debía ocupar la Dirección General de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana (DOGV 7932, 07.12.2017).

Después de la realización de las diferentes fases que se contemplaban en la convocatoria, el Consejo Rector acordó, en la sesión del 23 de febrero de 2017, proponer a la Comisión de Les Corts de Radiotelevisió Valenciana y del Espacio Audiovisual la candidatura de Empar



Estellés per al lloc de directora general de la Societat de Mitjans de Comunicació. La compareixença de la candidata proposada davant de la comissió competent de les Corts va ser substanciada el dia 2 de març de 2017, en la qual va obtindre la idoneïtat requerida per l'article 22 de la llei de creació de la Corporació.

El Consell Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, en la sessió celebrada el dia 8 de març de 2017, de conformitat amb allò que disposa l'article 22 de la Llei 6/2016, va nomenar Empar Marco Estellés directora general de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana (DOGV 8004, 21.03.2017).

IX. El 5 d'abril de 2017, després dels tràmits oportuns, es va elevar a escriptura pública la constitució de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana davant de Maria Isabel Merino Cubells, notària de l'Il·lustre Col·legi Notarial de València, amb l'administradora única en la persona jurídica Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, i, de conformitat amb l'article 212 bis de la Llei de societats de capital, es designa Empar Marco Estellés com a persona natural per a l'exercici permanent de les funcions pròpies del càrrec previstes en l'article 23 de la llei de creació de la Corporació.

X. La CVMC i la seua Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana (d'ara endavant, SAMC) gestionen i presten un inqüestionable servei públic essencial per a la societat valenciana pel fet que la comunicació social pública exerceix un paper central en el funcionament d'una societat democràtica transmetent els seus valors fonamentals; facilitant la participació de la ciutadania en la vida política, informativa, cultural i social; fomentant valors socials de convivència democràtica i respecte a la pluralitat, i contribuint, d'aquesta manera, a la vertebració i al desenvolupament social, empresarial, identitari i cultural de la Comunitat Valenciana. L'adequada prestació del servei públic requereix que la SAMC desenvolupe una programació amb uns continguts que s'adeqüen als objectius marcats en l'article 5 de la Llei 6/2016; d'altra banda, correspon a la CVMC l'activitat de gestió que done suport a les emissions que es realitzen en les diferents finestres per a prestar el servei públic de radiodifusió i televisió d'àmbit autonòmic. Aquesta distribució suposa que els serveis de caràcter administratiu es troben residenciats en la CVMC, mentre que en la SAMC es troba integrat tot el personal que realitza funcions encaminades directament a la prestació material del servei públic. L'atribució indicada es recolza en l'article 12 pel que fa a les competències i funcions de la Presidència de la Corporació, i en l'article 16 pel que fa a les competències i funcions del Consell Rector de la CVMC.

XI. El triple marc d'actuació format per la llei, el mandat marc i el contracte programa permet situar la prestació del servei públic de ràdio i televisió a la Comunitat Valenciana en l'avantguarda normativa en termes de qualitat democràtica, avanç regulador, transparència i control de la gestió, estabilitat i independència empresarial, i garanties, sobre un potent catàleg de drets audiovisuals per a la ciutadania.

XII. La Comissió Europea atorga un tractament específic al finançament dels serveis públics de radiodifusió per estar directament relacionats amb les necessitats democràtiques, socials i culturals de cada societat i amb la necessitat de preservar el pluralisme dels mitjans de comunicació, i que va motivar que, mitjançant el protocol 29, fóra incorporat com a annex al Tractat de la Unió Europea i al Tractat de funcionament de la Unió Europea, el qual estableix: «Les disposicions dels tractats s'entendran sense perjudi de la facultat dels estats membres de finançar el servei públic de radiodifusió en la mesura que el finançament es concedisca als organismes de radiodifusió per a dur a terme la funció de servei públic tal com haja sigut atribuïda, definida i organitzada per cada estat membre, i en la mesura que l'esmentat finançament no afecte les condicions del comerç i de la competència en la Unió en un grau que siga contrari a l'interés comú, i tenint en compte la realització de la funció de l'esmentat servei públic.» Posteriorment, la Comissió Europea, en la Comunicació 2009/C 257/01, sobre l'aplicació de les normes en matèria d'ajudes estatals als serveis públics de radiodifusió, ha detallat aquests mandats quan ha establert, en el paràgraf 38: «En el cas concret de la radiodifusió pública, aquest plantejament ha d'adaptar-se a la llum de les disposicions interpretatives del Protocol d'Amsterdam, que contempla la 'funció de servei públic tal com haja sigut atribuïda, definida i organitzada per cada estat membre' (defini-

Marco Estellés para el puesto de directora general de la Societat de Mitjans de Comunicació. La comparecencia de la candidata propuesta ante la comisión competente de Les Corts fue sustanciada el día 2 de marzo de 2017, en la que obtuvo la idoneidad requerida por el artículo 22 de la ley de creación de la Corporación.

El Consejo Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, en la sesión celebrada el día 8 de marzo de 2017, de conformidad con lo que dispone el artículo 22 de la Ley 6/2016, nombró a Empar Marco Estellés directora general de la Societat Anònima de Medios de Comunicación de la Comunitat Valenciana (DOGV 8004, 21.03.2017).

IX. El 5 de abril de 2017, después de los trámites oportunos, se elevó a escritura pública la constitución de la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana ante Maria Isabel Merino Cubells, notaria del Ilustre Colegio Notarial de València, con la administradora única en la persona jurídica Corporación Valenciana de Mitjans de Comunicació, y, de conformidad con el artículo 212 bis de la Ley de sociedades de capital, se designa a Empar Marco Estellés como persona natural para el ejercicio permanente de las funciones propias del cargo previstas en el artículo 23 de la ley de creación de la Corporación.

X. La CVMC y su Societat Anònima de Mitjans de Comunicació de la Comunitat Valenciana (de ahora en adelante, SAMC) gestionan y prestan un incuestionable servicio público esencial para la sociedad valenciana por el hecho de que la comunicación social pública ejerce un papel central en el funcionamiento de una sociedad democrática transmitiendo sus valores fundamentales; facilitando la participación de la ciudadanía en la vida política, informativa, cultural y social; fomentando valores sociales de convivencia democrática y con respecto a la pluralidad, y contribuyendo, de esta manera, a la vertebración y al desarrollo social, empresarial, identitario y cultural de la Comunitat Valenciana. La adecuada prestación del servicio público requiere que la SAMC desarrolle una programación con unos contenidos que se adecuen a los objetivos marcados en el artículo 5 de la Ley 6/2016; por otro lado, corresponde a la CVMC la actividad de gestión que dé apoyo a las emisiones que se realizan en las diferentes ventanas para prestar el servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico. Esta distribución supone que los servicios de carácter administrativo se encuentran residenciados en la CVMC, mientras que en la SAMC se encuentra integrado todo el personal que realiza funciones encaminadas directamente a la prestación material del servicio público. La atribución indicada se apoya en el artículo 12 por lo que respecta a las competencias y funciones de la Presidencia de la Corporación, y en el artículo 16 por lo que respecta a las competencias y funciones del Consejo Rector de la CVMC.

XI. El triple marco de actuación formado por la ley, el mandato marco y el contrato programa permite situar la prestación del servicio público de radio y televisión en la Comunitat Valenciana en la vanguardia normativa en términos de calidad democrática, avance regulador, transparencia y control de la gestión, estabilidad e independencia empresarial, y garantías, sobre un potente catálogo de derechos audiovisuales para la ciudadanía.

XII. La Comisión Europea otorga un tratamiento específico a la financiación de los servicios públicos de radiodifusión por estar directamente relacionados con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad y con la necesidad de preservar el pluralismo de los Medios de comunicación, y que motivó que, mediante el protocolo 29, fuera incorporado como anexo al Tratado de la Unió Europea y al Tratado de funcionamiento de la Unió Europea, el cual establece: «Las disposiciones de los tratados se entenderán sin perjuicio de la facultad de los estados miembros de financiar el servicio público de radiodifusión en la medida en que la financiación se conceda a los organismos de radiodifusión para llevar a cabo la función de servicio público tal como haya sido atribuïda, definida y organizada por cada estado miembro, y en la medida en que la mencionada financiación no afecte a las condiciones del comercio y de la competencia en la Unió en un grado en que sea contrario al interés común, y teniendo en cuenta la realización de la función del mencionado servicio público.» Posteriormente, la Comisión Europea, en la Comunicación 2009/C 257/01, sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión, ha detallado estos mandatos cuando ha establecido, en el párrafo 38: «En el caso concreto de la radiodifusión pública, este planteamiento debe adaptarse a la luz de las disposiciones interpretativas del Protocolo de Amsterdam, que contempla la 'función de servicio público



ció i missió) i estableix una excepció a les normes del Tractat sobre el finançament dels serveis públics de radiodifusió 'en la mesura que el finançament es concedisca als organismes de radiodifusió per a dur a terme la funció de servei públic [...] i [...] no afecte les condicions del comerç i de la competència a la Comunitat en un grau que siga contrari a l'interès comú, i tenint en compte la realització de la funció de l'esmentat servei públic' (proporcionalitat)».

I d'acord amb tot el que s'ha exposat i manifestat, les dues parts

Acorden

Subscriure aquest contracte programa entre la CVMC i el Consell, autoritzat per acord d'aquest últim de 27 d'abril de 2018, i que es regirà seguint les següents

Clàusules

Primera. Objecte

Aquest contracte programa té per objecte fer complir el mandat establert en l'article 6 de la Llei 6/2016 i desenvolupar, de forma precisa, els objectius generals establerts en el mandat marc aprovat per les Corts el 9 de febrer de 2017 (BOCV de 22.02.2017), de conformitat amb el que disposa el precepte esmentat abans. Segons estableix l'article 25.3 del mandat marc, d'acord amb el que disposa l'article 44 de la Llei 6/2016, ha de contindre:

a) Els objectius específics que ha de desenvolupar la Corporació en l'exercici de la funció de servei públic que té encomanada, per a un període de tres anys, en els termes establerts en el mandat marc previst en l'article 6 d'aquesta llei.

b) Les aportacions amb càrrec als pressupostos de la Generalitat destinades a la prestació del servei públic encomanat.

c) El detall de les inversions anuals i plurianuals d'immobilitzats materials i immaterials i en infraestructures i tecnologia necessàries per al compliment dels objectius de servei públic.

d) Els indicadors de gestió i eficiència econòmica que permeten conèixer l'estat de l'execució pressupostària, amb especial referència als objectius d'inversions, de gestió dels immobilitzats, de les masses salarials i de les despeses en compres i serveis.

e) Els mecanismes de correcció de les eventuales desviacions de l'execució dels pressupostos d'explotació i capital respecte a la previsió acordada, i els efectes derivats de possibles incompliments.

f) Els mitjans que cal emprar per a adaptar els objectius acordats a les variacions de l'entorn econòmic.

g) Els objectius i les obligacions concrets que ha de complir la programació dels diferents canals de ràdio i televisió, així com dels serveis conexas i interactius.

h) Els continguts de servei públic d'acord amb el que preveu l'article 4 d'aquesta llei, amb concreció dels percentatges de gèneres de programació que hagen d'emetre's en els canals gestionats per la Corporació.

i) La proporció de finançament que la Corporació ha de destinar a l'impuls de la producció i a les coproduccions d'obres audiovisuals de la Comunitat Valenciana.

j) La proporció de finançament que la Corporació ha de destinar al doblatge d'obres i als continguts audiovisuals per a l'emissió televisiva.

k) Els criteris per a l'obtenció d'ingressos resultants de publicitat i altres fons.

l) Els criteris que han de considerar-se per a l'emissió de publicitat, tenint en compte el control de qualitat, el contingut dels missatges publicitaris i l'adequació dels temps de publicitat a la programació i les necessitats dels mitjans.

m) El sistema d'indicadors de garantia de qualitat dels serveis que permeten avaluar, mitjançant paràmetres objectivament quantificables, el grau de compliment dels compromisos adquirits, com ara indicadors quantitatius, qualitius (hores d'emissió de continguts concrets, hores de subtítol, audiodescripció, llengua de signes) i tecnològics.

tal como haya sido atribuida, definida y organizada por cada estado miembro' (definición y misión) y establece una excepción a las normas del Tratado sobre la financiación de los servicios públicos de radiodifusión 'en la medida en que la financiación se conceda a los organismos de radiodifusión para llevar a cabo la función de servicio público [...] y [...] no afecte a las condiciones del comercio y de la competencia a la Comunitat en un grado que sea contrario al interés común, y teniendo en cuenta la realización de la función del mencionado servicio público' (proporcionalidad)».

Y de acuerdo con todo lo que se ha expuesto y manifestado, las dos partes

Acuerdan

Suscribir este contrato programa entre la CVMC y el Consell, autorizado por acuerdo de este último de 27 de abril de 2018, y que se regirá siguiendo las siguientes

Cláusulas

Primera. Objeto

Este contrato programa tiene por objeto hacer cumplir el mandato establecido en el artículo 6 de la Ley 6/2016 y desarrollar, de forma precisa, los objetivos generales establecidos en el mandato marco aprobado por Les Corts el 9 de febrero de 2017 (BOCV de 22.02.2017), de conformidad con lo dispuesto en el precepto mencionado antes. Según establece el artículo 25.3 del mandato marco, conforme a lo dispuesto en el artículo 44 de la Ley 6/2016, debe contener:

a) Los objetivos específicos que debe desarrollar la Corporación en el ejercicio de la función de servicio público que tiene encomendada, para un período de tres años, en los términos establecidos en el mandato marco previsto en el artículo 6 de esta ley.

b) Las aportaciones con cargo a los presupuestos de la Generalitat adscritas a la prestación del servicio público encomendado.

c) El detalle de las inversiones anuales y plurianuales de inmovilizados materiales e inmateriales y en infraestructuras y tecnología necesaria para el cumplimiento de los objetivos de servicio público.

d) Los indicadores de gestión y eficiencia económica que permiten conocer el estado de la ejecución presupuestaria, con especial referencia a los objetivos de inversiones, de gestión de los inmovilizados, de las masas salariales y de los gastos en compras y servicios.

e) Los mecanismos de corrección de las eventuales desviaciones de la ejecución de los presupuestos de explotación y capital con respecto a la previsión acordada, y los efectos derivados de posibles incumplimientos.

f) Los Medios que hay que emplear para adaptar los objetivos acordados a las variaciones del entorno económico.

g) Los objetivos y las obligaciones concretos que debe cumplir la programación de los diferentes canales de radio y televisión, así como de los servicios conexas e interactivos.

h) Los contenidos de servicio público de acuerdo con lo que prevé el artículo 4 de esta ley, con concreción de los porcentajes de géneros de programación que deban emitirse en los canales gestionados por la Corporación.

i) La proporción de financiación que la Corporación debe destinar al impulso de la producción y a las coproducciones de obras audiovisuales de la Comunitat Valenciana.

j) La proporción de financiación que la Corporación debe destinar al doblaje de obras y a los contenidos audiovisuales para la emisión televisiva.

k) Los criterios para la obtención de ingresos resultantes de publicidad y otros fondos.

l) Los criterios que deben considerarse para la emisión de publicidad, teniendo en cuenta el control de calidad, el contenido de los mensajes publicitarios y la adecuación de los tiempos de publicidad a la programación y las necesidades de los Medios.

m) El sistema de indicadores de garantía de calidad de los servicios que permiten evaluar, mediante parámetros objetivamente cuantificables, el grado de cumplimiento de los compromisos adquiridos, como indicadores cuantitativos, cualitativos (horas de emisión de contenidos concretos, horas de subtítulado, audiodescripción, lengua de signos) y tecnológicos.



n) Els efectes que han de derivar-se de l'incompliment dels compromisos arreplegats en el contracte programa.

o) El control de l'execució del contracte programa i dels resultats derivats d'aplicar-lo.

Segona. Vigència

El contracte programa ha de tindre, d'acord amb el que disposa l'article 6 de la Llei 6/2016, una vigència de tres anys a partir de la data de la signatura, sense possibilitat de pròrroga.

Tercera. Objectius específics que desenvoluparà la Corporació en l'exercici de la funció de servei públic

El mandat marc, segons disposa l'article 6 de la llei de creació, determina els objectius generals i de programació, que estan establits en els articles 4 i següents, junt amb l'article 22 del mateix text. Aquests objectius generals es concreten en els següents:

1. Garantir una informació de qualitat

Els mitjans de la CVMC oferiran una informació de qualitat amb rigor, precisió i imparcialitat, reflex de la realitat, i els continguts hauran de ser degudament contrastats en fonts de referència de qualitat i amb el suport documental necessari, i elaborats per professionals qualificats; una informació creïble, en la qual han de tindre cabuda tots els punts de vista i ha d'estar present l'opinió de totes les parts.

L'oferta de programes d'informació ha de tindre un paper central en el conjunt de la programació, i la informació de proximitat hi ha de tindre una presència rellevant amb l'objectiu de promoure la cohesió social i territorial de la nostra comunitat. La cobertura informativa, des del rigor i la qualitat, atindrà les necessitats de la ciutadania, amb una àmplia dedicació a les entitats representatives de la societat, les seues institucions i els actors polítics, econòmics, socials i culturals.

Els mitjans de comunicació de la CVMC han de presentar una mirada valenciana de la realitat i la informació ha de tindre com a punt de referència la Comunitat Valenciana, amb la voluntat de projectar a la resta del món els fets més rellevants que es produeixen a la nostra comunitat amb l'òptica dels valencians.

Els principis i les pautes d'actuació dels programes informatius, complement del que estableix la Llei 6/2016, es determinen en el Llibre d'estil de la Corporació.

Els serveis informatius han de tindre, junt amb els mitjans de control externs previstos en la Llei 6/2016, com a instrument de control intern, el Consell d'Informatius, en el qual, d'acord amb l'article 25 de la Llei 6/2016, s'integren tots els professionals que intervenen en l'elaboració de continguts informatius. Així mateix, els serveis informatius han d'estar oberts a les demandes adequadament fundades d'aclariment, rectificació i rèplica.

2. Promoure l'ús i la difusió de la llengua i la cultura valencianes, i donar-hi suport

Un dels objectius fonamentals de la CVMC és la promoció de la llengua i la cultura valencianes. La Corporació ha de treballar per a reforçar l'espai comunicatiu valencià, amb la voluntat de ser la seua referència. Els mitjans de comunicació públics valencians, a més de tindre el valencià com a llengua vehicular de les emissions i com a llengua institucional de les comunicacions, tenen la missió de contribuir a la millora de l'ús social del valencià.

En aquest sentit, la CVMC ha de realitzar iniciatives per a promoure i fomentar l'ús del valencià, siga a través d'iniciatives pròpies o en cooperació amb institucions, entitats o organismes que tinguen aquest mateix objecte.

Un altre dels objectius fonamentals de la CVMC és la promoció de la cultura pròpia de la Comunitat Valenciana. Per això, la CVMC i la seua societat han de ser un referent fonamental com a eina de projecció cultural dels valencians i de les valencianes, i, al mateix temps, una finestra oberta al món per a ser visibles en l'aparador mundial de les cultures. Tot això es farà respectant la diversitat territorial, i, per aquest motiu, posarà en marxa iniciatives pròpies i col·laborarà amb altres entitats que tinguen aquesta mateixa finalitat.

3. Promoure el pluralisme, la diversitat i la cohesió social. Igualtat entre homes i dones

La igualtat de gènere, com assenyalava l'article 2.3 de la Llei 6/2016, és un principi ordenador de l'ordenament jurídic que s'ha de tindre en

n) Los efectos que deben derivarse del incumplimiento de los compromisos recogidos en el contrato programa.

o) El control de la ejecución del contrato programa y de los resultados derivados de aplicarlo.

Segunda. Vigencia

El contrato programa debe tener, conforme a lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley 6/2016, una vigencia de tres años a partir de la fecha de la firma, sin posibilidad de prórroga.

Tercera. Objetivos específicos que desarrollará la Corporación en el ejercicio de la función de servicio público

El mandato marco, según dispone el artículo 6 de la ley de creación, determina los objetivos generales y de programación, que están establecidos en los artículos 4 y siguientes, junto al artículo 22 del mismo texto. Estos objetivos generales se concretan en los siguientes:

1. Garantizar una información de calidad

Los medios de la CVMC ofrecerán una información de calidad con rigor, precisión e imparcialidad, reflejo de la realidad, y los contenidos deberán ser debidamente contrastados en fuentes de referencia de calidad y con el apoyo documental necesario, y elaborados por profesionales cualificados; una información creíble, en la que deben tener cabida todos los puntos de vista y debe estar presente la opinión de todas las partes.

La oferta de programas de información debe tener un papel central en el conjunto de la programación, y la información de proximidad debe de tener una presencia relevante con el objetivo de promover la cohesión social y territorial de nuestra Comunitat. La cobertura informativa, desde el rigor y la calidad, atenderá las necesidades de la ciudadanía, con una amplia dedicación a las entidades representativas de la sociedad, sus instituciones y los actores políticos, económicos, sociales y culturales.

Los medios de comunicación de la CVMC deben presentar una mirada valenciana de la realidad y la información debe tener como punto de referencia la Comunitat Valenciana, con la voluntad de proyectar al resto del mundo los hechos más relevantes que se producen en nuestra Comunitat con la óptica de los valencianos.

Los principios y las pautas de actuación de los programas informativos, complemento del que establece la Ley 6/2016, se determinan en el Libro de estilo de la Corporación.

Los servicios informativos deben tener, junto a los medios de control externos previstos en la Ley 6/2016, como instrumento de control interno, el Consell de Informativos, en el que, de acuerdo con el artículo 25 de la Ley 6/2016, se integran todos los profesionales que intervinen en la elaboración de contenidos informativos. Asimismo, los servicios informativos deben estar abiertos a las demandas adecuadamente fundadas de aclaración, rectificación y réplica.

2. Promover el uso y la difusión de la lengua y la cultura valencianas, y dar apoyo

Uno de los objetivos fundamentales de la CVMC es la promoción de la lengua y la cultura valencianas. La Corporación debe trabajar para reforzar el espacio comunicativo valenciano, con la voluntad de ser su referencia. Los medios de comunicación públicos valencianos, además de tener el valenciano como lengua vehicular de las emisiones y como lengua institucional de las comunicaciones, tienen la misión de contribuir a la mejora del uso social del valenciano.

En este sentido, la CVMC debe realizar iniciativas para promover y fomentar el uso del valenciano, sea a través de iniciativas propias o en cooperación con instituciones, entidades u organismos que tengan este mismo objeto.

Otro de los objetivos fundamentales de la CVMC es la promoción de la cultura propia de la Comunitat Valenciana. Por ello, la CVMC y su sociedad deben ser un referente fundamental como una herramienta de proyección cultural de los valencianos y de las valencianas, y, al mismo tiempo, una ventana abierta al mundo para ser visibles en el escaparate mundial de las culturas. Todo eso se hará respetando la diversidad territorial, y, por este motivo, pondrá en marcha iniciativas propias y colaborará con otros entidades que tengan esta misma finalidad.

3. Promover el pluralismo, la diversidad y la cohesión social. Igualdad entre hombres y mujeres

La igualdad de género, como señala el artículo 2.3 de la Ley 6/2016, es un principio ordenador del ordenamiento jurídico que se debe tener



compte en la interpretació i aplicació de la Llei del servei públic de radiodifusió i televisió d'àmbit autonòmic, de titularitat de la Generalitat. Aquesta no és l'única referència que podem trobar en la Llei 6/2016. Així, l'article 5.1, dins dels principis que cal respectar en la prestació del servei públic, assenyala que la Corporació i les seues societats tenen aquestes obligacions:

«d) Garantir el principi d'igualtat efectiva entre homes i dones, així com vetllar per la transmissió d'una imatge igualitària, plural i no estereotipada de dones i homes en la societat, i promoure-la.

Adoptar, mitjançant l'autoregulació, codis de conducta tendents a transmetre el principi d'igualtat tot exclouent-ne continguts sexistes, especialment en la programació infantil i juvenil.

e) Promoure el principi d'igualtat efectiva entre homes i dones, que haurà d'informar, amb caràcter transversal, l'actuació de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, que la integrarà, de forma activa, en l'adopció i execució de les seues disposicions normatives, així com en la definició, el pressupost i l'execució del conjunt de les seues activitats.

f) Promoure la presència equilibrada de dones i homes en els nomenaments i les designacions en els càrrecs de responsabilitat que els corresponen, i vetllar perquè aquest principi es respecte en la resta de nomenaments dins de la Corporació. [...]

j) Promoure la visibilitat de la diversitat d'opcions afectives i sexuals i de models de família i d'identitat o expressió de gènere, així com cooperar en les estratègies contra la discriminació el·lectiu de lesbianes, gais, transsexuals, bisexuals i intersexuals.»

En la mateixa línia, l'article 6 del mandat marc, relatiu a la qualitat informativa, pluralisme i igualtat entre homes i dones, estableix:

«1. La promoció de l'espai públic és un objectiu dels mitjans audiovisuals públics, i també ho són la garantia d'accés universal a la informació i el coneixement i la realització efectiva del dret constitucional a comunicar i rebre informació veraç i del dret a la pluralitat informativa. Per tant, els mitjans públics han d'oferir una informació suficient, àmplia, veraç, contrastada, imparcial, igualitària, rigorosa, territorialment equilibrada i precisa sobre les qüestions d'actualitat que afecten una part o el conjunt de la societat, i actuar amb respecte dels drets de les persones usuàries. Aquesta informació ha de ser plural i garantir-hi l'accés dels grups socials, polítics, culturals i associatius representatius.

2. La igualtat de tracte i d'oportunitats entre homes i dones, l'ús d'un llenguatge no sexista i la garantia d'una imatge plural i no estereotipada de dones i homes, també són exigències i valors que els mitjans de comunicació públics han de promoure.

Es necessita una televisió compromesa amb l'eradicació de la cultura machista i de la desigualtat per raó de gènere, que aposte per un plantejament global que incorpore la perspectiva de gènere i propostes de programació no segmentades per gènere ni estereotipades, un compromís en continguts que ajuden a remoure obstacles, a desmuntar estereotips i a construir una nova cultura de la igualtat.

3. És necessària la intervenció professional especialitzada en matèria d'igualtat i l'establiment de filtres i garanties per al rebuig de continguts sexistes, amb especial atenció als adreçats al públic infantil i juvenil, tant en els programes com en la publicitat, amb la col·laboració de l'Observatori de Publicitat no Sexista de la Generalitat Valenciana.

4. Els criteris editorials a què fan referència els apartats 1, 2 i 3 han de ser definits extensament en els llibres d'estil de la CVMC.»

Els principis i les línies d'actuació que s'estableixen en les diferents normes indicades comporten que la CVMC ha d'aplicar, en la seua organització, processos i continguts, una perspectiva de gènere i s'ha de comprometre que, en l'aplicació de les retribucions complementàries, no hi haurà bretxes salarials entre homes i dones. En les diferents finestres per les quals es preste el servei públic ha d'aplicar-se, com a principi, la igualtat de gènere, i s'ha d'aproximar els ciutadans i les ciutadanes a les dificultats estructurals que existeixen en la nostra societat per al desenvolupament de les dones. Especial atenció es prestarà a les franques horàries destinades al públic infantil i juvenil, en les quals els continguts hauran de garantir la igualtat de gènere i la no-discriminació (article 34 in fine de la Llei 6/2016).

en cuenta en la interpretación y aplicación de la Ley del servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat. Esta no es la única referencia que podemos encontrar en la Ley 6/2016. Así, el artículo 5.1, dentro de los principios que hay que respetar en la prestación del servicio público, señala que la Corporación y sus sociedades tienen estas obligaciones:

«d) Garantizar el principio de igualdad efectiva entre hombres y mujeres, así como velar por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, y promoverla.

Adoptar, mediante la autorregulación, códigos de conducta tendentes a transmitir el principio de igualdad excluyendo contenidos sexistas, especialmente en la programación infantil y juvenil.

e) Promover el principio de igualdad efectiva entre hombres y mujeres, que deberá informar, con carácter transversal, la actuación de la Corporación Valenciana de Mitjans de Comunicació, que la integrarà, de forma activa, en la adopción y ejecución de sus disposiciones normativas, así como en la definición, el presupuesto y la ejecución del conjunto de sus actividades.

f) Promover la presencia equilibrada de mujeres y hombres en los nombramientos y las designaciones en los cargos de responsabilidad que los correspondan, y velar para que este principio se respete en la resto de nombramientos dentro de la Corporación. [...]

j) Promover la visibilidad de la diversidad de opciones afectivas y sexuales y de modelos de familia y de identidad o expresión de género, así como cooperar en las estrategias contra la discriminación el·lectiu de lesbianas, gays, transsexuals, bisexuals e intersexuals.»

En la misma línea, el artículo 6 del mandato marco, relativo a la calidad informativa, pluralismo e igualdad entre hombres y mujeres, establece:

«1. La promoción del espacio público es un objetivo de los medios audiovisuales públicos, y también lo son la garantía de acceso universal a la información y el conocimiento y la realización efectiva del derecho constitucional a comunicar y recibir información veraz y del derecho a la pluralidad informativa. Por tanto, los medios públicos deben ofrecer una información suficiente, amplia, veraz, contrastada, imparcial, igualitaria, rigurosa, territorialmente equilibrada y precisa sobre las cuestiones de actualidad que afectan una parte o el conjunto de la sociedad, y actuar con respecto de los derechos de las personas usuarias. Esta información debe ser plural y garantizar el acceso de los grupos sociales, políticos, culturales y asociativos representativos.

2. La igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres, el uso de un lenguaje no sexista y la garantía de una imagen plural y no estereotipada de mujeres y hombres, también son exigencias y valores que los medios de comunicación públicos deben promover.

Se necesita una televisión comprometida con la erradicación de la cultura machista y de la desigualdad por razón de género, que apueste por un planteamiento global que incorpore la perspectiva de género y propuestas de programación no segmentadas por género ni estereotipadas, un compromiso en contenidos que ayuden a remover obstáculos, a desmontar estereotipos y a construir una nueva cultura de la igualdad.

3. Es necesaria la intervención profesional especializada en materia de igualdad y el establecimiento de filtros y garantías para el rechazo de contenidos sexistas, con especial atención a los dirigidos al público infantil y juvenil, tanto en los programas como en la publicidad, con la colaboración del Observatorio de Publicitat no Sexista de la Generalitat Valenciana.

4. Los criterios editoriales a que hacen referencia los apartados 1, 2 y 3 deben ser definidos extensamente en los libros de estilo de la CVMC.»

Los principios y las líneas de actuación que se establecen en las diferentes normas indicadas comportan que la CVMC debe aplicar, en su organización, procesos y contenidos, una perspectiva de género y se ha de comprometer a que, en la aplicación de las retribuciones complementarias, no habrá brechas salariales entre hombres y mujeres. En las diferentes ventanas por las que se preste el servicio público debe aplicarse, como principio, la igualdad de género, y se ha de aproximar a los ciudadanos y las ciudadanas a las dificultades estructurales que existen en nuestra sociedad para el desarrollo de las mujeres. Especial atención se prestará a las franjas horarias adscritas al público infantil y juvenil, en los que los contenidos deberán garantizar la igualdad de género y la no-discriminación (art. 34 in fine de la Ley 6/2016).



El Consell Rector, de conformitat amb el que disposa l'article 16.3.c de la Llei 6/2016, aprovarà periòdicament plans d'igualtat d'oportunitats que incloguen mesures per a avançar en la igualtat efectiva d'homes i dones i eliminar la discriminació per raó de sexe; promourà, així mateix, un protocol de prevenció i actuació davant de situacions d'assetjament psicològic i/o sexual o per raons de sexe dins de l'entorn laboral entre companys, i encara més quan la persona assetjada exercisca un càrrec de responsabilitat i tinga actituds d'abús de poder. La CVMC ajudarà al desenvolupament i donarà visibilitat al Pacte contra la violència de gènere i masclista i a la feminització de la societat.

Les pautes per a l'aplicació de l'ús de la paritat en el tractament informatiu i en la producció i difusió dels continguts s'estableixen en el Llibre d'estil de la Corporació.

4. Garantir l'accés universal als continguts audiovisuals, especialment de les persones amb diversitat funcional auditiva o visual.

La llei de creació de la Corporació, en l'article 5, relatiu als principis que s'han d'observar en la prestació del servei públic, estableix que s'ha de garantir el principi d'igualtat de drets per a les persones amb discapacitat, la qual cosa suposa, com estableix la Llei 7/2010, de 31 de març, General de la Comunicació Audiovisual (d'ara endavant, LGA), reconèixer que les persones amb discapacitat visual o auditiva tenen dret a una accessibilitat universal a la comunicació audiovisual.

Dins dels principis bàsics de producció de la norma creadora de la CVMC s'estableix que implementarà les mesures necessàries per a aconseguir els percentatges de programació televisiva diària accessibles a les persones amb discapacitat sensorial auditiva i visual previstos en l'esmentada LGA; així mateix, s'hi estableix que la plataforma tecnològica serà accessible a les persones amb discapacitat funcional i que aquesta oferirà la versió accessible en tots els canals amb la implementació del marc d'accessibilitat audiovisual (subtitulat, llengua de signes, pictogrames, audiodescripció i lectura fàcil).

La LGA contempla que, als cap de quatre anys de ser aprovada, els canals de servei públic haurien de subtitular un 90 % de la programació i emetre 10 hores setmanals de llenguatge de signes i 10 hores setmanals d'audiodescripció. La CVMC es compromet a superar aquests valors durant la vigència de l'aquest contracte programa.

La implementació d'aquests percentatges es realitzarà preferentment en els programes informatius i en els destinats al públic infantil i juvenil. Els costos de les mesures d'accessibilitat podran ser objecte de patrocini específic.

La CVMC realitzarà els convenis de col·laboració necessaris amb les associacions i entitats que agrupen persones amb diversitat funcional, a fi que la programació s'adeqüe a les seues necessitats.

5. Garantir l'accés dels grups polítics i socials significatius

El dret d'accés als grups polítics i socials significatius és un dret previst en l'article 20.3 de la Constitució Espanyola (d'ara endavant, CE), amb un escàs desplegament normatiu. La llei de creació de la Corporació contempla expressament en l'article 2.2, com un dels principis d'actuació del servei públic, l'accés dels grups socials i polítics. Així mateix, en l'article 5 estableix, com un dels principis que s'han d'observar en la prestació del servei públic, la participació plural i democràtica en les informacions i en els continguts, mitjançant l'exercici del dret d'accés als mitjans.

La presència dels grups polítics i socials és un instrument essencial per al debat democràtic i la lliure expressió d'opinions, alhora que dona accés a la participació dels ciutadans i ciutadanes i dels grups en què es constitueixen. Als mitjans públics els correspon garantir que la diversitat que existeix en la societat tinga la possibilitat de traslladar, al conjunt dels ciutadans i ciutadanes, les distintes opinions, com a garantia del pluralisme democràtic i instrument per a un eficaç control sobre els eventuals detentors del poder.

Dins de les funcions encomanades al Consell Rector està determinar el procediment intern aplicable per la Corporació per a l'exercici del dret d'accés als grups socials i polítics significatius, de conformitat amb allò que disposen l'article 20.3 de la CE i la Llei 6/2016.

El Consejo Rector, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 16.3.c de la Ley 6/2016, aprobará periódicamente planes de igualdad de oportunidades que incluyan medidas para avanzar en la igualdad efectiva de hombres y mujeres y eliminar la discriminación por razón de sexo; promoverá, asimismo, un protocolo de prevención y actuación delante de situaciones de acoso psicológico y/o sexual o por razones de sexo dentro del entorno laboral entre compañeros, y aún más cuando la persona asediadora ejerza un cargo de responsabilidad y tenga actitudes de abuso de poder. La CVMC ayudará al desarrollo y dará visibilidad al Pacto contra la violencia de género y machista y a la feminización de la sociedad.

Las pautas para la aplicación del uso de la paridad en el tratamiento informativo y en la producción y difusión de los contenidos se establecen en el Libro de estilo de la Corporación.

4. Garantizar el acceso universal a los contenidos audiovisuales, especialmente de las personas con diversidad funcional auditiva o visual.

La ley de creación de la Corporación, en el artículo 5, relativo a los principios que se deben observar en la prestación del servicio público, establece que se debe garantizar el principio de igualdad de derechos para las personas con discapacidad, lo cual supone, como establece la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (de ahora en adelante, LGA), reconocer que a las personas con discapacidad visual o auditiva tienen derecho a una accesibilidad universal a la comunicación audiovisual.

Dentro de los principios básicos de producción de la norma creadora de la CVMC se establece que implementará las medidas necesarias para conseguir los porcentajes de programación televisiva diaria accesibles a las personas con discapacidad sensorial auditiva y visual previstos en la mencionada LGA; asimismo, se establece que la plataforma tecnológica será accesible a las personas con discapacidad funcional y que esta ofrecerá la versión accesible en todos los canales con la implementación del marco de accesibilidad audiovisual (subtitulado, lengua de signos, pictogramas, audiodescripción y lectura fácil).

La LGA contempla que, a los cuatro años de ser aprobada, los canales de servicio público deberían subtitular un 90 % de la programación y emitir 10 horas semanales de lenguaje de signos y 10 horas semanales de audiodescripción. La CVMC se compromete a superar estos valores durante la vigencia de este contrato programa.

La implementación de estos porcentajes se realizará preferentemente en los programas informativos y en los destinados al público infantil y juvenil. Los costos de las medidas de accesibilidad podrán ser objeto de patrocinio específico.

La CVMC realizará los convenios de colaboración necesarios con las asociaciones y entidades que agrupan personas con diversidad funcional, para que la programación se adecue a sus necesidades.

5. Garantizar el acceso de los grupos políticos y sociales significativos

El derecho de acceso a los grupos políticos y sociales significativos es un derecho previsto en el artículo 20.3 de la Constitución Española (de ahora en adelante, CE), con un escaso desarrollo normativo. La ley de creación de la Corporación contempla expresamente en el artículo 2.2, como uno de los principios de actuación del servicio público, el acceso de los grupos sociales y políticos. Asimismo, en el artículo 5 establece, como uno de los principios que han de observarse en la prestación del servicio público, la participación plural y democrática en las informaciones y en los contenidos, mediante el ejercicio del derecho de acceso a los medios.

La presencia de los grupos políticos y sociales es un instrumento esencial para el debate democrático y la libre expresión de opiniones, al mismo tiempo que da acceso a la participación de los ciudadanos y ciudadanas y de los grupos en que se constituyen. A los medios públicos les corresponde garantizar que la diversidad que existe en la sociedad tenga la posibilidad de trasladar, al conjunto de los ciudadanos y ciudadanas, las distintas opiniones, como garantía del pluralismo democrático e instrumento para un eficaz control sobre los eventuales detentores del poder.

Dentro de las funciones encomendadas al Consejo Rector está determinar el procedimiento interno aplicable por la Corporación para el ejercicio del derecho de acceso a los grupos sociales y políticos significativos, de conformidad con lo que disponen el artículo 20.3 de la CE y la Ley 6/2016.



6. Potenciar la indústria audiovisual

Els mitjans públics de ràdio i televisió s'han convertit en el motor de la indústria audiovisual de les respectives comunitats autònomes; ajuden, així mateix, a impulsar la innovació en nous formats i en tecnologia. En el nostre cas, l'aprovació de la Llei 7/1984, de 4 de juliol, de creació de l'Entitat Pública Radiotelevisió Valenciana, va suposar una fita històrica en el desenvolupament de la producció audiovisual valenciana i va contribuir a la vertebració cultural, econòmica i social de la Comunitat Valenciana.

Les indústries culturals i creatives, com ja ha assenyalat l'informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV, 2015),¹ basades en la innovació i en la creativitat, són un dels sectors que més ràpidament estan creixent i s'han convertit en alternativa per a un model econòmic basat en el coneixement. Els mitjans públics audiovisuals han de ser, com diu l'article 3 de la Llei 6/2016, un instrument essencial per al «foment de la creativitat i la producció de béns culturals de la nostra comunitat i per al desenvolupament de la societat de la informació i la comunicació, per tal d'aconseguir el foment de la nostra cultura mediàtica, que ha de dinamitzar i normalitzar la nostra llengua, la nostra identitat i la nostra diversitat cultural en el marc d'una nova societat del coneixement».

La posada en funcionament dels mitjans audiovisuals públics autònoms valencians suposa la revitalització d'un sector que en els últims anys havia anat gradualment reduint-se a la nostra comunitat com a conseqüència de la crisi econòmica i de la desaparició del servei públic autònom de ràdio i televisió. L'inici de les emissions contribuirà no sols a la creació de llocs de treball directes per a la prestació del servei públic autònom de ràdio i televisió, sinó també a la creació d'un nombre important de llocs de treball en el sector que proveeix À Punt Mèdia de produccions, a més de tindre un efecte multiplicador sobre el conjunt de l'economia de la Comunitat.²

La CVMC establirà relacions, principalment, amb altres mitjans de comunicació públics mitjançant instruments de col·laboració i d'intercanvi, per a ajudar a projectar el treball dels creadors i creadores valencians de l'audiovisual fora del nostre territori.

Aquest contracte programa se suma al compromís del Consell de preservar, protegir i difondre el patrimoni audiovisual valencià. Amb aquest objectiu, s'establiran convenis entre les entitats del Consell i la CVMC per a aportar els mitjans materials i de personal que siguen necessaris.

7. Promoure la transició a l'economia digital

L'economia digital, el creixement de la qual es calcula (UE) en set vegades més que el de la resta dels sectors econòmics, és un objectiu estratègic de tots els països europeus, que s'ha plasmat en l'Agenda Digital. Una part important d'aquesta és la política de mitjans de comunicació, i un dels objectius, permetre l'accés a qualsevol contingut des de qualsevol punt d'Europa.

La indústria de continguts digitals, en constant creixement, és un dels sectors més rellevants de l'economia digital i una oportunitat de futur per al nostre desenvolupament sostenible. Els mitjans de comunicació públics valencians apostaran per ser protagonistes en la innovació tecnològica, dins de les possibilitats pressupostàries. Des de la CVMC es donarà suport a la indústria valenciana de continguts digitals impulsant la innovació i el desenvolupament i donant a conèixer la producció de continguts mitjançant les seues diverses finestres; també es fomentaran models de negoci que ofereixen les tecnologies de la informació i s'obriran noves vies de distribució de les obres.

La CVMC contribuirà a la creació i difusió d'un arxiu audiovisual que permeta a tots els valencians i valencianes accedir a continguts digitals dels quals siga titular; a més, treballarà per a reduir la bretxa digital que impedeix a molts ciutadans i ciutadanes participar en els avanços tecnològics.

8. Fomentar una gestió racional dels horaris

El prime time (horari de màxima audiència) a Espanya és el que comença més tard de tot Europa. L'inici del prime time s'ha anat endar-

6. Potenciar la industria audiovisual

Los medios públicos de radio y televisión se han convertido en el motor de la industria audiovisual de las respectivas comunidades autónomas; ayudan, asimismo, a impulsar la innovación en nuevos formatos y en tecnología. En nuestro caso, la aprobación de la Ley 7/1984, de 4 de julio, de creación de la Entidad Pública Radiotelevisión Valenciana, supuso un hito histórico en el desarrollo de la producción audiovisual valenciana y contribuyó a la vertebración cultural, económica y social de la Comunitat Valenciana.

Las industrias culturales y creativas, como ya ha señalado el informe de la Comisión de Expertos en Comunicación de las Universidades Valencianas (CECUV, 2015),¹ basadas en la innovación y en la creatividad, son uno de los sectores que más rápidamente están creciendo y se han convertido en alternativa para un modelo económico basado en el conocimiento. Los medios públicos audiovisuales deben ser, como dice el artículo 3 de la Ley 6/2016, un instrumento esencial para el «fomento de la creatividad y la producción de bienes culturales de nuestra Comunitat y para el desarrollo de la sociedad de la información y la comunicación, para conseguir el fomento de nuestra cultura mediática, que debe dinamizar y normalizar nuestra lengua, nuestra identidad y nuestra diversidad cultural en el marco de una nueva sociedad del conocimiento».

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. El inicio de las emisiones contribuirá no solo a la creación de puestos de trabajo directos para la prestación del servicio público autonómico de radio y televisión, sino también 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.²

La CVMC establecerá relaciones, principalmente, con otros medios de comunicación públicos mediante instrumentos de colaboración y de intercambio, para ayudar a proyectar el trabajo de los creadores y creadoras valencianos del audiovisual fuera de nuestro territorio.

Este contrato programa se suma al compromiso del Consell de preservar, proteger y difundir el patrimonio audiovisual valenciano. Con este objetivo, se establecerán convenios entre las entidades del Consell y la CVMC para aportar los medios materiales y de personal que sean necesarios.

7. Promover la transición a la economía digital

La economía digital, el crecimiento de la cuál se calcula (UE) en siete veces más que la del resto de los sectores económicos, es un objetivo estratégico de todos los países europeos, que se ha plasmado en la Agenda Digital. Una parte importante de esta es la política de medios de comunicación, y uno de los objetivos, permitir el acceso a cualquier contenido desde cualquier punto de Europa.

La industria de contenidos digitales, en constante crecimiento, es uno de los sectores más relevantes de la economía digital y una oportunidad de futuro para nuestro desarrollo sostenible. Los medios de comunicación públicos valencianos apostarán por ser protagonistas en la innovación tecnológica, dentro de las posibilidades presupuestarias. Desde la CVMC se dará apoyo a la industria valenciana de contenidos digitales impulsando la innovación y el desarrollo y dando a conocer la producción de contenidos mediante sus varias ventanas; también se fomentarán modelos de negocio que ofrecen las tecnologías de la información y se abrirán nuevas vías de distribución de las obras.

La CVMC contribuirá a la creación y difusión de un archivo audiovisual que permita a todos los valencianos y valencianas acceder a contenidos digitales de los cuales sea titular; además, trabajará para reducir la brecha digital que impide a muchos ciudadanos y ciudadanas participar en los avances tecnológicos.

8. Fomentar una gestión racional de los horarios

El prime time (horario de máxima audiencia) a España es el que empieza más tarde de toda Europa. El inicio del prime time se ha ido

¹ Bases per a la renovació de l'espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic.

² El servei públic audiovisual de la Comunitat Valenciana: aspectes econòmics. València: IVIE, 2016.

¹ Bases para la renovación del espacio comunicativo valenciano y la restitución del servicio público.

² El servicio público audiovisual de la Comunitat Valenciana: aspectos económicos. València: IVIE, 2016.



rerit gradualment i s'ha convertit en una tendència que, malgrat les crítiques, s'ha anat refermant en els últims anys. Aquests horaris dificulten als ciutadans i les ciutadanes el gaudi d'un necessari període de descans. Els horaris de televisió són incompatibles amb els horaris laborals i escolars, la qual cosa incideix no sols en un rendiment més baix, sinó també en la salut.

És necessari que, des dels mitjans públics, s'apliquen polítiques destinades a trencar aquesta dinàmica que només ocasiona perjudicis als ciutadans i les ciutadanes i que ens allunya cada vegada més dels països del nostre entorn. L'objectiu hauria de ser que els programes emesos en horaris de màxima audiència no acabaren més tard de les 00.00 h de diumenge a dijous.

9. La protecció de la infància i la joventut

Els mitjans audiovisuals, en els diferents formats, són protagonistes de la vida quotidiana de la majoria, però, especialment, de la joventut i la infància, per la qual cosa es fa necessari un tractament específic. L'especial protecció a la infància i la joventut, que la CE configura com un límit a la llibertat d'expressió, es justifica en el fet que són períodes de formació de la personalitat en què no s'ha aconseguit la plena maduresa física i mental.

La Convenció sobre els Drets de l'Infant, adoptada per l'Assemblea General de les Nacions Unides del 20 de novembre de 1989, contempla, en l'articulat, els paràmetres que emmarquen la relació entre els joves i els mitjans de comunicació. En l'àmbit del nostre Estat, és la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual, la que estableix, en l'article 7, els drets dels menors. La Llei 6/2016 contempla referències a la protecció de la infància i la joventut dins dels principis bàsics de la producció (article 26), de l'activitat informativa (article 27) i de les línies estratègiques de l'oferta televisiva (article 34.c). S'hi preveu una oferta «dedicada al públic infantil la programació de la qual respecte els drets de la infància, en els termes reconeguts pels tractats internacionals; estímul la seua creativitat i imaginació, i garantisca l'accessibilitat del públic infantil amb diversitat funcional. L'essència de les seues produccions es basarà en la promoció de la diversitat i la inclusió, a fi de facilitar el coneixement mitjançant una varietat de formats, de conformitat amb la seua declaració de principis. Tot això està orientat que xiquetes i xiquets tinguin la major diversitat de fonts amb què puguen construir la seua identitat i opinió, i ampliar la seua visió del món. S'hauran de concretar franques horàries adequades al públic infantil amb continguts que promoguen, en conjunt, la cultura, l'esport, la conservació del medi ambient, el respecte als drets humans, la igualtat de gènere i la no-discriminació».

En el mandat marc aprovat per les Corts es dedica específicament l'article 15 a la protecció i orientació en l'àmbit de la infància i la joventut, i s'estableix que:

«1. L'atenció especial a la infància i la joventut ha de ser un objectiu prioritari dels mitjans audiovisuals públics, que han de tindre en compte les noves plataformes d'accés als continguts audiovisuals, han d'usar els recursos tecnològics disponibles per a garantir tant el deure de protecció de la infància i la joventut com el respecte dels seus drets comunicatius, i han de vetlar per l'adequació d'horaris respecte a l'audiència potencial i descartar els continguts que fomenten la discriminació de gènere mitjançant estereotips i rols sexistes».

2. La CVMC i les societats prestadores de serveis de ràdio i televisió han de vetlar pels drets dels menors en relació amb la programació que s'emeten en horari infantil, tant en continguts com en publicitat. En concret, no difondran entre les 06.00 i les 22.00 hores locals continguts que puguen perjudicar el desenvolupament psíquic o moral dels menors, i adequaran la programació de conformitat amb els mandats parlamentaris aprovats en aquest sentit.

3. La CVMC i les societats prestadores de serveis de ràdio i televisió han d'establir sistemes de control parental per als continguts no aptes per a menors en els seus sistemes de difusió sempre que tècnicament siga possible.

Així mateix, han d'adoptar cauteles addicionals per a evitar la possibilitat que els xiquets puguen arribar a imitar diversos actes violents o comportaments delictius presents en els diferents continguts de la seua oferta, i es comprometen a treballar en col·laboració amb les instàncies educatives per a promoure l'educació i l'aprenentatge de la població infantil i juvenil.

retrasando gradualmente y se ha convertido en una tendencia que, a pesar de las críticas, se ha ido afianzando en los últimos años. Estos horarios dificultan a los ciudadanos y las ciudadanas el goce de un necesario período de descanso. Los horarios de televisión son incompatibles con los horarios laborales y escolares, lo cual incide no solo en un rendimiento más bajo, sino también en la salud.

Es necesario que, desde los medios públicos, se apliquen políticas adscritas a romper esta dinámica que solo ocasiona perjuicios a los ciudadanos y las ciudadanas y que nos aleja cada vez más de los países de nuestro entorno. El objetivo debería ser que los programas emitidos en horarios de máxima audiencia no acabarían más tarde de las 00.00 h de domingo a jueves.

9. La protección de la infancia y la juventud

Los medios audiovisuales, en los diferentes formatos, son protagonistas de la vida cotidiana de la mayoría, sin embargo, especialmente, de la juventud y la infancia, por lo que se hace necesario un tratamiento específico. La especial protección a la infancia y la juventud, que la CE configura como un límite a la libertad de expresión, se justifica en cuanto a que son períodos de formación de la personalidad en los que no se ha conseguido la plena madurez física y mental.

La Convención sobre los Derechos del Infante, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas del 20 de noviembre de 1989, contempla, en el articulado, los parámetros que enmarcan la relación entre los jóvenes y los medios de comunicación. En el ámbito de nuestro Estado, es la Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual, la que establece, en el artículo 7, los derechos de los menores. La Ley 6/2016 contempla referencias a la protección de la infancia y la juventud dentro de los principios básicos de la producción (art. 26), de la actividad informativa (art. 27) y de las líneas estratégicas de la oferta televisiva (art. 34.c). Se prevé una oferta «dedicada al público infantil la programación de la cual respete los derechos de la infancia, en los términos reconocidos por los tratados internacionales; estímulen su creatividad e imaginación, y garantice la accesibilidad del público infantil con diversidad funcional. La esencia de sus producciones se basará en la promoción de la diversidad y la inclusión, con el fin de facilitar el conocimiento mediante una variedad de formatos, de conformidad con su declaración de principios. Todo eso está orientado a que niñas y niños tengan la mayor diversidad de fuentes con que puedan construir su identidad y opinión, y ampliar su visión del mundo. Se deberán concretar franjas horarias adecuadas al público infantil con contenidos que promuevan, en conjunto, la cultura, el deporte, la conservación del medio ambiente, el respeto a los derechos humanos, la igualdad de género y la no-discriminación».

En el mandato marco aprobado por las Corts se dedica específicamente el artículo 15ª la protección y orientación en el ámbito de la infancia y la juventud, y se establece que:

«1. La atención especial a la infancia y la juventud debe ser un objetivo prioritario de los medios audiovisuales públicos, que deben tener en cuenta las nuevas plataformas de acceso a los contenidos audiovisuales, deben usar los recursos tecnológicos disponibles para garantizar tanto el deber de protección de la infancia y la juventud como el respeto de sus derechos comunicativos, y deben velar por la adecuación de horarios con respecto a la audiencia potencial y descartar los contenidos que fomenten la discriminación de género mediante estereotipos y roles sexistas».

2. La CVMC y las sociedades prestadoras de servicios de radio y televisión deben velar por los derechos de los menores en relación con la programación que se emite en horario infantil, tanto en contenidos como en publicidad. En concreto, no difundirán entre las 06.00 y las 22.00 horas locales contenidos que puedan perjudicar el desarrollo psíquico o moral de los menores, y adecuarán la programación de conformidad con los mandatos parlamentarios aprobados en este sentido.

3. La CVMC y las sociedades prestadoras de servicios de radio y televisión deben establecer sistemas de control parental para los contenidos no aptos para menores en sus sistemas de difusión siempre que técnicamente sea posible.

Asimismo, deben adoptar cautelas adicionales para evitar la posibilidad de que los niños puedan llegar a imitar diversos actos violentos o comportamientos delictivos presentes en los distintos contenidos de su oferta, y se comprometan a trabajar en colaboración con las instancias educativas para promover la educación y el aprendizaje de la población infantil y juvenil.



4. La CVMC i les societats prestadores de serveis de ràdio i televisió hauran d'estimular l'existència de canals i continguts especialment orientats al públic infantil, i en particular, en els horaris i èpoques de major audiència dels menors. Així mateix, han de fer un disseny de programes que estimulen un ús saludable de la televisió i incentivar l'activitat dels menors cap a la creativitat, l'actitud crítica, el treball en equip, l'estudi i l'oci».

A fi de garantir uns continguts infantils i juvenils de qualitat que puguen transmetre els valors que arreplega la legislació i, al mateix temps, satisfacen les expectatives dels menors i donen confiança a l'entorn familiar, la CVMC va elaborar una carta de valors (localitzada en:

<https://www.cvmc.es/wp-content/uploads/2017/08/carta-valors-continguts-infantils-juvenils-a-punt.pdf>

dels continguts infantils i juvenils, en la qual s'estableixen les pautes per al tractament informatiu de la infància i la joventut. Aquesta carta de valors representa el compromís que s'avaluarà, amb els criteris que descriu, tots els continguts infantils i juvenils que s'emeten en els mitjans públics.

10. Garantir la continuïtat en la prestació del servei i la plena cobertura del conjunt del territori

La creació d'un servei públic de radiodifusió i televisió té per objecte que els continguts arriben a tots els ciutadans i ciutadanes de la nostra comunitat, i que no creen una bretxa entre els qui resideixen a la costa i als grans municipis i els qui viuen en zones de l'interior amb menor densitat de població. La CVMC, d'acord amb el que disposa l'article 5.1.p de la llei que la crea, adoptarà les mesures adequades perquè, progressivament, la totalitat dels ciutadans i ciutadanes puguen accedir a la programació de les diferents finestres que es desenvolupen.

L'objectiu inicial serà que les emissions radiofòniques d'À Punt arriben, durant el primer any d'emissió, al 88 % de la població, i que en el segon any, superen el 99 % de la població, a fi de permetre que puga accedir a les emissions de ràdio el nombre més gran de ciutadans i ciutadanes, a través dels diferents mitjans tecnològics existents; també s'hi podrà accedir mitjançant un dels canals de TDT i des de la plataforma web.

Les emissions a través de la plataforma digital es realitzaran de manera que els ciutadans i les ciutadanes puguen accedir-hi des de qualsevol dispositiu que estiga connectat a internet en qualsevol part de la geografia valenciana, sense cap limitació. Les emissions en la plataforma web d'À Punt Mèdia contindran geolocalitzadors per a respectar els drets de propietat intel·lectual dels continguts que s'hi incorporen.

11. Cooperació amb els operadors de ràdio i televisió amb llicències d'emissió atorgades per la Generalitat

A la Comunitat Valenciana s'han atorgat un conjunt de llicències per a l'emissió de televisió digital terrestre de proximitat, en les dèu demarcacions que preveu el Pla tècnic nacional de televisió digital terrestre d'àmbit local, així com altres llicències per a les emissions de radiodifusió en freqüència modulada en determinades demarcacions i municipis, d'acord amb el Pla tècnic nacional de radiodifusió sonora en ones de freqüència modulada, tant a operadors privats com a ajuntaments, la cobertura de les quals arriba a quasi tot el nostre territori.

Aquestes ràdios i televisions, d'àmbit local i comarcal, públiques i privades, presten un servei de proximitat als ciutadans i ciutadanes i els proporciona informació que difícilment pot tindre cabuda en televisions d'àmbit geogràfic superior. La seua proximitat i el seu coneixement de l'àmbit en què es troben els permet tindre un accés preferent a la informació que es produeix al seu territori. Seria desitjable la col·laboració amb aquestes emissores de proximitat per a permetre unir sinergies i contribuir a la millora de la informació a tots els ciutadans i ciutadanes.

L'existència d'una estructura que agrupe les diferents ràdios i televisions de proximitat i municipals seria un instrument necessari per a una fluida relació amb aquestes que permeta col·laborar-hi.

La Corporació i la SAMC promouran la subscripció de convenis específics de col·laboració amb els prestadors dels serveis de ràdio i televisió locals de la Comunitat Valenciana, públics i privats, que vulguen acollir-s'hi tot garantint l'estàndard de qualitat d'À Punt i els valors de servei públic; tot això, per a aprofitar sinergies, reduir costos i

4. La CVMC y las sociedades prestadoras de servicios de radio y televisión deberán estimular la existencia de canales y contenidos especialmente orientados al público infantil, y en particular, en los horarios y épocas de mayor audiencia de los menores. Asimismo, deben hacer un diseño de programas que estimulen un uso saludable de la televisión e incentivar la actividad de los menores hacia la creatividad, la actitud crítica, el trabajo en equipo, el estudio y el ocio».

Con el fin de garantizar unos contenidos infantiles y juveniles de calidad que puedan transmitir los valores que recoge la legislación y, al mismo tiempo, satisfagan las expectativas de los menores y den confianza al entorno familiar, la CVMC elaboró una carta de valores localizada en:

<https://www.cvmc.es/wp-content/uploads/2017/08/carta-valors-continguts-infantils-juvenils-a-punt.pdf>

de los contenidos infantiles y juveniles, en la que se establecen las pautas para el tratamiento informativo de la infancia y la juventud. Esta carta de valores representa el compromiso que se evaluará, con los criterios que describe, todos los contenidos infantiles y juveniles que se emiten en los medios públicos.

10. Garantizar la continuidad en la prestación del servicio y la plena cobertura del conjunto del territorio

La creación de un servicio público de radiodifusión y televisión tiene por objeto que los contenidos lleguen a todos los ciudadanos y ciudadanas de nuestra Comunitat, y que no creen una brecha entre los que residen en la costa y en los grandes municipios y los que viven en zonas del interior con menor densidad de población. La CVMC, conforme a lo dispuesto en el artículo 5.1.p de la ley que la crea, adoptará las medidas adecuadas para que, progresivamente, la totalidad de los ciudadanos y ciudadanas puedan acceder a la programación de las diferentes ventanas que se desarrollan.

El objetivo inicial será que las emisiones radiofónicas de À Punt lleguen, durante el primer año de emisión, al 88 % de la población, y que en el segundo año, superen el 99 % de la población, con el fin de permitir que pueda acceder a las emisiones de radio el número más grande de ciudadanos y ciudadanas, a través de los diferentes medios tecnológicos existentes; también se podrá acceder mediante uno de los canales de TDT y desde la plataforma web.

Las emisiones a través de la plataforma digital se realizarán de manera que los ciudadanos y las ciudadanas puedan acceder desde cualquiera dispositivo que esté conectado en internet en cualquier parte de la geografia valenciana, sin ninguna limitación. Las emisiones en la plataforma web de À Punt Mèdia contendrán geolocalizadores para respetar los derechos de propiedad intelectual de los contenidos que se incorporen.

11. Cooperación con los operadores de radio y televisión con licencias de emisión otorgadas por la Generalitat

A la Comunitat Valenciana se han otorgado un conjunto de licencias para la emisión de televisión digital terrestre de proximidad, en las dieciocho demarcaciones que prevé el Plan técnico nacional de televisión digital terrestre de ámbito local, así como otras licencias para las emisiones de radiodifusión en frecuencia modulada en determinadas demarcaciones y municipios, de acuerdo con el Plan técnico nacional de radiodifusión sonora en ondas de frecuencia modulada, tanto a operadores privados como ayuntamientos, la cobertura de las cuales llega a casi todo nuestro territorio.

Estas radios y televisions, de ámbito local y comarcal, públicas y privadas, prestan un servicio de proximidad a los ciudadanos y ciudadanas y les proporciona información que difícilmente puede tener cabida en televisions de ámbito geográfico superior. Su proximidad y su conocimiento del ámbito en que se encuentran les permite tener un acceso preferente a la información que se produce en su territorio. Sería deseable la colaboración con estas emisoras de proximidad para permitir unir sinergias y contribuir a la mejora de la información a todos los ciudadanos y ciudadanas.

La existencia de una estructura que agrupe las diferentes radios y televisions de proximidad y municipales sería un instrumento necesario para una fluida relación con estas que permita su colaboración.

La Corporación y la SAMC promoverán la suscripción de convenios específicos de colaboración con los prestadores de los servicios de radio y televisión locales de la Comunitat Valenciana, públicos y privados, que quieran acogerse garantizando el estándar de calidad de À Punt y los valores de servicio público; todo eso, para aprovechar sinergias,



oferir més continguts, serveis i qualitat als valencians (article 28.3 de la Llei 6/16), tenint en compte les limitacions que s'estableixen en els articles 9.2 i 26.4 de la llei que la crea. Amb aquesta finalitat, la Corporació i la SAMC donaran suport a la creació d'una xarxa de col·laboració per a l'intercanvi i, si és el cas, la coproducció de continguts amb les ràdios i televisions d'àmbit local i comarcal de la Comunitat Valenciana.

Quarta. Aportacions amb càrrec als pressupostos de la Generalitat destinades a la prestació del servei públic encomanat

El finançament de la CVMC, d'acord amb el que disposa l'article 37 de la llei que la crea, tindrà un caràcter mixt i, com a fonts:

- Una compensació per la prestació de servei públic.
- Els ingressos derivats de la comercialització de publicitat.
- Els ingressos derivats d'altres activitats comercials i mercantils, pels serveis que preste i, en general, per l'exercici de les seues activitats o la cessió o la venda de determinats continguts audiovisuals.

- Altres que puguen acordar-se en un futur, i entre aquestes, els percentatges procedents de quotes que es podran aplicar a la radiotelevisió comercial i de pagament, a la difusió en mobilitat o per cable per mitjà de companyies telefòniques i a les plataformes o contenidors d'internet.

- Els recursos provinents dels productes i rendes del seu patrimoni; de les aportacions voluntàries, subvencions, herències, llegats i donacions, o de qualssevol altres de dret públic o de dret privat.

La compensació per al compliment de les obligacions de servei públic, que no podran superar el cost net, es consignarà en els pressupostos de la Generalitat d'acord amb aquest programa, i mai suposaran un import inferior al 0,3 % ni superior al 0,6 %. El Consell es compromet a consignar per a cada un dels exercicis 2018, 2019 i 2020 la quantitat mínima de 55.000.000 euros. Aquestes aportacions no inclouen els increments retributius que s'establisquen, d'acord amb les directrius del Consell que s'apliquen legalment en cada exercici pressupostari, en relació amb els increments salarials.

L'aportació per a la subvenció d'explotació per a cada exercici es veurà incrementada en les quanties que s'establisquen pels esmentats conceptes salarials en els pressupostos de la Generalitat.

Sense perjudi d'allò que s'ha previst, i en el marc dels objectius i finalitats d'aquest contracte programa, es podran concretar, per a cada exercici, actuacions específiques addicionals que caldrà desenvolupar en relació amb el compliment dels objectius que així ho requerisquen.

En aquest sentit, el Consell es compromet a impulsar fórmules que afavorisquen la col·laboració en el compliment dels objectius d'aquest contracte programa, incloent-hi el desenvolupament de campanyes, accions de comunicació o patrocinis de caràcter institucional. En cada exercici es determinaran les actuacions concretes addicionals en desenvolupament de la funció de servei públic que s'acorden, amb el detall de l'aportació econòmica, que s'entendrà incorporada al contracte programa com a addenda i serà aprovada pel membre del Consell titular de la competència en matèria de mitjans de comunicació, a proposta de la comissió de seguiment.

Així mateix, les campanyes d'informació que siguen d'interés públic es consideren integrades en les quantitats consignades en els pressupostos anuals de la Generalitat, sense que això supose menyscabament dels altres possibles ingressos de publicitat. S'entén per campanya d'interés públic aquella que, fent ús de formats convencionals, té valor informatiu urgent i rellevant per a la societat valenciana. Les despeses relatives al disseny i la producció de les campanyes d'interés públic i naturalesa institucional correspondran a la conselleria competent en la matèria.

1. Aportacions per a la compensació de despeses d'explotació

A fi d'equilibrar la diferència entre ingressos propis (venta de publicitat i altres ingressos de gestió) i despeses totals de cada exercici generades per la labor de servei públic que s'encomana a la CVMC, el Consell es compromet a consignar, almenys, en els projectes de llei de pressupostos, les següents aportacions de despesa per a la CVMC i la seua societat (SAMC) en euros corrents:

| | Pressupost 2018 | Pressupost 2019 | Pressupost 2020 |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Compensació de servei públic | 52.796.350 | 51.459.499 | 51.958.101 |

reducir costes y ofrecer más contenidos, servicios y calidad a los valencianos (art. 28.3 de la Ley 6/16), teniendo en cuenta las limitaciones que se establecen en los artículos 9.2 y 26.4 de la ley que la crea. Con esta finalidad, la Corporación y la SAMC darán apoyo a la creación de una red de colaboración para el intercambio y, en su caso, la coproducción de contenidos con las radios y televisiones de ámbito local y comarcal de la Comunitat Valenciana.

Cuarta. Aportaciones con cargo a los presupuestos de la Generalitat adscritas a la prestación del servicio público encomendado

La financiación de la CVMC, conforme a lo dispuesto en el artículo 37 de la ley que la crea, tendrá un carácter mixto y, como fuentes:

- Una compensación por la prestación de servicio público.
- Los ingresos derivados de la comercialización de publicidad.
- Los ingresos derivados de otras actividades comerciales y mercantiles, por los servicios que preste y, en general, por el ejercicio de sus actividades o la cesión o la venta de determinados contenidos audiovisuales.

- Otros que puedan acordarse en un futuro, y entre estos, los porcentajes procedentes de cuotas que se podrán aplicar a la radiotelevisión comercial y de pago, a la difusión en movilidad o por cable mediante compañías telefónicas y a las plataformas o contenedores de internet.

- Los recursos provenientes de los productos y rentas de su patrimonio; de las aportaciones voluntarias, subvenciones, herencias, legados y donaciones, o de cualesquiera otros de derecho público o de derecho privado.

La compensación para el cumplimiento de las obligaciones de servicio público, que no podrán superar el coste neto, se consignará en los presupuestos de la Generalitat de acuerdo con este programa, y nunca supondrán un importe inferior al 0,3 % ni superior al 0,6 %. El Consell se compromete a consignar para cada uno de los ejercicios 2018, 2019 y 2020 la cantidad mínima de 55.000.000 euros. Estas aportaciones no incluyen los incrementos retributivos que se establezcan, de acuerdo con las directrices del Consell que se aplican legalmente en cada ejercicio presupuestario, en relación con los incrementos salariales.

La aportación para la subvención de explotación para cada ejercicio se verá incrementada en las cuantías que se establezcan por los mencionados conceptos salariales en los presupuestos de la Generalitat.

Sin perjuicio de lo que se ha previsto, y en el marco de los objetivos y finalidades de este contrato programa, se podrán concretar, para cada ejercicio, actuaciones específicas adicionales que habrá que desarrollar en relación con el cumplimiento de los objetivos que así lo requieran.

En este sentido, el Consell se compromete a impulsar fórmulas que favorezcan la colaboración en el cumplimiento de los objetivos de este contrato programa, incluyendo el desarrollo de campañas, acciones de comunicación o patrocinio de carácter institucional. En cada ejercicio se determinarán las actuaciones concretes adicionales en desarrollo de la función de servicio público que se acuerden, con el detalle de la aportación económica, que se entenderá incorporada en el contrato programa como adenda y será aprobada por el miembro del Consell titular de la competencia en materia de medios de comunicación, a propuesta de la comisión de seguimiento.

Asimismo, las campañas de información que sean de interés público se consideran integradas en las cantidades consignadas en los presupuestos anuales de la Generalitat, sin que ello suponga menoscabo de los otros posibles ingresos de publicidad. Se entiende por campaña de interés público aquella que, en uso de formatos convencionales, tiene valor informativo urgente y relevante para la sociedad valenciana. Los gastos relativos al diseño y la producción de las campañas de interés público y naturaleza institucional corresponderán a la conselleria competente en la materia.

1. Aportaciones para la compensación de gastos de explotación

Con el fin de equilibrar la diferencia entre ingresos propios (venta de publicidad y otros ingresos de gestió) y gastos totales de cada ejercicio generadas por la labor de servicio público que se encomienda a la CVMC, el Consell se compromete a consignar, por lo menos, en los proyectos de ley de presupuestos, las siguientes aportaciones de gasto para la CVMC y su sociedad (SAMC) en euros corrientes:

| | Presupuesto 2018 | Presupuesto 2019 | Presupuesto 2020 |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Compensación de servicio público | 52.796.350 | 51.459.499 | 51.958.101 |

Valoració del cost d'activitat del servei públic legalment encomanat

Els continguts emesos i/o subtitulats en valencià pels diferents mitjans dependents de la Corporació cal considerar-los de serveis públics en la seua totalitat, de conformitat amb el que disposa l'article 3 de la llei que la crea, ja que estaran d'acord amb els principis marcats que s'hi estableixen, amb el llibre d'estil i amb la carta de valors aprovats. Per tant, es considera servei públic el total de les despeses en què s'incorrega.

La previsió de les dotacions pressupostàries consolidades per als exercicis 2018-2020 és la següent:

| Resum despeses i inversions CVMC | | | |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Despeses | 2018 | 2019 | 2020 |
| Personal | 2.859.139 | 2.887.630 | 2.916.407 |
| Serveis exteriors i altres despeses de gestió corrent | 7.116.140 | 6.970.676 | 7.042.418 |
| Inversió en continguts | 0 | | |
| Inversions | 2.203.650 | 3.540.501 | 3.041.899 |
| Subvencions concedides | 42.821.071 | 41.601.193 | 41.999.276 |
| Total despesa/inversió | 55.000.000 | 55.000.000 | 55.000.000 |

| Resum despeses i inversions SAMC | | | |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Despeses | 2018 | 2019 | 2020 |
| Personal | 20.112.180 | 20.403.302 | 20.601.385 |
| Serveis exteriors i altres despeses de gestió corrent | 6.474.891 | 6.379.891 | 6.379.891 |
| Inversió en continguts | 20.234.000 | 20.818.000 | 21.018.000 |
| Total despesa/inversió | 46.821.071 | 47.601.193 | 47.999.276 |

Els fons de què es dota la SAMC tenen l'origen en el capítol 4 del pressupost de la CVMC (subvencions concedides a la SAMC) i en els ingressos procedents de la publicitat i la venda dels productes generats per l'activitat que té encomanada, que es quantifiquen, en conjunt, en quatre milions d'euros per a l'exercici 2018 i sis milions d'euros per a la resta dels exercicis de vigència del contracte. Aquesta previsió es desglossaria en els ingressos previstos per publicitat, d'acord amb el que estableix la clàusula dotze, procedents d'un exclusivista de publicitat, així com per la participació en la gestió de publicitat per la Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autònomic (FORTA).

Amb l'objecte de garantir l'execució pressupostària en equilibri, l'execució de les despeses s'ajustarà proporcionalment, per capítols, en el cas que aquests ingressos no arriben a l'import previst.

Pressupost consolidat

| Despeses | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Personal | 22.971.319 | 23.290.932 | 23.517.792 |
| Serveis exteriors i altres despeses de gestió corrent | 13.591.031 | 13.350.567 | 13.422.309 |
| Inversió en continguts | 20.234.000 | 20.818.000 | 21.018.000 |
| Inversions | 2.203.650 | 3.540.501 | 3.041.899 |
| Total despesa/inversió | 59.000.000 | 61.000.000 | 61.000.000 |

Pressupost consolidat despesa

| Despeses | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Personal | 22.971.319 | 23.290.932 | 23.517.792 |
| Serveis exteriors i altres despeses de gestió corrent | 13.591.031 | 13.350.567 | 13.422.309 |
| Inversió en continguts | 20.234.000 | 20.818.000 | 21.018.000 |
| Total despesa | 56.796.350 | 57.459.499 | 57.958.101 |

Valoración del coste de actividad del servicio público legalmente encomendado

Los contenidos emitidos y/o subtitulados en valenciano por los diferentes medios dependientes de la Corporación hay que considerarlos de servicios públicos en su totalidad, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3 de la ley que la crea, ya que estarán de acuerdo con los principios marcados que se establecen, con el libro de estilo y con la carta de valores aprobados. Por tanto, se considera servicio público el total de los gastos en que se incurra.

La previsión de las dotaciones presupuestarias consolidadas para los ejercicios 2018-2020 es la siguiente:

| Resumen gastos y inversiones CVMC | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gastos | 2018 | 2019 | 2020 |
| Personal | 2.859.139 | 2.887.630 | 2.916.407 |
| Servicios exteriores y otros gastos de gestión corriente | 7.116.140 | 6.970.676 | 7.042.418 |
| Inversión en contenidos | 0 | | |
| Inversiones | 2.203.650 | 3.540.501 | 3.041.899 |
| Subvenciones concedidas | 42.821.071 | 41.601.193 | 41.999.276 |
| Total gasto/inversión | 55.000.000 | 55.000.000 | 55.000.000 |

| Resumen gastos e inversiones SAMC | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gastos | 2018 | 2019 | 2020 |
| Personal | 20.112.180 | 20.403.302 | 20.601.385 |
| Servicios exteriores y otros gastos de gestión corriente | 6.474.891 | 6.379.891 | 6.379.891 |
| Inversión en contenidos | 20.234.000 | 20.818.000 | 21.018.000 |
| Total gastos/inversión | 46.821.071 | 47.601.193 | 47.999.276 |

Los fondos de que se dota la SAMC tienen el origen en el capítulo 4 del presupuesto de la CVMC (subvenciones concedidas a la SAMC) y en los ingresos procedentes de la publicidad y la venta de los productos generados por la actividad que tiene encomendada, que se cuantifican, en conjunto, en cuatro millones de euros para el ejercicio 2018 y seis millones de euros para el resto de los ejercicios de vigencia del contrato. Esta previsión se desglosaría en los ingresos previstos por publicidad, de acuerdo con lo que establece la cláusula doce, procedentes de un exclusivista de publicidad, así como por la participación en la gestión de publicidad por la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autónomic (FORTA).

Con el objeto de garantizar la ejecución presupuestaria en equilibrio, la ejecución de los gastos se ajustará proporcionalmente, por capítulos, en caso de que estos ingresos no lleguen al importe previsto.

Presupuesto consolidado

| Gastos | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Personal | 22.971.319 | 23.290.932 | 23.517.792 |
| Servicios exteriores y otros gastos de gestión corriente | 13.591.031 | 13.350.567 | 13.422.309 |
| Inversión en contenidos | 20.234.000 | 20.818.000 | 21.018.000 |
| Inversiones | 2.203.650 | 3.540.501 | 3.041.899 |
| Total gasto/inversión | 59.000.000 | 61.000.000 | 61.000.000 |

Presupuesto consolidado gasto

| Gastos | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Personal | 22.971.319 | 23.290.932 | 23.517.792 |
| Servicios exteriores y otros gastos de gestión corriente | 13.591.031 | 13.350.567 | 13.422.309 |
| Inversión en contenidos | 20.234.000 | 20.818.000 | 21.018.000 |
| Total gasto | 56.796.350 | 57.459.499 | 57.958.101 |

Les dades indicades fan referència a les dotacions anuals pressupostàries per a cada un dels exercicis.

Les inversions realitzades s'imputaran a la despesa de l'exercici en funció de la dotació anual de l'amortització aplicable depenent dels béns adquirits.

Respecte als continguts, s'indica també la inversió anual que cal efectuar.

La despesa real s'imputarà a cada exercici en funció de la programació i de l'emissió real de cada un dels continguts, el nombre de passes i els criteris d'amortització establits per a cada tipus de continguts. El criteri anterior també serà aplicable als continguts adquirits amb càrrec al pressupost dels exercicis 2016 i 2017, respectivament.

2. Aportacions per a la inversió d'immobilitzat

A fi de finançar les inversions de l'immobilitzat tangible o intangible, noves o de reposició, el Consell es compromet a consignar, en els projectes de llei de pressupostos, les següents aportacions per a inversions de la CVMC en euros corrents:

| | <i>Pressupost 2018</i> | <i>Pressupost 2019</i> | <i>Pressupost 2020</i> |
|----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Aportació per a inversions | 2.203.650 | 3.540.501 | 3.041.899 |

Sense perjudi d'aquestes previsions, i en el marc dels objectius i finalitats d'aquest contracte programa, es podran concretar, per a cada exercici, actuacions específiques addicionals per a desenvolupar en relació amb el compliment dels objectius que així ho requerisquen.

Cinquena. Detall de les inversions anuals i plurianuals d'immobilitzats materials i immaterials i en infraestructures i tecnologia necessàries per al compliment dels objectius de servei públic

La previsió de les inversions anuals i plurianuals d'immobilitzats materials i immaterials i en infraestructures i tecnologia necessàries per al compliment dels objectius de servei públic es distribueixen entre les que realitza directament la CVMC, centrades en les inversions en infraestructures i tecnologia, i les que van a càrrec de la SAMC, que es relacionen amb productes destinats a l'emissió per les diferents finestres d'emissió.

Durant els primers exercicis de l'activitat s'ha de realitzar una important activitat inversora i és necessari actualitzar tot l'equipament tecnològic. D'altra banda, es realitzaran diverses obres en el Centre de Producció de Programes de Burjassot: en la redacció, amb l'objectiu de tindre una redacció única; adaptar l'espai necessari per a instal·lar la ràdio, i adequar els platós a les necessitats actuals.

Les inversions en tecnologia s'han concentrat l'any 2017 per a poder tindre les bases necessàries per a l'inici de les emissions en televisió, ràdio i plataforma web, per la qual cosa, en els anys que comprén aquest contracte programa, es destinaran al desenvolupament de les inversions ja realitzades, que són les que hi ha més avall.

Està previst dur a terme inversions per un import total de 24.137.122,07 euros, la majoria de les quals, tal com s'indica en el paràgraf anterior, es van realitzar el 2017.

| Inversions previstes | | | | |
|--|-------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <i>Denominació del projecte i subprojecte</i> | <i>Cost total</i> | <i>Anualitat 2018</i> | <i>Anualitat 2019</i> | <i>Anualitat 2020</i> |
| Obres Edifici: redacció, plató i ràdio provisional | 1.810.000 | 0 | 0 | 0 |
| Multicontinuitat | 1.183.352 | 0 | 0 | 0 |
| Producció | 1.996.500 | 0 | 0 | 0 |
| Ràdio | 1.379.400 | 0 | 0 | 0 |
| Capçalera | 429.550 | 0 | 0 | 0 |
| Ràdio transport | 459.800 | 0 | 0 | 0 |

Los datos indicados hacen referencia a las dotaciones anuales presupuestarias para cada uno de los ejercicios.

Las inversiones realizadas se imputarán al gasto del ejercicio en función de la dotación anual de la amortización aplicable dependiendo de los bienes adquiridos.

Con respecto a los contenidos, se indica también la inversión anual que hay que efectuar.

El gasto real se imputará a cada ejercicio en función de la programación y de la emisión real de cada uno de los contenidos, el número de pasos y los criterios de amortización establecidos para cada tipo de contenidos. El criterio anterior también será aplicable a los contenidos adquiridos con cargo al presupuesto de los ejercicios 2016 y 2017, respectivamente.

2. Aportaciones para la inversión de inmovilizado

Con el fin de financiar las inversiones del inmovilizado tangible o intangible, nuevas o de reposición, el Consell se compromete a consignar, en los proyectos de ley de presupuestos, las siguientes aportaciones para inversiones de la CVMC en euros corrientes:

| | <i>Presupuesto 2018</i> | <i>Presupuesto 2019</i> | <i>Presupuesto 2020</i> |
|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Aportación para inversiones | 2.203.650 | 3.540.501 | 3.041.899 |

Sin perjuicio de estas previsions, y en el marco de los objetivos y finalidades de este contrato programa, se podrán concretar, para cada ejercicio, actuaciones específicas adicionales para desarrollar en relación con el cumplimiento de los objetivos que así lo requieran.

Quinta. Detalle de las inversiones anuales y plurianuales de inmovilizados materiales e inmateriales y en infraestructuras y tecnología necesarias para el cumplimiento de los objetivos de servicio público

La previsión de las inversiones anuales y plurianuales de inmovilizados materiales e inmateriales y en infraestructuras y tecnología necesarias para el cumplimiento de los objetivos de servicio público se distribuyen entre las que realiza directamente la CVMC, centradas en las inversiones en infraestructuras y tecnología, y las que van a cargo de la SAMC, que se relacionan con productos destinados a la emisión por las diferentes ventanas de emisión.

Durante los primeros ejercicios de la actividad se debe realizar una importante actividad inversora y es necesario actualizar todo el equipamiento tecnológico. Por otro lado, se realizarán varias obras en el Centro de Producción de Programas de Burjassot: en la redacción, con el objetivo de tener una redacción única; adaptar el espacio necesario para instalar la radio, y adecuar los platós a las necesidades actuales.

Las inversiones en tecnología se han concentrado el año 2017 para poder tener las bases necesarias para el inicio de las emisiones en televisión, radio y plataforma web, por lo que, en los años que comprende este contrato programa, se destinarán al desarrollo de las inversiones ya realizadas, que son las que hay más abajo.

Está previsto llevar a cabo inversiones por un importe total de 24.137.122,07 euros, la mayoría de las que, tal como se indica en el párrafo anterior, se realizaron el 2017.

| Inversiones previstas | | | | |
|--|--------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <i>Denominación del proyecto y subproyecto</i> | <i>Coste total</i> | <i>Anualidad 2018</i> | <i>Anualidad 2019</i> | <i>Anualidad 2020</i> |
| Obres Edifici: redacció, plató y radio provisional | 1.810.000 | 0 | 0 | 0 |
| Multicontinuidad | 1.183.352 | 0 | 0 | 0 |
| Producción | 1.996.500 | 0 | 0 | 0 |
| Radio | 1.379.400 | 0 | 0 | 0 |
| Cabecera | 429.550 | 0 | 0 | 0 |
| Radio transporte | 459.800 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | |
|--|------------|-----------|-----------|-----------|
| Control matriu: matriu híbrida, control central, control ingesta (qualitat), sistema multipantalla, generador de sincros de referència i temps adequació sala | 786.500 | 121.000 | 60.500 | 60.500 |
| Multimèdia: trànsit <i>streaming</i> , despesa mensual, CDN, CM, gestor continguts, desenvolupament <i>front</i> i <i>back</i> , emmagatzematge <i>bigdata</i> | 302.500 | 60.500 | 60.500 | 60.500 |
| TV IP | 235.950 | 36.300 | 6.050 | 12.100 |
| Micro | 629.200 | 24.200 | 24.200 | 24.200 |
| LAN | 520.300 | 96.800 | 60.500 | 60.500 |
| Seg | 290.400 | 36.300 | 36.300 | 36.300 |
| Cablejaments | 133.100 | 60.500 | 36.300 | 36.300 |
| Arxiu: ampliació | 1.327.370 | 24.200 | 24.200 | 24.200 |
| Robòtica de cintes llicències arxivament, renovació servidors i actualització programari entorn web | | | | |
| Plató 1: canvi mesclador, entorn IP HD, efectes digitals, tituladores, càmeres HP, taula so, recablejament | 1.936.000 | 60.500 | 60.500 | 1.815.000 |
| Plató 2 | 1.936.000 | 60.500 | 1.580.301 | 295.199 |
| Plató 3: substitució monitorització càmeres robotitzades | 2.057.000 | 733.500 | 121.000 | 121.000 |
| Plató 4: renovació sistema grafisme virtual, substitució càmeres robotitzades HD | 1.512.500 | 302.500 | 121.000 | 121.000 |
| Plató 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Teleco2 | 114.950 | 30.250 | 12.100 | 12.100 |
| Teleco3 | 350.900 | 60.500 | 24.200 | 24.200 |
| Teleco4 | 60.500 | 12.100 | 12.100 | 12.100 |
| CPD | 968.000 | 121.000 | 121.000 | 121.000 |
| Aplicacions | 1.573.000 | 242.000 | 121.000 | 121.000 |
| Llicències | 96.800 | 24.200 | 24.200 | 24.200 |
| Servidors | 429.550 | 96.800 | 66.550 | 60.500 |
| Enginyeria i serveis urgents | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Transport senyal | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Unitat mòbil | 968.000 | 0 | 968.000 | 0 |
| Delegacions: plató ràdio, plató televisió | 400.000 | 0 | 0 | 0 |
| Intercom | 250.000 | 0 | 0 | 0 |
| Totals | 24.137.122 | 2.203.650 | 3.540.501 | 3.041.899 |

Sisena. Indicadors de gestió i eficiència econòmica que permeten conèixer l'estat de l'execució pressupostària

La CVMC i la seua societat portaran un sistema de comptabilitat analítica o de comptabilitat de costos que permetrà conèixer l'estat d'execució del pressupost i les possibles desviacions, i també diferenciarà els costos del servei públic dels que, si és el cas, es puguin generar que no tinguen aquesta consideració. Per tant, el sistema comptable es durà a terme mitjançant una gestió integrada tant del control pressupostari com de la comptabilitat analítica.

Per a aconseguir l'objectiu d'estabilitat pressupostària s'estableixen els següents indicadors econòmics:

| | | | | |
|--|------------|-----------|-----------|-----------|
| Control matriu: matriz híbrida, control central, control ingesta (calidad), sistema multipantalla, generador de sincros de referencia y tiempo adecuación sala | 786.500 | 121.000 | 60.500 | 60.500 |
| Multimedia: tránsito <i>streaming</i> , gasto mensual, CDN, CM, gestor contenidos, desarrollo frente y back, almacenamiento <i>bigdata</i> | 302.500 | 60.500 | 60.500 | 60.500 |
| TV IP | 235.950 | 36.300 | 6.050 | 12.100 |
| Micro | 629.200 | 24.200 | 24.200 | 24.200 |
| LAN | 520.300 | 96.800 | 60.500 | 60.500 |
| Seg | 290.400 | 36.300 | 36.300 | 36.300 |
| Cableados | 133.100 | 60.500 | 36.300 | 36.300 |
| Archivo: ampliación | 1.327.370 | 24.200 | 24.200 | 24.200 |
| Robótica de cintas licencias archivo, renovación servidores y actualización <i>software</i> entorno web | | | | |
| Plató 1: cambio mezclado, entorno IP HD, efectos digitales, tituladores, cámaras HP, mesa sonido, recableado | 1.936.000 | 60.500 | 60.500 | 1.815.000 |
| Plató 2 | 1.936.000 | 60.500 | 1.580.301 | 295.199 |
| Plató 3: substitució monitorització càmeres robotitzades | 2.057.000 | 733.500 | 121.000 | 121.000 |
| Plató 4: renovació sistema grafisme virtual, substitució càmeres robotitzades HD | 1.512.500 | 302.500 | 121.000 | 121.000 |
| Plató 5 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Teleco2 | 114.950 | 30.250 | 12.100 | 12.100 |
| Teleco3 | 350.900 | 60.500 | 24.200 | 24.200 |
| Teleco4 | 60.500 | 12.100 | 12.100 | 12.100 |
| CPD | 968.000 | 121.000 | 121.000 | 121.000 |
| Aplicaciones | 1.573.000 | 242.000 | 121.000 | 121.000 |
| Licencias | 96.800 | 24.200 | 24.200 | 24.200 |
| Servidores | 429.550 | 96.800 | 66.550 | 60.500 |
| Ingeniería y servicios urgentes | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Transporte señal | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Unidad móvil | 968.000 | 0 | 968.000 | 0 |
| Delegaciones: plató radio, plató televisión | 400.000 | 0 | 0 | 0 |
| Intercom | 250.000 | 0 | 0 | 0 |
| Totales | 24.137.122 | 2.203.650 | 3.540.501 | 3.041.899 |

Sexta. Indicadores de gestión y eficiencia económica que permiten conocer el estado de la ejecución presupuestaria

La CVMC y su sociedad llevarán un sistema de contabilidad analítica o de contabilidad de costes que permitirá conocer el estado de ejecución del presupuesto y las posibles desviaciones, y también diferenciará los costes del servicio público de los que, en su caso, se puedan generar que no tengan esta consideración. Por tanto, el sistema contable se llevará a cabo mediante una gestión integrada tanto del control presupuestario como de la contabilidad analítica.

Para conseguir el objetivo de estabilidad presupuestaria se establecen los siguientes indicadores económicos:

Objectius de despesa inversió consolidats CVMC/SAMC
 Despeses: les despeses indicades són les despeses màximes previstes en cada un dels exercicis.

Objectiu de despesa

| Indicador | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|--------|--------|--------|
| Despeses de personal (en milers d'euros) ≤ | 22.971 | 23.291 | 23.518 |
| Serves exteriors i altres despeses de gestió corrent (en milers d'euros) ≤ | 13.591 | 13.351 | 13.422 |
| PMP proveïdors | ≤ 30 | ≤ 30 | ≤ 30 |

Inversions en immobilitzat: s'estableix com a objectiu executar el 100 % de les inversions previstes en cada un dels exercicis.

Objectiu d'inversions

| Indicador | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|-------|-------|-------|
| Pressupost d'inversions en immobilitzat (en milers d'euros) | 2.204 | 3.540 | 3.042 |

Inversions en continguts: s'estableix com a objectiu realitzar les inversions en continguts que s'indiquen en cada exercici.

Objectiu d'inversió

| Indicador | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|--------|--------|--------|
| Pressupost d'inversions en continguts (en milers d'euros) (*) | 20.234 | 20.818 | 21.018 |

(*) Els imports indicats fan referència a l'import que cal invertir en els exercicis indicats, i no a la despesa comptable imputada en els esmentats exercicis.

Objectiu d'inversió

| Indicador | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Pressupost d'inversions en producció i coproducció | ≥ 24 % del press. | ≥ 24 % del press. | ≥ 24 % del press. |

Inversió en producció i coproducció: s'estableix com a objectiu la inversió en producció i coproducció de, com a mínim, un 24 % del pressupost.

Distribució prevista de la despesa en continguts

| Inversió continguts per a mitjans-2018 | | | |
|--|------------|-------|-------|
| Tipus inversió | % Objectiu | 2018 | |
| | | Minim | Màxim |
| Entreteniment | 20 % | 15 % | 25 % |
| Cultural i divulgatiu | 25 % | 20 % | 30 % |
| Ficció | 25 % | 20 % | 30 % |
| Infantil/juvenil | 6 % | 3 % | 9 % |
| Esports | 9 % | 5 % | 13 % |
| Doblatge | 15 % | 10 % | 20 % |
| | 100 % | | |

Objetivos de gasto inversión consolidados CVMC/SAMC
 Gastos: los gastos indicados son los gastos máximos previstos en cada uno de los ejercicios.

Objetivo de gasto

| Indicador | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|--------|--------|--------|
| Gastos de personal (en miles de euros) ≤ | 22.971 | 23.291 | 23.518 |
| Servicios exteriores y otros gastos de gestión corriente (en miles de euros) ≤ | 13.591 | 13.351 | 13.422 |
| PMP proveedores | ≤ 30 | ≤ 30 | ≤ 30 |

Inversiones en inmovilizado: se establece como objetivo ejecutar el 100 % de las inversiones previstas en cada uno de los ejercicios.

Objetivo de inversiones

| Indicador | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|-------|-------|-------|
| Presupuesto de inversiones en inmovilizado (en miles de euros) | 2.204 | 3.540 | 3.042 |

Inversiones en contenidos: se establecen como objetivo realizar las inversiones en contenidos que se indiquen en cada ejercicio.

Objetivo de inversión

| Indicador | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|--------|--------|--------|
| Presupuesto de inversiones en contenidos (en miles de euros) (*) | 20.234 | 20.818 | 21.018 |

(*) Los importes indicados hacen referencia al importe que hay que invertir en los ejercicios indicados, y no al gasto contable imputado en los mencionados ejercicios.

Objetivo de inversión

| Indicador | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|------------------|------------------|------------------|
| Presupuesto de inversiones en producción y coproducción | ≥ 24 % del pres. | ≥ 24 % del pres. | ≥ 24 % del pres. |

Inversión en producción y coproducción: se establece como objetivo la inversión en producción y coproducción de, como mínimo, un 24 % del presupuesto.

Distribución prevista del gasto en contenidos

| Inversión contenidos para medios-2018 | | | |
|---------------------------------------|------------|--------|--------|
| Tipo inversión | % Objetivo | 2018 | |
| | | Minimo | Máximo |
| Entretenimiento | 20 % | 15 % | 25 % |
| Cultural y divulgativo | 25 % | 20 % | 30 % |
| Ficción | 25 % | 20 % | 30 % |
| Infantil/juvenil | 6 % | 3 % | 9 % |
| Deportes | 9 % | 5 % | 13 % |
| Doblatge | 15 % | 10 % | 20 % |
| | 100 % | | |

| Inversió continguts per a mitjans-2019 | | | |
|--|------------|-------|-------|
| Tipus inversió | % Objectiu | 2019 | |
| | | Mínim | Màxim |
| Entreteniment | 25 % | 20 % | 30 % |
| Cultural i divulgatiu | 25 % | 20 % | 30 % |
| Ficció | 25 % | 20 % | 30 % |
| Infantil/juvenil | 6 % | 3 % | 9 % |
| Esports | 9 % | 5 % | 13 % |
| Doblatge | 10 % | 5 % | 15 % |
| | 100 % | | |

| Inversió continguts per a mitjans-2020 | | | |
|--|------------|-------|-------|
| Tipus inversió | % Objectiu | 2020 | |
| | | Mínim | Màxim |
| Entreteniment | 25 % | 20 % | 30 % |
| Cultural i divulgatiu | 25 % | 20 % | 30 % |
| Ficció | 25 % | 20 % | 30 % |
| Infantil/juvenil | 6 % | 3 % | 9 % |
| Esports | 9 % | 5 % | 13 % |
| Doblatge | 10 % | 5 % | 15 % |
| | 100 % | | |

La Comissió mixta de seguiment i control podrà introduir, a mitjà o a llarg termini, nous indicadors d'eficiència i economia.

Setena. Mecanismes de correcció de les eventuales desviacions de l'execució dels pressupostos d'explotació

Es portarà un exhaustiu control dels pressupostos d'explotació i de capital a través de la comptabilitat pressupostària i analítica; s'estudiarà cada una de les desviacions pressupostàries produïdes i les seues causes, i es proposarà, en cada cas, les correccions que s'estimen oportunes, amb l'objectiu de corregir-les.

Es realitzarà el seguiment dels capítols de despesa i d'ingrés a través del programa propi de comptabilitat, que permeta analitzar tant la comptabilitat analítica com pressupostària. Aquest model permet un millor coneixement dels costos reals de les diferents activitats del grup i la seua relació amb el finançament, tant públic com d'un altre tipus, que puguen derivar de l'exercici de l'activitat, així com identificar els costos del servei públic prestat.

Els capítols de despesa del pressupost, per a estudiar les possibles desviacions pressupostàries i corregir-les en funció dels indicadors fixats en el punt anterior, seran:

- despeses de personal
- serveis exteriors
- inversions en immobilitzat
- inversions en continguts.

En el cas d'incórrer en una desviació de major despesa, s'elaborarà un pla economicofinancer que permeta la correcció de la desviació.

Huitena. Mitjans que cal emprar per a adaptar els objectius acordats a les variacions de l'entorn econòmic

La comissió mixta de seguiment i control, segons el que disposa l'article 44.1.f de la Llei 6/2016, podrà proposar la modificació d'aquest contracte programa en el cas que s'estime que haja d'adaptar els objectius a les variacions de l'entorn econòmic o a la realitat jurídica, social,

| Inversión contenidos para medios-2019 | | | |
|---------------------------------------|------------|--------|--------|
| Tipo inversión | % Objetivo | 2019 | |
| | | Mínimo | Máximo |
| Entretenimiento | 25 % | 20 % | 30 % |
| Cultural y divulgativo | 25 % | 20 % | 30 % |
| Ficción | 25 % | 20 % | 30 % |
| Infantil/juvenil | 6 % | 3 % | 9 % |
| Deportes | 9 % | 5 % | 13 % |
| Doblaje | 10 % | 5 % | 15 % |
| | 100 % | | |

| Inversión contenidos para medios-2020 | | | |
|---------------------------------------|------------|--------|--------|
| Tipo inversión | % Objetivo | 2020 | |
| | | Mínimo | Máximo |
| Entretenimiento | 25 % | 20 % | 30 % |
| Cultural y divulgativo | 25 % | 20 % | 30 % |
| Ficción | 25 % | 20 % | 30 % |
| Infantil/juvenil | 6 % | 3 % | 9 % |
| Deportes | 9 % | 5 % | 13 % |
| Doblaje | 10 % | 5 % | 15 % |
| | 100 % | | |

La Comisión mixta de seguimiento y control podrá introducir, a medio o a largo plazo, nuevos indicadores de eficiencia y economía.

Séptima. Mecanismos de corrección de las eventuales desviaciones de la ejecución de los presupuestos de explotación

Se llevará un exhaustivo control de los presupuestos de explotación y de capital a través de la contabilidad presupuestaria y analítica; se estudiará cada una de las desviaciones presupuestarias producidas y sus causas, y se propondrá, en cada caso, las correcciones que se estimen oportunas, con el objetivo de corregirlas.

Se realizará el seguimiento de los capítulos de gasto y de ingreso a través del programa propio de contabilidad, que permita analizar tanto la contabilidad analítica como presupuestaria. Este modelo permite un mejor conocimiento de los costes reales de las diferentes actividades del grupo y su relación con la financiación, tanto público como de otro tipo, que puedan derivar del ejercicio de la actividad, así como identificar los costes del servicio público prestatado.

Los capítulos de gasto del presupuesto, para estudiar las posibles desviaciones presupuestarias y corregirlas en función de los indicadores fijados en el punto anterior, serán:

- gastos de personal
- servicios exteriores
- inversiones en inmovilizado
- inversiones en contenidos.

En el caso de incurrir en una desviación de mayor gasto, se elaborará un plan económico-financiero que permita la corrección de la desviación.

Octava. Medios que hay que emplear para adaptar los objetivos acordados a las variaciones del entorno económico

La comisión mixta de seguimiento y control, según lo dispuesto en el artículo 44.1.f de la Ley 6/2016, podrá proponer la modificación de este contrato programa en caso de que se estime que se hayan de adaptar los objetivos a las variaciones del entorno económico o a la realidad



empresarial, tecnològica o comunicacional en què es realitza la prestació del servei públic.

Novena. Límits a l'endeutament

D'acord amb el que preveu l'article 43 de la Llei 6/2016, la Corporació només podrà recórrer a l'endeutament per al finançament de les seues inversions en immobilitzat material i immaterial i per a atendre desfasaments temporals de tresoreria.

Els límits d'aquest endeutament per a cada exercici queden fixats en el contracte programa, dins de l'import global que expressament fixen les lleis de pressupostos de la Generalitat i la resta de la normativa economicofinancera que afecte al sector públic empresarial valencià.

Per al trienni de duració d'aquest contracte programa no està previst que la Corporació recorregua a l'endeutament per a finançar-se.

Desena. Compromisos per al compliment dels objectius

L'article 44.1 de la Llei 6/2016 estableix que correspon al contracte programa fixar els objectius i les obligacions concrets que ha de complir la programació dels diferents canals de ràdio i televisió, així com dels serveis connexos i interactius. En el mandat marc, en l'article 22, s'estableixen els objectius específics de la programació. En relació amb la programació de servei públic, disposa que es determinaran els percentatges dels diferents gèneres que calga emetre, i que hauran de ser adequats a l'audiència potencial segons els horaris.

La norma de creació de la Corporació, en el títol III, contempla, dins de la producció, dels continguts i de les emissions, les línies estratègiques de l'oferta radiofònica, de l'oferta de televisió i dels continguts en línia, objectius que, d'acord amb el que disposa la disposició transitòria setena, hauran d'aconseguir-se de forma progressiva.

Les línies estratègiques radiofòniques estan definides en l'article 33 de la Llei 6/2016, en la qual es distingeix un canal de contingut general per a tots els segments de la societat, amb continguts informatius, d'entreteniment, ficció, tertúlies i esport; un segon canal de caràcter temàtic, amb una programació dedicada bàsicament a la promoció de la música i la cultura de producció valenciana, en el qual també pot incloure's programació informativa. L'oferta musical cantada haurà de contindre, com a mínim, un 50 % de cançons interpretades en valencià.

La delimitació dels mandats indicats es concreta en els compromisos següents:

1. Compromís de transparència

Els mitjans de comunicació són els instruments que permeten la realització del dret fonamental dels ciutadans i ciutadanes de comunicar o rebre informació veraç (article 20 CE). Els mitjans de comunicació són la finestra a través de la qual els ciutadans i les ciutadanes tenen accés a la informació, amb la qual cosa es contribueix que esdevinguen subjectes de l'acció pública. La CVMC no sols és l'entitat que ha de contribuir que la informació que arribe als ciutadans i ciutadanes siga veraç, plural i comprensible, sinó que ha de tindre una actuació exemplar, amb un comportament transparent.

El principi de transparència es configura com a essencial per al funcionament de la Corporació i de les seues societats, i així apareix plasmat en diferents apartats de la llei reguladora de la Corporació, tant pel que fa als principis d'actuació de l'entitat (articles 5.1.z, i 7.1) com als membres del Consell Rector (article 15.5), l'activitat informativa (article 27.a, la programació (article 29.4) i la contractació (article 41); també està present en diversos preceptes del mandat marc, encara que amb caràcter general apareix en l'article 19 i, referit a la gestió, en l'article 26.

El compromís de transparència s'ha de traduir en una publicitat activa, que suposa l'obligació de proporcionar i de difondre tota la informació de major rellevància sense que ningú ho sol·licite, i el dret d'accés a la informació pública, que comprén la possibilitat d'accés de qualsevol ciutadà o ciutadana –mitjançant una sol·licitud prèvia– a la informació pública, sense més limitacions que les que contemplem les lleis i la confidencialitat en la programació que garanteix i salvaguarda la competència amb altres mitjans de comunicació.

L'adequat compliment de les obligacions que s'estableixen en la Llei 2/2015, de 2 d'abril, de transparència, bon govern i participació ciutadana de la Comunitat Valenciana, suposa que la Corporació haurà

jurídica, social, empresarial, tecnològica o comunicacional en que se realitza la prestació del servei públic.

Novena. Límites al endeudamiento

Conforme a lo previsto en el artículo 43 de la Ley 6/2016, la Corporación nada más podrá recurrir al endeudamiento para la financiación de sus inversiones en inmovilizado material e inmaterial y para atender desfasos temporales de tesorería.

Los límites de este endeudamiento para cada ejercicio quedan fijados en el contrato programa, dentro del importe global que expresamente fijan las leyes de presupuestos de la Generalitat y el resto de la normativa económico-financiera que afecte al sector público empresarial valenciano.

Para el trienio de duración de este contrato programa no está previsto que la Corporación recurra al endeudamiento para financiarse.

Décima. Compromisos para el cumplimiento de los objetivos

El artículo 44.1 de la Ley 6/2016 establece que corresponde al contrato programa fijar los objetivos y las obligaciones concretas que debe cumplir la programación de los diferentes canales de radio y televisión, así como de los servicios conexos e interactivos. En el mandato marco, en el artículo 22, se establecen los objetivos específicos de la programación. En relación con la programación de servicio público, dispone que se determinarán los porcentajes de los diferentes géneros que haya que emitir, y que deberán ser adecuados a la audiencia potencial según los horarios.

La norma de creación de la Corporación, en el título III, contempla, dentro de la producción, de los contenidos y de las emisiones, las líneas estratégicas de la oferta radiofónica, de la oferta de televisión y de los contenidos en línea, objetivos que, conforme a lo dispuesto en la disposición transitória séptima, deberán conseguirse de forma progresiva.

Las líneas estratégicas radiofónicas están definidas en el artículo 33 de la Ley 6/2016, en la que se distingue un canal de contenido general para todos los segmentos de la sociedad, con contenidos informativos, de entretenimiento, ficción, tertulias y deporte; un segundo canal de carácter temático, con una programación dedicada básicamente a la promoción de la música y la cultura de producción valenciana, en el que también puede incluirse programación informativa. La oferta musical cantada deberá contener, como mínimo, un 50 % de canciones interpretadas en valenciano.

La delimitación de los mandatos indicados se concreta en los siguientes compromisos:

1. Compromiso de transparencia

Los medios de comunicación son los instrumentos que permiten la realización del derecho fundamental de los ciudadanos y ciudadanas de comunicar o recibir información veraz (art. 20 CE). Los medios de comunicación son la ventana a través de la que los ciudadanos y las ciudadanas tienen acceso a la información, con lo cual se contribuye a que pasen a ser sujetos de la acción pública. La CVMC no solo es la entidad que debe contribuir a que la información que llegue a los ciudadanos y ciudadanas sea veraz, plural y comprensible, sino que debe tener una actuación ejemplar, con un comportamiento transparente.

El principio de transparencia se configura como esencial para el funcionamiento de la Corporación y de sus sociedades, y así aparece plasmado en diferentes apartados de la ley reguladora de la Corporación, tanto por lo que respecta a los principios de actuación de la entidad (art. 5.1.z, y 7.1) como a los miembros del Consejo Rector (art. 15.5), la actividad informativa (art. 27.a), la programación (art. 29.4) y la contratación (art. 41); también está presente en varios preceptos del mandato marco, aunque con carácter general aparece en el artículo 19 y, referido a la gestión, en el artículo 26.

El compromiso de transparencia se debe traducir en una publicidad activa, que supone la obligación de proporcionar y de difundir toda la información de mayor relevancia sin que nadie lo solicite, y el derecho de acceso a la información pública, que comprende la posibilidad de acceso de cualquier ciudadano o ciudadana –mediante una solicitud previa– a la información pública, sin más limitaciones que las que contemplan las leyes y la confidencialidad en la programación que garantiza y salvaguarda la competencia con otros medios de comunicación.

El adecuado cumplimiento de las obligaciones que se establecen en la Ley 2/2015, de 2 de abril, de transparencia, buen gobierno y participación ciudadana de la Comunitat Valenciana, supone que la Corporación



de realitzar una publicitat activa de la informació econòmica, pressupostària i estadística, en la qual s'inclourà l'establiment de procediments comptables que permeten diferenciar l'origen dels ingressos de finançament públic i dels complementaris; de la informació de rellevància jurídica; de la informació organitzativa i de planificació, i de la informació relativa a alts càrrecs i llocs assimilats.

La Corporació vetlarà durant tota la vigència del contracte programa per a oferir tota la informació econòmica, pressupostària i estadística de forma clara i accessible, i respectant la confidencialitat deguda de les dades o informacions que les lleis protegissen.

La Corporació, durant el primer any de vigència d'aquest contracte programa, elaborarà un codi deontològic, d'acord amb el que disposa l'article 26 del mandat marc, per a totes i tots els seus professionals, responsables i personal directiu, així com una guia de bones pràctiques que servisca de base a l'excel·lència en la gestió i en l'oferta programàtica, que afavorirà l'honestetat i la transparència en el govern de la Corporació i en el desenvolupament de les relacions amb els grups d'interès.

La relació de la Corporació amb els grups d'interès és necessària per a conèixer millor els diferents aspectes en què es pot projectar l'actuació dels mitjans de comunicació públics de la nostra comunitat. És una forma de participació que permet l'intercanvi d'informació que pot beneficiar els objectius que persegueix, ja que existeix un contrast amb les diferents parts afectades. La legitimitat de relació amb els grups d'interès ha de sostenir-se en l'existència d'un coneixement pels ciutadans i les ciutadanes d'aquesta pràctica, d'acord amb el que estableix la legislació vigent en la matèria.

En l'àmbit de la Corporació i de la seua societat, es regularan els procediments per a l'adquisició dels productes destinats a les diferents finestres dels mitjans de comunicació de titularitat pública, i es garantirà, en tot cas, els principis de publicitat, concurrència, transparència, confidencialitat, igualtat i no-discriminació, amb subjecció al que disposa la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, per la qual es traslladen a l'ordenament jurídic espanyol les directives del Parlament Europeu i del Consell 2014/23/UE i 2014/24/UE, de 26 de febrer de 2014.

2. Compromisos amb la informació de qualitat

La informació constitueix l'eix fonamental del servei públic que presta la Corporació en la seua oferta de programació a través de les diferents finestres, amb la finalitat que els ciutadans i les ciutadanes puguin conèixer més extensament la diversitat de la nostra realitat, alhora que els mitjans de comunicació públics es convertisquen en un espai de participació i debat en què totes les opinions puguin expressar-se.

En l'article 27 de la llei de creació s'estableixen, com a principis bàsics de l'activitat informativa, els següents:

«a) Actuar amb absoluta independència i transparència, sense que pugua rebre instruccions, directrius o qualsevol classe d'indicació imperativa del Consell, ni de grups polítics, econòmics, socials o altres institucions o entitats.

b) La programació i els programes informatius donaran cabuda a totes les opcions i opinions presents en la societat valenciana, per a la correcta valoració i interpretació dels fets pels ciutadans i ciutadanes. Els punts de vista que calga incloure-hi estaran delimitats per la representació institucional, social o econòmica dels testimonis i per l'interès informatiu, i es garantirà l'accés a les minories o grups socials en perill d'exclusió.

c) Les informacions mostraran els fets amb equanimitat, n'acleariran les causes i explicaran els possibles efectes dels esdeveniments; seran extremadament precises amb la realitat dels fets, que seran prou contrastats a través de diverses fonts, i permanentment actualitzats. Les opinions estaran clarament identificades i diferenciades del relat fàctic.

d) El respecte al dret de les persones a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge, i a la protecció de la joventut i de la infància, serà un eix fonamental de l'activitat informativa.

e) Els errors que puguin detectar-s'hi seran corregits, i s'indicaran amb nitidesa tant l'omissió o l'error com la correcció.»

Al seu torn, el mandat marc, en l'article 22, estableix que:

«La Corporació es dotarà d'un manual de normes d'estil i línies de producció per als seus informatius amb l'objectiu de garantir el rigor periodístic i el bon ús del llenguatge. Per a això, s'establiran criteris de

deberà realitzar una publicitat activa de la informació econòmica, pressupostària i estadística, en la que se inclourà el establecimiento de procedimientos contables que permitan diferenciar el origen de los ingresos de financiación público y de los complementarios; de la información de relevancia jurídica; de la información organizativa y de planificación, y de la información relativa a altos cargos y puestos asimilados.

La Corporació vetlarà durant tota la vigència del contracte programa para ofrecer toda la información económica, presupuestaria y estadística de forma clara y accesible, y respetando la confidencialidad debida de los datos o informaciones que las leyes protejan.

La Corporació, durante el primer año de vigencia de este contrato programa, elaborará un código deontológico, conforme a lo dispuesto en el artículo 26 del mandato marco, para todas y todos sus profesionales, responsables y personal directivo, así como una guía de buenas prácticas que sirva de base a la excelencia en la gestión y en la oferta programática, que favorecerá la honestidad y la transparencia en el gobierno de la Corporación y en el desarrollo de las relaciones con los grupos de interés.

La relación de la Corporación con los grupos de interés es necesaria para conocer mejor los diferentes aspectos en que se puede proyectar la actuación de los medios de comunicación públicos de nuestra Comunidad. Es una forma de participación que permite el intercambio de información que puede beneficiar los objetivos que persigue, ya que existe un contraste con las diferentes partes afectadas. La legitimidad de relación con los grupos de interés debe sostenerse en la existencia de un conocimiento por los ciudadanos y las ciudadanas de esta práctica, de acuerdo con lo que establezca la legislación vigente en la materia.

En el ámbito de la Corporación y de su sociedad, se regularán los procedimientos para la adquisición de los productos destinados a las diferentes ventanas de los medios de comunicación de titularidad pública, y se garantizarán, en todo caso, los principios de publicidad, concurrència, transparencia, confidencialidad, igualdad y no-discriminación, con sujeción a lo que dispone la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público, por la que se trasladan al ordenamiento jurídico español las directivas del Parlamento Europeo y del Consell 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

2. Compromisos con la información de calidad

La información constituye el eje fundamental del servicio público que presta la Corporación en su oferta de programación a través de las diferentes ventanas, con la finalidad de que los ciudadanos y las ciudadanas puedan conocer más extensamente la diversidad de nuestra realidad, al mismo tiempo que los medios de comunicación públicos se conviertan en un espacio de participación y debate en que todas las opiniones puedan expresarse.

En el artículo 27 de la ley de creación se establecen, como principios básicos de la actividad informativa, los siguientes:

«a) Actuar con absoluta independencia y transparencia, sin que pueda recibir instrucciones, directrices o cualquier clase de indicación imperativa del Consell, ni de grupos políticos, económicos, sociales u otras instituciones o entidades.

b) La programación y los programas informativos darán cabida a todas las opciones y opiniones presentes en la sociedad valenciana, para la correcta valoración e interpretación de los hechos por los ciudadanos y ciudadanas. Los puntos de vista que haya que incluir estarán delimitados por la representación institucional, social o económica de los testigos y por el interés informativo, y se garantizará el acceso a las minorías o grupos sociales en peligro de exclusión.

c) Las informaciones mostrarán los hechos con ecuanimidad, aclararán las causas y explicarán los posibles efectos de los acontecimientos; serán extremadamente precisas con la realidad de los hechos, que serán bastante contrastados a través de varias fuentes, y permanentemente actualizados. Las opiniones estarán claramente identificadas y diferenciadas del relato fáctico.

d) El respeto al derecho de las personas al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, y a la protección de la juventud y de la infancia, será un eje fundamental de la actividad informativa.

e) Los errores que puedan detectarse serán corregidos, y se indicarán con nitidez tanto la omisión o el error como la corrección.»

A su vez, el mandato marco, en el artículo 22, establece que:

«La Corporación se dotará de un manual de normas de estilo y líneas de producción para sus informativos con el objetivo de garantizar el rigor periodístico y el buen uso del lenguaje. Para ello, se establecerán



normalització i correcció lingüístiques. A aquests criteris s'hi afegiran precisions per als diferents gèneres de la resta de la programació».

El *Llibre d'estil* de la Corporació, document viu en què s'arreglen pautes sobre la deontologia i la pràctica professionals i el model lingüístic de la Corporació, estableix indicacions per al tractament informatiu de la igualtat de gènere, la violència masclista, la infància i la joventut, l'assetjament infantil, la diversitat funcional, les malalties, el suïcidi, els drets humans, la immigració, el racisme, la laïcitat i el pluralisme religiós, la diversitat sexual, la violència en l'esport, el terrorisme i els conflictes armats i les guerres, i les tragèdies, catàstrofes, accidents i emergències. El tractament informatiu de les víctimes de les emergències, accidents, atemptats, tragèdies personals, així com de tot tipus de violència, serà realitzat amb especial respecte i sensibilitat.

A fi de complir els principis bàsics de l'activitat informativa, s'adquireixen els compromisos següents:

- Compromís del lideratge informatiu, que se sustenta en el reconeixement que ha de ser un referent en els principis bàsics de credibilitat, rigor, veracitat, imparcialitat, neutralitat i independència.
- Compromís d'elaborar diàriament una oferta d'informatius completa i de qualitat per als diferents mitjans públics valencians en què s'emeta: televisió, ràdio i plataformes digitals.
- Compromís de realitzar una oferta informativa variada en la qual estiguen presents les comarques de la Comunitat Valenciana, amb informació de proximitat a la ciutadania.
- Compromís d'elaborar programes de debat, entrevistes, reportatges i especials informatius en les diferents finestres, per a l'anàlisi de l'actualitat, amb participació de persones expertes, comentaristes i agents socials que reflectisquen la pluralitat de la nostra societat.
- Compromís d'elaborar diàriament informació esportiva en què es done seguiment als equips i els esportistes de la Comunitat Valenciana en competicions internacionals, als esports femenins, als esports tradicionals autòctons i als esports adaptats, sense desatendre els esports de participació minoritària.
- En els processos electorals, de conformitat amb el que disposa l'article 66 Llei orgànica 5/1985, de 19 de juny, de règim electoral general, es garanteix el respecte al pluralisme polític i social, així com a la igualtat, la proporcionalitat i la neutralitat informativa en la programació, d'acord amb el que estableixen les resolucions emanades de les respectives juntes electorals.
- Compromís d'elaborar periòdicament un informe sobre la presència i el tractament informatiu dels grups polítics i socials significatius.

3. Compromisos relacionats amb l'oferta radiofònica

Els compromisos relacionats amb el mitjà radiofònic seran:

- Consolidar, en el període de vigència d'aquest primer contracte programa, el canal de contingut generalista, i iniciar, com a màxim en l'últim exercici d'aquest contracte programa, un segon canal dedicat bàsicament a la promoció de la música i de la cultura de producció valenciana, en el qual també pot incloure's programació informativa. L'oferta musical cantada haurà de contindre, com a mínim, un 50 % de cançons interpretades en valencià.
- La programació radiofònica, en la modalitat generalista, inclourà programes informatius, esportius, d'entreteniment, culturals, divulgatius i destinats a la infància i a la joventut, que s'ajustaran al compliment dels percentatges que s'indiquen més avall, relatius a gèneres de programes, amb una programació de 24 hores diàries. Es tendirà a establir, almenys, un 60 % de programació pròpia.
- L'accés al mitjà radiofònic tindrà caràcter universal i gratuït i estarà present en els mitjans o suports tecnològics derivats del desenvolupament de la societat. La població que haurà de tindre-hi accés haurà de superar, en el primer any d'emissió, el 99 % de la població de la Comunitat Valenciana.

Els continguts de la programació es distribuïran de la manera següent:

criterios de normalización y corrección lingüísticos. A estos criterios se añadirán precisiones para los distintos géneros del resto de la programación».

El *Libro de estilo* de la Corporación, documento vivo en el que se recogen pautas sobre la deontología y la práctica profesionales y el modelo lingüístico de la Corporación, establece indicaciones para el tratamiento informativo de la igualdad de género, la violencia machista, la infancia y la juventud, el asedio infantil, la diversidad funcional, las enfermedades, el suicidio, los derechos humanos, la inmigración, el racismo, la laicidad y el pluralismo religioso, la diversidad sexual, la violencia en el deporte, el terrorismo y los conflictos armados y las guerras, y las tragedias, catástrofes, accidentes y emergencias. El tratamiento informativo de las víctimas de las emergencias, accidentes, atentados, tragedias personales, así como de todo tipo de violencia, será realizado con especial respeto y sensibilidad.

Con el fin de cumplir los principios básicos de la actividad informativa, se adquieren los siguientes compromisos:

- Compromiso del liderazgo informativo, que se sustenta en el reconocimiento que debe ser un referente en los principios básicos de credibilidad, rigor, veracidad, imparcialidad, neutralidad e independencia.
- Compromiso de elaborar diariamente una oferta de informativos completa y de calidad para los diferentes medios públicos valencianos en que se emita: televisión, radio y plataformas digitales.
- Compromiso de realizar una oferta informativa variada en la que estén presentes las comarcas de la Comunitat Valenciana, con información de proximidad a la ciudadanía.
- Compromiso de elaborar programas de debate, entrevistas, reportajes y especiales informativos en las diferentes ventanas, para el análisis de la actualidad, con participación de personas expertas, comentaristas y agentes sociales que reflejen la pluralidad de nuestra sociedad.
- Compromiso de elaborar diariamente información deportiva en que se dé seguimiento a los equipos y los deportistas de la Comunitat Valenciana en competiciones internacionales, a los deportes femeninos, a los deportes tradicionales autóctonos y a los deportes adaptados, sin desatender los deportes de participación minoritaria.
- En los procesos electorales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 66 Ley orgánica 5/1985, de 19 de junio, de régimen electoral general, se garantiza el respeto al pluralismo político y social, así como la igualdad, la proporcionalidad y la neutralidad informativa en la programación, de acuerdo con lo que establecen las resoluciones emanadas de las respectivas juntas electorales.
- Compromiso de elaborar periódicamente un informe sobre la presencia y el tratamiento informativo de los grupos políticos y sociales significativos.

3. Compromisos relacionados con la oferta radiofónica

Los compromisos relacionados con el medio radiofónico serán:

- Consolidar, en el período de vigencia de este primer contrato programa, el canal de contenido generalista, e iniciar, como máximo en el último ejercicio de este contrato programa, un segundo canal dedicado básicamente a la promoción de la música y de la cultura de producción valenciana, en el que también puede incluirse programación informativa. La oferta musical cantada deberá contener, como mínimo, un 50 % de canciones interpretadas en valenciano.
- La programación radiofónica, en la modalidad generalista, incluirá programas informativos, deportivos, de entretenimiento, culturales, divulgativos y destinados a la infancia y a la juventud, que se ajustarán al cumplimiento de los porcentajes que se indican más abajo, relativos a géneros de programas, con una programación de 24 horas diarias. Se tenderá a establecer, por lo menos, un 60 % de programación propia.
- El acceso al medio radiofónico tendrá carácter universal y gratuito y estará presente en los medios o apoyos tecnológicos derivados del desarrollo de la sociedad. La población que deberá tener acceso deberá superar, en el primer año de emisión, el 99 % de la población de la Comunitat Valenciana.

Los contenidos de la programación se distribuirán de la siguiente manera:



| Càlcul percentual orientatiu d'hores de continguts en ràdio | | | | |
|---|-----------------------------|-------------|---------------------------|---------------------------|
| Programació | Mitjana de les hores anuals | | Mínim de les hores anuals | Màxim de les hores anuals |
| | Hores anuals | Percentatge | | |
| Informativa i esportiva | 2.600 | 35,71 | 2.184 | 2.912 |
| Entreteniment | 2.418 | 33,22 | 2002 | 2.730 |
| Cultural i divulgativa | 2.054 | 28,21 | 1.638 | 2.366 |
| Infantil i juvenil | 208 | 2,86 | 156 | 260 |
| Total | 7.280 | 100,00 | 5.980 | 8.268 |

4. Compromisos relacionats amb l'oferta televisiva

En les línies estratègiques marcades en l'article 34 de la llei per a l'oferta televisiva es preveu l'existència de dos canals: un primer canal amb una oferta generalista, amb continguts destinats a la informació, formació i entreteniment, que s'ha d'oferir a través d'un canal específic i mitjançant les plataformes de continguts que es creguen oportunes en el marc de la multidifusió digital; un segon canal que pot tindre emissió a través de la web, amb una oferta de contingut més tematitzat, en la qual es donarà cobertura informativa i d'actualitat dels distints territoris i comarques de la Comunitat Valenciana, així com informació nacional i internacional, i en la qual també s'oferiran continguts culturals i socials, tenint en compte el patrimoni cultural, històric, artístic, musical i festiu de la Comunitat, nous formats transmèdia i continguts esportius. Finalment, es preveu l'existència d'una oferta dedicada al públic infantil que es realitzarà essencialment a través d'un portal web.

Els compromisos específics de l'oferta televisiva seran:

– Consolidació d'un canal generalista destinat a la informació, formació i entreteniment, que també s'oferirà mitjançant les plataformes de continguts que es creguen oportunes en el marc de la multidifusió digital. Aquesta oferta es regirà pels principis de qualitat i rendibilitat social, i comptarà amb programes informatius i d'actualitat (entrevistes, debats, fòrums o tertúlies), diferents formats documentals i de divulgació de la ciència i de la cultura, una programació variada de ficció (sèries dramàtiques, comèdies de situació o sitcoms, serials, minisèries, llargmetratges, curtmetratges, dibuixos animats i telefilms) procedent de la producció valenciana o d'altres mercats, programes d'entreteniment i humor, esports, infantils i juvenils, musicals, concursos i magazins.

– Aquest canal, fins que no es puga crear-ne un d'específic, dedicarà almenys nou hores al públic infantil i juvenil, amb continguts que promoguen, en conjunt, la cultura, l'esport, la conservació del medi ambient, el respecte dels drets humans, la igualtat de gènere i la no-discriminació.

Abans de l'últim exercici de vigència d'aquest contracte programa, s'habilitarà una oferta a la carta específica a fi de donar cobertura informativa i d'actualitat, especialment dels distints territoris i comarques de la nostra comunitat, així com informació nacional i internacional, i en la qual també s'oferiran continguts culturals i socials, tenint en compte el patrimoni cultural, històric, artístic, musical i festiu de la Comunitat, nous formats transmèdia i continguts esportius; també haurà d'arreglar els aspectes de creativitat, modernitat i innovació de la societat i l'economia valencianes, per a projectar-los tant al territori valencià com a la resta del món. S'aprofitarà l'especificitat de les xarxes socials per a reforçar al màxim la difusió d'aquesta oferta.

A fi de promoure el dret d'accés dels diferents grups socials i polítics amb menor visibilitat social, el Consell Rector vetlarà perquè, en la programació dels mitjans públics, s'arreglen totes les sensibilitats socials i hi haja espais i continguts en aquest sentit, d'acord amb el que disposa l'article 31 de la llei de creació i amb els principis arreglats en l'article 9 del mandat marc. Tots els continguts hauran de ser coherents amb el llibre d'estil i la carta de valors aprovats pel Consell Rector, i s'hauran d'ajustar també a allò que expresse el Consell de la Ciutadania.

Les pautes generals i el procediment que garantisquen els principis de publicitat, concurrència i igualtat en l'exercici del dret d'accés dels grups socials i polítics s'establiran en un reglament que aprovarà el

| Cálculo porcentual orientativo de horas de contenidos en radio | | | | |
|--|----------------------------|------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Programación | Media de las horas anuales | | Mínimo de las horas anuales | Máximo de las horas anuales |
| | Horas anuales | Porcentaje | | |
| Informativa y deportiva | 2.600 | 35,71 | 2.184 | 2.912 |
| Entretenimiento | 2.418 | 33,22 | 2002 | 2.730 |
| Cultural y divulgativa | 2.054 | 28,21 | 1.638 | 2.366 |
| Infantil y juvenil | 208 | 2,86 | 156 | 260 |
| Total | 7.280 | 100,00 | 5.980 | 8.268 |

4. Compromisos relacionados con la oferta televisiva

En las líneas estratégicas marcadas en el artículo 34 de la ley para la oferta televisiva se prevé la existencia de dos canales: un primer canal con una oferta generalista, con contenidos destinados a la información, formación y entretenimiento, que se debe ofrecer a través de un canal específico y mediante las plataformas de contenidos que se crean oportunas en el marco de la multidifusión digital; un segundo canal que puede tener emisión a través de la web, con una oferta de contenido más tematizado, en la que se dará cobertura informativa y de actualidad de los distintos territorios y comarcas de la Comunitat Valenciana, así como información nacional e internacional, y en la que también se ofrecerán contenidos culturales y sociales, teniendo en cuenta el patrimonio cultural, histórico, artístico, musical y festivo de la Comunitat, nuevos formatos transmedia y contenidos deportivos. Finalmente, se prevé la existencia de una oferta dedicada al público infantil que se realizará esencialmente a través de un portal web.

Los compromisos específicos de la oferta televisiva serán:

– Consolidación de un canal generalista destinado a la información, formación y entretenimiento, que también se ofrecerá mediante las plataformas de contenidos que se crean oportunas en el marco de la multidifusión digital. Esta oferta se regirá por los principios de calidad y rentabilidad social, y contará con programas informativos y de actualidad (entrevistas, debates, foros o tertulias), diferentes formatos documentales y de divulgación de la ciencia y de la cultura, una programación variada de ficción (series dramáticas, comedias de situación o sitcoms, serials, miniseries, largometrajes, cortometrajes, dibujos animados y tele-filmes) procedente de la producción valenciana o de otros mercados, programas de entretenimiento y humor, deportes, infantiles y juveniles, musicales, concursos y magazines.

– Este canal, hasta que no se pueda crear uno específico, dedicará por lo menos nueve horas al público infantil y juvenil, con contenidos que promuevan, en conjunto, la cultura, el deporte, la conservación del medio ambiente, el respeto de los derechos humanos, la igualdad de género y la no-discriminación.

Antes del último ejercicio de vigencia de este contrato programa, se habilitará una oferta a la carta específica con el fin de dar cobertura informativa y de actualidad, especialmente de los distintos territorios y comarcas de nuestra Comunitat, así como información nacional e internacional, y en la que también se ofrecerán contenidos culturales y sociales, teniendo en cuenta el patrimonio cultural, histórico, artístico, musical y festivo de la Comunitat, nuevos formatos transmedia y contenidos deportivos; también deberá recoger los aspectos de creatividad, modernidad e innovación de la sociedad y la economía valencianas, para proyectarlos tanto al territorio valenciano como al resto del mundo. Se aprovechará la especificidad de las redes sociales para reforzar al máximo la difusión de esta oferta.

Con el fin de promover el derecho de acceso de los diferentes grupos sociales y políticos con menor visibilidad social, el Consejo Rector velará porque, en la programación de los medios públicos, se recojan todas las sensibilidades sociales y haya espacios y contenidos en este sentido, conforme a lo dispuesto en el artículo 31 de la ley de creación y con los principios recogidos en el artículo 9 del mandato marco. Todos los contenidos deberán ser coherentes con el libro de estilo y la carta de valores aprobados por el Consejo Rector, y se habrán de ajustar también a lo que exprese el Consejo de la Ciudadanía.

Las pautas generales y el procedimiento que garanticen los principios de publicitat, concurrència e igualtat en el exercici del dret d'accés de los grupos sociales y políticos se establecerán en un regla-



Consell Rector. En el reglament es regularà una convocatòria semestral perquè els grups socials i polítics que no hagen tingut presència en la programació puguen presentar una sol·licitud per a l'exercici del dret d'accés.

Els continguts de la programació es distribuiran de la manera següent:

| Càlcul percentual orientatiu d'hores de continguts en TDT | | | | |
|---|-----------------------------|-------------|---------------------------|---------------------------|
| Programació | Mitjana de les hores anuals | | Mínim de les hores anuals | Màxim de les hores anuals |
| | Hores anuals | Percentatge | | |
| Informativa i esportiva | 1.768 | 26,99 | 1.612 | 1.924 |
| Entreteniment | 1.716 | 26,19 | 1.560 | 1.872 |
| Cultural i divulgativa | 1.612 | 24,60 | 1.404 | 1.820 |
| Ficció seriada, coproduccions i drets d'antena | 312 | 4,76 | 156 | 468 |
| Producció aliena | 624 | 9,52 | 520 | 728 |
| Infantil i juvenil | 520 | 7,94 | 416 | 624 |
| Total | 6.552 | 100 | 5.668 | 7.436 |

5. Compromisos relacionados con la oferta en línea

Els eixos estratègics dels continguts en línia estan delimitats en l'article 35 de la llei de creació, que determinen la posada en marxa d'una plataforma tecnològica que done serveis a l'audiència, i han d'oferir continguts interactius i transmèdia en valencià, amb especial interès pels protocols de les xarxes IP, internet i l'ús a través de dispositius de mobilitat.

El consum a demanda adquireix cada vegada una major importància en les pautes de consum de continguts audiovisuals. Atenent aquest principi, la CVMC i la SAMC, com a prestadors del servei públic, posaran a disposició dels ciutadans i les ciutadanes «a la carta», a través d'HbbTV (botó roig), la plataforma digital i les corresponents aplicacions mòbils per a tauletes tàctils i SmartTV.

En la plataforma digital s'inclouran continguts interactius i transmèdia en valencià tot garantint l'accés als continguts de la ràdio i la televisió des de qualsevol dispositiu. Aquesta plataforma tecnològica haurà de ser accessible a les persones amb diversitat funcional.

Entre els objectius de la plataforma tecnològica es contemplarà la busca de nous públics i la incorporació de la Corporació a l'avantguarda de la producció de continguts transmèdia, atenent tant el principi d'accessibilitat universal com el de transversalitat de les polítiques inclusives. La plataforma actuarà com a punt de trobada per a l'intercanvi, la distribució i la difusió de continguts; es connectarà amb l'arxiu audiovisual de la Comunitat Valenciana i amb les xarxes de les ràdios i televisions públiques d'àmbit local i comarcal, i hi participarà activament.

El desenvolupament de l'entorn digital de la Corporació anirà en paral·lel a la implantació de nous formats i eines per a millorar l'oferta de productes i serveis per als ciutadans i les ciutadanes, i a l'adequació a les noves formes de veure i compartir la televisió o escoltar i compartir la ràdio. La producció de continguts en alta qualitat, tant per a la ràdio com per a la televisió, i la innovació amb la generació de continguts transmèdia i de nous productes tecnològics, modernitzant les tècniques de producció i distribució, serviran per al foment de la participació ciutadana. Mitjançant la plataforma tecnològica de la Corporació s'oferirà la versió accessible de tots els canals, amb la implementació del marc d'accessibilitat audiovisual, que inclou cinc mesures d'accessibilitat (subtitulat, llengua de signes, pictogrames, audiodescripció i lectura fàcil).

Quant a la naturalesa dels continguts, estaran disponibles en línia els continguts informatius i esportius en els diferents suports: informatius diaris, peces segmentades i continguts addicionals, així com la major part de l'oferta informativa. També estaran disponibles en la plataforma continguts relatius a la programació d'entreteniment, cultural i divulgativa, així com la programació de ficció seriada, coproduccions, etc. L'actual context de producció i consum de continguts audiovisuals i la

mento que aproparà el Consejo Rector. En el reglamento se regulará una convocatoria semestral para que los grupos sociales y políticos que no hayan tenido presencia en la programación puedan presentar una solicitud para el ejercicio del derecho de acceso.

Los contenidos de la programación se distribuirán de la siguiente manera:

| Cálculo porcentual orientativo de horas de contenidos en TDT | | | | |
|--|----------------------------|------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Programación | Media de las horas anuales | | Mínimo de las horas anuales | Máximo de las horas anuales |
| | Horas anuales | Porcentaje | | |
| Informativa y deportiva | 1.768 | 26,99 | 1.612 | 1.924 |
| Entretenimiento | 1.716 | 26,19 | 1.560 | 1.872 |
| Cultural y divulgativa | 1.612 | 24,60 | 1.404 | 1.820 |
| Ficción seriada, coproducciones y derechos de antena | 312 | 4,76 | 156 | 468 |
| Producción aliena | 624 | 9,52 | 520 | 728 |
| Infantil y juvenil | 520 | 7,94 | 416 | 624 |
| Total | 6.552 | 100 | 5.668 | 7.436 |

5. Compromisos relacionados con la oferta en línea

Los ejes estratégicos de los contenidos en línea están delimitados en el artículo 35 de la ley de creación, que determinan la puesta en marcha de una plataforma tecnológica que dé servicios a la audiencia, y deben ofrecer contenidos interactivos y transmedia en valenciano, con especial interés por los protocolos de las redes IP, internet y el uso a través de dispositivos de movilidad.

El consumo a demanda adquire cada vez una mayor importancia en las pautas de consumo de contenidos audiovisuales. Atendiendo a este principio, la CVMC y la SAMC, como prestadores del servicio público, pondrán a disposición de los ciudadanos y las ciudadanas «a la carta», a través de HbbTV (botón rojo), la plataforma digital y las correspondientes aplicaciones móviles para mesitas táctiles y SmartTV.

En la plataforma digital se incluirán contenidos interactivos y transmedia en valenciano garantizando el acceso a los contenidos de la radio y la televisión desde cualquier dispositivo. Esta plataforma tecnológica deberá ser accesible a las personas con diversidad funcional.

Entre los objetivos de la plataforma tecnológica se contemplará la busca de nuevos públicos y la incorporación de la Corporación en vanguardia de la producción de contenidos transmèdia, atendiendo tanto el principio de accesibilidad universal como el de transversalidad de las políticas inclusivas. La plataforma actuará como punto de encuentro para el intercambio, la distribución y la difusión de contenidos; se conectará con el archivo audiovisual de la Comunitat Valenciana y con las redes de las radios y televisions públicas de ámbito local y comarcal, y participará activamente.

El desarrollo del entorno digital de la Corporación irá en paralelo a la implantación de nuevos formatos y herramientas para mejorar la oferta de productos y servicios para los ciudadanos y las ciudadanas, y a la adecuación a las nuevas formas de ver y compartir la televisión o escuchar y compartir la radio. La producción de contenidos en alta calidad, tanto para la radio como para la televisión, y la innovación con la generación de contenidos transmèdia y de nuevos productos tecnològics, modernizando las técnicas de producción y distribución, servirán para el fomento de la participación ciudadana. Mediante la plataforma tecnológica de la Corporación se ofrecerá la versión accesible de todos los canales, con la implementación del marco de accesibilidad audiovisual, que incluye cinco medidas de accesibilidad (subtitulado, lengua de signos, pictogramas, audiodescripción y lectura fàcil).

En cuanto a la naturaleza de los contenidos, estarán disponibles en línea los contenidos informativos y deportivos en los diferentes apoyos: informativos diarios, piezas segmentadas y contenidos adicionales, así como la mayor parte de la oferta informativa. También estarán disponibles en la plataforma contenidos relativos a la programación de entretenimiento, cultural y divulgativa, así como la programación de ficción seriada, coproducciones, etc. El actual contexto de producción y consu-



nova realitat transmèdia inviten que els entorns digitals de la SAMC siguen un repositori també dels diversos formats de continguts addicionals i complementaris de les finestres de distribució tradicional.

Els entorns digitals d'À Punt disposaran d'àrees dedicades als continguts infantils, tant com a finestra de difusió complementària a la TDT i a la ràdio, com amb continguts addicionals específics de caràcter educatiu. En aquest sentit, el percentatge i les hores previstes per a la TDT i la ràdio es veurien ampliadades per aquest servei.

6. Compromisos relacionats amb la producció audiovisual

Els mitjans públics audiovisuals han de ser, com diu l'article 3 de la Llei 6/2016, un instrument essencial «per al foment de la creativitat i la producció de béns culturals de la nostra comunitat i per al desenvolupament de la societat de la informació i la comunicació, per a aconseguir el foment de la nostra cultura mediàtica, que ha de dinamitzar i normalitzar la nostra llengua, la nostra identitat i la nostra diversitat cultural en el marc d'una nova societat del coneixement». En compliment d'aquest compromís, des de la CVMC i la SAMC es desenvoluparan les actuacions següents:

– Un mínim del 35 % del temps d'emissió anual es dedicarà a la difusió d'obres audiovisuals i cinematogràfiques de productores valencianes independents i de producció original en valencià.

– Compromís de contractació de programes al sector audiovisual que assegure una transferència de recursos econòmics i una generació d'activitat econòmica en les indústries creatives i culturals.

– Suscripció de convenis amb les entitats públiques que concedeixen ajudes a projectes audiovisuals per a l'adquisició dels seus drets d'emissió.

– Compromís de complir les quotes d'emissió i producció establides en la normativa vigent, respecte de la producció independent audiovisual, previstes per al territori de la Unió Europea: el 51 % del temps d'emissió anual de la programació es reservarà a obres europees, i el 10 % del temps d'emissió serà d'obres de productors europeus independents produïts en els últims cinc anys. El temps indicat es computarà exclouent-ne el dedicat a informacions i manifestacions esportives.

– A fi de promoure la indústria audiovisual valenciana, la CVMC subscriurà convenis de col·laboració amb altres televisions autonòmiques, estatals i europees per a disposar de totes les manifestacions culturals de rellevància.

– La Corporació destinarà anualment, com a mínim, un 6 % de la xifra total dels ingressos (article 28.6 de la Llei 6/2016), establits en l'article 37.1, obtinguts en l'exercici anterior, d'acord amb el seu compte d'explotació, al finançament anticipat de la producció europea de pel·lícules cinematogràfiques, pel·lícules i sèries per a televisió, documentals i sèries d'animació, i establirà línies de producció de continguts propis.

– La proporció de finançament que la Corporació destinarà al doblatge d'obres i de continguts audiovisuals serà, com a mínim, d'un 5 %, i la destinada a producció i coproducció serà, com a mínim, d'un 24 %.

– Suscripció de convenis de col·laboració amb productors de béns culturals i audiovisuals amb residència o domicili a la Comunitat Valenciana, per a:

· L'enregistrament i la difusió de continguts no remunerats, amb l'objecte de donar a conèixer les seues produccions o creacions a través dels distints suports de la Corporació.

· La difusió d'espais publicitaris pel sistema de publicitat a risc, és a dir que tenen una remuneració que està vinculada als ingressos de l'explotació cultural o audiovisual de què es tracte.

La subscripció de convenis amb universitats i altres entitats públiques, així com la subscripció d'acords amb els operadors de ràdio en freqüència modulada i de televisió de proximitat de la Comunitat Valenciana, amb la corresponent llicència atorgada per la Generalitat, per a col·laborar en les activitats de producció i desenvolupament de projectes audiovisuals, podrà arribar al 5 % del pressupost de la Corporació. El percentatge indicat haurà d'adaptar-se en funció de les necessitats que la Corporació i la seua societat puguen tindre per al desenvolupament dels projectes que requerisquen la col·laboració dels mitjans de comunicació de la Comunitat Valenciana.

mo de contenidos audiovisuales y la nueva realidad transmedia invitan que los entornos digitales de la SAMC sean un repositorio también de los varios formatos de contenidos adicionales y complementarios de las ventanas de distribución tradicional.

Los entornos digitales de À Punt dispondrán de áreas dedicadas a los contenidos infantiles, tanto como ventana de difusión complementaria a la TDT y a la radio, como con contenidos adicionales específicos de carácter educativo. En este sentido, el porcentaje y las horas previstas para la TDT y la radio se verían ampliadas por este servicio.

6. Compromisos relacionados con la producción audiovisual

Los Medios públicos audiovisuales deben ser, como dice el artículo 3 de la Ley 6/2016, un instrumento esencial «para el fomento de la creatividad y la producción de bienes culturales de nuestra Comunitat y para el desarrollo de la sociedad de la información y la comunicación, para conseguir el fomento de nuestra cultura mediática, que debe dinamizar y normalizar nuestra lengua, nuestra identidad y nuestra diversidad cultural en el marco de una nueva sociedad del conocimiento». En cumplimiento de este compromiso, desde la CVMC y la SAMC se desarrollarán 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.

– Suscripción de convenios con las entidades públicas que conceden ayudas a proyectos audiovisuales para la adquisición de sus derechos de emisión.

– 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 CVMC suscribirá convenios de colaboración con otras televisiones autonómicas, estatales y europeas para disponer de todas las manifestaciones culturales de relevancia.

– La Corporación destinará anualment, 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 %.

– Suscripción de convenios de colaboración con productores de bienes culturales y audiovisuales con residencia o domicilio en la Comunitat Valenciana, para:

· La grabación y la difusión de contenidos no remunerados, con el objeto de dar a conocer sus producciones o creaciones a través de los distintos apoyos de la Corporación.

· La difusión de espacios publicitarios por el sistema de publicidad a riesgo, es decir que tienen una remuneración que está vinculada a los ingresos de la explotación cultural o audiovisual de que se trate.

La suscripción de convenios con universidades y otras entidades públicas, así como la suscripción de acuerdos con los operados de radio en frecuencia modulada y de televisión de proximidad de la Comunitat Valenciana, con la correspondiente licencia otorgada por la Generalitat, para colaborar en las actividades de producción y desarrollo de proyectos audiovisuales, podrá llegar al 5 % del presupuesto de la Corporación. El porcentaje indicado deberá adaptarse en función de las necesidades que la Corporación y su sociedad puedan tener para el desarrollo de los proyectos que requieran la colaboración de los medios de comunicación de la Comunitat Valenciana.



Onzena. Categoria i retribució de la Direcció General

D'acord amb el que disposa l'article 22.4 de la Llei 6/2016 la persona que ocupe Direcció General té la condició de personal laboral d'alta direcció, amb dedicació exclusiva. L'exercici d'aquest càrrec és incompatible amb l'exercici de qualsevol altre càrrec públic o activitat retribuïda, i la retribució i la categoria seran de 58.744,08 euros bruts, que s'incrementaran en cada exercici econòmic en el mateix percentatge que s'estableix en els pressupostos de la Generalitat per als altres càrrecs del Consell. La persona que ocupe la Direcció General estarà subjecta al règim d'incompatibilitats fixat per als membres del Consell Rector.

Dotzena. Publicitat. Ingressos resultants de publicitat i altres fons

1. Criteris per a l'obtenció d'ingressos resultants de publicitat i altres fons

La funció de servei públic exigeix que els mitjans públics arriben a la major quantitat de capes de la població, encara que això no ha de fer-se a qualsevol preu. Així doncs, es fugirà de continguts sensacionalistes, perquè el servei públic implica qualitat. I és a través d'aquesta màxima exigència que À Punt captarà l'atenció dels anunciantes. El plus de qualitat propiciarà que les empreses consideren convenient anunciar-se en qualsevol finestra d'À Punt.

La publicitat és una font essencial per a l'obtenció d'ingressos, tal com estableixen els articles 37.1.b i 39 de la llei de creació, en els quals es contempla el finançament per publicitat i comercialització. L'obtenció dels recursos originats per la publicitat per a complementar aquells que tenen origen en els pressupostos de la Generalitat i estan destinats a la prestació del servei públic, permet una millor prestació de la funció de servei públic que té encomanada la Corporació. À Punt Mèdia ha considerat l'oportunitat de recórrer, en l'inici de les emissions, a una empresa comercialitzadora per a la gestió, promoció i intermediació d'espais publicitaris. Sempre tenint en compte la necessitat d'aquests ingressos publicitaris, es buscaran les millors opcions que hi haja, en cada exercici, per a l'obtenció de publicitat en els suports de televisió, ràdio i web, i això sense perjudi que la publicitat institucional de l'Administració, en qualsevol format, siga gestionada directament per la SAMC, igual que la venda o la distribució de continguts o productes derivats o d'actuacions destinades a l'obtenció de patrocinis.

La captació d'ingressos publicitaris es realitzarà principalment a través d'un exclusivista de publicitat. La política comercial estarà orientada a optimitzar l'espai publicitari de les diferents finestres de distribució, dins del respecte a les normes vigents i al Llibre d'estil de la Corporació. A aquest efecte, es comercialitzaran diferents formats per a cada una de les finestres:

– En la finestra de televisió: espots en blocs convencionals, espots en blocs Premium, patrocinis convencionals (càrrecs d'entrada i eixida dels programes), telepromocions, sobreimpressions, publicitat estàtica en retransmissions en els supòsits que ho permeten, branded content i/o bartering, morphing o bumpers, publireportatges, product-placement, moments interns, microespais.

– En la finestra de ràdio: falques, microespais, patrocinis, publireportatges, mencions.

– En la finestra digital: tots els formats display (banners, skycrapers, botons...), format rich-media, skins, enllaços patrocinats, Prerolls, patrocinis.

Tot això sense intenció de ser extensiu, ja que el dinamisme dels formats publicitaris obliga a estar atent a les innovacions que permeten a les marques destacar davant dels formats convencionals, sempre que es faça de la forma menys intrusiva possible i respectant la Llei general de publicitat, en concret pel que fa a la publicitat encoberta.

Respecte a l'emissió de publicitat, es farà un esforç per captar anunciantes d'interés social i per fomentar el teixit productiu valencià i donar-li visibilitat.

2. Criteris que han de considerar-se per a l'emissió de publicitat

La regulació del temps dedicat a la inserció publicitària en els mitjans de la CVMC serà l'establida en la Llei 7/2010, de 31 de març, general de comunicació audiovisual, així com en el Reial decret 1624/2011, de 14 de novembre, pel qual s'aprova el Reglament de desplegament de l'esmentada llei pel que fa a la comunicació comercial televisiva, o

Undécima. Categoría y retribución de la Dirección General

Conforme a lo dispuesto en el artículo 22.4 de la Ley 6/2016 la persona que ocupe Dirección General tiene la condición de personal laboral de alta dirección, con dedicación exclusiva. El ejercicio de este cargo es incompatible con el ejercicio de cualquier otro cargo público o actividad retribuïda, y la retribución y la categoría serán de 58.744,08 euros brutos, que se incrementarán en cada ejercicio económico en el mismo porcentaje que se establece en los presupuestos de la Generalitat para los altos cargos del Consell. La persona que ocupe la Dirección General estará sujeta al régimen de incompatibilidades fijado para los miembros del Consejo Rector.

Duodécima. Publicidad. Ingresos resultantes de publicidad y otros fondos

1. Criterios para la obtención de ingresos resultantes de publicidad y otros fondos

La función de servicio público exige que los medios públicos lleguen a la mayor cantidad de capas de la población, aunque eso no debe hacerse a cualquier precio. Así pues, se huirá de contenidos sensacionalistas, porque el servicio público implica calidad. Y es a través de esta máxima exigencia de que À Punt captará la atención de los anunciantes. El plus de calidad propiciará que las empresas consideren conveniente anunciarse en cualquier ventana de À Punt.

La publicidad es una fuente esencial para la obtención de ingresos, tal como establecen los artículos 37.1.b y 39 de la ley de creación, en los que se contempla la financiación por publicidad y comercialización. La obtención de los recursos originados por la publicidad para complementar aquellos que tienen origen en los presupuestos de la Generalitat y están destinados a la prestación del servicio público, permite una mejor prestación de la función de servicio público que tiene encomendada la Corporación. À Punt Mèdia ha considerado la oportunidad de recurrir, en el inicio de las emisiones, a una empresa comercializadora para la gestión, promoción e intermediación de espacios publicitarios. Siempre teniendo en cuenta la necesidad de estos ingresos publicitarios, se buscarán las mejores opciones que haya, en cada ejercicio, para la obtención de publicidad en los apoyos de televisión, radio y web, y eso sin perjuicio de que la publicidad institucional de la Administración, en cualquier formato, sea gestionada directamente por la SAMC, igual que la venta o la distribución de contenidos o productos derivados o de actuaciones adscritas a la obtención de patrocinio.

La captación de ingresos publicitarios se realizará principalmente a través de un exclusivista de publicidad. La política comercial estará orientada a optimizar el espacio publicitario de las diferentes ventanas de distribución, dentro del respeto a las normas vigentes y al Libro de estilo de la Corporación. A este efecto, se comercializarán diferentes formatos para cada una de las ventanas:

– En la ventana de televisión: spots en bloques convencionales, spots en bloques Premium, patrocinios convencionales (càrrecs de entrada y salida de los programas), telepromociones, sobreimpressions, publicidad estática en retransmissions en los supuestos que lo permitan, branded content y/o bartering, morphing o bumpers, publireportajes, product-placement, momentos internos, microespacios.

– En la ventana de radio: cuñas, microespacios, patrocinios, publireportajes, menciones.

– En la ventana digital: todos los formatos display (banners, skycrapers, botones...), formado rich-media, skins, enlaces patrocinados, PrePrerolls, patrocinios.

Todo ello sin intención de ser extensivo, ya que el dinamismo de los formatos publicitarios obliga a estar atento a las innovaciones que permiten a las marcas destacar delante de los formatos convencionales, siempre que se haga de la forma menos intrusiva posible y respetando la Ley general de publicidad, en concreto por lo que respecta a la publicidad encubierta.

Con respecto a la emisión de publicidad, se hará un esfuerzo por captar anunciantes de interés social y por fomentar el tejido productivo valenciano y darle visibilidad.

2. Criterios que deben considerarse para la emisión de publicidad

La regulación del tiempo dedicado a la inserción publicitaria en los medios de la CVMC será la establecida en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de comunicación audiovisual, así como en el Real decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la mencionada ley por lo que respecta a la comunica-



en la legislació que en el seu moment substituïska la mencionada anteriorment.

La publicitat i els patrocinis no condicionaran la línia editorial dels nostres mitjans ni la selecció i l'enfocament de la informació; no determinaran tampoc els continguts d'entreteniment i de ficció.

Quant als continguts de la publicitat, es vetlarà per la coherència entre els missatges publicitaris i els valors que es defensen en la llei de creació, el Llibre d'estil de la Corporació, el mandat marc i la carta de valors per a la programació infantil i juvenil. La publicitat que s'emeta no haurà de fomentar actituds discriminatòries o antisocials, ni ofendre els sentiments o les conviccions morals de les persones. Es tindran en compte especialment els principis que cal observar en la prestació del servei públic, tal com especifica l'article 5 de la Llei 6/2016. Per això, i de manera congruent, la CVMC es reserva l'opció de no acceptar publicitat que no s'ajuste als seus principis o que lesione els seus interessos. No s'acceptarà la publicitat que pugui vulnerar la normativa autonòmica, estatal i europea, així com la Llei general de publicitat i la que s'oposa als criteris establits en el Llibre d'estil de la Corporació.

En la publicitat adreçada a la infància i l'adolescència es vigilarà especialment que no continga imatges o afirmacions que els puguin afectar negativament, que abusen de la seua ingenuïtat, que els inciten a la violència o que fomenten comportaments perillosos. Singularment, caldrà tindre especial atenció als aspectes que incideixen en la identitat corporal (autoimatge) i en la diversitat sexual en tots els aspectes: expressió, orientació i adscripció al gènere.

Els espais publicitaris han de ser preferentment en valencià, que és la llengua institucional i vehicular dels nostres mitjans. Amb aquest fi s'ha signat un conveni amb la Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport mitjançant el qual s'aportaran incentius a la publicitat en valencià a les empreses que ho requerisquen, per a qualsevol dels mitjans d'À Punt.

Tretzena. Sistema d'indicadors de garantia de qualitat dels serveis i del compliment dels compromisos

1. Indicadors qualitius

Índex de varietat programàtica general. Es mesura el conjunt de l'oferta en dos àmbits: macrogèneres i gèneres.

Índex de varietat genèrica per franges horàries. La diversitat s'ha de garantir en totes les franges per no discriminar cap segment del públic, a pesar que es poden establir correctius atenent l'homogeneïtat de públic en una franja concreta.

Índex de diversitat informativa. S'ha de garantir un ús ampli dels gèneres que componen el macrogènere d'informació. S'ha de desenvolupar el conjunt de repertori dels gèneres informatius: debat, documental, current afers, contenidor, reportatge, entrevista, cara a cara, magazín, minimagazín, news magazin...

Índex de pluralisme polític i social. Fa falta un tractament efectiu independent i que atenga els criteris de màxima exigència professional, i disposar dels mecanismes necessaris per a controlar que es compleixen, així com per a denunciar-ne les violacions.

Índex de valors. Es tracta de mesurar els valors cívics, democràtics, socials i culturals dels continguts.

Índex de respecte de l'audiència. Compliment escrupolós de la graella anunciada quant a horaris, i continguts i programes anunciats.

Índex de quantia i diversitat de l'audiència. La quota d'audiència és un paràmetre per al contracte programa, però cal alliberar la televisió i la ràdio pública de la tirania absoluta de la quota (share). Fa falta que l'èxit de la quantitat siga complementat amb l'èxit de la qualitat, és a dir, arribar a tots els segments de la societat valenciana.

Índex d'èxit de públic objectiu (*target*). S'han de satisfer els gustos de les majories i també de les minories, per això la quota absoluta d'audiència no és l'únic indicador. Per a arribar a un grup minoritari, la quota general pot baixar; en canvi, seria un èxit compensat pel fet d'arribar al públic específic que ens havíem marcat.

Índex de saturació publicitària. Respectar les obres i l'audiència tot limitant i regulant la inserció dels blocs publicitaris. Respectar la lògica narrativa.

ción comercial televisiva, o en la legislación que en su momento sustituya la mencionada anteriormente.

La publicidad y los patrocinios no condicionarán la línea editorial de nuestros medios ni la selección y el enfoque de la información; no determinarán tampoco los contenidos de entretenimiento y de ficción.

En cuanto a los contenidos de la publicidad, se velará por la coherencia entre los mensajes publicitarios y los valores que se defienden en la ley de creación, el Libro de estilo de la Corporación, el mandato marco y la carta de valores para la programación infantil y juvenil. La publicidad que se emita no deberá fomentar actitudes discriminatorias o antisociales, ni ofender los sentimientos o las convicciones morales de las personas. Se tendrán en cuenta especialmente los principios que hay que observar en la prestación del servicio público, tal como especifica el artículo 5 de la Ley 6/2016. Por ello, y de manera congruente, la CVMC se reserva la opción de no aceptar publicidad que no se ajuste a sus principios o que lesione sus intereses. No se aceptará la publicidad que pueda vulnerar la normativa autonómica, estatal y europea, así como la Ley general de publicidad y la que se oponga a los criterios establecidos en el Libro de estilo de la Corporación.

En la publicidad dirigida a la infancia y la adolescencia se vigilará especialmente que no contenga imágenes o afirmaciones que los puedan afectar negativamente, que abusen de su ingenuidad, que les inciten a la violencia o que fomenten comportamientos peligrosos. Singularmente, habrá que tener especial atención a los aspectos que inciden en la identidad corporal (autoimagen) y en la diversidad sexual en todos los aspectos: expresión, orientación y adscripción al género.

Los espacios publicitarios deben ser preferentemente en valenciano, que es la lengua institucional y vehicular de nuestros medios. Con este fin se ha firmado un convenio con la Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte mediante el cual se aportarán incentivos a la publicidad en valenciano a las empresas que lo requieran, para cualquiera de los medios de À Punt.

Decimotercera. Sistema de indicadores de garantía de calidad de los servicios y del cumplimiento de los compromisos

1. Indicadores cualitativos

Índice de variedad programática general. Se mide el conjunto de la oferta en dos ámbitos: macrogèneros y gèneros.

Índice de variedad genérica por franjas horarias. La diversidad se debe garantizar en todas las franjas por no discriminar ningún segmento del público, a pesar de que se pueden establecer correctivos atendiendo la homogeneidad de público en una franja concreta.

Índice de diversidad informativa. Se debe garantizar un uso amplio de los géneros que componen el macrogènere de información. Se debe desarrollar el conjunto de repertorio de los géneros informativos: debate, documental, current asuntos, contenedor, reportaje, entrevista, cara a cara, magazine, minimagazín, news magazine...

Índice de pluralismo político y social. Hace falta un tratamiento efectivamente independiente y que atienda los criterios de máxima exigencia profesional, y disponer de los mecanismos necesarios para controlar que se cumplen, así como para denunciar las violaciones.

Índice de valores. Se trata de medir los valores cívicos, democráticos, sociales y culturales de los contenidos.

Índice de respeto de la audiencia. Cumplimiento escrupuloso de la parrilla anunciada en cuanto a horarios, y contenidos y programas anunciados.

Índice de cuantía y diversidad de la audiencia. La cuota de audiencia es un parámetro para el contrato programa, pero hay que liberar la televisión y la radio pública de la tiranía absoluta de la cuota (share). Hace falta que el éxito de la cantidad sea complementado con el éxito de la calidad, es decir, llegar a todos los segmentos de la sociedad valenciana.

Índice de éxito de público objetivo (*target*). Se deben satisfacer los gustos de las mayorías y también de las minorías, por eso la cuota absoluta de audiencia no es el único indicador. Para llegar a un grupo minoritario, la cuota general puede bajar; en cambio, sería un éxito compensado por el hecho de llegar al público específico que nos habíamos marcado.

Índice de saturación publicitaria. Respetar las obras y la audiencia limitando y regulando la inserción de los bloques publicitarios. Respetar la lógica narrativa.



2. Indicadors quantitativus

El compromís en hores d'emissió, en funció la naturalesa de la producció, serà:

- d'un mínim del 70 % de quota de producció pròpia i pròpia externalitzada,
- d'un màxim del 30 % de quota de producció aliena.

3. Indicadors d'audiència quantitativus

En el context històric actual, les audiències televisives i també radiofòniques s'han atomitzat. Els nous aparells electrònics, l'accessibilitat als continguts a través de les múltiples pantalles, els consums a la carta, etc., propicien un gran repartiment de l'audiència. Al mateix temps, el consum no lineal de continguts també ajuda a la fragmentació. Tot això dificulta la possibilitat d'establir unes mètriques fiables.

Ser conscients d'això no implica que À Punt renunciarà a obtenir uns índexs d'audiència adequats.

En el primer any, considerem com a objectiu, en la generació d'audiències, la mitjana aritmètica de les quotes de les cadenes autonòmiques de recent creació, ponderada pels seus respectius pressupostos per habitant.

Al final del període d'aquest contracte programa, l'objectiu se situarà en la mitjana de les audiències del total de les cadenes autonòmiques ponderant els seus respectius pressupostos per habitant.

Catorzena. Efectes de l'incompliment dels compromisos arrellegats en aquest contracte programa

D'acord amb el que disposa la llei de creació de la Corporació, els membres del Consell Rector seran cessats en el cas que la liquidació del pressupost anual de la Corporació determine l'existència d'un dèficit del resultat pressupostat amb una desviació igual o superior al 10 % de la compensació atorgada per a la prestació del servei públic, o una disminució de més del 25 % dels ingressos propis previstos en el pressupost anual de la Corporació, excepte causa justificada, la qual, amb un informe previ de la Sindicatura de Comptes, hauran d'exposar davant de la Comissió de Radiotelevisió Valenciana i de l'Espai Audiovisual.

Quinzena. Control de l'execució del contracte programa i dels resultats derivats d'aplicar-lo. Comissió Mixta de Seguiment i Control

A fi de realitzar un constant control del compliment d'aquest contracte programa, d'acord amb el que disposa l'article 44.1.o de la llei de creació, es constitueix una comissió mixta entre representants del Consell i de la Corporació, integrada per quatre membres en representació de la Corporació, entre els quals estaran tant la persona que n'ocupe la Presidència com qui n'assumisca la Direcció General, i quatre membres en representació del Consell, que tinguen competències en matèria de mitjans de comunicació, pressupostos i cultura. La Presidència de la Comissió recaurà, en tot cas, en un dels membres nomenats pel Consell, qui disposarà del vot de qualitat per a l'adopció d'acords.

La Comissió de Seguiment es reunirà amb caràcter ordinari cada dos mesos durant el temps d'aplicació d'aquest contracte programa. Si es considera necessari, es podran celebrar reunions extraordinàries de comú acord entre les dues parts.

La Comissió de Seguiment, segons el que disposa l'article 44.1.f de la Llei 6/2016, podrà proposar la modificació d'aquest contracte programa en el cas que s'estime que hagen d'adaptar-se els objectius a les variacions de l'entorn econòmic o a la realitat jurídica, social, empresarial, tecnològica o comunicacional en què es desenvolupa la prestació del servei públic.

Setzena. Informació a la comissió competent de les Corts

La Comissió de Radiotelevisió Valenciana i de l'Espai Audiovisual és la comissió permanent legislativa a la qual li correspon realitzar el control de l'actuació de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació i de la seua societat, la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació. En el reglament de les Corts es preveuen, com a mecanismes per a l'exercici d'aquesta funció de control: la sol·licitud de documentació, la realització de preguntes escrites i orals en el si de la Comissió i les compareixences informatives. El procediment per a la substanciació d'aquests instruments de control serà el que estableix per a cada mecanisme el Reglament de les Corts.

2. Indicadores cuantitativos

El compromiso en horas de emisión, en función la naturaleza de la producción, será:

- de un mínimo del 70 % de cuota de producción propia y propia externalizada,
- de un máximo del 30 % de cuota de producción ajena.

3. Indicadores de audiencia cuantitativos

En el contexto histórico actual, las audiencias televisivas y también radiofónicas se han atomizado. Los nuevos aparatos electrónicos, la accesibilidad a los contenidos a través de las múltiples pantallas, los consumos a la carta, etc., propician un gran reparto de la audiencia. Al mismo tiempo, el consumo no lineal de contenidos también ayuda a la fragmentación. Todo eso dificulta la posibilidad de establecer unas métricas fiables.

Ser conscientes de eso no implica que À Punt renunciará a obtener unos índices de audiencia adecuados.

En el primer año, consideramos como objetivo, en la generación de audiencias, la media aritmética de las cuotas de las cadenas autonómicas de reciente creación, ponderada por sus respectivos presupuestos por habitante.

Al final del período de este contrato programa, el objetivo se situará en la media de las audiencias del total de las cadenas autonómicas ponderando sus respectivos presupuestos por habitante.

Decimocuarta. Efectos del incumplimiento de los compromisos recogidos en este contrato programa

Conforme a lo dispuesto en la ley de creación de la Corporación, los miembros del Consejo Rector serán cesados en caso de que la liquidación del presupuesto anual de la Corporación determine la existencia de un déficit del resultado presupuestado con una desviación igual o superior al 10 % de la compensación otorgada para la prestación del servicio público, o una disminución de más del 25 % de los ingresos propios previstos en el presupuesto anual de la Corporación, excepto causa justificada, la cual, previo informe de la Sindicatura de Cuentas, deberán exponer ante la Comisión de Radiotelevisión Valenciana y del Espacio Audiovisual.

Decimoquinta. Control de la ejecución del contrato programa y de los resultados derivados de aplicarlo. Comisión Mixta de Seguimiento y Control

Con el fin de realizar un constante control del cumplimiento de este contrato programa, conforme a lo dispuesto en el artículo 44.1.o de la ley de creación, se constituye una comisión mixta entre representantes del Consell y de la Corporación, integrada por cuatro miembros en representación de la Corporación, entre los que estarán tanto la persona que ocupe la Presidencia como quien asuma la Dirección General, y cuatro miembros en representación del Consell, que tengan competencias en materia de medios de comunicación, presupuestos y cultura. La Presidencia de la Comisión recaerá, en todo caso, en uno de los miembros nombrados por el Consell, quien dispondrá del voto de calidad para la adopción de acuerdos.

La Comisión de Seguimiento se reunirá con carácter ordinario cada dos meses durante el tiempo de aplicación de este contrato programa. Si se considera necesario, se podrán celebrar reuniones extraordinarias de común acuerdo entre las dos partes.

La Comisión de Seguimiento, según lo dispuesto en el artículo 44.1.f de la Ley 6/2016, podrá proponer la modificación de este contrato programa en caso de que se estime que deban adaptarse los objetivos a las variaciones del entorno económico o a la realidad jurídica, social, empresarial, tecnológica o comunicacional en que se desarrolla la prestación del servicio público.

Decimosexta. Información a la comisión competente de Les Corts

La Comisión de Radiotelevisión Valenciana y del Espacio Audiovisual es la comisión permanente legislativa a la que le corresponde realizar el control de la actuación de la Corporación Valenciana de Mitjans de Comunicació y de su sociedad, la Societat Anònima de Mitjans de Comunicació. En el reglamento de Les Corts se prevén, como mecanismos para el ejercicio de esta función de control: la solicitud de documentación, la realización de preguntas escritas y orales en el seno de la Comisión y las compareixences informatives. El procedimiento para la sustanciación de estos instrumentos de control será lo que establece para cada mecanismo el Reglamento de Les Corts.



La Llei 6/2016, dedica l'article 47 al control parlamentari, i indica que el control de la CVMC i la SAMC, especialment per al compliment de la funció de servei públic, es realitza per la comissió permanent corresponent de les Corts. En segon lloc, disposa la remissió anual d'una memòria sobre el compliment de la funció de servei públic i un informe trimestral sobre les actuacions realitzades per la Corporació i les seues societats. El precepte conclou indicant el sotmetiment de la Presidència del Consell Rector, de les persones que integren el Consell i de la Direcció General al control de la comissió competent de les Corts.

En relació amb el contracte programa (articles 6.2 i 44.4), s'imposa l'obligació de remetre'l abans de ser subscrit i el deure donar informació anualment sobre l'execució i els resultats d'aquest a la Comissió de Radiotelevisió Valenciana i de l'Espai Audiovisual. Entre els instruments de control, cal fer menció de la intervenció de la comissió parlamentària en el procediment de nomenament de la Presidència i de la resta de membres del Consell Rector de la CVMC i de la Direcció General, així com d'una sèrie d'instruments de control addicionals als ja indicats. Així, en altres apartats de la llei de creació s'estableixen procediments concrets de control en què intervé la comissió parlamentària competent, com el deure de donar compte de l'aprovació o de la modificació dels estatuts socials de les societats dependents (article 16.3.m, la necessitat de justificar la desviació d'ingressos o de despeses previstes en el pressupost anual de la Corporació i que poden comportar el cessament automàtic de tots els membres del Consell Rector (article 18.3), o la possibilitat conferida a la Comissió per a accedir a la informació relativa a l'activitat contractual de la CVMC i de la SAMC (article 41). Finalment, en la disposició addicional quarta s'estableix el deure d'informar la comissió de la utilització del fons de reserva previst en l'article 38.6 de la llei.

Dissetena. Naturalesa i règim jurídic

Aquest contracte programa té naturalesa juridicoadministrativa i, consegüentment, correspon a l'Administració del Consell interpretar-lo i resoldre els dubtes que sorgisquen a l'hora d'executar-lo.

I, com a prova de conformitat, les parts signen aquest contracte programa, amb efectes 7 de juny de 2018.

El secretari autonòmic de Comunicació José M. Vidal Beltrán.
El president del Consell Rector: Enrique Soriano Hernández.

La Ley 6/2016, dedica el artículo 47 al control parlamentario, e indica que el control de la CVMC y la SAMC, especialmente para el cumplimiento de la función de servicio público, se realiza por la comisión permanente correspondiente de Les Corts. En segundo lugar, dispone la remisión anual de una memoria sobre el cumplimiento de la función de servicio público y un informe trimestral sobre las actuaciones realizadas por la Corporación y sus sociedades. El precepto concluye indicando el sometimiento de la Presidencia del Consejo Rector, de las personas que integran el Consell y de la Dirección General al control de la comisión competente de Les Corts.

En relación con el contrato programa (art. 6.2 y 44.4), se impone la obligación de remitirlo antes de ser suscrito y el deber de dar información anualment sobre la ejecución y los resultados de este a la Comisión de Radiotelevisión Valenciana y del Espacio Audiovisual. Entre los instrumentos de control, hay que hacer mención de la intervención de la comisión parlamentaria en el procedimiento de nombramiento de la Presidencia y del resto de miembros del Consejo Rector de la CVMC y de la Dirección General, así como de una serie de instrumentos de control adicionales a los ya indicados. Así, en otros apartados de la ley de creación se establecen procedimientos concretos de control en que interviene la comisión parlamentaria competente, como el deber de dar cuenta de la aprobación o de la modificación de los estatutos sociales de las sociedades dependientes (art. 16.3.m), la necesidad de justificar la desviación de ingresos o de gastos previstas en el presupuesto anual de la Corporación y que pueden comportar el cese automático de todos los miembros del Consejo Rector (art. 18.3), o la posibilidad conferida a la Comisión para acceder a la información relativa a la actividad contractual de la CVMC y de la SAMC (art. 41). Finalmente, en la disposición adicional cuarta se establece el deber de informar a la comisión de la utilización del fondo de reserva previsto en el artículo 38.6 de la ley.

Decimoséptima. Naturaleza y régimen jurídico

Este contrato programa tiene naturaleza jurídico-administrativa y, consecuentemente, corresponde a la Administración del Consell interpretarlo y resolver los dudas que surjan a la hora de ejecutarlo.

Y, como prueba de conformidad, las partes firman este contrato programa, con efectos 7 de junio de 2018.

El secretario autonómico de Comunicación: José M. Vidal Beltrán.
El presidente del Consejo Rector: Enrique Soriano Hernández.