

INTERVENCIÓ EN LES CORTS VALENCIANES [Versió enviada]

Dimarts 16 de febrer de 2016, 19:30 hrs.

Javier Marzal Felici

Catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat

Universitat Jaume I

Vull agrair la invitació de la **Comissió Parlamentària de Radiotelevisió Valenciana i de l'Espai Audiovisual** per a participar com a compareixent, el que és un honor per a mi, i per al Departament de Ciències de la Comunicació de la Universitat Jaume I, que tinc el plaer de dirigir, així com als assistents a aquest acte.

Vaig a intentar ser sintètic, i el més clar possible.

En primer lloc, vaig a referir-me al context que va motivar la redacció de l'informe de la **Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes**; en segon lloc presentaré una síntesi de les principals idees que es defensen a l'Informe "**Bases per a la renovació de l'espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió**"; finalment, presentaré el que considere que són els grans temes a debat, els **temes urgents** que cal abordar de forma decidida, de cara a permetre, el més ràpidament possible, la recuperació de la nostra radiotelevisió pública i del sector comunicatiu i audiovisual valencià.

1. El context.

Després de poc més de dos anys sense servei públic de radiotelevisió a la Comunitat Valenciana, i davant d'un sector comunicatiu i audiovisual absolutament desfet, avui pense com al novembre de 2013: les universitats valencianes no podíem quedar-nos amb els braços creuats pensant que només cal resignar-se i que ja vindran altres que ens solucionaran el greu problema que patim.

Es evident que la **societat valenciana** va donar l'esquena, ja fa anys, a la radiotelevisió pública dels valencians i valencianes, és segur que per **motivacions lògiques**: per l'absoluta pèrdua de credibilitat d'aquest mitjà de comunicació; pel seu incompliment sistemàtic de la seua missió de servei públic i pels nombrosos escàndols que han envoltat la seua gestió, especialment a la darrera dècada. Resultat: hem estat privats d'un servei públic de ràdiotelevisió que és també un dret constitucional dels ciutadans i ciutadanes de la Comunitat Valenciana, i som l'única regió europea, amb llengua i cultura pròpies, que no té servei públic de radiotelevisió.

Des del tancament de RTVV, les universitats valencianes vam decidir que era el moment de participar en el debat públic sobre el que estava passant i que calia intervindre per a eixir de la situació que patim, amb un sector comunicatiu enfonsat. Portem més de dos anys treballant des de la **Comissió Interuniversitària a favor d'una Radiotelevisió Pública Valenciana**, que va impulsar el Rector de la Universitat Jaume I, Vicent Climent, i des de la **Mesa Sectorial de l'Audiovisual Valencià**, per tractar d'aportar coneixement sobre els efectes que té aquesta privació del servei públic de radiotelevisió que arrosega a tot el sector comunicatiu valencià, afectant als àmbits de la informació, la comunicació publicitària i l'entreteniment, però sobretot a les indústries culturals i creatives del nostre territori. Hem organitzat i celebrat desenes de jornades, trobades, conferències, tres congressos i hem editat quasi una desena de publicacions.

No vaig a aburrir-vos amb una descripció exhaustiva de l'Informe de la **Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)**. Tothom el té al seu abast, i pot traure les seues pròpies conclusions. Però sí cal subratllar una sèrie de trets bàsics que conté l'Informe.

Per una banda, cal subratllar com naix aquesta iniciativa. Als darrers anys, han estat prou col·lectius i associacions professionals els que han treballat en la redacció de documents que recullen anàlisis, diagnòstics i propostes per a eixir de la situació en la que es troba el sector comunicatiu valencià. Entre altres, podem destacar els documents de l'Associació d'Estudis de Doblatge (AVEDIS), de la Federació d'Empreses Audiovisuales Valencianes (EAVF), de la Unió de Periodistes Valencians (UPV) i de la Mesa Sectorial de l'Audiovisual Valencià (MESAV), plataforma que agrupa a totes les anteriors organitzacions professionals i a les universitats.

La redacció de l'Informe "**Bases per a la renovació de l'espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió**" sorgeix com a encàrrec del Fòrum Social de l'Audiovisual Valencià. L'objectiu final de l'Informe ha estat oferir-se com a **material de referència** que servisca a la **Comissió Parlamentària de Radiotelevisió Valenciana i l'Espai Audiovisual** en el seu debat sobre la restitució del servei públic de radiotelevisió per a la Comunitat Valenciana, així com una nova regulació de tot el sistema comunicatiu valencià. L'Informe ha estat realitzat en unes condicions molt difícils, sense cap ajuda econòmica, i amb una gran premura de temps, perquè hem volgut arribar

a temps de poder oferir el document per a facilitar les tasques d'aquesta Comissió Parlamentària.

Vaja per davant assenyalar que l'Informe **no és el Projecte Empresarial de Creació de la nova Radiotelevisió Pública** dels valencians i valencianes. Aquest Informe **tampoc no és un manual de gestió empresarial**: els autors i autores de l'Informe no tenim experiència en gestió de radiotelevisions públiques, però a diferència dels antics directors generals de RTVV –José Vicente Villaescusa, Pedro García Gimeno, José López Jaraba, Rosa Vidal, entre altres, que tampoc la tenien quan arribaren–, els membres de la Comissió d'Experts en Comunicació sí “ens hem cremat les pestanyes” estudiant i analitzant la gestió de les radiotelevisions públiques, a la Comunitat Valenciana, al conjunt de les radiotelevisions autonòmiques i a nivell internacional, des de fa molts anys. I, a més a més, la majoria dels membres de la CECUV tenim experiència en el món professional de la ràdio i de la televisió, com es pot comprovar als Curricula Vitae dels membres de la Comissió d'Experts.

2. L'Informe CECUV

De forma molt sintètica, voldria destacar les idees principals que es defensem a l'Informe:

En primer lloc, fiquem l'èmfasi sobre el conjunt del sistema comunicatiu valencià i no sols sobre la necessitat de recuperar el servei públic de radiotelevisió, que és motor, no només del sector audiovisual, sinó també de les indústries culturals i creatives de la Comunitat Valenciana. La restitució del servei públic de radiotelevisió d'àmbit autonòmic és essencial per a garantir la revitalització del sector audiovisual valencià, i és clau per a enfortir el conjunt de l'economia valenciana, per a protegir i promoure la identitat i cultura valencianes, i garantir el pluralisme informatiu i la visibilitat de la riquesa social, política i cultural de la Comunitat Valenciana.

La destinació de recursos econòmics per les administracions públiques a les indústries culturals i creatives, en especial, les polítiques de suport als mitjans de comunicació social públics i privats –premsa, ràdio, televisió, plataformes multimèdia, etc.–, tant d'àmbit autonòmic com local, no poden entendre's com una despesa, sinó com una **inversió estratègica**. És un pas decisiu per a avançar en el camí cap a una **economia basada en el coneixement**, que ens allunye del model econòmic vigent, on

sectors com la construcció o el turisme continuen tenint un pes excessiu en la nostra economia. En aquest sentit, com s'explica argumentadament a l'Informe, en un entorn mediàtic on el 95% de l'oferta radiofònica i televisiva és en castellà, no ens pot estranyar que l'ús del valencià s'haja vist fortament afectat pel tancament de RTVV. Hem de pensar que disposar d'una RTV pública amb un ús normalitzat del valencià és una oportunitat excepcional per a impulsar les indústries culturals i creatives del nostre territori. Per tant, podem afirmar que **l'ús del valencià als mitjans de comunicació social** té, per ell mateix, un **enorme potencial econòmic**.

La recuperació del sistema comunicatiu valencià tindrà efectes molt positius per a enfortir les institucions públiques i privades, per a estimular la presència de la societat civil, mitjançant la participació ciutadana i, en definitiva, per a aprofundir en l'enfortiment de les estructures econòmiques, polítiques i socials de la nostra autonomia i del nostre sistema democràtic.

En segon lloc, pel que fa a l'anàlisi del marc normatiu, s'ha d'iniciar un vertader **debat democràtic sobre la funció social i el paper dels mitjans públics per a la societat**, així com sobre la seua viabilitat econòmica. La transcendència i importància del servei públic en la consolidació dels valors i actituds democràtiques de la ciutadania no pot veure's amenaçada per una lògica mercantil que no té en compte els interessos plurals de la ciutadania.

La recerca científica en aquesta matèria ha assenyalat els principals problemes relacionats amb els models de gestió i governança: la **politització i governamentalització** dels mecanismes de control i dels continguts informatius. Tot i que hi ha diverses fórmules que s'han aplicat per evitar aquests problemes, l'única mesura efectiva és recuperar la cultura de la transparència, del bé comú i de la gestió honesta dels recursos públics. Caldria dir que no mai hem gaudit d'un marc així.

En definitiva, ara mateix el més important és aconseguir el consens sobre els punts essencials: entendre el paper dels mitjans de comunicació com un **instrument de defensa dels drets fonamentals** en una societat democràtica i com una eina per a desenvolupar funcions socials que consoliden el creixement econòmic, el pluralisme polític i el foment de l'educació i la cultura.

En tercer lloc, es proposa la creació d'un nou model de radiotelevisió, la **Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC)**, que inclourà els serveis públics de ràdio, televisió i multimèdia. Per a que es desenvolupe correctament, han d'haver òrgans de control externs i interns.

El **Consell Valencià de Comunicació** –el que es coneix comunment com a Consell Valencià de l'Audiovisual–, òrgan autònom i independent, hauria de tenir competències reguladores i sancionadores sobre els continguts, els formats i les vies de transmissió. Així mateix, hauria d'intervenir en els processos de concessió i supervisar les xarxes de telecomunicacions. I també en la supervisió de la concessió d'ajuts públics als mitjans i del repartiment de la publicitat institucional (Generalitat, ajuntaments i diputacions). Integrat per experts en comunicació independents, hauria de tenir poder de decisió i proposta per als càrrecs de Director/a General i els membres del Consell d'Administració de la futura CVMC.

Cal recuperar el **Comité de Redacció dels Serveis Informatius** i ampliar-lo a totes les categories professionals que intervenen en l'elaboració de la informació, així com la creació efectiva del Consell Assessor amb una menor representació dels partits polítics i major presència d'institucions culturals i cíviques, a més de representants de la plantilla de la futura Corporació, de les seues societats, del Consell Valencià de Cultura o del Govern de la Generalitat Valenciana, i la creació de la figura del Defensor o Defensora de l'Audiència. En aquest sentit, el nou model de gestió empresarial haurà d'apostar per la **igualtat d'oportunitats d'homes i dones** en l'accés als llocs de direcció i decisió, conforme a les **polítiques d'igualtat de gènere**.

La nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació ha de finançar-se per mitjà d'un contracte-programa que determinarà el seu nivell de despesa màxima per un període no inferior a tres exercicis. Aquest finançament es completarà amb l'emissió de publicitat i el patrocini.

La futura Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació haurà de sotmetre's a auditories internes i processos de control de qualitat externs com ara les **«proves d'avaluació de qualitat del servei públic»**, entre altres sistemes que es pugen aplicar, com a exercici de transparència i rendició de comptes a la societat.

En quart lloc, proposem la producció de continguts de qualitat, per a generar un sistema mediàtic robust, sostenible, transparent i que garantisca la pluralitat i el rigor informatiu, amb un equilibri dels principals macrogèneres televisius.

El moment actual és l'escenari ideal per a explorar amb noves idees i gèneres, apostar pel talent, la **innovació** i la **creativitat**. El consum audiovisual s'ha convertit en multiplataforma, i els continguts audiovisuals de la futura televisió pública han de mirar cap al transmèdia sense complexos.

A l'Informe s'incideix en algunes qüestions com que els programes informatius han de ser de producció pròpia, s'ha de treballar en crear una programació infantil i juvenil, s'ha d'apostar per nous formats, programes d'humor, d'entreteniment, culturals, etc., buscant un equilibri entre producció pròpia, producció pròpia externalitzada i producció aliena, de manera que la nova Corporació estimule al sector audiovisual valencià.

La creació de la **Xarxa Intercomarcal de Mitjans Audiovisuals (XIMA)** permetria l'establiment de convenis de col·laboració amb altres mitjans de comunicació locals/comarcals per generar continguts locals a través d'una fórmula de producció associada, contribuint així a la vertebració del País Valencià.

Finalment, la proposta de creació de **l'Agència Valenciana per al Foment de l'Audiovisual (AVFA)**, depenent de la conselleria d'Indústria i no de Cultura, pretén situar a l'audiovisual i al sistema comunicatiu en el lloc on mereix: en el marc d'una economia basada en el coneixement, com és habitual en països tan avançats, líders en economia de la cultura, com el Regne Unit, França o Estats Units.

En cinquè lloc, es subratlla que el finançament de la nova Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació ha de ser suficient, sostenible i transparent per a garantir el desplegament d'un servei públic de qualitat i amb garanties d'independència, responsabilitat i singularitat. Com és lògic, es prohibeix l'endeutament de la nova radiotelevisió. Es proposa adoptar un model mixt de finançament, combinant la subvenció pública atorgada pel Govern, els ingressos publicitaris i l'explotació i

comercialització de productes, basat en un contracte-programa de caràcter triennal.

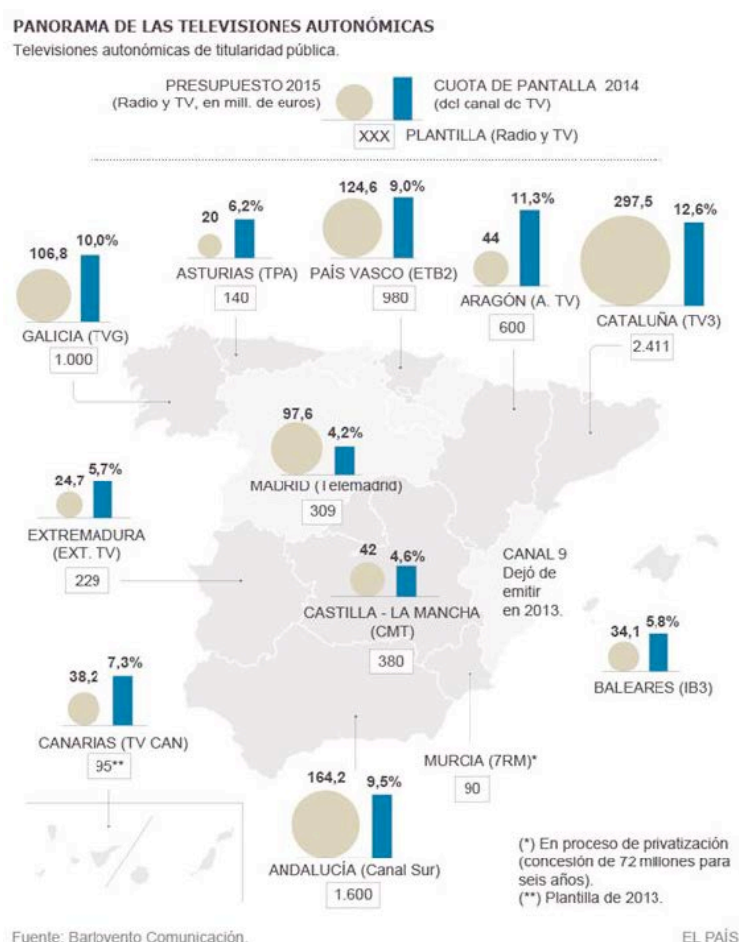
La Comissió d'Experts en Comunicació considera convenient aplicar un **criteri de proporcionalitat població vs. cost per habitant**, sense oblidar en cap moment que la Comunitat Valenciana té una llengua i identitat cultural pròpies que cal protegir. Es recomana fixar una despesa de entre 28,76 i 22 euros per habitant, fet que generaria un pressupost anual de entre 142 i 109 milions d'euros. La viabilitat empresarial de la futura radiotelevisió aconsella que **les despeses de personal no han de superar el 35% del pressupost** de la radiotelevisió pública autonòmica. Anem a una **nova radiotelevisió pública valenciana que hauria de tenir al voltant de la meitat de l'antiga plantilla de treballadors i treballadores de RTVV**.

Taula 6. Panorama de les radiotelevisions públiques a Espanya. Comparativa de poblacions, pressupostos, audiència i cost per habitant.

Comunitat autònoma	Població 2014 (milers de M)	Pressupost 2015	Nombre de treballadors	Quota de pantalla	Cost per Hab. 2015
Aragó	1.326	44	600	11,3%	33,19
Múrcia	1.464	n.d.	90	n.d.	n.d.
Illes Balears	1.124	34,1	211	5,8%	30,33
Astúries	1.049	20	140	6,2%	19,07
Castella-la Manxa	2.062	42	380	4,6%	20,37
Madrid	6.377	97,6	309	4,2%	15,31
Andalusia	8.401	164,2	1.600	9,5%	19,55
Galícia	2.734	106,8	1.000	10%	39,07
Canàries	2.128	38,2	95	7,3%	17,96
Catalunya	7.391	297,5	2.411	12,6%	40,26
Extremadura	1.091	24,7	229	5,7%	22,64
País Basc	2.164	124,6	980	9%	57,58
Comunitat Valenciana	4.939	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.
Mitjana					28,67

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de INE, Barlovento Comunicación i altres

Potser siga interessant recordar que en els darrers dies (notícia del passat 10 de febrer), el Parlament Basc ha aprovat un **contracte-programa** per al finançament de **EiTB**, que preveu una injecció de **473 milions d'euros**, al voltant de 115 milions per al 2016, fins a 121 milions per a l'exercici del 2019, quart any del contracte-programa, el que suposa una despesa per habitant de **52,64 euros per habitant en 2016**, i de 55,38 euros per habitant en 2019. També cal recordar que el País Basc aporta el 6,2% del Producte Interior Brut (PIB), i que el pressupost del Govern Basc per a 2016 s'eleva a 10.993 milions d'euros.



La Comunitat Valenciana aporta el **9,7% del PIB** al conjunt de l'Estat, i el seu pressupost ascendeix a 17.155 milions d'euros. Si a l'Informe es fa una proposta modesta, amb una petició de **28,76 euros de despesa** per habitant (**142 milions d'euros**) eper a la futura Radiotelevisió Pública dels Valencians i Valencianes, per a un territori també amb llengua i cultura pròpies, és per sentit de responsabilitat, tenint en compte la complexa situació financera de la Generalitat Valenciana. No obstant això, cal veure que la comunicació és un sector absolutament estratègic, que té un impacte econòmic molt positiu en el nostre territori.

Al capítol cinqué de l'Informe, també es fa referència a la necessitat de que el procés de contractació del personal de la futura Radiotelevisió pública dels valencians i valencianes ha de respectar els principis d'igualtat, mèrit i capacitat, i de màxima transparència. Però no es pot oblidar en aquest moment que a l'antiga RTVV hi havien excel·lents professionals, que han de jugar un paper essencial per a encetar la nova etapa, perquè acumulen molta saviesa i experiència, que han de trasmetre a les noves generacions. En aquest procés, caldrà **reconèixer**

els drets laborals, professionals i morals dels extreballadors i extreballadores de l'antiga RTVV.

Per altra banda, la Comissió d'Experts en Comunicació recomana la creació d'una **Comissió d'Experts i Professionals de la radiotelevisió**, de reconegut prestigi, que puguem acreditar la seua experiència i/o coneixement de la matèria, de caràcter temporal, per dur a terme el disseny empresarial de la nova radiotelevisió. La procedència d'aquests experts ha de ser, en gran mesura, el col·lectiu d'extreballadors de l'antiga RTVV, els que millor la coneixien, reforçats amb professionals i experts d'altres empreses públiques o privades de radiotelevisió. Aquests experts no tindran vinculacions polítiques marcades, no han d'ocupar càrrecs polítics, i el seu currículum ha de ser intatxable.

A l'apartat sisè, es proposa la creació d'un departament propi en el nou organigrama de la Corporació per a gestionar una **Plataforma Tecnològica Multimèdia (PTM)** que connectaria el flux de producció amb la multidifusió dels continguts, així com la concessió privada de la xarxa actual de repetidors després de la reubicació de freqüències del primer dividend digital per reajustar-la, la negociació amb el Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme per a la concessió d'un **múltiplex d'intercanvi autonòmic** entre les comunitats autònomes veïnes, i el **desenvolupament d'aplicacions en mobilitat i d'interacció per accedir als continguts audiovisuals** i serveis digitals de la Plataforma Multimèdia de radiotelevisió.

La proposta d'oferta multicanal de ràdio i televisió gira al voltant de la creació d'una plataforma digital, que serà el cor de la Corporació, preparada per a oferir serveis i continguts als dispositius de mobilitat. Aquesta proposta es concreta en un **Canal de TV principal**, amb un ampli ventall de gèneres per al gran públic; un **segon Canal per a nous formats, serveis interactius i relats transmèdia**, com a finestra innovadora que s'obri a un públic jove i a usuaris avançats mitjançant la mobilitat i la interactivitat, i, més endavant, la **creació d'un canal d'informació 24 hrs.**, vinculat al segon multiplex i a la plataforma digital.

L'oferta de ràdio es concreta en la creació d'un **canal principal de ràdio**, amb una oferta de proximitat per al gran públic; una **canal musical de ràdio**, amb especial atenció a la producció musical en valencià i dels músics valencians, per a la qual cosa s'aprofitarà la freqüència vigent de

Sí Ràdio, des d'un plantejament allunyat de la tradicional ràdio fórmula; i un **Servei de podcast i canal de ràdio informativa 24 hores**.

A mesura que l'estructura empresarial de la nova Corporació es vaja consolidant, també s'haurà d'avançar en la integració en el web de la plataforma tecnològica.

Un últim aspecte no poc rellevant és el de la **conversió de l'arxiu audiovisual i sonor de la Corporació Valenciana** que duga a la creació definitiva de la **Mediateca Valenciana**.

Aquest és en síntesi el contingut de l'Informe de la Comissió d'Experts. Vull destacar el fet de que és la primera vegada que les Corts Valencianes, i en concret el **govern valencià**, per iniciativa de Podem-Podemos, amb l'acord de PSPV i Compromís, ens ha demanat ajuda en el disseny de les Bases del que ha de ser el sistema comunicatiu valencià i el futur servei públic valencià de radiotelevisió. És, sense dubtes, una fita històrica.

3. Principals Reptes i Propostes de futur. Aportacions al debat des de les universitats valencianes

Voldria aprofitar l'ocasió d'adreçar-me a tots vosaltres per a posar a disposició de la **Comissió Parlamentària de Radiotelevisió Valenciana i l'Espai Audiovisual** tot el coneixement i l'experiència investigadora en el camp dels Mitjans de Comunicació Públics que han acumulat **les universitats valencianes** al llarg de les darreres dues dècades. Cal assenyalar que les universitats podem continuar aportant molts elements valuosos al debat sobre el model de la radiotelevisió pública. Vaig a referir-me breument a **nou qüestions** que considere essencials especialment en aquest moment, i **on podem ajudar** de manera molt efectiva **les universitats valencianes**.

3.1. Un nou model de governança

La **Unió Europea de Radiodifusió (UER)**, organització que acull les radiotelevisions de la Unió Europea de major rellevància, principalment de titularitat pública –un total de 73 RTV de 56 països–, en el seu document **Vision 2020: Connecting to a Networked Society**, subratlla que al context de l'actual radiotelevisió ens trobem en un moment de

fragmentació de la oferta i de la demanda, que ens situa en un escenari d'incertesa que exigeix la reinvençió del que són en la actualitat els mitjans de comunicació públics.

La UER assenyala en diferents estudis que els mitjans públics europeus han d'assumir uns reptes transcendents en aquests moments que es poden resumir en els següents interrogants (UER 2014b; UER, 2015; Campos, 2013; Valencia i Campos, 2015):

- ¿Com defensar els **valors públics** i la **independència dels mitjans de comunicació públics** davant les pressions externes?
- ¿Com dur a terme **polítiques exitoses** en el nou entorn digital?
- ¿Com **continuar sent rellevants**, sobretot per al **públic jove**?
- ¿Com guanyar i mantenir la **confiança** de l'audiència?
- ¿Com recuperar la **legitimitat** i el **suport públic**?

La resposta que aporta la institució es resumeix en una **bona governança**. ¿Com ha d'entendre's la governança? Segons la UNESCO, "Les maneres en què els ciutadans i els grups de la societat expressen els seus interessos, resolen les seves diferències i exerceixen els seus drets i obligacions legals. El bon govern abasta nocions com les de major participació de la societat civil en la presa de decisions, la instauració de l'estat de dret, la lluita contra la corrupció, la transparència, la rendició de comptes, la reducció de la pobresa i els drets humans" (UNESCO, 2014).

La UER estableix els valors principals sobre els quals han de sostenir-se els mitjans públics: independència, universalitat, rendició de comptes, diversitat, excel·lència i innovació. Pensem que les universitats valencianes podem ajudar a **definir els valors** que hauran de sostenir la futura radiotelevisió.

3.2. La identitat corporativa de la futura RTV de servei públic

D'altra banda, entenem que és **urgent abordar el disseny de la identitat corporativa** de la futura Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. En la nostra opinió, la restitució del servei públic de radiotelevisió ha de passar necessàriament per definir amb molta claretat la **visió i missió** del que representa un servei públic de RTV. Cal dir, en aquest sentit, que la **reputació de l'antiga RTVV està absolutament deteriorada**, i que un dels reptes més importants és construir una identitat corporativa que allunye la futura Corporació del que va ser RTVV.

Hem d'aspirar a comptar amb la complicitat de l'audiència. Per això, la futura Corporació de Mitjans ha de tenir bons resultats d'audiència, bones xifres de *share*, però en termes de **rendibilitat social**. No obstant això, hem d'evitar entrar en dinàmiques impossibles que puguen dur a una lluita a qualsevol preu per tindre audiències elevades, pel mitjà de la grolleria i de l'espectacle de tot allò morbòs. Com diuen els companys de l'Associació Ciutadania i Comunicació (ACICOM), cal vigilar la qualitat de la **dieta mediàtica**, el que és actualment una obligació moral.

El disseny de les eines comunicatives pròpies de la **identitat corporativa** s'ha de preparar amb molta anticipació, i tenen uns costos econòmics de producció molt elevats quan són encarregats a consultores o agències de comunicació externes. En aquest sentit, pensem que la **creació d'un equip de treball**, integrat per investigadors de les nostres universitats i professionals d'empreses i associacions professionals, amb un alt sentit del que representa un servei públic de radiotelevisió, pot ajudar a reduir costos de manera molt significativa per a la Generalitat Valenciana. Subratllem que no proposem que aquesta feina siga desenvolupada per un grup d'investigadors universitaris, sinó per un equip en el que s'integrarien experts professionals i d'empreses, especialment de l'àmbit publicitari.

3.3. L'avaluació de la qualitat del servei públic de radiotelevisió mitjançant metodologies participatives

Les **proves de valor públic** ja s'han engegat en més de la meitat de les corporacions europees –entre elles, la BBC (Regne Unit), ZDF (Alemanya), RTÉ (Irlanda), i NRK (Noruega)–, encara que seguint diferents procediments i amb diverses concepcions del valor. D'altra banda, la ORF d'Àustria compta amb el Public-Value-Kompetenzzentrum, un centre de valor que emet memòries anuals amb narratives en defensa de l'audiovisual públic. La BBC anglesa i RTÉ irlandesa publiquen informes sobre l'impacte socio-econòmic de les seves corporacions.

En tot cas, a l'hora d'avaluar i comunicar l'impacte, els mitjans de servei públic sempre han de tenir en compte a **tres actors principals**: el **Govern o Parlament** (legisladors, autoritats públiques, reguladors i consells); el **mercat** (competidors en l'escenari mediàtic); i la **societat en general** (públic, elits, professionals, i organitzacions de la societat civil). Caldria afegir també un quart indicador molt important: les **percepcions del propis treballadors i treballadores** de la futura radiotelevisió. La

redacció de **plans estratègics**, de caràcter anual o binatural, a assolir pels departaments de la futura cadena és una altra eina molt útil per a garantir el compliment dels **compromisos de qualitat de les proves de valor públic**.

L'avaluació i comunicació de l'impacte social i econòmic és un dels temes que més preocupen en aquests moments a totes les radiotelevisions (Valencia i Campos, 2016). En el cas de les RTV de titularitat pública, aquesta preocupació s'accentua notablement: l'objectiu és continuar sent rellevant, **propocionant valor, tangible i real, als seus públics**. I el **valor** en aquest cas pot entendre's com un **conjunt de variables** (Thompson, 2006; Bennington i Moore, 2011; Freedman, 2008) de **característiques econòmiques** (capacitat de generar activitat); **socials, culturals i comunitàries** (cohesió social i identitat cultural en un context de diversitat); **educatives** (generar coneixement, qualitats, i capacitat per actuar com a ciutadans informats); **polítics** (proporcionar informació imparcial estimulant el diàleg democràtic i la participació del públic); i **ecològiques** (promoure el desenvolupament sostenible i reduir el comportament públic negatiu).

SOURCES FOR TRANSPARENCY INDICATORS

	AVMSD	CoE	Bib	PSM	Other
CORPORATE					
1 NAME OF MEDIA SERVICE PROVIDER	•				
2 LEGAL DESCRIPTION	•				
3 CONTACT INFORMATION	•				
4 PHYSICAL ADDRESS	•				
5 OWNERSHIP					•
6 BOARD MEMBERS		•	•		
7 INFO ABOUT BOARD MEMBERS		•	•		
8 GOVERNANCE			•		
9 STRUCTURE OF COMPANY			•		
10 WHO'S WHO					•
11 RIGHT OF REPLY AND COMPLAINT		•			
12 LEGAL FRAMEWORK				•	
13 REGULATORY OR SUPERVISORY BODY	•				
14 PRESS RELEASES			•		
15 EMPLOYMENT OFFERS					•
16 SUPPLIERS					•
FINANCIAL					
17 TOTAL INCOME			•		
18 SOURCES OF INCOME		•			
19 LICENCE FEE INFORMATION (IF APPLICABLE)		•			
20 EXPENDITURES			•		
21 RESULTS			•		
22 NUMBER OF EMPLOYEES					•
23 STAFF COST					•
24 BOARD PAYMENTS					•
25 AUDIT REPORT			•		
REMIT					
26 MISSION/GOALS				•	
27 CONTRACT-PROGRAMME, CHARTER, ETC.				•	
28 REMIT FULFILMENT INFORMATION				•	
29 EDITORIAL GUIDELINES					•
SOCIAL					
30 CONTRIBUTION TO CULTURE				•	
31 CONTRIBUTION TO ECONOMY				•	
32 CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY				•	
33 ENVIRONMENTAL POLICY			•		
34 LIST OF SERVICES				•	
35 CONTENT QUALITY INDICATORS				•	
36 TRUST INDICATORS				•	
37 ACCESSIBILITY POLICY				•	
38 DIVERSITY POLICY				•	

Sources:

AVMSD: Audiovisual Media Services Directive

CoE: Recommendation of the Committee of Ministers of the Council of Europe to member states on media pluralism and diversity of media content

Bib: previous studies

PSM: specific PSM values linked to the PSM remit

En definitiva, les **universitats valencianes** estem en condicions de poder elaborar un protocol d'aplicació dels indicadors de qualitat, segons els principis del *Public Value Test*, mitjançant el seguiment d'una sèrie

d'indicadors com: l'Índex de varietat programàtica general, l'Índex de varietat genèrica per franges horàries, l'Índex de diversitat informativa, l'Índex de pluralisme polític i social, l'Índex de valors cívics, democràtics, socials i culturals dels continguts, l'Índex de respecte de l'audiència, l'Índex de quantia i diversitat de l'audiència, l'Índex d'innovació, l'Índex de saturació publicitària, l'Índex de motor de la indústria audiovisual o l'Índex específic de compliment del mandat marc quant a programació, entre molts altres. Tot s'ha de combinar amb un escurpuls **control de la transparència en la gestió** pel que fa a temes com la contractació del personal, l'estructura de la institució, les produccions alienes i co-produccions, la compra de drets d'antena, etc.

En aquest sentit, també des de les universitats podem ajudar a **desenvolupar metodologies de treball** necessàries per a avaluar d'una forma rigurosa, i al costat de professionals i de les principals associacions del sector audiovisual, la qualitat de les produccions pròpies, co-produccions i produccions alienes, mitjançant el disseny de metodologies i protocols de treball útils per a la futura cadena.

3.4. El correcte finançament de la radiotelevisió pública

Sense autonomia financera, i sense una perspectiva de seguretat econòmica a mig termini, és impossible dissenyar adequadament el desenvolupament d'un projecte institucional seriós com el de la radiotelevisió pública dels valencians i valencianes. La signatura d'un **contracte-programa**, per un període no inferior a tres anys, és una de les eines que farà possible **planificar el desenvolupament** de la futura radiotelevisió dels valencians i valencianes.

En aquest sentit, i en un context on es confirma l'expansió d'un model econòmic **low cost**, on l'**externalització extrema de la producció** semblaria convertir-se en una mena de "panacea", ens estem trobant, segons diferents estudis (Pujadas, 2011; Sarabia, Sánchez i Fernández, 2012; Gómez Mompert, Gutiérrez i Palau, 2013; Prado, 2015; Soler i Marzal, 2015) en una notable baixada de qualitat de la programació i de les produccions objecte de les externalitzacions, motivades per reduccions radicals dels pressupostos, generalment a costa de reduir els sous dels treballadors de forma dramàtica en molts casos.

Volem destacar que en el disseny de la futura cadena, i del seu pressupost, hem d'assumir que **la qualitat sol estar renyida en**

economies low cost. És a dir, si volem qualitat hem d'assumir que cal destinar recursos tècnics, recursos humans i econòmics suficients per a obtindre-la. I això passa per aplicar una política de salaris dignes. La recuperació del sector passa per acabar en la precarització del mercat laboral

3.5. El problema laboral: cal arribar a solucions pactades

L'acomiadament de tota la plantilla de **RTVV S.A.U.** en 2013 –1.608 treballadors i treballadores–, sense dubtes sobredimensionada si la comparem amb la plantilla de 650 treballadors/es que tenia en 1995, és un fet sense precedents, i que mereix una **resposta política**. Ens trobem davant d'una situació dramàtica que cal abordar amb valentia.

A l'Informe de la **CECUV** es demana que el govern de la Generalitat Valenciana vetle pel respecte dels drets dels extreballadors i extreballadores de RTVV, que han de veure reconeguda la seua experiència professional, tant si ha d'haver un nou ERO en una hipotètica readmissió de tots els treballadors/es –per exemple, com a conseqüència d'una resolució judicial, si el recurs d'inconstitucionalitat de CGT contra l'ERO el declara nul–, com en el procés de selecció de la plantilla per a una RTVV, de nova creació.

En el procés de contractació dels treballadors/es de la futura RTVV cal respectar escrupulosament els **principis de igualtat, mèrit i capacitat**, i de màxima **transparència**, i que es reconeguen uns mèrits tan importants com **l'experiència laboral prèvia**, tant als treballadors/es que van guanyar una oposició i tenien una plaça fixa –molts dels quals no tenien titulació, en aquells moments no era necessari–, com als treballadors i treballadores que van tenir una relació contractual de caràcter temporal, de tal manera que tots i totes puguin veure que la seua experiència és reconeguda, proporcionalment segons cada cas i situació laboral. Hem de **prendre consciència del dramatisme** d'aquest acomiadament massiu a nivell humà que representa el tancament abrupte de RTVV, i ahí cal que fiquem en pràctica un principi fonamental en política i en totes les facetes de la vida: **l'empatia** cap a les persones. Cal arribar a **pactes**, el que a més a més donarà no pocs avantatges per evitar futurs problemes judicials.

Cal subratllar que la recuperació de RTVV **només serà possible comptant amb els seus treballadors i treballadores**, que han acumulat molts anys d'experiència que han de transmetre també a les noves

generacions que s'han d'anar incorporant a la futura corporació. La combinació de l'experiència dels professionals amb una llarga trajectòria i la innovació procedent de les noves generacions de professionals pot resultar molt positiva i beneficiosa per a la nova radiotelevisió valenciana. Comptem amb una generació de llicenciats i llicenciades i graduats i graduades en Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual, Dret, Economia, Enginyeria, etc., que tenen una preparació excel·lent, com ho acredita el fet de que molts d'ells i elles estan trobant feina fora de la Comunitat Valenciana i d'Espanya a empreses de primer nivell.

3.6. L'innovació transmèdia com a motor de la futura Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació públics.

L'ús de la denominació **Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació** obeeix a diferents raons: la primera i principal, és que una radiotelevisió pública al segle XXI no pot ser la suma d'una ràdio i una televisió. El cor del sistema ha de ser, necessàriament, una **Plataforma Tecnològica Multimèdia (PTM)**, que servirà per a optimitzar recursos humans i tècnics, però també per a adaptar els continguts audiovisuals – la informació, la cultura i l'entreteniment – a un públic jove, que utilitza habitualment les noves tecnologies. En aquest sentit, és imprescindible que la nova corporació estiga adaptada a l'actual realitat digital en la que haurà de fer-se lloc la futura programació de la Radiotelevisió pública valenciana, en un entorn molt competitiu.

Per això, cal demanar als actuals responsables de les polítiques d'ajudes a l'audiovisual valencià, que en les convocatòries i concursos per a la compra o adquisició de produccions i projectes de producció s'han d'incloure entre els parametres d'avaluació de la qualitat –de sèries de ficció, documentals, de programes d'entreteniment, de programes infantils, etc.–, **el desenvolupament d'estratègies transmèdia**: s'ha de promoure el desenvolupament de històries i relats –informatius o ficticials– que vagen més enllà del mitjà televisiu, i també tinguen continuïtat al mitjà radiofònic, al còmic, al teatre, la literatura, els videojocs, etc., de tal manera que la nova RTPV es puga convertir en un **motor real de les indústries culturals i creatives**. Des de les universitats podem ajudar a definir en claretat les característiques de les produccions transmèdia, com a eina per a ajudar tant a l'administració, a l'hora de redactar les bases dels concursos, com per a facilitar la feina als potencials concurrents que puguen necessitar assessorament.

Ja tenim al nostre entorn iniciatives molt recents, com la plataforma **samarucdigital.com**, que és un bon exemple de producció transmèdia, on la pàgina web és un repositori de molta informació visual, sonora i escrita, que han desenvolupat un equip de ex-treballadors i extreballadores del programa Medi Ambient de RTVV, que va desaparèixer malauradament el 2012, un espai d'informació ambiental i d'ecologisme, imprescindible per al coneixement de la nostra natura.



3.7. La recuperació de RTVV és urgent: no només per a revitalitzar el sector audiovisual, també per a enfortir a la Comunitat Valenciana

Actualment, estem patint un autèntic apagó informatiu, privats del nostre servei públic de radiotelevisió. Ara mateix la Comunitat Valenciana està ocupant una bona part de l'actualitat mediàtica, que s'ha traduït, malgrat el seguiment dels mitjans de comunicació nacionals, en una manca d'informació sobre tots els escàndols de corrupció que estan tenint lloc al nostre territori, un silenci que és senzillament inadmissible.

La restitució del servei públic de radiotelevisió dels valencians i valencianes és un pas decisiu per a treballar en el canvi imprescindible de **la reputació del nostre territori**. Ara més que mai necessitem un mitjà de comunicació públic que parle de nosaltres en **clau positiva**, i que contrarreste la imatge negativa de la Comunitat Valenciana. Cal recordar

que l'existència d'una radiotelevisió pública a un territori on tenim una cultura i llengua pròpies és essencial per a construir la nostra identitat, per a enfortir el nostre autogovern i per a reforçar, en definitiva, el nostre sistema democràtic, mitjançant la participació, el debat i la pluralitat d'idees.

3.8. La Comissió d'Experts per al Disseny Empresarial de la futura Corporació: una tasca urgent

A l'Informe de la CECUV fèiem èmfasi en la necessitat de crear, amb caràcter urgent, una **Comissió d'Experts per al disseny empresarial de la nova RTVV**, un grup de treball compost per experts i professionals per a dur a terme el disseny de la estructura empresarial de la futura radiotelevisió. No es pot perdre temps, i és per això que considere urgent que aquesta comissió comence a treballar el més aviat possible. Integrada per professionals i experts de reconegut prestigi, que puguin acreditar la seua experiència i/o coneixement de la matèria, aquesta Comissió ha de tenir un **perfil plural**, integrada per figures com ara periodista (en ràdio, televisió i nous mitjans), realitzador, productor, programador de ràdio i televisió, gestió econòmica, gestió jurídica, documentalista, expert en explotació i emissions, expert en comunicació corporativa i xarxes socials, expert en noves tecnologies i expert acadèmic en ràdio, televisió i nous mitjans.

Si es considera necessari, les **universitats valencianes** podem ajudar a conformar aquesta Comissió, col·laborant amb el Govern Valencià en el procés de selecció dels experts, garantint que les persones seleccionades **no tinguen vinculacions polítiques marcades**, ni ocupen càrrecs polítics, i amb la **màxima transparència**, mitjançant un concurs públic i la publicació dels curricula de tots els seus membres. Pensem que la procedència d'aquests experts hauria de ser, en gran mesura, el col·lectiu d'extreballadors i extreballadores de l'antiga RTVV, perquè eren els que millor coneixien eixa empresa pública. En aquesta Comissió haurien de participar professionals i experts **d'altres empreses públiques o privades de radiotelevisió** que no hagen treballat mai a RTVV i siguen, fins i tot, de fora de la Comunitat Valenciana.

3.9. El Consell Valencià de Comunicació: una necessitat imperativa

Finalment, a tot l'Informe de la CECUV es fa referència a la necessitat de crear el **Consell Valencià de Comunicació**, o el que es coneix

comúnment com a Consell Audiovisual, òrgan extern de control amb autonomia que permetria, des de la independència i l'autonomia, vigilar la independència dels mitjans de comunicació públics, però també el correcte funcionament de tot el **sistema mediàtic**. Per aquest motiu, es necessita un organisme regulador, que **ordene el mercat audiovisual, amb autoritat i amb capacitat sancionadora**, i que també **supervise la concessió dels ajuts públics** als mitjans valencians i el **repartiment de la publicitat institucional** (Generalitat, Ajuntaments i Diputacions) com a manera de garantir la pluralitat i l'equitat distributiva.

A més a més, el **Consell Valencià de Comunicació** hauria de tenir poder de decisió i hauria de fer **propostes** per als **càrrecs** de Director o Directora General i els membres del Consell d'Administració de la futura radiotelevisió pública.

L'existència d'un **Consell Valencià de Comunicació** és una necessitat imperativa. Existeixen Consells Audiovisuals, és a dir, reguladors del sector comunicatiu, a tots els països avançats del món. Mentre no es puga ficar en marxa aquest òrgan, pensem que **des de les universitats valencianes** podem recoltzar a l'administració de la Generalitat Valenciana, mitjançant la **redacció d'informes sobre totes aquelles matèries** que siguen competència d'aquest Consell Valencià de Comunicació, i quan s'haja creat, estem segurs de que podrem ajudar-lo a complir les seues tasques en tot allò que puga necessitar.

Per a acabar, només tenir unes paraules d'agraïment per als meus companys i companyes de la **Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV)**, per als companys de la **Comissió Interuniversitària en favor d'una Radiotelevisió Pública Valenciana (CIRTPV)** i de la **Mesa Sectorial de l'Audiovisual Valencià (MESAV)**, per l'ajuda i estímul constants. Cal destacar que l'Informe de la CECUV ha gaudit del **recolzament del sector audiovisual valencià** –per productors, empresaris, treballadors i acadèmics–, i també de fora de la Comunitat Valenciana, que han valorat molt positivament aquest Informe. També voldria subratllar que aquesta feina haguera sigut impossible sense l'ajuda i el recolzament dels departaments i els equips de govern de les nostres universitats. Sense l'estímul dels nostres estudiants, no hauríem recollit suficients forces per a seguir endavant.

Així mateix, vull agrair la invitació de la Comissió Parlamentària, esperant que aquesta intervenció haja sigut del seu interès i ajuda. Em fique a la

seua disposició per a respondre totes aquelles qüestions que puguen plantejar dubtes o que necessiten majors aclariments.

Moltes gràcies a tots i a totes

Referències bibliogràfiques i documentals (selecció)

BENNINGTON, J. I MOORE, M. (2011). *Public Value. Theory and Practice*. Londres: Palgrave Macmillan.

BUSTAMANTE RAMÍREZ, Enrique; DÍAZ ARIAS, Rafael; SOLER ROJAS, Pedro; AGUILAR GUTIÉRREZ, Manuel; CAMACHO SAMPER, Marcel (2015): *Un nuevo modelo para un tiempo nuevo. España, 2015: diagnóstico del servicio público de radio, televisión y servicios interactivos. Propuestas para una ciudadanía democrática*, Madrid, Teledetodos.

CAMPOS FREIRE, Francisco (2013). «Las políticas europeas de gestión audiovisual: reestructuración de la televisión pública y fragmentación digital». En Rúas, X. y Martínez, V. (ed.), *Comunicación, política y redes en Europa*. Porto, Portugal: Editora Media XXI.

EUROPEAN BROADCASTING UNION (2015). *Governance Principles for PSM*. Ginebra: EBU / UER.

EUROPEAN BROADCASTING UNION (2015). *Public Funding Principles for PSM*. Ginebra: EBU / UER.

EUROPEAN BROADCASTING UNION (2014a). *Vision 2020: Involve, Inspire and Innovate*. Ginebra: EBU / UER.

EUROPEAN BROADCASTING UNION (2014b). *Three Theses on the Future of Television*. Ginebra: EBU / UER.

THOMPSON, CAROLINE (2006). Speech at Oxford Media Convention 19.1.2006. text supplied to Collins by Thomson. On-line, webcast: http://webcast.oii.ox.ac.uk/?view=Webcast&ID=20060119_118. [Consulta: 15-02-2016]

FREEDMAN, D. (2008). *The politics of media policy*. Cambridge: Polity Press.

GÓMEZ MOMPART, José Luis, GUTIÉRREZ, Juan F. y PALAU, Dolors (eds.) (2013). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València. Col.lecció Aldea Global.

MARZAL FELICI, Javier (ed.) (2015): *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global.

PRADO, Emilio (2015). «Indispensabilidad de la televisión pública en el universo convergente». En MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO,

RIPOLLÉS, Andreu (eds.). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia: Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.

PUJADAS, Eva (2011). *La televisión de calidad. Contenidos y debates*. Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia: Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.

SARABIA ANDÚJAR, Isabel; SÁNCHEZ MARTÍNEZ, Josefina; FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel (2012). «La externalización como estrategia de creación del tercer canal. El caso de la Televisión Autonómica de Murcia», *Trípodos*, 29, Barcelona: Universitat Ramón Llull.

SOLER CAMPILLO, Maria i MARZAL FELICI, Javier (2015). «La relevancia estratégica de RTVV en el sistema comunicativo valenciano y para el desarrollo económico, social y cultural de la Comunidad Valenciana», en MARZAL FELICI, Javier; IZQUIERDO CASTILLO, Jéssica y CASERO, RIPOLLÉS, Andreu (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col·lecció Aldea Global.

UNESCO (2014). *Los medios de comunicación y el buen gobierno*. Paris: UNESCO, Día mundial de la Libertad de Prensa 2014. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday200900000/theme-media-and-good-governance/> [Consulta: 15-02-2016]

VALENCIA, Andrea i CAMPOS FREIRE, Francisco (2015). «La experiencia del retorno en Grecia: [N]ER[I]T». Comunicació presentada en XIII Congreso de Comunicación Local, ComLoc 2015, Castellón, 15, 16 i 17 d'abril de 2015. Disponible en: <http://novosmedios.org/xescom/wp-content/uploads/2015/01/La-experiencia-del-retorno-en-Grecia.-Andrea-Valencia-e-Francisco-Campos.pdf> [Consulta 15-02-2016]

VALENCIA, Andrea i CAMPOS FREIRE, Francisco (2016). «Los retos de la gobernanza, financiación y valor de las radiotelevisiones públicas». En: Javier Marzal, Jessica Izquierdo i Pablo López (eds.), *Los medios de comunicación públicos de proximidad en Europa. RTVV y la crisis de las televisiones públicas*. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2016 (—en premsa—).

Curriculum Vitae

Javier Marzal Felici (València, 1963)

Llicenciat en Comunicació Audiovisual i Doctor per la Universitat de València. Llicenciat en Filologia Hispànica i Filosofia i Ciències de l'Educació per la Universitat de València, Màster en Comunicació i Educació per la Universitat Autònoma de Barcelona, és Catedràtic de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Jaume I.

Membre de l'Associació Espanyola d'Historiadors del Cinema (AEHC), de l'Associació Espanyola per a la Investigació en Comunicació (AE-IC) i de la European Communication Research Education Association (ECREA), el professor Marzal ha desenvolupat una llarga activitat investigadora, entre les principals publicacions de la qual destaquen l'estudi *David Wark Griffith* (Madrid: Càtedra, 1998) –resultat de la seva investigació doctoral sobre el naixement de la narrativitat fílmica en el melodrama mut nordamericà–, els textos publicats en la *Historia general del cine. Vol. II* (Madrid: Càtedra, 1998), al costat dels professors Dr. Douglas Gomery (University of Texas, Austin) i el Dr. Jean-Louis Leutrat (Université de Paris III), l'assaig *La mirada cautiva. Formas de ver en el cine contemporáneo* (Valencia: Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana, 1999), amb el professor Dr. Juan Miguel Company (Universitat de València); l'assaig *Metodologías de análisis del film* (Madrid: Edipo, 2007), amb el professor Dr. Francisco Javier Gómez Tarín, com a editors; l'assaig *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada* (Madrid: Càtedra, 2007), que porta tres reimpressions; el llibre col·lectiu *El desarrollo de la televisión digital en España* (La Coruña: Netbiblo, 2007), amb Andreu Caseso Ripollés; l'obra col·lectiva *Eines per a la producció de vídeo documental* (Benicarló: Onada, 2008), amb el professor Longi Gil; el llibre col·lectiu *Teoría y técnica de la producción audiovisual* (Valencia: Tirant Lo Blanch, 2008), amb Francisco López Cantos; i de l'assaig *Equipos e infraestructuras audiovisuales. El Laboratorio de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I* (Castellón: Servicio de Publicaciones de la Universitat Jaume I, 2008); el llibre col·lectiu *Periodismo en televisión: nuevos horizontes, nuevas tendencias* (Zamora y Sevilla: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones, 2011), amb el professor Andreu Casero Ripollés en el qual s'analitza el fenomen de l'infoentreteniment en televisió; l'obra col·lectiva *Videojuegos y cultura visual* (La Laguna: Cuadernos Artesanos Latina, 2013), amb el professor Emilio Sáez Soro; el llibre col·lectiu *Diccionario de conceptos y términos audiovisuales. Herramientas para el análisis fílmico* (Madrid: Càtedra, 2015), amb Francisco Javier Gómez Tarín; *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza* (Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia: Aldea Global, 2015), amb Jessica Izquierdo i Andreu Casero; del llibre col·lectiu *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV* (Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia: Aldea Global, 2015), com a editor; i de l'obra col·lectiva *Los medios de comunicación públicos de proximidad en Europa. RTVV y la crisis de las televisiones públicas* (Valencia: Tirant Lo Blanch, 2016 –en premsa–), amb Jessica Izquierdo i Pablo López com a co-editors.

És co-director de la Col·lecció de llibres “Guías para ver y analizar cine”, publicades per les editorials Nau Llibres de València i Octàedre de Barcelona. Aquesta col·lecció d'assajos sobre anàlisis de pel·lícules de referència en la història del cinema mundial, compta amb 56 llibres publicats, i actualment s'editen en format digital ebook i en paper. És co-director de *adComunica. Revista Científica sobre Estratègies*,

Tendències i Innovació en Comunicació, des de 2011, amb 11 números publicats, indexada en Latindex, In-Recs, DICE i Dialnet.

Actualment és Investigador Principal del Projecte d'Investigació "El sistema d'investigació a Espanya sobre pràctiques socials de comunicació. Mapa de projectes, grups, línies, objectes d'estudi i mètodes", finançat pel Ministeri d'Economia i Competitivitat, per al període 2014-2016, i del Projecte d'Investigació, avaluat per la ANEP, "La crisi d'allò real: la representació documental i informativa a l'entorn de la crisi financera global", finançat per la Universitat Jaume I, per al període 2015-2017. El professor Marzal és, a més, Director del Grup d'Investigació "Investigacions en Tecnologies Aplicades a la Comunicació Audiovisual" (ITACA-UJI), els interessos del qual es centren en l'estudi de la cultura visual, les relacions entre tecnologia i visualitat, la teoria de la imatge, l'economia política de la comunicació i l'anàlisi de textos audiovisuals. Paral·lelament, el Dr. Marzal ha compatibilitzat aquesta activitat investigadora amb l'exercici professional en els mitjans fotogràfic, radiofònic i televisiu, i una activitat docent com a professor de teoria de la imatge, tecnologia, producció i realització audiovisuals.

A més a més, és Director del Departament de Ciències de la Comunicació de la Facultat de Ciències Humanes i Socials, Director del Màster Universitari en Noves Tendències i Processos d'Innovació en Comunicació, Director del Programa de Doctorat en Ciències de la Comunicació i Subdirector del Laboratori de Ciències de la Comunicació de la Universitat Jaume I de Castelló (LABCOM UJI), una infraestructura dissenyada i engegada pel professor Marzal. Amb una inversió superior a tres milions d'euros, el LABCOM ofereix unes possibilitats excepcionals per a la docència, la investigació i la producció audiovisual, en diferents suports.

Castelló de la Plana, febrer de 2016