

La pluralitat dels informatius en les televisions públiques i la responsabilitat social corporativa (RSC), amb atenció al cas de RTVV

*The plurality of the news programs on public television
and corporate social responsibility (CSR),
with a look at the case of RTVV*

Carlos López-Olano¹

Professor del Departament de Teoria dels Llenguatges i Ciències
de la Comunicació de la Universitat de València
clolano@uv.es



**La pluralitat dels informatius en les televisions públiques
i la responsabilitat social corporativa (RSC),
amb atenció al cas de RTVV**

The plurality of the news programs on public television and corporate social responsibility (CSR), with a look at the case of RTVV

RESUM:

En l'article abordem les teories de la responsabilitat social corporativa (RSC) i altres de similars, comunes en el camp econòmic, i analitzem l'efectivitat del seu ús respecte a la pluralitat dels serveis informatius en els mitjans audiovisuals, especialment els públics. Concretament, comprovem l'efectivitat dels seus postulats en l'última etapa agònica de Canal 9 RTVV, sota la direcció de Rosa Vidal, i com poden afectar el futur de la televisió autonòmica en aquesta fase de *tabula rasa* en què ens trobem avui. El futur de les televisions públiques no és només qüestió de proteccions jurídiques i organismes reguladors. La RSC pot esdevenir un factor determinant en el disseny del nou model audiovisual que s'aborda políticament.

PARAULES CLAU:

pluralitat, informatius, televisió pública, responsabilitat social corporativa, RSC, RTVV.



**The plurality of the news programs on public television
and corporate social responsibility (CSR),
with a look at the case of RTVV**

La pluralitat dels informatius en les televisions públiques i la responsabilitat social corporativa (RSC), amb atenció al cas de RTVV

ABSTRACT:

In this article we deal with the theories of corporate social responsibility (CSR) and similar ones, which are common in the economic field, and we analyze their efficacy on the plurality of TV news programs, especially the public ones. We check the usefulness of their postulates in what was the final stage of RTVV Canal 9, under the direction of Rosa Vidal, and consider how they can affect the future of the regional television in Valencia in the *tabula rasa* phase we are in today. The future of the public television is not only a matter of legal protections and regulatory bodies. CSR can become a decisive element in the design of the new audiovisual model which politicians are now addressing.

KEYWORDS:

plurality, news programs, public television, corporate social responsibility, CSR, RTVV.

1. Introducció. El marc en la RTVV

Analitzem en aquest article teories econòmiques actuals que pensem que poden tenir aplicació pràctica i que poden ser eines adequades en el camp de la pluralitat de les televisions públiques. La televisió a Espanya no va poder passar del «dirigismo democratizante a la síntesis propia del Servicio Público independiente» (Álvarez Monzoncillo i Menor, 2013: 21), i es va convertir en l'exemple paradigmàtic de l'anomenat *model governamental* descrit per Hallin i Mancini (2008). A més, segons els mestres Miquel de Moragas i Emilio Prado, la pluralitat és una de les qualitats exigibles a tots els mitjans, però amb més motiu als públics: «definir la missió del servei públic és la clau del debat sobre la legitimitat de la televisió pública» (2000: 91). Una televisió pública que, a més, està en perill per tot Europa: «there are strong pressures to downsize Public Service Media (PSM) organizations, limit investments options, restrict online and digital operations» (Lowe i Steemers, 2012: 10). Pensem que més enllà dels models, de les estructures o de les legislacions, hi ha uns elements fonamentals en el compliment d'eixa missió de servei públic de les televisions, amb la pluralitat dels informatius com a tret més destacat. Parlem de la predisposició, de la bona voluntat, de l'orgull per la feina ben feta, de l'ètica. Eixa serà la columna vertebral del nostre discurs. Són qualitats, sens dubte, de difícil concreció, és cert, però que podem trobar en les premisses fundacionals del paradigma modèlic de la televisió pública europea, la BBC (BBC, 1927), o en alguna de les garanties que encara hui formen part dels fonaments d'aquesta emissora, com l'*accountability* —així anomenen l'obligació per part dels periodistes d'explicar els criteris i motius per a construir un relat o un altre— o el Public Value Test, una de les ferramentes relacionades amb les teories del valor públic (Lowe i Martin, 2014; Moore, 1995). Aquesta última, que obliga a fer un detallat informe de cada nou producte que trau l'emissora, amb una especificació de la seua utilitat en la societat, es va incorporar a l'encara vigent llei fonamental de la cadena, la Royal Charter, a punt de caducar, per cert (BBC, 2006b).

La trajectòria, l'evolució d'un mitjà de comunicació públic, Canal 9 RTVV, convertit durant els últims vint anys en un model de tot el que no s'ha de fer en una empresa pública, és el camp de treball que hem escollit. Un lloc on la corrupció, la mala administració, el balafiament dels recursos públics o la manipulació més grossera han sigut una constant, denunciada repetidament per diversos autors (Álvaro, 2015; Peris Planes, 2015; Ballester, 2014; Xambó, 2013; Boira Maiques, 2012; Mollà, 2007; Esteve, 2000).

Més enllà de la corrupció endèmica, la importància del bon govern o la implicació de tots els responsables d'un producte —en el nostre cas, el televisiu—, la podem apreciar palesament revisant la història de Canal 9 RTVV. Des dels inicis, les relacions laborals van ser pèssimes i la identificació dels empleats amb la labor d'una empresa pública, que havia d'estar al servei del ciutadà, va ser nul·la. Una falta d'implicació per part de la plantilla, probablement encoratjada per una mala

gestió posterior que es va convertir en endèmica, però que existia pràcticament des de l'origen de l'emissora. Una part d'un altre grup d'interès bàsic, el de l'audiència potencial, tenia una actitud de rebuig al producte molt similar a la de part de la plantilla. Recordem l'anècdota que explica que en la redacció se sintonitzaven ostensiblement els informatius de TV3 en comptes dels propis, i que una part de la intel·lectualitat valenciana es va manifestar durant anys per demanar la re-emissió de la televisió dels veïns del nord i, en canvi, no emprava aquesta energia a exigir una televisió pròpia pública, de qualitat i plural. A més, la raquítica vertebració geogràfica de la Comunitat Valenciana provocava un rebuig a Alacant cap a un producte que no consideraven propi.² El que va ser delegat de Canal 9 a la província, Ramón Cánovas, ho recorda així: «En Alicante los trabajadores de RTVV hemos tenido que sufrir, durante años y en las fiestas de Hogueras, Santa Faz o en las retransmisiones del Hércules, cánticos insultantes del estilo "Canal 9, hijos de puta", lo que denota la escasa identificación de la televisión autonómica con amplias capas de la población alicantina» (González Esteban, González Mesa i García Avilés, 2015: 227).

La caiguda imparable i continuada de les xifres de *share* (López-Olano, 2015) mostra el desenganxament, no tan sols qualitatiu sinó també quantitatiu, del públic al qual anava destinat el que havia d'haver sigut servei públic. Pensem que circumstàncies com aquestes poden trobar empara teòrica en idees procedents del camp econòmic.

2. Les teories de la responsabilitat social corporativa

Ètica dels negocis o *de l'empresa*, *responsabilitat social corporativa (RSC)*, *responsabilitat social de l'empresa (RSE)*, *contracte moral* o *governança*, són només alguns dels noms dels diferents conceptes o corrents ideològics que comparteixen objectius, confiant que el bon govern de les empreses es faça no tan sols en honor de l'ànima d'enriquiment pròpia dels sistemes capitalistes purs, sinó tenint en compte altres factors que afavoreixen el bé comú. Segons Adela Cortina, els orígens se situen en els anys setanta del segle passat als Estats Units, amb els teòrics de la *business ethics*, que concebien l'empresa «no sólo como un negocio, sino como un grupo humano que lleva adelante una tarea valiosa para la sociedad, la de producir bienes y servicios, a través de la obtención del beneficio» (2003: 17). Autors com Francisco Marín Calahorra afirmen que la responsabilitat social corporativa sorgeix en els seixanta, «cuando aparecen los primeros planteamientos sobre las implicaciones sociales de las actividades de la empresa y cuales debían de ser las relaciones entre ésta y la sociedad» (2008: 13), i uns altres es remunten encara una mica més enrere, i pensen que naix amb les teories de Howard Bowen el 1953 (Maira Vidal i Gil Sánchez, 2011: 111).

En qualsevol cas, és a partir de 1990 quan la RSE es constitueix en sistema alternatiu al neoliberalisme globalitzador, com a resposta als escàndols que van protagonitzar importants empreses transnacionals:

Lo escandaloso no es sólo la reprochable gestión económica, sino la dificultad de identificar a los sujetos responsables, y, por ende, la exigencia de sus responsabilidades ante los tribunales, es decir, la difuminación de la responsabilidad entre los intersticios de la complejidad organizativa de la empresa. (Aparicio Tovar i Valdés de la Vega, 2011: 22)

Es constitueix, a més, des de baix, amb l'actuació d'agents de base, alguns d'ells nous, de l'acció política i social: sindicats, ONG, grups d'interès o fins i tot accionistes sense capacitat de control de la societat fins a aquest moment. Sol asenyalar-se que la RSE va prendre força en països i moments dominats pel neoliberalisme propugnat per Margaret Thatcher i Ronald Reagan.

Cal relacionar amb aquesta etapa la ràpida desregulació que a partir dels anys setanta va afectar tot el sector públic per tot Europa, també el sector audiovisual. L'anomenat *Informe McBride* (UNESCO, 1980) denunciava precisament la falta de regulació dels mitjans de comunicació i la predominança del mercat en l'audiovisual com a origen de bona part dels mals del sector, que calia corregir amb la filosofia del servei públic. És un document qualificat de cabdal en la història de la comunicació moderna (Gavaldà Roca, 2014: 81).

A la base de la RSE hi ha el concepte que Edward Freeman crea en els anys vuitanta i que es converteix en nodal per a la teoria: és el concepte *grups d'interès* (*stakeholders*). Recomana als gestors que tinguin en compte les seues expectatives atenent demandes socials i preocupacions. Entre aquests grups d'interès hi ha els empleats, els clients, els proveïdors i la comunitat en la qual l'empresa actua:

We make no apologies for being capitalists at heart. We celebrate it, even though we are quite critical of the current shared understanding of capitalism as only creating value for stockholders. By the simple act of changing two letters —turning «stockholders» into «stakeholders»— we believe we can revise our understanding of capitalism to build a more robust idea of business and management. (Freeman, Harrison i Wicks, 2007: 8)

Freeman no demana perdó per ser capitalista, en un tret comú als teòrics de l'ètica empresarial: els nous models s'insereixen en el sistema per a modificar-lo des de dins. Les creences, les conviccions i els hàbits ètics són indispensables per al bon funcionament del món empresarial, però la responsabilitat de tot això no recau tan sols en els empresaris, sinó en tots aquests grups d'interès que han d'estar convençuts perquè realment el sistema funcione. També en l'*Informe McBride* de la UNESCO es deia que l'ètica periodística no residia tan sols en els periodistes, sinó que depenia de la forma en què s'administrés la institució, dels recursos financers i de la política editorial, entre altres coses.

Per a la nostra anàlisi, preferim agafar esta perspectiva des de la teoria de la RSC, aplicada usualment al món empresarial, més que altres relacionades amb l'ètica del govern i de l'administració, que van començar a desenvolupar-se als Estats Units a partir de l'escàndol del Watergate o al final de la Guerra Freda (García Mexía, 2008: 50). S'ha de tindre en compte que «en el ámbito de la administración pública el alcance del buen gobierno, con la profusión con la que es regulado en la actualidad, arroja a la propia Responsabilidad Corporativa» (Álvarez Civantos, 2010: 14-15). Altres autors diferencien entre responsabilitat social corporativa i responsabilitat social empresarial, i consideren que la primera, RSC, es refereix també a les corporacions públiques (Galindo i Fernández, 2007: 81). En qualsevol cas, tot i l'indiscutible valor públic de mitjans de comunicació com RTVV o RTVE, també és cert que han compartit amb empreses clarament privades, i fins i tot cotitzades en borsa, espai comunicatiu, clients potencials i sistema de finançament. També, a més, les empreses televisives privades tenen una obligació de servei públic, definida clarament en la legislació, tant espanyola com continental (Boix Palop, 2014).

El concepte d'*hàbit* que introdueix Adela Cortina, sens dubte condicionat per l'*habitus* de Pierre Bourdieu,³ també és important:

Las organizaciones acaban convirtiendo en costumbre comportarse de una forma u otra. Y esto supone un ahorro de energía, porque sería agotador tener que partir de cero en cada toma de decisión, es esencial estar ya predispuesto a actuar en un sentido determinado. (2003: 19)

La governança ha sigut desenvolupada per la Unió Europea, que la va identificar com a objectiu estratègic a principis del 2000 i va cristal·litzar en el *Libro blanco sobre la gobernanza*.⁴ El 2012, el Comitè de Ministres va redactar una declaració sobre la governança aplicada als mitjans de servei públic. A través de la transparència, la responsabilitat i la participació, l'objectiu és donar importància als ciutadans en les institucions europees perquè en siguin conscients:

El Libro Blanco propone abrir el proceso de elaboración de las políticas de la UE con el fin de asociar a un mayor número de personas y organizaciones en su formulación y aplicación, lo que se traducirá en una mayor transparencia y en una mayor responsabilización de todos los participantes. (Comissió Europea, 2001)

Això sí, els mals del sistema capitalista no se solucionen només amb bons desitjos. Tomás Perdiguero pensa que «la pretensió de fer descansar el futur en la bona voluntat de les empreses ens conduiria a un veritable desastre social» (2003: 117). Diversos autors coincideixen que cal el control per part d'organismes independents i la rendició de comptes de les empreses que exercisquen la RSC.

3. L'economia del bé comú

L'economia del bé comú s'insereix en la tradició de l'ètica dels negocis i la RSC que acabem de veure, però si anem un pas més enllà, no vol ser tan sols una teoria, sinó un pla d'acció que es defineix com a obert, vinculat als moviments ciutadans anti-globalització, i que exerceix proselitisme i denúncies actives a través de les xarxes socials. Té associada fins i tot una plataforma web, ATTAC,⁵ amb implantació en molts països, i un «banc democràtic» que segueix les orientacions de la teoria. El creador del moviment és Christian Felber, un professor d'universitat austríac, amb formació en filologia, ciències polítiques, sociologia i psicologia, ballarí i conferenciant internacional. Les seues idees s'han popularitzat a través de la xarxa, per exemple en vídeos explicatius que s'han convertit en virals.⁶ També ha publicat diversos llibres sobre la qüestió, entre els quals destaca *L'economia del bé comú* (2012), en què explica els principis i valors que vol que les empreses apliquen i la manera de mesurar aquests comportaments per a afavorir-los. El bé comú de Felber es basa en els grans valors de les relacions humanes:

- la confiança
- la cooperació
- l'estima
- la codeterminació
- la solidaritat
- la voluntat de compartir

Valors que ens fan millors i feliços. L'avarícia egoista es transforma en altruisme generós, i el benefici financer, en la contribució al bé comú. Proposa, entre altres mesures concretes, que la desigualtat proporcional entre els sous dels executius més ben pagats i els operaris no siga més gran de 20. El 2011, als Estats Units la diferència entre retribucions arribava a multiplicar-se per 321 (Felber, 2012: 11).

La doctrina del bé comú inclou un canvi en els paràmetres per a valorar la bona salut d'una societat. Enfront del PIB i els beneficis empresarials, planteja el producte i el balanç del bé comú.

La teoria és ambiciosa i benintencionada, sens dubte. Ells mateixos es defensen de les crítiques que els qualifiquen d'utòpics, i el mateix Felber remarca les agres respostes que han rebut les seues consideracions, i les qualifica de pròpies d'un sistema poc realista, ple d'innocència i amb escasses possibilitats d'implantació en el món empresarial. Més enllà de les teories, la veritat és que al nostre país i en altres del voltant s'han començat a veure trets en la política inspirats en l'economia del bé comú o en els corrents més generals associats a la RSC. La transparència, la desprofessionalització de la política o la limitació voluntària en les retribucions de càrrecs públics a tres vegades el salari mínim interprofessional són exemples de mesures inspirades en aquests corrents econòmics, encara que aplicades al camp del govern i les empreses públiques. Podemos, al cap i a la fi, és una opció política amb les mateixes arrels que aquests moviments (Occupy, Més Democràcia o el

moviment 15-M), i alguns dels seus dirigents fins i tot participen en ATTAC, una plataforma que dóna suport a l'economia del bé comú.

4. Les propostes de la RSC i els mitjans

En realitat, tal com ells mateixos reconeixen, els teòrics del bé comú no han inventat res. Totes les seues idees són anteriors, i el que fan és organitzar-les i promoure-les en un món globalitzat i amb una forta crisi de valors. Algunes de les seues propostes i consideracions, així com les de la RSC i les dels teòrics de l'ètica de l'empresa, van ser aplicades en certs moments a les circumstàncies estructurals de les televisions espanyoles i fins i tot a la RTVV. Això sí, amb un balanç final bastant negatiu.

Per exemple, Antena 3 TV va aprovar el 1997 el primer codi ètic d'una empresa de comunicació espanyola.⁷ En la seua introducció, queda clara l'adscripció del document als postulats de la RSC:

El Código de Conducta forma parte de las políticas de buen gobierno y de responsabilidad corporativa del Grupo Antena 3, cuya determinación y tutela final corresponden, en exclusiva, al Consejo de Administración de Antena 3 de Televisión, S. A.

En el punt 8.9 d'aquest codi, relatiu a la imatge i reputació corporativa, es declara: «El Grupo Antena 3 considera la confianza social y la reputación uno de sus activos más valiosos», i en el 7.4.3: «asume como principio de comportamiento la transparencia informativa, entendida como el compromiso de transmitir información fiable a los mercados y a la sociedad, que les permita formarse una imagen fiel de las actividades, estrategia y desempeño económico, social y ambiental del Grupo». Totes aquestes bones intencions i desitjos cal analitzar-los amb un enfocament historicoestructural. Dins de l'atzarosa història d'Antena 3 TV, aquest codi de conducta va ser aprovat després d'un canvi profund (un de tants) en el seu accionariat i en l'equip directiu de la cadena. El grup Zeta del desaparegut Antonio Asensio acabava de ser desplaçat pel poderós i influent grup de Telefónica, sota la presidència de Juan Villalonga —el company de pupitre de José María Aznar—, i aquest va situar al capdavant del Consell d'Administració d'Antena 3 TV el seu home de confiança vinculat a l'Opus Dei, el valencià José María Mas Millet. Va ser més tard president de Bancaixa i president i conseller delegat de 13TV, la televisió de la Conferència Episcopal. En aquest context i amb aquests fonaments, no calia esperar gaire de tantes bones intencions:

aunque los compromisos recogidos en este código resultaron muy prometedoros, la mayoría fueron quedando incumplidos y con los cambios posteriores en la dirección y el accionariado de la empresa parecen haber quedado definitivamente abandonados. (Aznar Gómez, 2005: 121)

Els encarregats de la defenestració i la retirada d'aquest bell codi ètic van ser els actuals gestors del grup Atresmedia que van arribar de la mà del grup Planeta. Pensem que és un exemple de referència de com una laxa aplicació d'un codi ètic, igual que ocorre amb una llei, pot invalidar-lo totalment. En qualsevol cas, Atresmedia no ha prescindit de la florida literatura moralitzadora. Els seus comptes anuals de resultats, de publicació obligatòria perquè es tracta d'una empresa cotitzada en borsa, porten el nom d'*Informe anual y de responsabilidad corporativa* (Atresmedia, 2014, 2015). En l'última edició accessible, es recorda la tradició de l'empresa de seguir la RSC, però només des de l'any 2004. Sembla que els actuals gestors consideren que aquest codi de conducta, aprovat de forma pionera pels seus predecessors el 1997, no és reivindicable actualment. El flamant president del grup, José Creuheras, apel·la en qualsevol cas al seu compromís ètic:

Pero Atresmedia no es referencia únicamente por sus éxitos empresariales, también lo es por su compromiso con la sociedad. Hace años que la Responsabilidad Corporativa adquirió un carácter estratégico y transversal en Atresmedia y desde entonces no ha dejado de aportarnos valor. (Atresmedia, 2015: 7)

Ja advertia el mestre Jürgen Habermas que les empreses podien camuflar els objectius purament comercials amb discursos del bé comú (Perdigueró, 2003).

Es poden considerar també dins de les eines de RSC mecanismes teòricament garants del pluralisme informatiu, com el Consell i l'Estatut de Redacció de RTVV (Comitè de Redacció d'Informatius RTVV, 2000), que es va engegar després de la victòria electoral del Partit Popular a la Comunitat Valenciana, i reconegut com el primer d'una televisió, tant pública com privada, a Espanya. En el text de l'Estatut, hi apareixen suposades garanties com la clàusula de consciència, o que el nomenament dels directors i editors d'informatius ha de ser votat per la redacció, encara que els resultats de les votacions no fossin vinculants. El fracàs, igual que a Antena 3, va ser també estrepitós, tal com van reconèixer els mateixos promotors. Algun d'aquests promotors segueix insistint en la bondat de l'eina, quinze anys després de l'experiència fallida (Álvaro, 2015). Això sí, ampliant les seues competències, amb votacions vinculants de la redacció als càrrecs principals i amb una defensa a ultrança de l'organització assembleària, aplicada fins i tot a la confecció de les escaletes dels informatius.

Com a Antena 3, el que va faltar va ser voluntat d'aplicar aquests codis ètics. Voluntat, sobretot, dels que havien acceptat o fins i tot promogut la seua creació, els gestors nomenats pel Partit Popular. L'Estatut i el seu Comitè associat van desaparèixer en no aconseguir una de les premisses que eren previstes en el mateix text, la votació d'almenys el 50 % de la redacció. Des de l'inici havia sorgit viciat: perquè funcione la RSC és necessària la voluntat de tots els seus grups d'interès vinculats. És un dels conceptes bàsics més estesos per totes les diverses versions teòriques de l'ètica empresarial: tots els *stakeholders*, patrons, empleats, subministradors, acci-

onistes, han de compartir la responsabilitat. Per part dels caps, dels directius, la mala voluntat era evident. Per part dels treballadors, que formen la base del sistema productiu, pràcticament des de l'inici de les emissions va haver-hi tensió i negativitat (Esteve, 2000). D'una part d'aquesta negativitat, segurament, no eren responsables els mateixos empleats, però existia. A partir de l'arribada de Jesús Sánchez Carrascosa a la direcció de Canal 9, es va produir a més una traumàtica substitució de redactors veterans per altres de nous. Aquest cisma provocat entre dues faccions de la redacció, que es va mantenir fins al final de RTVV, va ser un altre element de tensió que va dificultar el funcionament del Comitè de Redacció.

Respecte a l'*stakeholder* destinatari del producte, cal recordar la desafecció que els mateixos empleats detectaven al carrer, quan Canal 9 era encara una jove empresa, molt abans que arribaren les polítiques de programació i informatius del PP:

El que sí que sentim és l'ofensa que representa eixir al carrer i veure com, en només cinc anys, ens hem guanyat l'animadversió i el recel de la ciutadania, que ha passat de considerar-nos la seua televisió a crispar-se amb la nostra presència.⁸

El concepte d'*hàbit* d'Adela Cortina també és aplicable a la gestió de RTVV. Els gairebé vint anys de gestió popular es van convertir en una espiral de degradació, en què es van traspasar tots els límits, no ja de la moralitat i l'ètica, sinó de la legalitat (en el moment de redactar aquest article, hi ha disset exdirectius imputats pendents de judici), de manera constant i habitual. Recordem l'absoluta falta de transparència: els contractes amb productores a RTVV s'ocultaven sistemàticament, i només se subministraven les dades a la Sindicatura de Comptes, per imperatiu legal. El cas paradigmàtic va ser el de Vicente Sanz, el cap de personal i número dos de RTVV, que recentment es va declarar culpable d'assetjament i abús sexual a tres empleades després de sis anys esperant el juí. En admetre els fets va evitar la presó, encara que segueix pendent d'un altre procés.⁹ Coincidim amb l'afirmació de Cortina: «es más importante reformar los hábitos que las leyes» (2003: 36).

La BBC és, des de la seua fundació, exemplar en aquests temes i molts altres. Més enllà de les lleis, la televisió pública britànica compta amb una llarga llista de *Guidelines* (BBC, 2006a), de recomanacions, de codis interns, que basen la seua efectivitat en la voluntarietat ètica tant dels seus directors i gerents com dels seus empleats. Destaquen especialment mecanismes de control com el que hem citat a l'inici de l'article: l'*accountability*, que obliga els responsables de redacció a donar explicacions sobre les decisions relatives a l'*agenda setting*. Normalment es fa a través d'un blog en el qual responen les preguntes de l'audiència. Aquest mecanisme entra de ple en la bateria d'eines associades a la responsabilitat. La BBC i altres televisions públiques europees com les dels *Länder* a Alemanya estan aplicant, a més, els ja comentats tests o proves de valor com a instrument de mesurament del servei públic. El BBC Trust, per exemple, analitza amb el denominat Public Value

Assessment la validesa de cada nou servei o programa. També la televisió britànica és paradigmàtica en el compliment del concepte dels *stakeholders*. Hi ha un orgull de pertinença a la que tant empleats com espectadors consideren la millor televisió pública del món. Aquesta actitud configura un costum, un «hàbit» d'actuar amb rectitud, intentant complir els paràmetres ètics de la televisió. Per descomptat, això no salvaguarda la BBC de tot dubte i crítica. Però, en termes generals, la imparcialitat i el pluralisme són molt més habituals del que estem acostumats a Espanya.

Més enllà de la legislació i els organismes, hi ha també les persones, les idees preconcebudes, les ideologies, el comportament previ, la predisposició. Tots aquests són conceptes sobre els quals se superposa el text legal:

Tota llei és, per definició, un text. En conseqüència, l'anàlisi del text exigeix l'anàlisi del context que l'ha fet possible. Aquesta afirmació ens permet de contextualitzar els textos legals en els seus contextos socials. Això ens permet, d'una banda, de relativitzar el valor de la legislació en un determinat moment històric, i, de l'altra, situar el *control legal* dins del marc del que els sociòlegs anomenen el *control social*. No cal dir que el control legal és imprescindible en contextos com el nostre. Ara bé: la legislació *per se* no és el motor de cap procés social. (Mollà i Orts, 2007: 250)

5. Les recomanacions de RSC després del tancament de RTVV

En aquesta època de crisi de les televisions públiques, especialment després del tancament de Canal 9, s'han multiplicat les recomanacions editades com a recopilació d'articles o informes accessibles per Internet, d'exempleats de RTVV, associacions professionals, col·lectius de professors universitaris o combinacions de tots els elements anteriors (Rodríguez Santonja, 2015; Marzal Felici, 2015; Marzal Felici, Izquierdo Castillo i Casero Ripollés, 2015; Unió de Periodistes Valencians, 2015; Boix Palop i Vidal Beltrán, 2014; Col·lectiu Ricard Blasco, 2014; Flors i Climent, 2013), que aconsellen sobre com hauria de ser la nova televisió i desenvolupen decàlegs que suposadament caldria complir per a evitar els errors del passat.

Entre aquestes recomanacions, destaquen les que provenen de l'àmbit de la RSC. Per exemple, el col·lectiu Teledetodos.es ha redactat una proposta per a les televisions públiques centrada més enllà de l'àmbit de RTVV (Teledetodos, 2015). En aquest espai d'estudi i anàlisi per Internet, patrocinat pel catedràtic Enrique Bustamante, amb experiència indubtable en comitès d'assessorament, es recomanen mesures especialment oportunes després del canvi de tendència electoral produït l'any 2015. És un text basat en la recuperació de l'esperit de les lleis audiovisuals de Rodríguez Zapatero, inspirades en l'informe de l'anomenat «comitè de savis», i altres propostes noves com l'elecció per concurs públic del director execu-

tiu de RTVE, o la més radical d'un referèndum intern vinculant per a l'elecció del responsable d'informatius i de TVE. Igualment, el document reivindica el desenvolupament efectiu del dret d'accés o la creació d'un gabinet de relació amb la ciutadania, en alguna cosa similar a l'*accountability* de la BBC.

També amb la participació ciutadana situada en un lloc destacat del nou horitzó comunicatiu, trobem el monogràfic amb l'edició a càrrec de Javier Marzal, Jessica Izquierdo i Andreu Casero (2015). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza* reuneix textos interessants sobre les aplicacions de la RSE als mitjans de comunicació, amb la «responsabilitat comunicativa» (Bernardo Paniagua i Pellisser Rosell, 2014; Bernardo Paniagua, Pellisser Rosell i Vicent López, 2011), considerada una alternativa a la tendència de desregulació neoliberal que hem viscut en els últims anys. Aquests autors constaten que «los productos mediáticos son considerados principalmente mercancías que necesariamente han de generar beneficio, plusvalía, en el mercado global y local de la comunicación» (2014: 193). Separen dues dimensions, una teòrica i una altra d'empírica o experimental, i proposen en aquesta última crear un protocol d'avaluació que traga de l'autocontrol la comprovació de la coresponsabilitat, que és obvi que no funciona en els mitjans audiovisuals. Consideren que l'encarnació més crua de la falta de compliment de la responsabilitat comunicativa ha estat precisament el tancament de RTVV (2015: 221). Més enllà de l'autocontrol, situen els centres d'atenció en:

- 1) els agents de producció
- 2) el procés de producció
- 3) els destinataris

Per a Domingo García-Marzá, el sistema democràtic és molt més que el sistema de partits, la representació política i la regla de majories, i és constatable que les corporacions televisives més avançades del nostre país no han pogut independitzar-se dels objectius partidistes: «Para conseguir objetivos como la pluralidad, hay que potenciar la participación, la deliberación y la toma de posición de todos los actores» (2015: 178). Relaciona això amb l'ètica empresarial o amb la moralitat dels qui han d'assumir la seua responsabilitat. La «societat civil» de Jürgen Habermas està formada per totes les esferes d'acció no governamentals:

Los oyentes y los espectadores de las audiencias de radio y de televisión no son sólo consumidores, esto es, participantes en el mercado, sino que al mismo tiempo son ciudadanos con un derecho a participar en la cultura, a observar los acontecimientos políticos y a tomar parte en la formación política de la opinión. Sobre la base de esta pretensión jurídica, a los programas que le aseguran a la población el correspondiente suministro básico no se les puede hacer depender de su eficacia publicitaria ni del apoyo de los patrocinadores. (Habermas, 2009: 132)

Tant García Marzá en el text citat com Campos Freire fan referència al concepte de *governança*, que Freire defineix com un «sistema multinivel de coordinació

de actores, grupos sociales e instituciones para una mejor gestión del gobierno» (2015: 191).

Campos Freire parla també de la RSC, que sorgeix en la matriu de l'empresa privada, i que s'incorpora a les organitzacions públiques per a millorar la seua reputació i augmentar la seua credibilitat. Es tracta d'un compromís voluntari de conducta responsable i avaluable d'una empresa, que ja han adoptat televisions autonòmiques com CRTVG o EITB, encara que el mateix autor alerta de no confondre el «aparentar, con el ser» (2015: 213).

La implicació de la ciutadania per una banda i dels empleats per una altra esdevé fonamental, ja que RTVV mai va ser capaç en la seua llarga història de transmetre un projecte il·lusionant.

6. La RSC en l'època de Rosa Vidal

Durant l'època de RTVV en què fou directora Rosa Vidal, d'abril a novembre del 2013, pensem que es va intentar fer una gestió totalment diferent de la que s'havia dut a terme en els últims anys. El canvi de direcció en la pluralitat dels informatius d'aquesta etapa ha sigut apreciat per diversos autors (Gil Puértolas, 2015; Zallo, 2015). Una aproximació qualitativa basada en entrevistes personals a un panell d'experts relacionats amb aquesta etapa fa un recorregut per les circumstàncies rellevants al respecte de l'augment de la pluralitat, i arriba també a la conclusió que hi ha una confluència d'opinions al voltant del fet que es va produir un augment en la transparència i una obertura en els informatius respecte a l'etapa anterior (López-Olano, 2015a).

Rosa Vidal va voler trencar amb els «hàbits» nocius de què parla Cortina i que són la base de la perpetuació de comportaments poc ètics. El moment era difícil, però la nova directora i el seu equip buscaven implicar els treballadors en l'èxit de l'empresa. El nou marc legal i la nova empresa, amb regles del joc recentment estrenades, donaven un aire nou que possibilitava la regeneració, si hi havia realment voluntat de fer-la.

La transparència és una de les característiques principals en la qual insisteixen els teòrics del bé comú i similars. La gestió de Vidal també va marcar un abans i un després en això. En la Comissió de Control de les Corts la directora general de RTVV va estar disposada a donar tota la informació sobre els contractes de Triskel i el de Víctor Seara, el presentador de la Fórmula 1, en temes que anteriors gestors havien considerat protegits per la confidencialitat. A més, es va negar a acceptar compromisos abusius de directius previs, i fins i tot va denunciar en els jutjats Seara perquè tornara les quantitats cobrades indegudament. Fins i tot els consellers de l'oposició se sorprenien de la facilitat amb la qual se'ls proporcionava informació que abans els estava vetada absolutament.

Rosa Vidal fa una argumentació de la labor duta a terme i que s'insereix perfectament dins de les premisses de la RSC, malgrat no haver-n'hi un esment explícit. Complir amb les obligacions de servei públic era la prioritat:

Yo quería que fuera una televisión para los ciudadanos, y no sólo en el modelo informativo: yo quería que fuera una televisión como yo creo que quieren la mayoría de los valencianos. Es decir, una televisión de servicio público, fundamentalmente en valenciano, porque creo que además es una forma a través de la cual la lengua hace que continúe, entonces fundamentalmente en valenciano, donde los programas de producción propia tuvieran que ser en valenciano, y con unos informativos evidentemente plurales, y sobre todo sin ningún tipo de manipulación informativa. (López-Olano, 2015a: 11)

Els principis editorials són una eina bàsica de la comunicació responsable. A pesar que al nostre país no hi ha una tradició estable del seu ús, són un primer exercici d'autoregulació, ja que comporten un contracte informal amb el públic. Segons Hugo Aznar, ens falta una cultura pública d'exigència habitual de principis editorials en els mitjans (1996: 127). Per encàrrec de la nova subdirectora d'informatius nomenada per Vidal, Esmeralda Velasco, es va realitzar un programa especial amb motiu de l'estrena de la nova imatge corporativa el 9 d'octubre de 2013, amb moltes similituds amb aquests principis editorials que categoritza Aznar. Recordem les paraules de la presentadora de l'espai, Amàlia Sebastián:

Ens agradaria que confiessen en nosaltres i que continuen convidant-nos a sa casa. I que si tenien dubtes, tornen a fer-ho. Al cap i a la fi, és el que toca. Vostés són els autèntics propietaris d'esta televisió. És l'única tele on realment manen, així que prenguen consciència i siguen exigents.

Pensem que l'augment ja esmentat de pluralitat en els informatius es deu precisament a aquesta «responsabilitat» dels dirigents, a la bona voluntat relacionada amb l'ètica i amb la governança. Considerem que el període de Vidal i Velasco pot comparar-se, salvant totes les distàncies, amb el temps en què Fernando Castedo va assumir el càrrec màxim a RTVE,¹⁰ coincidint amb l'aprovació de l'Estatut en els inicis de la dècada dels vuitanta, o amb l'etapa en què Fran Llorente va ser director d'informatius a TVE, amb Carmen Caffarel com a directora general.¹¹ Amb Vidal, les proteccions jurídiques a la pluralitat, que podien considerar-se noves en el període, anaven poc més enllà de tenir un mandat superior a la legislatura i un Consell d'Administració més professionalitzat. El període de Caffarel i Llorente, el més llarg i estable dels tres, es va iniciar bastant abans de les noves lleis que va engregar el president Zapatero. I en el més antic d'aquests casos, el de Castedo, els més de vint-i-cinc anys que va estar en vigor l'Estatut de RTVE de 1980 van demostrar perfectament que la llei en si mateixa i els organismes amb els quals dotava l'emissora pública no eren capaços d'assegurar la pluralitat. Vegem en la taula 1 aquests tres períodes per a poder comparar-los:

Responsable màxim del mitjà	Director/a d'informatius	Data d'incorporació	Llei audiovisual i data d'entrada en vigor	Data d'eixida
R. Vidal en RTVV	Esmeralda Velasco	9/4/2013	3/2012, de 20 de juliol	6/11/2013
F. Castedo en RTVE	Iñaki Gabilondo	9/1/1981	4/1980, de 6 de gener	25/9/1981
C. Caffarel en RTVE	Fran Llorente	23/4/2004	17/2006, de 5 de juny	1/1/2007 (Caffarel) 29/5/2012 (Llorente)

Taula 1. Comparativa Vidal, Castedo i Caffarel

Tant en el cas de Castedo com en el de Vidal, els períodes van ser molt curts: el primer hi va ser menys de nou mesos, la segona no va arribar a set. Els avatars polítics, tan diferents en els dos casos, van marcar la seua brevetat. El mandat de Caffarel va ser més llarg, però per al cas el que interessa no és el seu temps de permanència,¹² sinó el del seu director d'Informatius, Fran Llorente, que va superar tot un rècord: més de vuit anys en el càrrec. El prestigi d'aquesta etapa queda fora de tot dubte, a pesar que també va rebre crítiques polítiques per part del PP. Respecte a la simultaneïtat dels períodes amb les noves lleis que servien de marc a la labor en informatius, en el cas de Castedo, la 4/1980 es va aprovar amb antelació al seu nomenament, gairebé un any abans. La dificultat per a aconseguir el consens en el Congrés explica aquest retard. També amb Vidal, el seu nomenament es va fer dins del marc legal de la nova llei de RTVV, la 3/2012 de la CV. En canvi, amb Caffarel i Llorente, nomenats gairebé simultàniament, es va utilitzar la normativa anterior, ja que la 17/2006 trigaria dos anys llargs a arribar.

Pensem que les raons que van convertir en singulars aquests tres moments de la nostra història audiovisual cal buscar-los més en la bona intenció i disposició personal dels gestors i dels que els van nomenar, en la seua responsabilitat i ètica, que en les diferents lleis i organismes de protecció. No és necessària, a més, una adscripció explícita a les teories econòmiques que sustenten l'ètica empresarial; ja hem vist que el coneixement i l'aplicació textual dels principis d'aquests moviments no assegura el seu compliment, com en el paradigmàtic cas del codi ètic d'Antena 3 TV.

En les tres situacions hi ha, a més, una altra coincidència: la nova gestió coincidia amb la creació de nous marcs legals, fets amb la il·lusió d'assegurar uns lloables objectius de televisió pública independent i de qualitat. L'impuls del nou, del recentment estrenat, més enllà que ja estiga en vigor la nova legislació, va poder també afavorir que les coses es feren bé.

7. La RSC i el futur de RTVV

Com a reflexió de cara al futur, amb una reobertura de RTVV i la recuperació del servei públic que es va arrabassar als valencians en l'horitzó, cal pensar que aquest impuls propi de la novetat podria també tenir una influència positiva en els inicis de l'audiovisual del futur que es viu a la Comunitat Valenciana a hores d'ara. Considerem que és impossible parlar de *tabula rasa* després de vint-i-cinc anys d'història audiovisual valenciana mediatitzada per Canal 9, però sí que és cert que la desaparició de RTVV planteja un escenari de començament, amb un desig de fer bé les coses des del principi, perquè no torne a passar el desastre, perquè no tornen a cometre's els mateixos errors. Urgeix regular, fer noves lleis que siguen la base del futur. També la Llei de l'audiovisual valenciana es va quedar pendent d'actualitzar abans de les eleccions, i està entre les nombroses obligacions del nou executiu. A més, previsiblement, s'engegarà per fi el mandat estatutari de crear el Consell Audiovisual de la Comunitat Valenciana, ara que el PP ja no pot bloquejar-lo. Molt de treball queda per fer, i poc pressupost, amb una comunitat endeutada i amb un finançament autonòmic que segueix sent injust.

És temps de noves lleis, però també de reformar els «hàbits», d'oblidar les formes de gestionar del passat. D'aprofitar el buit per a omplir-lo de responsabilitat. En data recent, Enrique Bustamante ha recordat que en el ja clàssic Informe per a la reforma dels mitjans de titularitat de l'Estat s'incidia en la voluntat política com a condició *sine qua non* per a la renovació:

Esas estructuras [de governança i finançament] no garantizaban por sí solas el éxito, en ausencia de una toma de conciencia de los agentes políticos y, sobre todo, de la sociedad civil, y concluíamos que la falta de estructuras adecuadas condenaba al servicio público a la crisis permanente, a su degradación, y finalmente, a su marginación o extinción. (Bustamante, 2015: 24)

Pensem que l'actual situació, en la qual ha de nàixer la nova RTVV, té *a priori* molts punts de contacte amb els tres períodes de la història audiovisual espanyola comentats, en què es va produir un increment de la pluralitat, però en una versió augmentada. L'estat d'opinió de la ciutadania està disposat a exigir la regeneració. ●

Notes

- 1** Adreça de correspondència: Carlos López. Carrer Major. E-46210, Picanya, UE.
- 2** L'anomenat *alacantinitisme*, que rebutja València com a capital de la Comunitat Valenciana, i fins i tot l'ús del valencià, és un vell fenomen conegut i que va més enllà del seu efecte obvi en RTVV o altres mitjans de comunicació. Fou documentat per Joan Fuster en el clàssic *Nosaltres, els valencians* (1977: 104-107).
- 3** És un dels conceptes clau de la teoria sociològica del francès. Per *habitus*, Pierre Bourdieu entén el conjunt d'esquemes generatius a partir dels quals els subjectes perceben el món i hi actuen.
- 4** <<http://bit.ly/10crBVj>> [Consulta: 12 juliol 2015].
- 5** <<http://bit.ly/1n6x89y>> [Consulta: 14 setembre 2015].
- 6** <<http://bit.ly/1NbOm9Z>> [Consulta: 14 setembre 2015].
- 7** <<http://bit.ly/1J7gxfu>> [Consulta: 14 setembre 2015].
- 8** Fragment extret del manifest que van redactar alguns periodistes crítics amb la direcció de la cadena, i que van presentar en el registre d'entrada de RTVV el 7/12/94.
- 9** <<http://bit.ly/1UViA77>> [Consulta: 8 novembre 2015].
- 10** El temps que Castedo va estar al capdavant de la televisió pública es coneix en alguns fòrums com «la primavera de TVE».
- 11** En aquest cas, l'obertura informativa va ser molt més clara i evident.
- 12** Caffarel va ser l'última directora general de l'antic ens; després de l'aprovació de la Llei 17/2006, el president de la nova corporació fou el periodista Luis Fernández.

Bibliografia

- ÁLVAREZ CIVANTOS, Ó. (2010). *Las claves del buen gobierno en la administración pública*. Granada: Comares.
- ÁLVAREZ MONZONCILLO, J. M.; MENOR, J. (2013). «La estructura del audiovisual en la Transición». A: PALACIO, M.; CUVALO, A. (ed.). *Las imágenes del cambio. Medios audiovisuales en las transiciones a la democracia*. Madrid: Biblioteca Nueva, p. 15-34.
- ÁLVARO, J. (2015). «Discutirlo todo no es un problema, es la solución». A: RODRÍGUEZ SANTONJA, J. (ed.). *Pasado, presente y futuro de RTVV*. València: Uno y Cero, p. 48-66.
- APARICIO TOVAR, J.; VALDÉS DE LA VEGA, B. (2011). *La responsabilidad social de las empresas en España: Concepto, actores e instrumentos*. Albacete: Bomarzo.
- ATRESMEDIA (2014). *Informe anual y de responsabilidad corporativa 2013* [en línia]. <<http://www.atresmediacorporacion.com/informe-anual/2013/>> [Consulta: 5 octubre 2015].
- (2015). *Informe anual y de responsabilidad corporativa 2014* [en línia]. <http://www.atresmediacorporacion.com/informe-anual/2014/a3m_IARC14_esp.pdf> [Consulta: 1 octubre 2015].
- AZNAR GÓMEZ, H. (1996). «El compromiso ético de las empresas de comunicación: la función de los principios editoriales». *Comunicación y Estudios Universitarios* [Moncada: Universidad Cardenal Herrera-CEU], vol. 6, p. 119-128.
- (2005). *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. 2a ed. Barcelona: Ariel.
- BALLESTER, L. (2014). *Lluitant contra l'oblit. El llarg trajecte de les víctimes del metro de València*. Carcaixent: Sembra.
- BBC (1927). *The BBC 1st Royal Charter* [en línia]. <<http://bbc.in/204N1eA>> [Consulta: 10 gener 2016].
- (2006a). *The BBC's Editorial Guidelines* [en línia]. <<http://bbc.in/1ZB0Zi5>> [Consulta: 10 gener 2016].
- (2006b). *The BBC Royal Charter & Agreement* [en línia]. <<http://bbc.in/1n6cAOo>> [Consulta: 10 gener 2016].
- BERNARDO PANIAGUA, J. M.; PELLISER ROSELL, N. (2014). «Responsabilidad comunicativa y producción televisiva». A: BOIX PALOP, A.; VIDAL BELTRÁN, J. M. (ed.). *La nueva regulación del audiovisual. Medios, derechos y libertades*. Navarra: Thomson Reuters Aranzadi, p. 193-212.

CARLOS LÓPEZ-OLANO

- BERNARDO PANIAGUA, J. M.; PELLISSER ROSELL, N.; VICENT LÓPEZ, C. (2011). «De la autorregulación a la Responsabilidad Comunicativa». A: BELANDO GARÍN, B.; MONTEL ROIG, G. (ed.). *Contenidos y mercado en la regulación de la comunicación audiovisual*. València: Tirant lo Blanch, p. 83-102.
- BOIX PALOP, A.; VIDAL BELTRÁN, J. M. (2014). *La nueva regulación del audiovisual: Medios, derechos y libertades*. Navarra: Thomson Reuters Aranzadi.
- BUSTAMANTE, E. (2015). «El servicio público en España: manual de las malas prácticas». A: MARZAL FELICI, J.; IZQUIERDO CASTILLO, J.; CASERO RIPOLLÉS, A. (ed.). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona: UAB; Castelló: UJI; Barcelona: UPF; València: UV. (Colección Aldea Global), p. 189-216.
- CAMPOS FREIRE, F. (2015). «Financiación e indicadores de gobernanza de la radiotelevisión pública en Europa». A: MARZAL FELICI, J.; IZQUIERDO CASTILLO, J.; CASERO RIPOLLÉS, A. (ed.). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona: UAB; Castelló: UJI; Barcelona: UPF; València: UV. (Colección Aldea Global), p. 189-216.
- COL-LECTIU RICARD BLASCO (2014). *Reset RTVV*. Benicarló: Onada.
- COMISSIÓ EUROPEA (2001). *Libro blanco sobre la gobernanza* [en línia]. <<http://bit.ly/10vuHUD>> [Consulta: 15 juny 2015].
- COMITÈ DE REDACCIÓ D'INFORMATIUS RTVV (2000). *Estatut de Redacció RTVV* [en línia]. <<http://bit.ly/1U0A165>> [Consulta: 22 juliol 2015].
- CORTINA, A. (2003). *Construir confiança. Ètica de la empresa en la societat de la informació i les comunicacions*. Madrid: Trotta.
- ESTEVE, J.; ÀLVARO, J.; ALCAÑIZ, J. M.; LÓPEZ, J.; BLAY, J. A. (2000). *La televisió (im)possible. 110 anys d'informatius a Canal 9*. València: 3 i 4.
- FELBER, C. (2014). *L'economia del bé comú*. Barcelona: Miret.
- FLORS, B.; CLIMENT, V. (2013). *Adéu, RTVV: Crònica del penúltim fracàs de la societat valenciana*. València: Universitat de València.
- FREEMAN, R. E.; HARRISON, J. S.; WICKS, A. C. (2007). *Managing for stakeholders*. New Haven: Yale University Press.
- FUSTER, J. (1977). *Nosaltres, els valencians*. 3a ed. Barcelona: Edicions 62.
- GALINDO, Á.; FERNÁNDEZ OLIT, B. (2007). *Responsabilidad social corporativa y medios de comunicación social*. Salamanca: Universidad Pontificia.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (2015). «Ètica y gobernanza en las televisiones públicas: la aportación de la ética empresarial». A: MARZAL FELICI, J.; IZQUIERDO CASTILLO, J.; CASERO RIPOLLÉS, A. (ed.). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona: UAB; Castelló: UJI; Barcelona: UPF; València: UV. (Colección Aldea Global), p. 173-188.
- GARCÍA MEXÍA, P. (2008). *Ètica y gobernanza: Estado y sociedad ante el abuso de poder*. València: Tirant lo Blanch.
- GAVALDÀ ROCA, J. (2014). «La política de la comunicació de la crisi». A: FRANCÉS, M.; GAVALDÀ ROCA, J.; LLORCA ABAD, G.; PERIS PLANES, A. (ed.). *La televisión de la crisis ante el abismo digital*. Barcelona: Gedisa, p. 81-121.
- GIL PUÉRTOLAS, L. (2015). «El caso de la delegación territorial de RTVV en Castelló». A: MARZAL FELICI, J. (ed.). *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI*. Barcelona: UAB; Castelló: UJI; Barcelona: UPF; València: UV. (Colección Aldea Global), p. 235-257.
- GONZÁLEZ ESTEBAN, J. L.; GONZÁLEZ MESA, I.; GARCÍA AVILÉS, J. A. (2015). «Periodismo televisivo de proximidad en Elche: la cohabitación entre RTVV y TeleElx». A: MARZAL FELICI, J. (ed.). *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI*. Barcelona: UAB; Castelló: UJI; Barcelona: UPF; València: UV. (Colección Aldea Global), p. 217-234.
- HABERMAS, J. (2009). *¡Ay, Europa!: Pequeños escritos políticos XI*. Madrid: Trotta.
- HALLIN, D.; MANCINI, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.
- LÓPEZ-OLANO, C. (2015a). «Historia de un fracaso anunciado: la evolución de la audiencia en Canal 9». A: *La pantalla insomne*. Santa Cruz de Tenerife: Congreso de la Revista Latina de Comunicación Social.
- (2015b). «Estudio sobre pluralidad y apertura en los informativos de la última etapa de Canal 9 RTVV. Una aproximación cualitativa» [en línia]. Navarra: Actas de CICOM. <<http://bit.ly/1Pfp0l5>> [Consulta: 15 gener 2016].
- LOWE, G. F.; MARTIN, F. (2014). *The value of public service media*. Göteborg: Nordicom.
- LOWE, G. F.; STEEMERS, J. (2012). *Regaining the initiative for public service media*. Göteborg: Nordicom.

LA PLURALITAT DELS INFORMATIUS EN LES TELEVISIONS PÚBLIQUES I LA RSC

- MAIRA VIDAL, M. M.; GIL SÁNCHEZ, G. (2011). «Los actores sociales ante la responsabilidad social de las empresas transnacionales con sede central en España: posiciones discursivas y prácticas implementadas». A: APARICIO TOVAR, J.; VALDÉS DE LA VEGA, B. (ed.). *La responsabilidad social de las empresas en España. Concepto, actores e instrumentos*. Albacete: Bomarzo, p. 111-138.
- MARIN CALAHORRO, F. (2008). *Responsabilidad social corporativa y comunicación*. Madrid: Fragua.
- MARTÍNEZ GALLEGO, F. (2010). «Medios, política y sociedad: historia de una década. 2000-2010». A: LÓPEZ GARCÍA, G. (ed.). *El ecosistema comunicativo valenciano*. Valencia: Tirant lo Blanch, p. 17-34.
- MARZAL FELICI, J. (2015). *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI*. Barcelona: UAB; Castelló: UJI; Barcelona: UPF; València: UV. (Colección Aldea Global)
- MARZAL FELICI, J.; IZQUIERDO CASTILLO, J.; CASERO RIPOLLÉS, A. (2015). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona: UAB; Castelló: UJI; Barcelona: UPF; València: UV. (Colección Aldea Global)
- MOLLÀ I ORTS, A. (2007). *La televisió valenciana del segle XXI: Nous factors i noves funcions, autodiagnòstic i anàlisi de prospectiva*. València: Universitat de València.
- MOORE, M. H. (1995). *Creating public value. Strategic management in government*. Boston: Harvard University Press.
- MORAGAS, M. de; PRADO, E. (2000). *La televisió pública a l'era digital*. Barcelona: Pòrtic.
- PERDIGUERO, T. G. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Anagrama.
- PERIS PLANES, À. (2015). «Canal 9 y el sector audiovisual valenciano: una relación traumática». A: RODRÍGUEZ SANTONJA, J. (ed.). *Pasado, presente y futuro de RTVV*. València: Uno y Cero, p. 67-104.
- RODRÍGUEZ SANTONJA, J. (2015). *Pasado, presente y futuro de RTVV*. València: Uno y Cero.
- TELETODOS (2015). *Un nuevo modelo para un tiempo nuevo* [en línia]. <<http://bit.ly/10vw3hZ>> [Consulta: 4 novembre 2015].
- UNESCO (1980). *Un solo mundo, voces múltiples (Informe Mc Bride)* [en línia]. <<http://bit.ly/1khDkaZ>> [Consulta: 4 novembre 2015].
- UNIÓ DE PERIODISTES VALENCIANS (2015). *Un model per a la comunicació audiovisual valenciana* [en línia]. <<http://bit.ly/1AVBpwt>> [Consulta: 25 setembre 2015].
- XAMBÓ, R. (2013). «RTVV: de l'esperança a la manipulació i el saqueig». *L'Espill*, 43, p. 88-97.
- ZALLO, R. (2015). «Razones e implicaciones del cierre de Radiotelevisió Valenciana: pensar en el futuro». A: MARZAL FELICI, J.; IZQUIERDO CASTILLO, J.; CASERO RIPOLLÉS, A. (ed.). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona: UAB; Castelló: UJI; Barcelona: UPF; València: UV (Colección Aldea Global), p. 23-38.