INFORME ANUAL

2020

CONSELL DE LA CIUTADANIA

CORPORACIÓ VALENCIANA
DE MITJANS DE COMUNICACIÓ

ÍNDEX DE CONTINGUTS

3 Presentació de la Presidenta

7 Sobre el Consell de la Ciutadania

9 Principals accions del Consell de la Ciutadania

15 Gestió de les queixes i dels suggeriments. Informe estadístic

29 Audiències

43 (I) LA PROGRAMACIÓ D'À PUNT MÈDIA EN TEMPS DE PANDÈMIA

43 I.1 Introducció

44 I.2 La qüestió religiosa en À Punt

47 I.3 Novetats en la programació de ràdio i televisió

51 I.4 Informatius en temps de pandèmia

53 (II) EL MITJÀ PÚBLIC QUE VOLEM: CAP A UNA NORMALITAT DIFERENT

53 II.1 Dret d'accés de la ciutadania als mitjans de comunicació públics

68 II.2 Comunicació inclusiva

70 II.3 Acords assolits per la SAMC al llarg de 2020

Publicat originalment en format digital el 30/03/2021

www.cvmc.es

Adreça electrònica: c.ciutadania@cvmc.es

Polígon Accés Ademús, s/n
46100 Burjassot (València)

Aquest informe és públic i ha sigut editat internament pel Consell de la Ciutadania de la CVMC.

La reproducció total o parcial, ús o distribució de l'informe requereixen referència bibliogràfica de la font original.

L'autoria correspon al Consell de la Ciutadania.

Al text es respecten els diversos estils de les autories individuals que originalment redactaren cada part.

Material il·lustratiu: pròpi, públic o referenciat.

PRESENTACIÓ DE LA PRESIDENTA

Aquest és el quart informe que presentem com a Consell de la Ciutadania. El primer informe es va presentar a Castelló, el 18 de febrer de 2019, la presentació pública del segon va tenir lloc a Alacant, el 16 d'octubre del mateix any, i en el tercer va interferir la pandèmia i es va fer una presentació sotmesa a les circumstàncies malauradament sobrevingudes. La situació sociosanitària arran de la COVID-19 va suposar un canvi en la dinàmica de les nostres reunions, que van passar a ser telemàtiques i ens vam haver d'adaptar a aquesta circumstància, a més de tot el que va suposar per a la nostra quotidianitat. El nostre tercer informe s'entregà en el mes de juny, es va "penjar" en la pàgina web de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació i gairebé no va poder obrir-se camí davant l'omnipresència de la pandèmia que ho absorbia tot. Des del Consell de la Ciutadania vam decidir unir-nos al format en línia, incloent l'informe en la plataforma amb la resta de la informació referida a la nostra activitat. D'alguna manera cada presentació és deutora de l'anterior i va formant la nostra petita història com a Consell de la Ciutadania.

Així cada informe és una mirada al passat, un balanç i un projecte de futur. D'ací a poc farà tres anys que ens constituírem d'acord amb la llei 6/2016 de 15 de juliol de la Generalitat Valenciana del servei públic de radiodifusió i televisió en l'àmbit autonòmic, de titularitat de la Generalitat que regula en el seu article 20 la creació del Consell de la Ciutadania. És un òrgan de participació que també està regulat en les altres autonomies que compten amb un o més canals de ràdio i televisió amb el nom de Consell Assessor referint-se a la funció que exerceix. Tenen una funció similar encara que amb petites variacions en relació amb el nombre de membres, duració del seu mandat, periodicitat de les seues reunions, manera d'organitzar-se, etc.

La nostra llei autonòmica ha volgut posar l'accent en el concepte de *ciutadania*, un títol que comporta drets i també deures, es reconeixen drets polítics i socials que permeten a qui la posseeix intervindre en la política d'un país determinat. El nostre Estatut d'Autonomia estableix en el seu article 3.2 que, "a l'efecte d'aquest Estatut gaudeixen de la condició política de valencians tots els ciutadans espanyols que tinguen o adquirisquen veïnatge administratiu en qualsevol dels municipis de la Comunitat Valenciana". Una paraula que, com veiem, confereix un significat a aquest òrgan.

La selecció i nomenament correspon al Consell Rector d'acord amb les regles que la pròpia llei estableix: han d'ostentar la condició política de valencians o valencianes i ser triats mitjançant un sistema mixt i paritari. Per a complir amb el precepte legal, el Consell Rector realitza un sorteig a l'inici del mandat per a indicar a les associacions o entitats a qui correspon la persona proposada, així com i el sexe de la persona que les representarà. Així les associacions de Consumidors i Usuaris trien dos membres, les associacions del Tercer Sector proposen un membre, igual que ho fan les principals associacions de defensa dels drets del col·lectiu LGTBI, les principals associacions de defensa de la igualtat d'homes i dones i les dedicades a combatre la violència de gènere, el Consell València de Cultura, l'Acadèmia Valenciana de la Llengua, el Consell Valencià d'Universitats i de Formació Superior i el Consell Valencià de la Joventut. I finalment al Consell Rector correspon la selecció de quatre membres d'acord amb el que es disposa en el seu Reglament orgànic i funcional.

Aquest informe és una nova reflexió que recull una part de les nostres reunions mensuals i el que ha sigut aquest temps des de la perspectiva reflectida en les queixes i suggeriments de la ciutadania, de com veuen el nostre À Punt. La pandèmia també en aquest cas és un fet a tindre en compte com ho ha sigut en el canvi que hem experimentat en la nostra anomenada “normalitat “ que s'ha sumat i interferit també en la manera de ser d’À Punt. També en la nostra manera de ser individualment i col·lectivament.

D'una banda el volum i objecte de les queixes que s'han incrementat trencant l'estadística del temps sense restriccions de mobilitat. S'ha vist més televisió i s'ha incorporat el fet religiós absent en la programació habitual. L'assistència als llocs de culte s'ha vist afectada per la normativa de contenció de la pandèmia i À Punt va respondre incloent una retransmissió setmanal. Aquest fet ha motivat un increment considerable de comunicats de la ciutadania a favor i en contra de estes emissions a la “bústia” d’À Punt i del Consell de la Ciutadania.

D’una altra banda, hem passat en les nostres reunions a la manera “en línia”. Gràcies a la tècnica i a l'assistència d’À Punt, especialment del nostre secretari, hem pogut mantindre la nostra cita mensual.

Ens agradaria que la ciutadania ens vera com els seus representants i fora més comunicativa no sols de allò que es vol canviar, sinó també en la part de suggeriments que li correspon. És ja una constant dels nostres informes la referència a la informació com un dret que és també la condició de l'existència i protecció dels mitjans, sobretot els que tenen el qualificatiu de públics.

Així mateix l'informe té parts obligades com ara donar compte de les sessions plenàries celebrades, que han sigut catorze, així com dels principals temes objecte d'aquestes i de les principals accions en el quals hem participat, la gestió de les queixes, l'anàlisi de les audiències, la influencia de la pandèmia en la programació i el projecte de futur que ens agradaria per a À Punt sense cap pas enrere.

Tot això queda reflectit en les pàgines d'aquest informe que presentem.

Julia Sevilla Merino

El secretari del CdC, Rafael Aguilar, amb la presidenta

SOBRE EL CONSELL DE LA CIUTADANIA

La Llei 6/2016, de 15 de juliol, de la Generalitat, del servei públic de radiodifusió i televisió d'àmbit autonòmic, de titularitat de la Generalitat, va preveure el Consell de la Ciutadania de la Corporació Valenciana dels Mitjans de Comunicació per a assistir el Consell Rector de la CVMC i la Direcció General de la SAMC i, alhora, oferir una perspectiva àmplia de la diversitat que hi ha a la societat. Així doncs, la justificació de la creació del Consell de la Ciutadania, com a òrgan independent en el marc de la CVMC, està en oferir participació ciutadana i garantir millor els drets de la ciutadania.

Com destaca el reglament orgànic del Consell de la Ciutadania, la pluralitat en la composició del Consell de la Ciutadania (CdC) té com a objectiu que el conjunt de la societat valenciana puga veure reflectits els seus interessos en la programació i els continguts que despleguen els diversos mitjans públics de la Generalitat. Així, des de la seua constitució en abril del 2018, aquest òrgan ciutadà està format per 13 membres que presten la seua col·laboració:

- **JULIA SEVILLA**, seleccionada a proposta de les principals associacions de defensa de la igualtat entre dones i homes, més tard triada presidenta del CdC;
- **TOÑO ABAD**, seleccionat a proposta de les principals associacions del sector de la defensa dels drets del col·lectiu LGTBI, més tard triat vicepresident del CdC;
- **LUCÍA PERIS i FERNANDO MÓNER** seleccionats a proposta de les associacions de consumidors i usuaris més representatives;
- **VICENTE MUÑOZ PUELLES**, seleccionat a proposta del Consell Valencià de Cultura;
- **VERÒNICA CANTÓ**, seleccionada a proposta de l'Acadèmia Valenciana de la Llengua;
- **FERNANDO VILAR**, seleccionat a proposta del Consell Valencià d'Universitats i de Formació Superior;
- **NURIA TENDEIRO**, seleccionada a proposta de la plataforma del Tercer Sector d'Acció Social de la Comunitat Valenciana;
- **ANDREU YAKÚBUV**, seleccionat a proposta del Consell Valencià de la Joventut;
- **PILAR DEVESA**, seleccionada en convocatòria pública del Consell Rector;
- **JOSÉ REIG**, seleccionat en convocatòria pública del Consell Rector de la CVMC;
- **MAITE PUERTES**, seleccionada en convocatòria pública del Consell Rector de la CVMC; i
- **JOSÉ IGNACIO PASTOR**, seleccionat en convocatòria pública del Consell Rector de la CVMC.

D'una banda, el Consell de la Ciutadania és l'òrgan assessor en matèria de programació i continguts de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Assessora el Consell Rector i la Direcció General en la definició i avaluació de les polítiques i estratègies de comunicació dels diferents mitjans i serveis de la CVMC. Les persones membres del Consell de la Ciutadania també tenen la missió d'oferir la perspectiva de les diferents audiències i identificar qüestions i demandes que puguen ser rellevants perquè siguen considerades.

D'altra banda, és funció del Consell de la Ciutadania exercir la defensa de l'audiència, rebent i instruint, mitjançant els mitjans habilitats a aquest efecte, les queixes de la ciutadania, contribuint a capacitar l'audiència per a un exercici crític, actiu i exigent en la seua demanda per un procés comunicatiu democràtic i de qualitat.

En compliment de l'encàrrec legal d'emetre «un informe semestral sobre el desenvolupament de les programacions dels diversos mitjans i serveis de la Corporació» (apartat «c» del punt 8 de l'article 20 de la Llei 6/2016, de la Generalitat), el present –encara que abordant tot l'any 2020– s'aprova, fa públic davant la ciutadania valenciana i s'entrega a la Presidenta en funcions del Consell Rector de la CVMC a Burjassot, el 30 de març de 2021.

El Consell de la Ciutadania el dia de la seua constitució, 13.04.2018, amb el President del Consell Rector de la CVMC, Enrique Soriano.

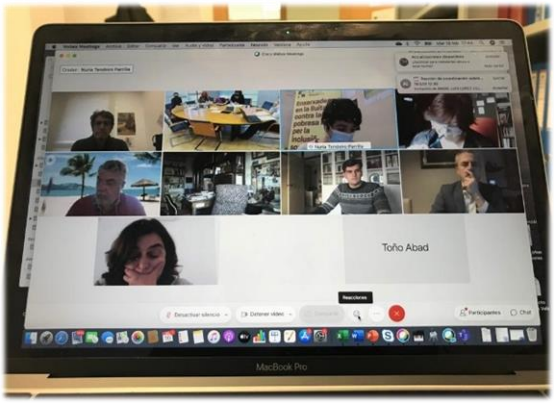
PRINCIPALS ACCIONS DEL CONSELL DE LA CIUTADANIA (2020)

En primer lloc, cal tenir present el fet que, al llarg del període temporal que ocupa aquest informe, À Punt Mèdia ha comptat amb dues persones assumint les competències de la Direcció General de la SAMC, la Sra. Empar Marco i el Sr. Alfred Costa.

Les principals accions que el Consell de la Ciutadania ha dut a terme al llarg de 2020, un any de pandèmia, protagonitzat per la crisi sociosanitària arran de la Covid-19, són les següents:

REUNIONS ORDINÀRIES

El Consell de la Ciutadania ha celebrat un total de catorze reunions ordinàries els dies 13 i 28 de gener, 24 de febrer, 16 i 24 d'abril, 12 i 28 de maig, 30 de juny, 14 de juliol, 21 i 28 de setembre, 26 d'octubre, 24 de novembre i 3 de desembre.



Vistes virtualment

Vistes presencialment

PRINCIPALS TEMES TRACTATS I ACORDS ADOPTATS

Els principals temes tractats i els acords més significatius que ha aprovat el Consell de la Ciutadania (CdC) al llarg del 2020 són els que figuren tot seguit:

- Resposta a les queixes i suggeriments remesos per la ciutadania al llarg de l'any 2020, una part important de les quals han tingut com a objecte de la queixa la retransmissió de les misses catòliques i celebracions religioses d'altres confessions, tema no exempt de polèmica entre l'audiència amb postures tant a favor com en contra de l'emissió de les celebracions religioses per part d'À Punt.

- Reunió celebrada el 28 de gener del 2020 amb la directora general de l'SAMC, Sra. Empar Marco, que va entregar a cada membre del Consell de la Ciutadania un dossier amb els documents següents:

- Valoració raonada de l'informe del Consell de la Ciutadania del primer semestre de 2019.

- Anàlisi de l'audiència de la televisió.

- Informació sobre el conveni marc entre les cinc universitats valencianes i la CVMC en matèria acadèmica, científica i cultural.

- Informe «À Punt i el tractament de la igualtat de gènere».

- Informació sobre les previsions de retransmissions d'À Punt Mèdia per al primer trimestre de 2020.

  D'altra banda, la directora general va valorar positivament l'informe del segon semestre de 2019 del Consell de la Ciutadania i es va comprometre a prendre en consideració els suggeriments que s'hi formulaven. Així mateix, va destacar la presència dels moviments socials en la programació, l'existència de nous programes dedicats a temes d'interés social que no hi existien quan es va fer el primer informe o que s'havien reforçat, com és el cas de *Terra viva*, programa dedicat a la conscienciació mediambiental. Igualment va fer referència a l'increment de la col·laboració amb les universitats públiques valencianes, així com a la millora de resultats de l'audiència i a la previsió de les retransmissions per al primer trimestre de 2020, que mostrava l'augment i la diversificació territorial de les retransmissions. Per últim, la directora general va informar de la creació d'una comissió d'informatius per a fer propostes en matèria de formació, entre les quals s'incloïen temes de periodisme amb perspectiva de gènere.

  Per la seua part, els membres del Consell de la Ciutadania van posar l'accent en alguns temes com ara la presència del punt de vista de les diferents associacions de consumidors, a més de les estrictament legals, en aquells espais televisius o radiofònics on es tracte el tema dedicat al consum; el tractament del llenguatge referit a temes socials que requereixen una especial sensibilitat, com ara l'ús indegut del terme *diversitat funcional* en lloc del de *discapacitat* o el tractament del tema de les persones sense sostre o del VIH. D'altra banda, també es va suggerir la realització d'alguna campanya per a millorar l'audiència d'À Punt Mèdia, així com la necessitat d'una major visualització del Consell de la Ciutadania com a òrgan que té la funció de defensar l'audiència.

- Reunió celebrada el 28 de gener del 2020 amb el president del Consell Rector de la CVMC, Sr. Enrique Soriano, que també va fer una valoració positiva dels informes emesos per part del Consell de la Ciutadania i, va proposar que el Consell de la Ciutadania tractara en els seus informes temes relacionats amb la programació. D'altra banda, també va suggerir que en els futurs informes, el Consell de la Ciutadania tinguera en compte que les dades sobre les queixes, tractades estadísticament, no reflectien la realitat social quan el nombre de queixes era molt reduït. Així mateix, el Sr. Soriano també va comentar el problema de la falta de *feedback* del treball del Consell de la Ciutadania en relació amb el públic, proposant com a solució treballar des de les associacions. Igualment, va plantejar la necessitat d'elaborar un reglament sobre el dret d'accés als mitjans de comunicació públics valencians, tema que va recomanar que fora objecte d'anàlisi per part del Consell de la Ciutadania. Finalment, el president del Consell Rector de la CVMC va informar d'una convocatòria pròxima per a fer un estudi a fi d'analitzar els continguts de la programació i les preferències de l'audiència de forma territorialitzada.
  Per la seua part, els membres del Consell de la Ciutadania van coincidir amb el Sr. Soriano en la necessitat d'una major visualització del treball i un millor

coneixement per part del públic de les funcions del Consell de la Ciutadania. En eixe sentit, van proposar la confecció d'un tríptic informatiu amb la finalitat de difondre'l entre la societat valenciana.

- En la reunió celebrada el 24 de febrer del 2020 es van adoptar les accions següents en relació amb la visualització del Consell de la Ciutadania per a proposar al Consell Rector de la CVMC: impressió d'exemplars d'un tríptic amb informació i funcions del Consell de la Ciutadania a fi de difondre'l entre diverses associacions i entitats; implementació de la informació del tríptic a través del web del CVMC mitjançant un bàner; i promoció del Consell de la Ciutadania en ràdio i televisió.

- En la mateixa reunió del 24 de febrer del 2020 també va comparéixer la Sra. Rosa Agost, membre del Consell Rector de la CVMC, a proposta del Consell de la Ciutadania, qui va mostrar la seua disposició a fer arribar al Consell Rector els temes que vulga plantejar el Consell de la Ciutadania. Així mateix, va informar de les actuacions en les quals ha intervingut com a membre del Consell Rector, destacant, entre d'altres, la seua participació en la Comissió de Seguiment del Llibre d'Estil; el seguiment de l'audiència d'À Punt Mèdia; el tema de la traducció de topònims per als informatius; o l'aprovació del Pla d'Igualtat per a la CVMC i la SAMC.

- En la reunió del 24 d'abril del 2020 es va acordar per majoria remetre al Consell Rector la resposta a la petició d'informe sobre el tractament de les celebracions religioses en À Punt durant l'estat d'alarma, lamentant en primer lloc l'adopció d'un acord sense fer una consulta prèvia al Consell de la Ciutadania, demanant una sèrie de documentació a fi de conéixer els criteris de la decisió del Consell Rector, recomanant la determinació d'un espai únic de la programació destinat a qüestions religioses que es distribuïsca entre les confessions que ho sol·liciten, d'acord amb la proporcionalitat de la seua implantació; i, finalment, sol·licitant que les emissions d'oficis religiosos es consideren amb caràcter extraordinari i especial durant l'estat d'alarma i que no es consoliden en la programació sense la consulta prèvia al Consell de la Ciutadania.

- En la reunió del 28 de maig del 2020 el Consell de la Ciutadania va decidir elaborar un informe sobre el dret d'accés de grups socials i polítics significatius, d'acord amb la petició del Consell Rector, que servira com a marc de criteris per a les retransmissions religioses en un futur. D'altra banda, també es va acordar per unanimitat remetre un escrit al Consell Rector en el qual es valorava positivament el manteniment de l'emissió de la programació religiosa en el context de crisi sociosanitària i mentre estigueren vigents les restriccions de mobilitat i d'aforament, i on també es considerava que les retransmissions de la programació religiosa no havien de tindre un caràcter definitiu en la programació mentre no s'acordara un marc de criteris sobre el dret d'accés i pluralisme per part del Consell Rector i, en eixe sentit, es comunicava que el Consell de la Ciutadania estava elaborant una proposta sobre aquesta qüestió.

- En la reunió del 30 de juny del 2020 es va aprovar per unanimitat el contingut següent de l'informe del Consell de la Ciutadania referit al segon semestre del 2019, un informe que es va decidir penjar en el web, atesa la impossibilitat de presentar-lo públicament a causa de la pandèmia:

  0. Presentació institucional

1. Memòria de les principals accions del Consell de la Ciutadania
2. Gestió de les queixes i dels suggeriments. Informe estadístic
3. Audiències
4. Dona i mitjans de comunicació
5. Les paraules inclusives creen realitats. Ferramentes per a una informació respectuosa amb la realitat de la inclusió i la diversitat
6. Foment de la lectura i comprensió lectora en relació amb À Punt
7. Vertebració del territori

- En la reunió del 28 de setembre del 2020 el Consell de la Ciutadania va aprovar per majoria remetre al Consell Rector de la Corporació Valenciana l'informe titulat «Oficis religiosos en À Punt com un cas particular de dret d'accés», sense perjudici del necessari desenvolupament d'una regulació general del dret d'accés en la plataforma pública valenciana de comunicació, i amb el contingut següent:

1. Consideracions sobre pluralisme, diversitat social i dret d'accés
   Doctrina constitucional i legislació autonòmica
2. Regulació de l'accés en els sistemes públics de comunicació
3. Consideracions sobre la religió en l'espai públic
   Dret d'accés per a qui?
4. Religió i televisió pública
   Creences i no creences en l'espai públic
5. Modalitats d'accés
   Presència i representació
   Dret de rèplica
   Limitacions de contingut
6. Cap a un model propi d'À Punt per a la diversitat religiosa

- En la reunió del 26 d'octubre del 2020 va tenir lloc la compareixença del director general d'À Punt Mèdia, Sr. Alfred Costa, que va explicar els projectes que s'estan fent en À Punt des que ell s'ha fet càrrec de la direcció. Es va referir a les accions desenvolupades en el camp de les relacions institucionals. També va descriure les línies de la nova programació, destacant, pel que fa als programes informatius, l'esforç realitzat durant la pandèmia amb els mateixos recursos de què es disposava. Així mateix va comentar com s'està realitzant el seguiment de les queixes i dels suggeriments que es remeten a la direcció des del Consell de la Ciutadania. Va informar sobre la gestió de la publicitat i sobre els projectes futurs per a programes de ficció. També va reportar les gestions realitzades durant la pandèmia en matèria de personal i en relació amb l'habilitació de locals adequats per a la prestació de serveis en les delegacions territorials.

Per la seua part, els membres del Consell de la Ciutadania van fer consideracions i preguntes sobre diversos temes com ara la nova programació; sobre si la producció pròpia continuarà centrant-se en informatius o s'apostarà més per producció pròpia de ficció i cultural; la gestió de les respostes a les queixes i els suggeriments de la ciutadania a fi d'oferir una major agilitat en les respostes; la necessitat d'un espai informatiu per a donar a conéixer què és el Consell de la Ciutadania i que tinga una major visibilitat en el web d'À Punt; la col·laboració del Consell de la Ciutadania en la formació del personal d'À Punt; la repercussió dels informes que elabora el Consell de la Ciutadania; la col·laboració amb altres televisions autonòmiques; l'horari d'emissió d'espais de conscienciació sobre gènere o culturals; o la possibilitat de fer unes jornades sobre el dret d'accés.

- En la reunió del 24 de novembre del 2020 es va decidir canviar el protocol de gestió de les queixes i els suggeriments amb la finalitat de donar una resposta més àgil i evitar demores en la tramitació, i així es va acordar que el dilluns de cada setmana es remetran les queixes i els suggeriments que hi arriben, les quals s'assignaran als membres del Consell de la Ciutadania seguint el criteri alfabètic.

- En la reunió del 3 de desembre del 2020 es va acordar remetre al Consell Rector un escrit de suggeriments a l'esborrany de contracte programa 2021-2023.

La presidenta del CdC oferint una rosella en memòria de les víctimes de la IIGM

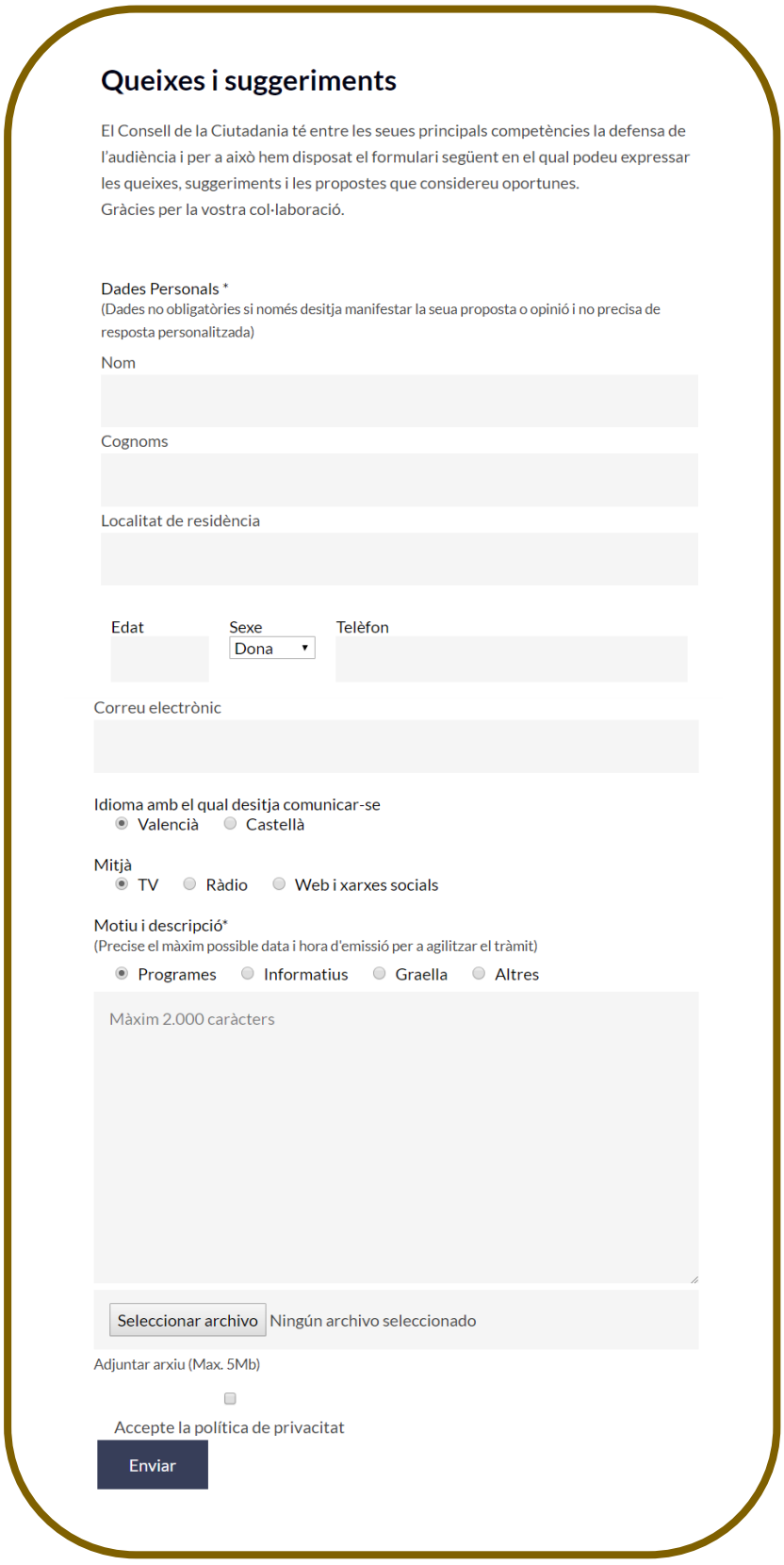
ACTES ALS QUALS HAN ASSISTIT MEMBRES DEL CONSELL DE LA CIUTADANIA

L'1 de febrer de 2020: assistència a l'espectacle «Atman. El comiat» sobre violència de gènere d'Ananda Dansa, que es va celebrar al Palau de les Arts de València.

L'11 d'abril de 2020: Assistència a la inauguració de l'exposició «Carmelina Sánchez-Cutillas. Des de les fronteres del silenci», organitzada per l'Acadèmia Valenciana de la Llengua, que es va celebrar al Centre del Carme Cultura Contemporània de València.

El 28 de setembre de 2020: Assistència al desdejuni informatiu sobre «ONG essencials davant de l'emergència Covid», que es va celebrar a la seu de la Fundació Bancaixa de València.

El 2 de desembre de 2020: Assistència a l'acte commemoratiu pel 75 aniversari del final de la Segona Guerra Mundial i entrega del Premi 9 de Maig (Dia d'Europa) que es va celebrar al Monestir de Sant Miquel dels Reis de València.



Queixes i suggeriments

El Consell de la Ciutadania té entre les seues principals competències la defensa de l'audiència i per a això hem disposat el formulari següent en el qual podeu expressar les queixes, suggeriments i les propostes que considereu oportunes.
Gràcies per la vostra col·laboració.

Dades Personals *
(Dades no obligatòries si només desitja manifestar la seua proposta o opinió i no precisa de resposta personalitzada)

Nom

Cognoms

Localitat de residència

Edat | Sexe: Dona | Telèfon

Correu electrònic

Idioma amb el qual desitja comunicar-se
Valencià Castellà

Mitjà
TV Ràdio Web i xarxes socials

Motiu i descripció*
(Precise el màxim possible data i hora d'emissió per a agilitzar el tràmit)
Programes Informatius Graella Altres

Màxim 2.000 caràcters

Seleccionar archivo Ningún archivo seleccionado

Adjuntar arxiu (Max. 5Mb)

Accepte la política de privacitat

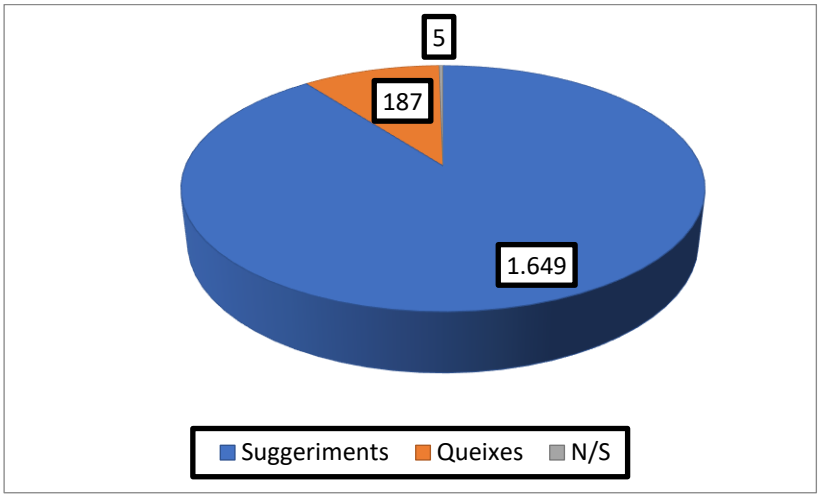
Enviar

Formulari en la pàgina web de la CVMC

EVOLUCIÓ EN EL TEMPS

Durant l'any 2020, de l'1 de gener fins al 31 de desembre, s'han rebut 1.841 queixes o suggeriments.

QUEIXES	SUGGERIMENTS	NO INDICA
187	1.649	5



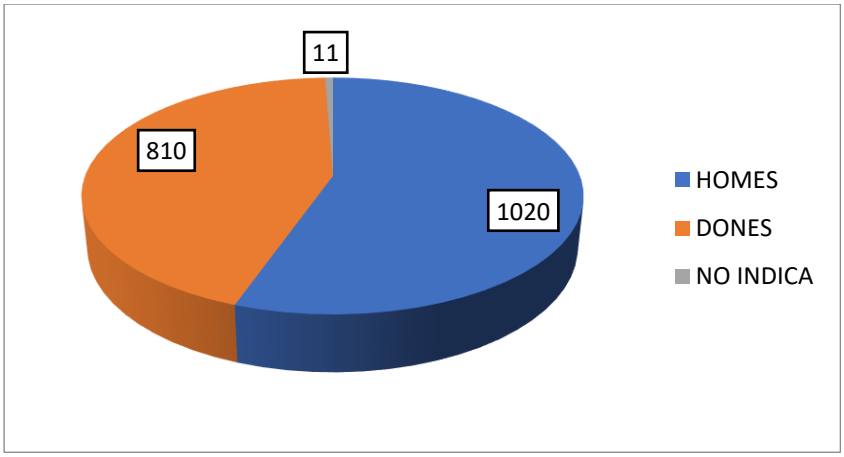
Respecte a l'informe anterior hi ha hagut un increment exponencial tant en les queixes com en els suggeriments rebuts en el Consell de la Ciutadania, passant de 61 queixes i 48 suggeriments que es van rebre durant l'any 2019, a les 187 queixes i 1649 suggeriments durant l'any 2020.

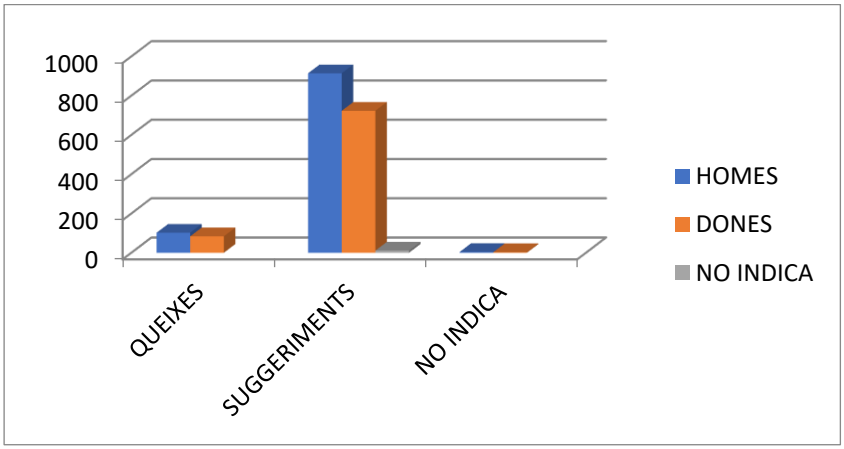
Els factors que han influït en aquest increment han sigut:

- La inclusió dins de la programació d'À Punt de l'emissió de misses, motivada per la situació d'estat d'alarma a causa de la situació d'emergència sanitària provocada per la Covid-19, així com, posteriorment, l'anunci de la seua supressió de la graella després de la finalització de l'estat d'alarma, ha provocat la majoria de queixes i suggeriments manifestant tant el suport com la seua disconformitat.

PER SEXE

De les 1841 incidències rebudes, 1020 són d'homes i 810 de dones. En les 11 restants no s'indica el sexe.

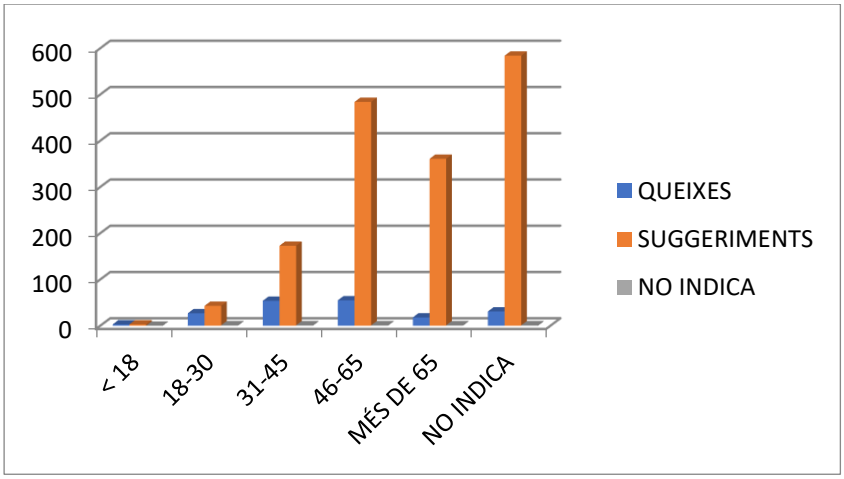




PER EDAT

Si diferenciem per edats, sense tindre en compte els que no la indiquen, la franja que més queixes i suggeriments ha presentat ha sigut la de 46 a 65 anys i, després, els de més de 65 anys.

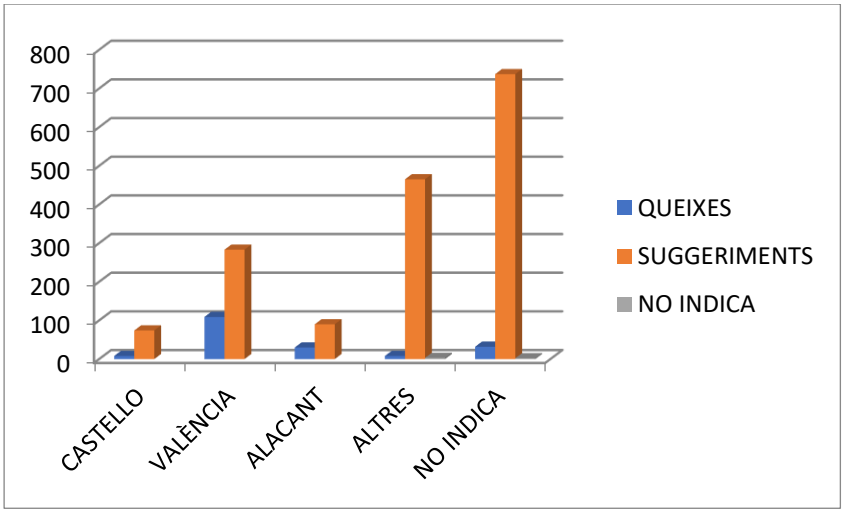
EDAT	QUEIXES	SUGGERIMENTS	NO INDICA
<18	3	3	0
18-30	27	43	1
31-45	54	173	1
46-65	55	484	1
>65	18	361	1
NO INDICA	31	584	1



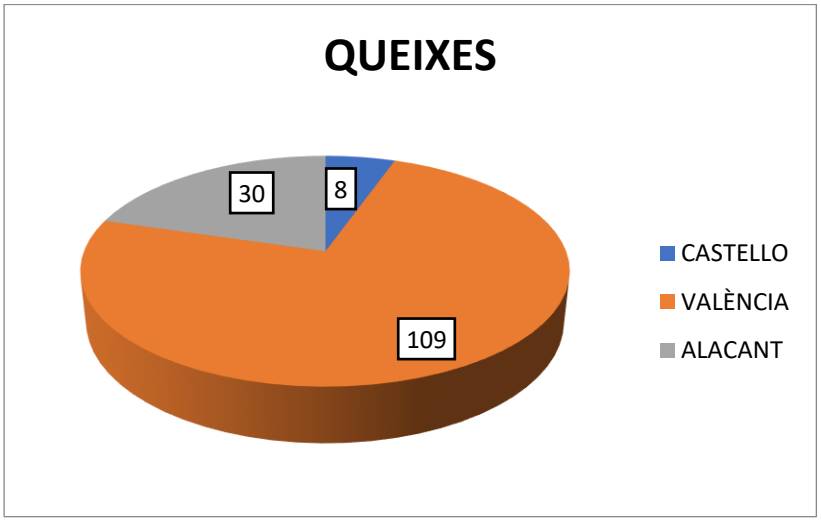
PER LOCALITAT

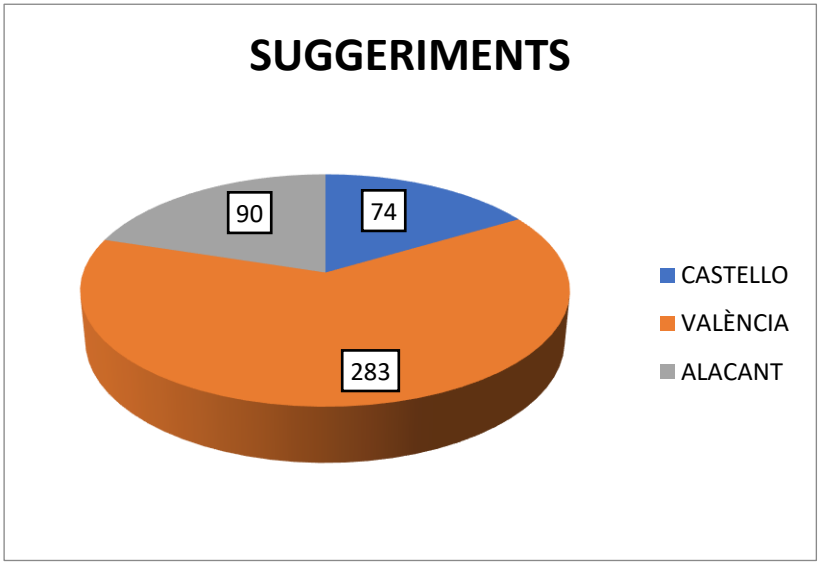
La major part de queixes i suggeriments provenen d'altres províncies de fora de la Comunitat Valenciana. A la Comunitat Valenciana, la província de València és la que més queixes i suggeriments acapara, seguida d'Alacant. No obstant això, són molts els usuaris que no indiquen la localitat de procedència.

LOCALITAT	QUEIXES	SUGGERIMENTS	NO INDICA
CASTELLÓ	8	74	
VALÈNCIA	109	283	
ALACANT	30	90	
ALTRES	8	465	3
NO INDICA	32	737	2

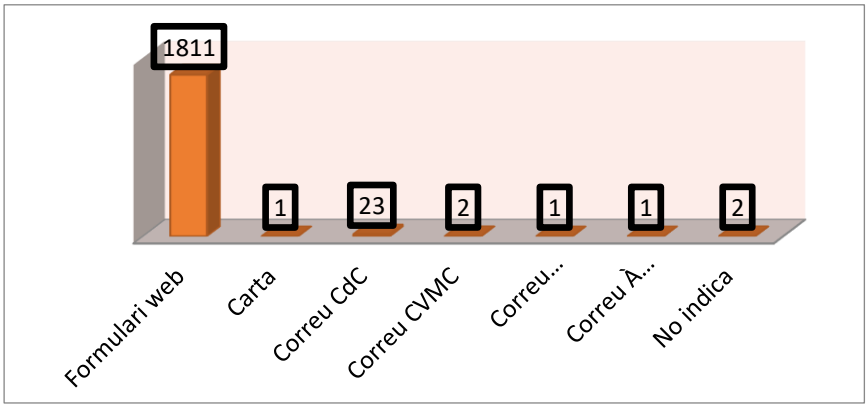


A la Comunitat Valenciana, aquestes són les dades de queixes i suggeriments per província:





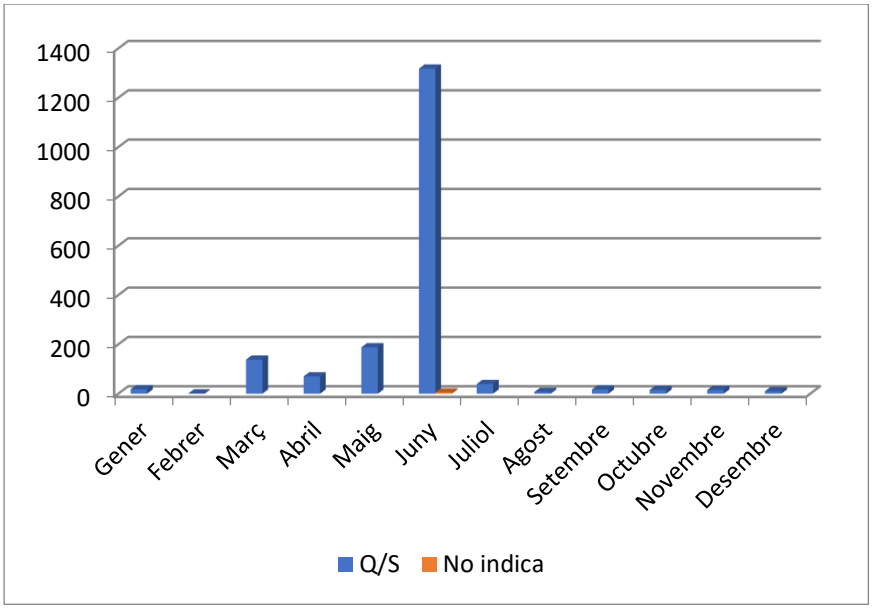
MITJANS DE RECEPCIÓ



És el formulari situat en el web de la CVMC, el sistema majoritàriament utilitzat pels ciutadans i ciutadanes per a realitzar les seues queixes i suggeriments, la qual cosa posa de manifest la consolidació d'aquest formulari com a mitjà per a rebre les aportacions i propostes de la ciutadania. En una proporció mínima s'utilitzen altres mitjans per a remetre les queixes i suggeriments com el correu electrònic, la carta postal...

DISTRIBUCIÓ PER MESOS

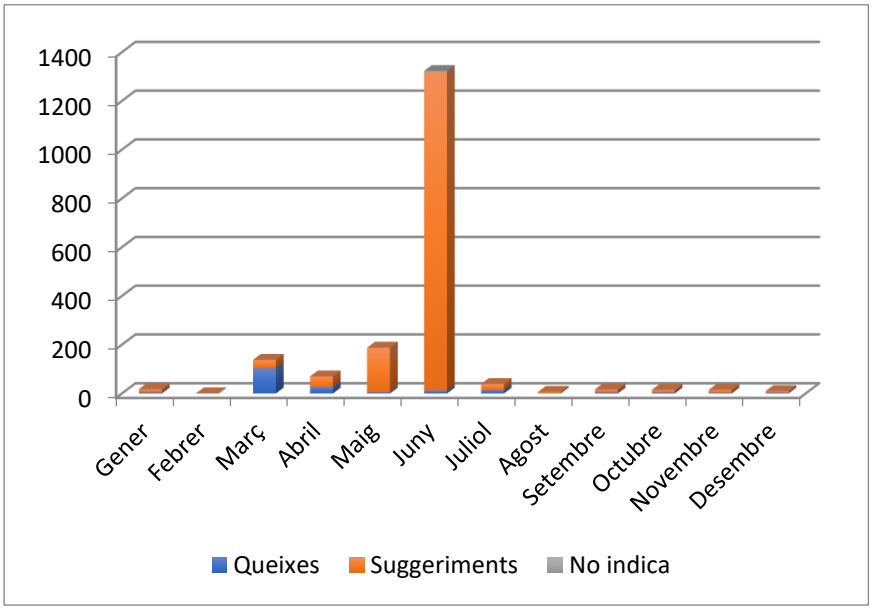
	QUEIXES/SUGGERIMENTS	NO INDICA
GENER	18	
FEBRER	1	
MARÇ	138	
ABRIL	70	
MAIG	188	
JUNY	1318	5
JULIOL	39	
AGOST	7	
SETEMBRE	17	
OCTUBRE	15	
NOVEMBRE	15	
DESEMBRE	10	



Durant els primers mesos de l'any 2000, i també durant l'últim trimestre, es manté la tendència de queixes i suggeriments d'altres informes. És durant el mes de març, coincidint amb l'inici de l'estat d'alarma per la Covid-19 i el començament de l'emissió de misses en la programació d'À Punt on s'incrementa de manera considerable el nombre de queixes i, especialment, de suggeriments, sobretot durant el mes de juny.

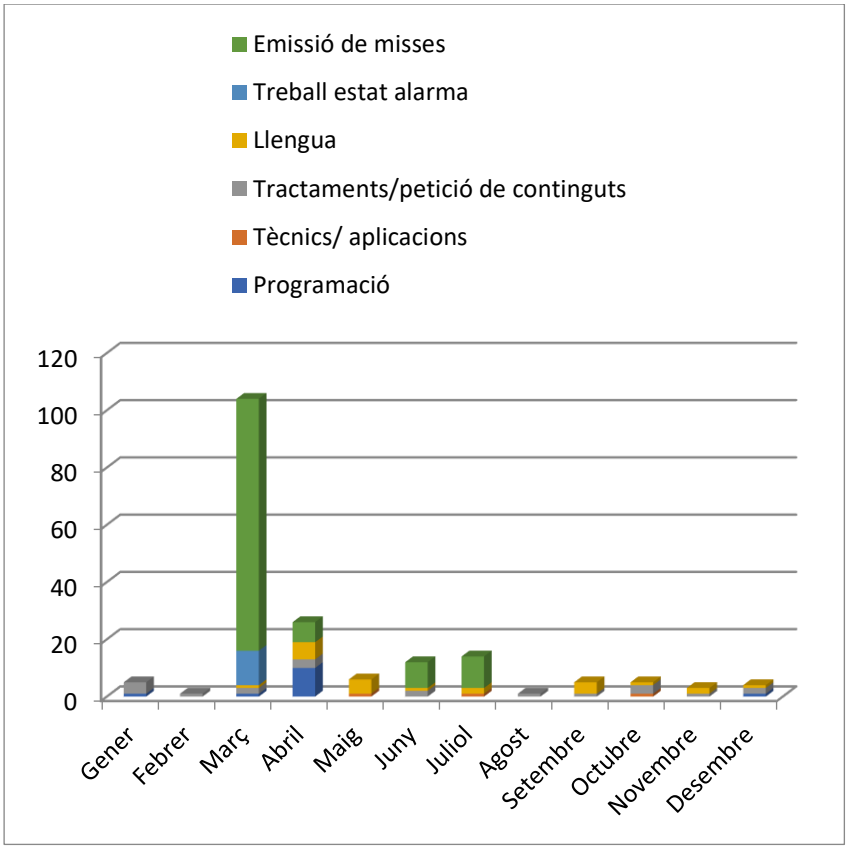
DISTRIBUCIÓ DE QUEIXES I SUGGERIMENTS PER MESOS

	QUEIXES	SUGGERIMENTS	NO INDICA
GENER	5	13	
FEBRER	1		
MARÇ	104	34	
ABRIL	27	43	
MAIG	6	182	
JUNY	12	1306	5
JULIOL	14	25	
AGOST	1	6	
SETEMBRE	5	12	
OCTUBRE	5	10	
NOVEMBRE	3	12	
DESEMBRE	4	6	



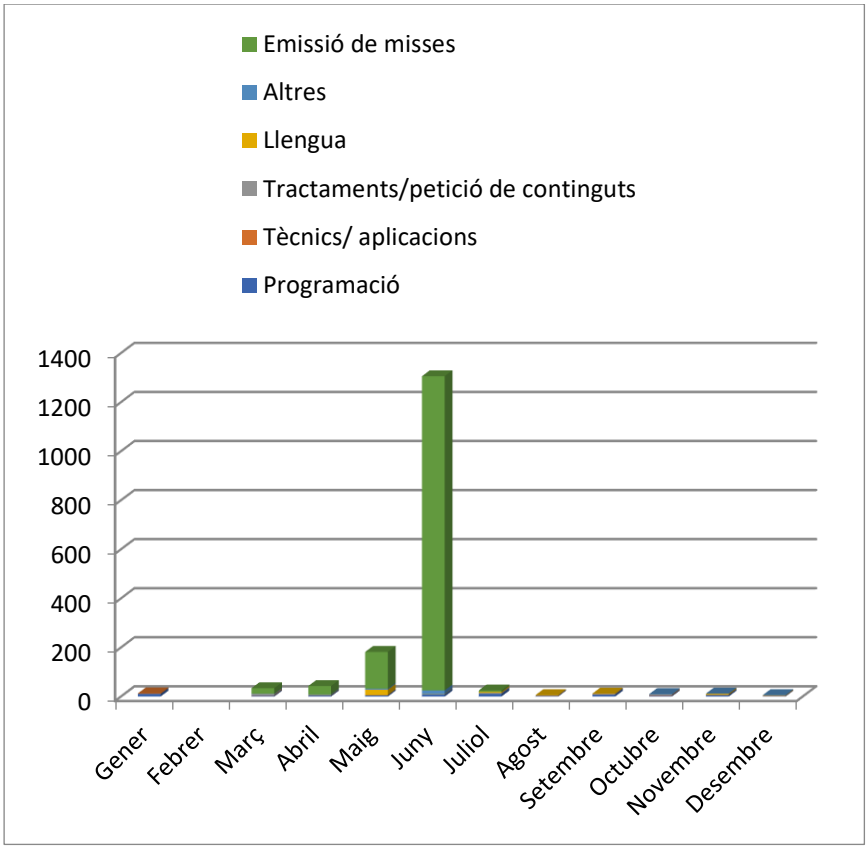
DISTRIBUCIÓ QUEIXES PER TEMÀTICA I MESOS

	PROGRAMACIÓ	TRACTAMENT PETICIÓ CONTINGUTS	TÈCNICS APLICACIONS	LLENGUA	EMISSIÓ MISSES	TREBALL ESTAT ALARMA
GEN.	1	4				
FEB.		1				
MAR.	1	2		1	88	12
ABR.	10	3		6	7	
MAI.			1	5		
JUN.		2		1	9	
JUL.			1	2	11	
AGO.		1				
SET.		1		4		
OCT.		3	1	1		
NOV.		1		2		
DES.	1	2		1		



DISTRIBUCIÓ SUGGERIMENTS PER TEMÀTICA I MESOS

	PROGRAMACIÓ	TRACTAMENT PETICIÓ CONTINGUTS	TÈCNICS APLICACIONS	LLENGUA	EMISSIÓ MISSES	ALTRES
GEN.	11		2			
FEB.						
MAR.	3	5	1	1	22	2
ABR.	4		1	1	34	3
MAI.	5		1	22	150	4
JUN.	8	1		1	1281	15
JUL.	11	4		4	6	
AGO.	2	2	1	1		
SET.	8	2	1	1		
OCT.	3	4	2			1
NOV.	6		1	4		1
DES.	1	2	1	1		1



Amb diferència, l'emissió de les misses a l'inici de l'estat d'alarma i el posterior anunci de la suspensió de l'emissió després de la finalització de l'estat d'alarma ha provocat un al·luvió de queixes i, especialment, de suggeriments. Durant el mes de març s'han rebut sobretot queixes manifestant la seua oposició a l'emissió de les misses i, en canvi, és durant el mes de juny quan es reben més d'un miler de suggeriments perquè es mantinga la retransmissió de les misses. Des del mes d'agost ja no s'ha rebut cap queixa ni suggeriment relacionat amb aquest tema.

En l'apartat de Programes, les queixes i suggeriments que s'han rebut en el Consell de la Ciutadania se centren a sol·licitar el canvi d'horari d'emissió de programes, com és el cas de *La memòria rescatada* o les partides de pilota. També es demana l'emissió de sèries com *Detectiu Conan*, *Bola del drac*, entre altres, de determinats programes com *Podríem fer-ho millor*, partits de futbol o pel·lícules.

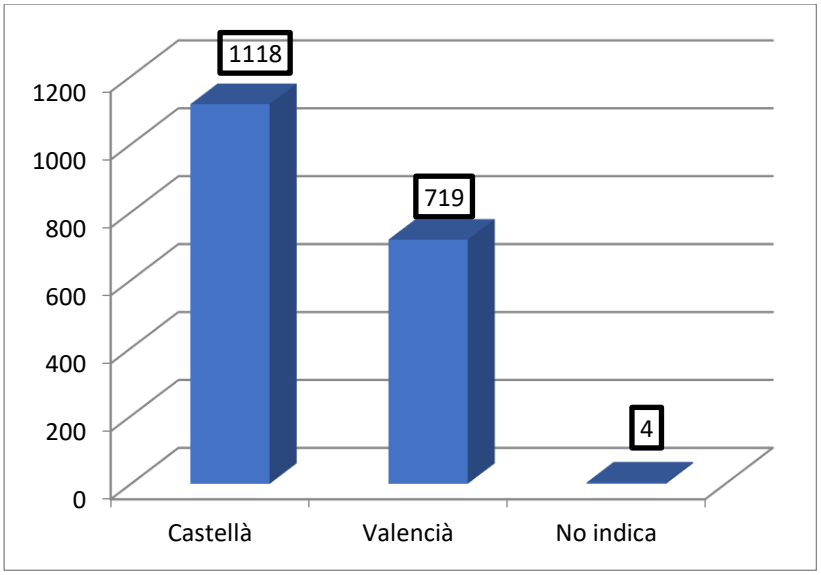
En l'apartat de Tècnics destaquen, d'una banda, temes relacionats amb la pàgina web i la televisió a la carta, la possibilitat de reciprocitat de senyal amb altres canals autonòmics, problemes

tècnics en el senyal, presència d'À Punt en plataformes, així com la inclusió de subtítols a la carta.

En l'apartat de Llengua, destaquen les queixes i/o els suggeriments relacionats amb la pronunciació, el doblatge de les pel·lícules o amb la modificació d'articles del Llibre d'Estil de la CVMC. Altres suggeriments estan relacionats en el fet que l'emissió de la publicitat es faça en valencià.

En l'apartat de Tractament de Continguts, figuren peticions de cobertura d'informació, falta de visibilitat de determinades zones, entre d'altres.

IDIOMA UTILITZAT

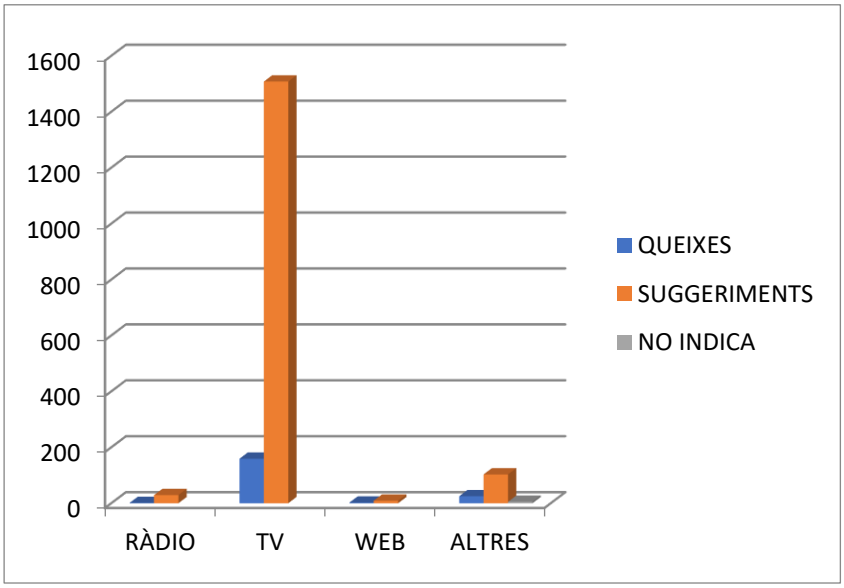


El castellà és l'idioma més utilitzat en les queixes i suggeriments rebuts pel Consell de la Ciutadania durant l'any 2020.

Durant aquest exercici s'han rebut a través del formulari del Consell de la Ciutadania i relacionat amb l'anunci de la supressió de l'emissió de misses un al·luvió de queixes tant de fora del territori com de dins de la Comunitat Valenciana. En canvi, durant l'exercici anterior, va ser el valencià l'idioma més utilitzat entre l'audiència d'À Punt.

MITJÀ MOTIU DE LA QUEIXA O DEL SUGGERIMENT

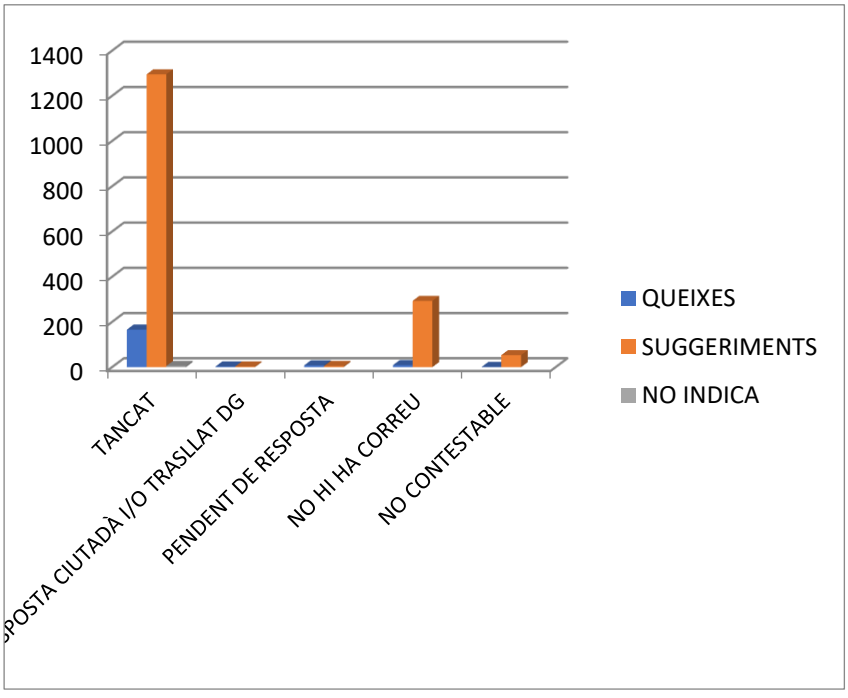
MITJÀ MOTIU	QUEIXES	SUGGERIMENTS	NO INDICA
RÀDIO	1	29	
TV	159	1508	
WEB	2	9	
ALTRES	25	103	5



SITUACIÓ DE L'EXPEDIENT

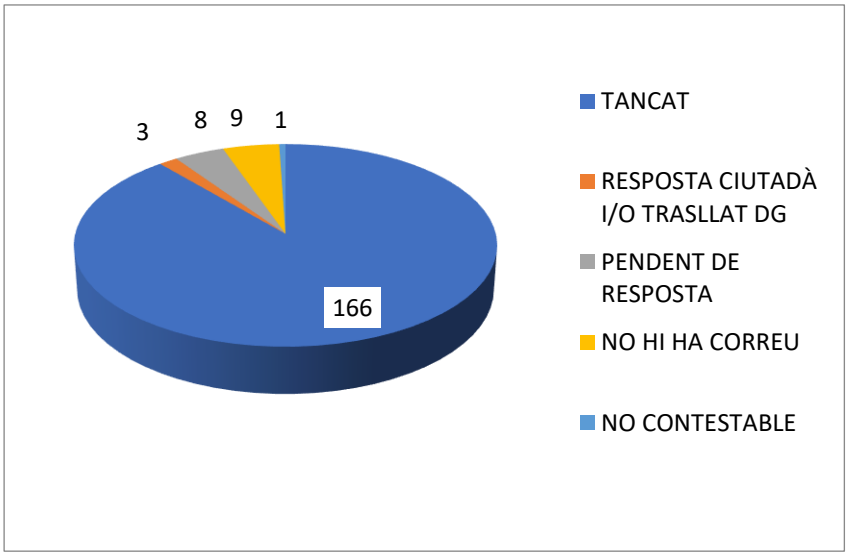
De les queixes i els suggeriments rebuts, més de 1.460 ja es troben tancats. En queden pendents de resposta 13 i en 302 dels casos no hi ha correu per a poder respondre a l'usuari.

	QUEIXES	SUGGERIMENTS	NO INDICA
TANCAT	166	1295	5
RESPOSTA CIUTADÀ I/O TRASLLAT DG	3	3	
PENDENT DE RESPOSTA	8	5	
NO HI HA CORREU	9	293	
NO CONTESTABLE	1	53	



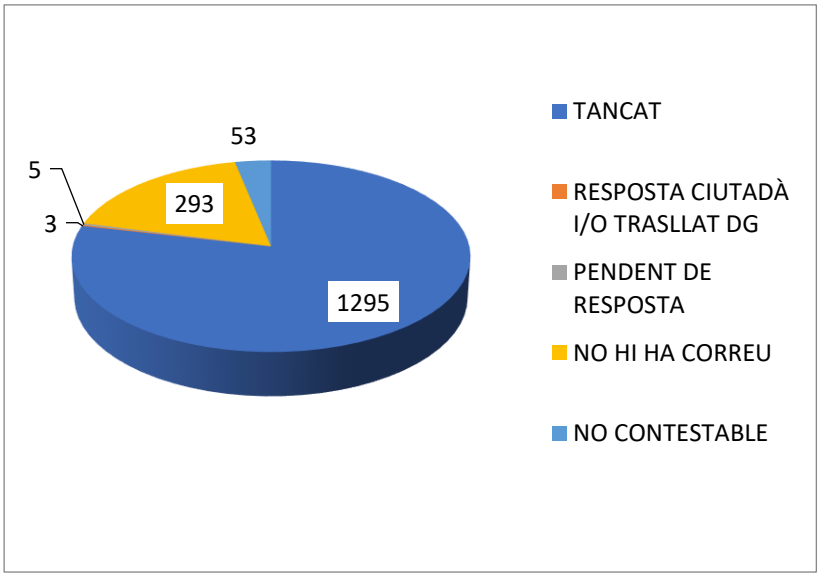
QUEIXES

De les queixes rebudes, 166 ja han sigut tancades, mentre que 8 d'elles encara no tenen resposta.



SUGGERIMENTS

Dels suggeriments que s'han rebut, se n'ha donat resposta a 1.295, donant-los per tancats. En queden 5 pendents de resposta i 293 als quals no s'ha pogut respondre perquè no s'hi indica cap correu electrònic.

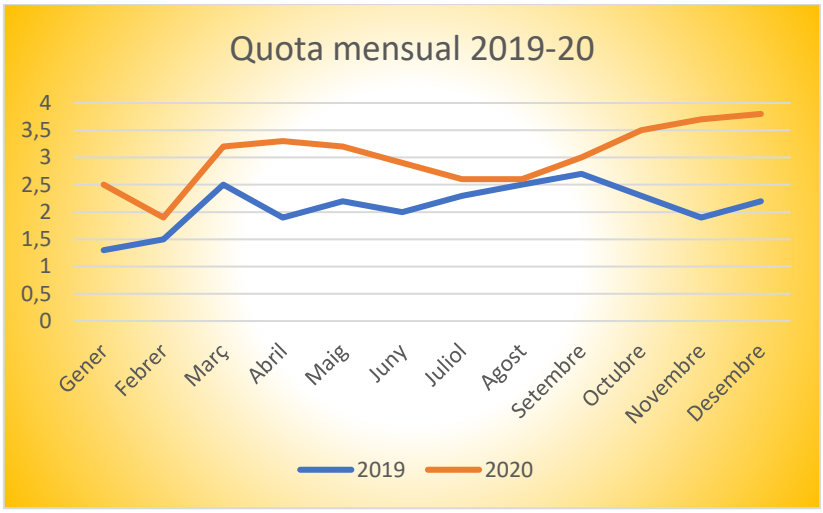


AUDIÈNCIES

Si en el nostre informe anterior, corresponent a l'any 2019, assenyalàvem el tema de les audiències "com un dels punts febles de la plataforma de comunicació valenciana À Punt Mèdia", cal reconéixer que l'any 2020 s'ha caracteritzat per un sensible avanç en la consecució d'una audiència estable i consolidada. La quota de pantalla o *share* (percentatge d'espectadors que veuen les emissions d'À Punt sobre el total del consum de TV), és encara comparativament baixa en el conjunt de la Forta, però ha experimentat una millora sostinguda al llarg de tot l'any.

Observem aquest assumpte de les audiències amb totes les excepcions que han d'interposar-se, sobre el valor relatiu de la dada d'audiència en un moment en què els suports digitals han diversificat les formes i temps de consum (consums diferits), multiplicat les pantalles d'accés i fins i tot la manera passiva/activa en què es gaudeixen els continguts. Amb totes aquestes excepcions, diem, l'augment de quasi un 43% ha de significar una certa consolidació del projecte o, almenys, una millora del seu arrelament entre els valencians i les valencianes. Consolidació que es registra en el seu segon any complet d'emissions, malgrat els condicionants que van acompanyar el seu naixement: la falta de continuïtat amb la seua antecessora Canal 9, desapareguda des de 2013, i la creixent fragmentació dels públics digitals.

Les xifres de *share* o quota, que s'havien mantingut relativament estables i en xifres molt xicotetes durant el 2019, s'han incrementat mes a mes durant el 2020. La declaració d'estat d'alarma, a causa de la pandèmia de Covid-19, amb el confinament domiciliari, va espentar amb tota seguretat els índexs en el primer moment. El mes de març representa un augment des de l'1,9 al 3,2 de *share*, però s'aconsegueixen pics de 4,8 durant els dies de màxim tancament. Va baixar una miqueta durant els mesos d'estiu, coincidint amb la "desescalada" del confinament, per a tornar a pujar per damunt del 3 i escalar en l'últim quadrimestre a les proximitats del 4.



Font: elaboració pròpia amb dades de Kantar Media.

En aquest context de competència oberta i canvi d'hàbits de consum no era d'esperar un creixement ràpid de la quota de pantalla, però sí un augment sostingut, que és, precisament, el que registren les dades. La mitjana mensual de la quota, que resulta d'agregar la quota diària i dividir pel nombre de dies, llança una millora neta de 9 dècimes, la qual cosa suposa escalar un parell de llocs en el rànquing de les TV autonòmiques (del 15 al 13). À Punt està encara en la franja intermèdia, això significa que, encara que supera a les segones cadenes, no aconsegueix arribar a les primeres de cada comunitat:

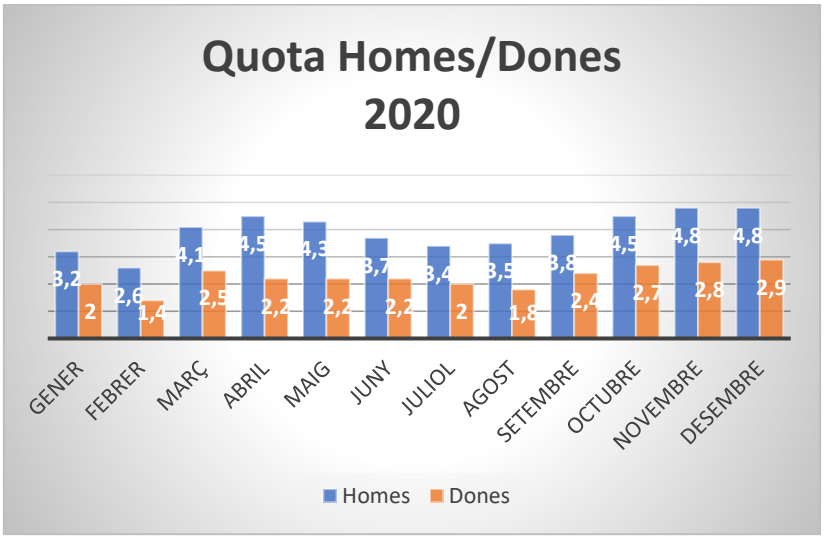
(pàgina següent)

Cadena	Mitjana 2018	Mitjana 2019	Mitjana 2020
TV3	13,9	**14,6%**	14,6
TVG	9,9	9,3%	9,9
ETB 2	8,3	8,3%	9,9
Aragón TV	8,4	8,8%	9,3
Canal Sur	8,8	8,0%	7,4
TPA	5,5	5,9%	6,8
C.EXT.TV	5,9	5,8%	6,2
TVCAN	5,2	5,6%	5,8
CMM	5,7	6,1%	5,6
Telemadrid	4,5	5,1%	5,4
IB3	2,5	3,5%	4,7
LA7RM	2,9	2,8%	4
À Punt	**1,3**	**2,1%**	**3**
ETB 1	2,3	2,1%	1,7
TPA2	0,8	0,9%	1,1
La Otra	0,8	0,9%	0,9
TVG2	0,6	0,7%	0,7
Super3/33	0,9	0,8%	0,6
ETB 4	0,6	0,6%	0,6
CAT 3/24	1,8	2,2%	0,4
TV3CAT	0,5	0,6%	0,4
And-TV	0,4	0,4%	0,4
Esport3	0,5	0,5%	0,3
ETB 3	0,3	0,3%	0,3
Galicia TV	0,1	0,2%	0,1
	Font: Barlovento Comunicación 2019 & 2020		

En altres informes i en altres seccions d'aquest mateix s'atén el compliment del Contracte Programa en aspectes com la diversitat i el pluralisme o els valors cívics, així com en la varietat genèrica i de programes. En aquesta secció ens limitem a observar l'evolució dels públics de la nostra plataforma.

I ací és on trobem dades que mereixen una reflexió. D'acord amb els informes mensuals d'audiència d'À Punt, hem de mantindre les observacions que ja férem en l'informe anterior. Han crescut els públics de la plataforma valenciana de comunicació, però en el seu interior el públic continua mostrant alguns problemes que condicionen el desenvolupament futur i amenacen les possibilitats de consolidació:

1) **Biaix de sexe**: en el seu segon any de funcionament, no sembla que À Punt haja superat el biaix de sexe del seu públic. Hi ha més homes que dones sintonitzant À Punt. La diferència, de fet, ha augmentat d'1,6 homes per cada dona en 2019, a 1,7 en 2020. Aquestes dades contradiuen la tendència general en el món de la TV, on solen predominar els públics femenins. Si això té alguna significació relacionada amb els continguts o s'explica per un altre factor, requeriria una indagació específica, però en un enfocament centrat en la pluralitat, la dada ja indueix a una certa preocupació.



Font: elaboració pròpia amb dates de Kantar Media.

2) **Biaix d'edat**: Ja en l'anterior informe del Consell de la Ciutadania s'apuntava la preocupació per la falta de seguiment de les emissions en les primeres franges d'edat.

Que la quota mitjana anual resulte major en la franja de 25 a 44 anys (5,8) és una bona notícia perquè indica una certa implantació en aquest segment actiu de la població, però que l'immediatament anterior (de 13 a 24 anys) siga quasi inexistent (0,8) pot comprometre el creixement futur dels públics d'À Punt. Aquesta impressió, no obstant això, podria matisar-se a la vista de la dada de consum (minuts de consum de TV al dia), que mostra que la franja de major edat passa quasi quatre vegades més de temps davant la pantalla que la franja de 25 a 44 anys. Potser hi ha ací un tema de reflexió per a programadors.

3) **Biaix de territori**: Si analitzem la distribució territorial de la nostra quota d'audiència, resulta que el predomini del públic valencià (província) és aclaparador. Es diria que la Plataforma À Punt no es percep com a pròpia amb la mateixa intensitat en tot el territori. Per descomptat que la població no està uniformement repartida, però la distribució de l'audiència no es limita a seguir aquesta pauta: la quota o *share* a la província de València és més de dues vegades i mitja la d'Alacant, quan la relació entre el nombre de població no arriba a una vegada i mitja.

QUOTES	Prov. València	Prov. Alacant	Prov. Castelló
2020	4,2	1,6	1,6
2019	3,1	1,1	1,3

El que aquestes dades ens diuen és que la major part del creixement del públic d'À Punt, considerat en xifres absolutes, correspon a persones que viuen a València i que la consolidació en la resta del territori és molt menor. No obstant això, el públic d'Alacant creix un 40% si comparem el *share* mitjà de 2019 i 2020. Un creixement molt superior al de la província de Castelló. El que cal deduir és que les emissions de la plataforma autonòmica no aconsegueixen interessar amb la mateixa intensitat en tot el territori. Cal repetir ací el que s'ha assenyalat per al biaix de sexe: si hi ha alguna característica en els continguts que explique una desigualtat tan pronunciada en el seguiment, és una cosa que mereix una recerca independent.

Una possible aproximació a aquest assumpte és la que proporcionen els Informes d'anàlisi del pluralisme polític i social en els mitjans de televisió, ràdio i web de l'àmbit audiovisual valencià, realitzats per GFK per a la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, dels quals només disposem dels corresponents als dos primers trimestres de l'any. En l'apartat referit a la distribució territorial del "temps de notícia", es presenta un còmput que desmenteix la impressió d'un excés de centralisme en els noticiaris de la cadena: en tots dos trimestres la presència o atenció informativa a les tres províncies s'ajusta amb bastant precisió a la seua grandària poblacional, amb una lleu sobrerepresentació de Castelló i, en menor mesura, d'Alacant. Sembla, doncs, que no és la falta d'atenció informativa a aquestes comarques la causa de la seua falta de seguiment. Així doncs, no serà tan fàcil veure com augmentar el temps d'antena d'aquests territoris.

El que sí que resulta indubtable és que l'assumpte mereix una atenció especial i segurament requerirà accions específiques que es facen notar en l'oferta de continguts i en la publicitat de la Plataforma per a aconseguir que siga percebuda com a pròpia també a les comarques del sud.

4) **Biaix socioeconòmic:** els indicadors de nivell socioeconòmic de les audiències ens diuen que el perfil de l'espectador d'À Punt, a més d'home d'entre 25 i 44 anys, és d'una posició social alta o mitjana-alta. Aquesta circumstància ha variat més aviat poc des del principi de les emissions.

Alt	Mig	Baix
IA+IB	IC+ID	IE
5,0	2,9	1,6

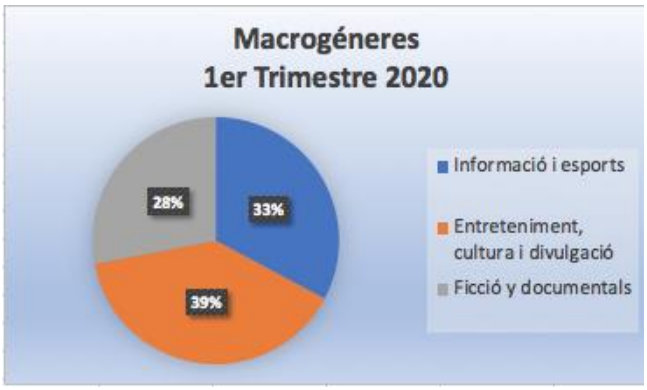
5) **Biaix lingüístic**: Si una de les funcions principals d'una plataforma pública de comunicació és la preservació i el foment de la cultura i la llengua pròpies de la Comunitat, la dada sobre els usos lingüístics dels espectadors hauria de ser clau. No obstant això, només en dos dels informes mensuals de Kantar Media en 2020 (gener i abril) apareix contemplat aquest aspecte. En tots dos, el predomini

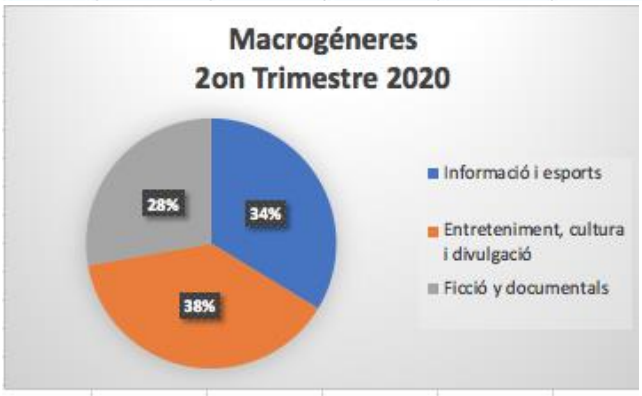
d'espectadors que parlen el valencià és aclaparador, per damunt del 80%. Encara que resulta bastant lògic, ja que el valencià és la llengua vehicular i aquesta és una condició irrenunciable en el nostre cas, és evident que la plataforma complirà millor la seua funció com més capaç siga d'incorporar públics no valencianoparlants a la seua audiència.

Es fa necessari observar amb deteniment aquest paràmetre en el futur, per la qual cosa recomanem la seua inclusió en els informes futurs de seguiment de les audiències.

6) **La grandària de l'hàbitat** també sembla influir en la quota d'audiència i és també un paràmetre relacionat amb els dos anteriors, el nivell socioeconòmic i l'ús lingüístic. À Punt obté millors ràtios en poblacions per damunt dels 200.000 habitants (3,6 de quota mitjana anual) i manté una quota menor en els altres dos segments d'hàbitat (de 50.000-200.000 i menys de 50.000 habitants.

El pes relatiu dels diferents tipus de continguts sembla ben equilibrat en les emissions d'À Punt. Segons l'Anàlisi del pluralisme de GFK la distribució per macrogèneres resulta així, pel que fa als dos primers quadrimestres del 2020:





Font: elaboració pròpia amb dates de GFK

D'acord amb les dades d'audiència, el contingut estrela de la plataforma À Punt i el que explica els actuals nivells de seguiment són els informatius. Això no resulta estrany, ja que sol ser aquesta la marca distintiva de cada canal. La demanda d'informació general i pròpia de la Comunitat Valenciana sembla estar ben vehiculada pel NTC Migdia, NTC Nit i NTC Cap de Setmana. El que potser queda més desdibuixat és l'altra part de l'oferta, capaç d'interessar a públics més transversals.

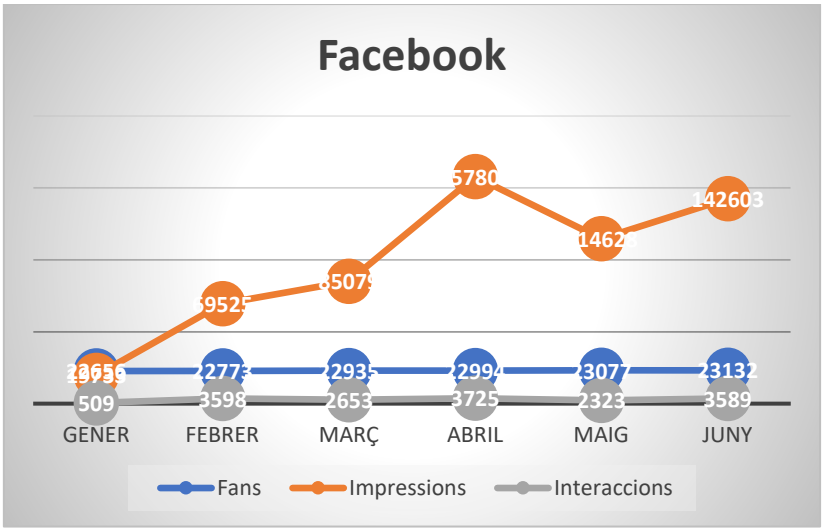
Totes les emissores de TV tenen algun programa no informatiu amb capacitat d'arrossegament que serveix d'estendard i marca de la cadena. Sol apostar-se per programes de varietats, no gaire cars, però amb convidats i enfocaments brillants que ocupen una franja d'entreteniment. És molt possible que a la Plataforma À Punt li estiga faltant aquesta classe de programa estrela de no-ficció, és a dir, un format d'entreteniment que identifique i distingisca la cadena i que no ha de seguir necessàriament l'enfocament populista dels programes estrela de la predecessora Canal 9.

AUDIÈNCIA SOCIAL

La consolidació d'una plataforma pública de comunicació vinculada a un territori i a una funció de preservació i promoció de la identitat cultural i lingüística no pot limitar-se a les audiències tradicionals, ja que el creixement del consum digital està alterant els hàbits de recepció dels continguts culturals, informatius i d'entreteniment. Necessitem, doncs, atendre les anomenades "audiències socials", la qual cosa inclou l'estudi de les interaccions del públic a través de les xarxes i la seua utilització dels altres canals de difusió.

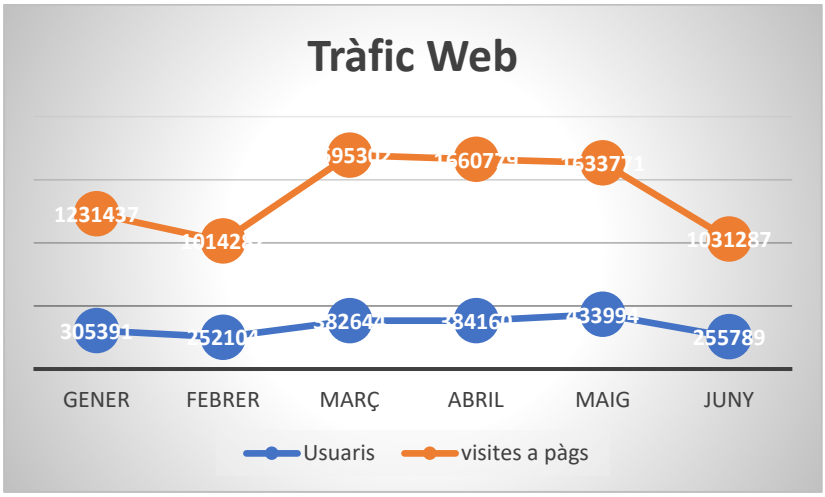
Els seguidors d'una plataforma de comunicació a través de canals digitals i de les xarxes disposen d'una major capacitat d'interacció i resposta davant els continguts. No es limiten a veure o no veure un programa, sinó que deixen la petjada de la seua reacció i les seues opinions a través de moltes petites interaccions i moviments, l'estudi dels quals resulta bàsic per als programadors de contingut.

Els usuaris d'À Punt tenen l'opció d'interactuar a través de la pàgina Facebook de la plataforma i també de la web oficial. Facebook registra l'existència d'un col·lectiu de seguidors o "fans" que visualitzen els posts o unitats de publicació del mur d'À Punt ("impressions") i que realitzen un nombre determinat d'"interaccions" com donar "m'agrada", compartir, etc.



Font: elaboració pròpia amb dates de Konodrac.

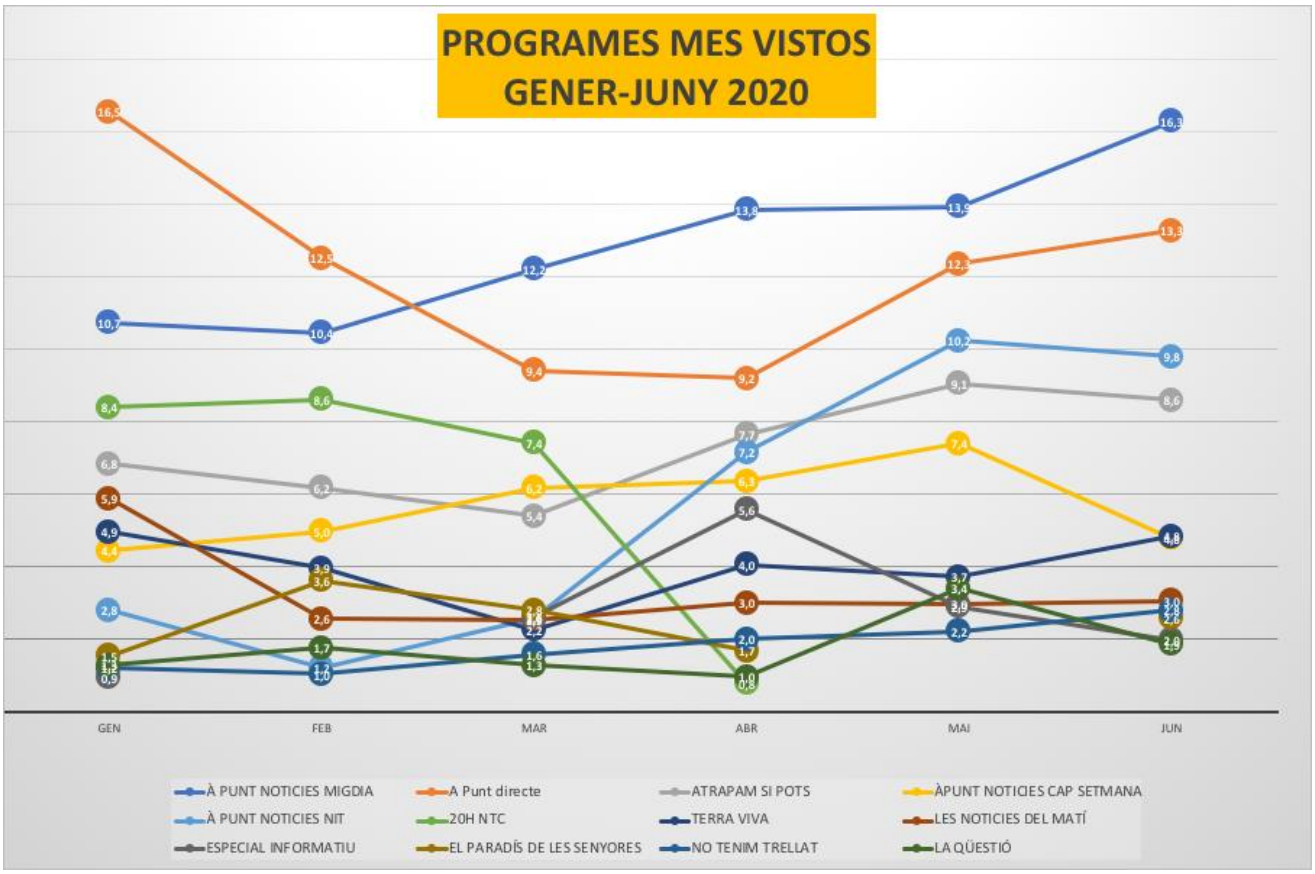
Per la seua part, el portal web de la plataforma té també el seu públic i pot ser comptat com a "usuaris únics" (comptabilitzats una sola vegada, encara que accedisquen diverses vegades), que visiten una o més pàgines del lloc web.



Font: elaboració pròpia amb dates de Konodrac.

D'acord amb un informe de Barlovento referit a juliol de 2020, que combina dades de Comscore sobre consum d'internet amb dades de TV tradicional de Kantar, encara és major el temps dedicat a la TV (3 h 33 m) que a la navegació en internet (2 h 21 m), per al conjunt d'Espanya. També quan s'examinen les categories comparables de "visitants únics" en internet (32,2 milions) i "audiència acumulada" de televisió (36,3 milions). No obstant això, en fer la comparació amb les dades de l'any anterior, 2019, el que emergeix amb claredat és la tendència a igualar-se el temps de consum en un i un altre entorn.

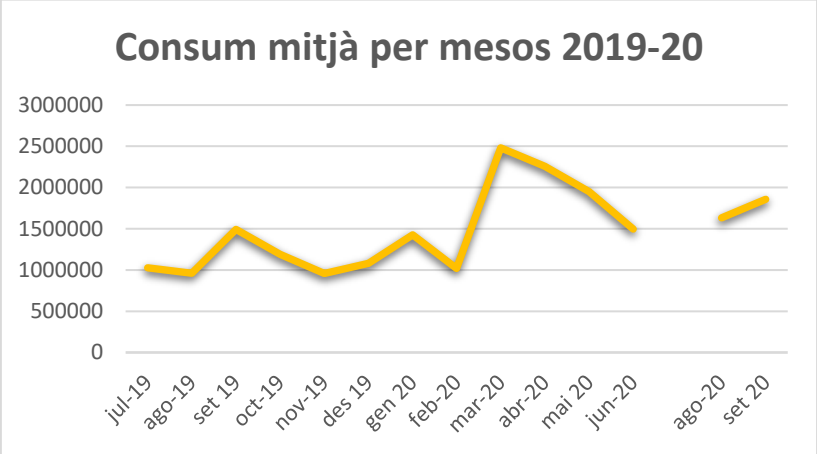
Una part important d'aquest temps de navegació està destinat a continguts en línia o en diferit de la televisió, programes o emissions. El rànquing per programes permet observar les preferències del públic en línia i mostra la contribució de cada programa a la xifra global de "consum" de la plataforma. Els programes més seguits a través d'internet són els informatius, la qual cosa no és molt diferent del consum en pantalla tradicional. Només cinc programes no estrictament informatius aporten un consum agregat important. Són també els programes informatius els que mostren un seguiment més estable. Això sembla redundar en l'observació apuntada més amunt sobre la manca de programes no-informatius amb capacitat d'arrossegament. Hem seleccionat ací els dotze primers programes en un rànquing de seguiment durant el primer semestre de l'any.



Font: Elaboració pròpia amb dates de KONODRAC.

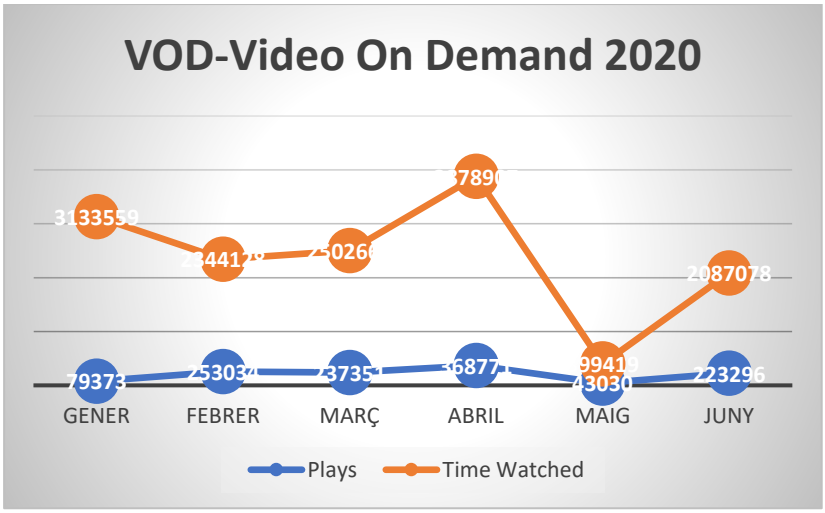
AUDIÈNCIA DIGITAL DE LES TV

Els conceptes que mesuren l'impacte en xarxes d'una programació televisiva venen a ser una adaptació al mitjà digital de les mètriques tradicionals. "**Consum**" ve a ser el nombre total de minuts consumits en tots els dispositius que van sintonitzar el canal. Aquesta dada es pondera amb el nombre de "sessions" o de vegades que un dispositiu sintonitza aquest canal. L'evolució de l'any 2020 era descendent fins que el confinament a causa de la pandèmia va disparar els índexs de consum, tant a través de pantalles tradicionals com dels nous suports. El retorn a l'anomenada "nova normalitat" comporta també un retraïment d'aquest consum intens, encara que en la segona part de l'any s'aprecia una recuperació.



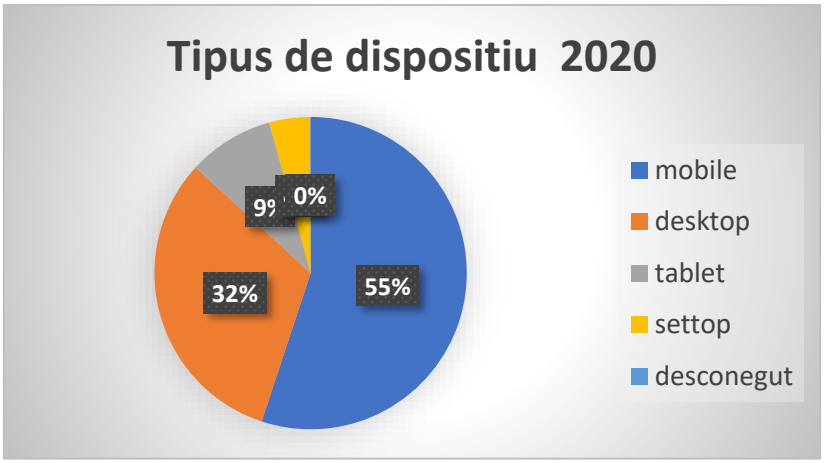
Font: elaboració pròpia amb dates de Konodrac.

Per la seua banda, el consum de vídeo a través de les diverses plataformes en què les emissions d'À Punt estan accessibles, mostra el mateix tipus d'acompliment erràtic en el període considerat, probablement afectat per les estranyes condicions de consum pròpies del període pandèmic, en el qual es passa d'un confinament total a una desescalada progressiva segons s'acosta l'estiu. L'indicador que estem usant ací -encara que hi ha uns altres igualment útils- és el de "plays", és a dir, el nombre de vegades que s'activa per l'usuari el botó de **play** per a visualitzar vídeo inclòs en les nostres plataformes. També l'indicador, vinculat a aquest, de "time watched" o temps de visualització del vídeo, mesurat en minuts.



Font: elaboració pròpia amb dates de Konodrac.

Aquest resultat és atribuïble al consum que es produeix a través de mòbils en major mesura (més del doble) que a través d'ordinadors i tauletes o altres dispositius.



Font: elaboració pròpia amb dates de Konodrac.

***

L'esforç desplegat en la realització de continguts atractius i arrelats en la cultura de la nostra Comunitat ha hagut de competir amb les condicions objectives poc favorables a l'entrada de noves ofertes audiovisuals de qualitat. L'avanç en la creació d'un públic fidel és, com calia esperar, lent i treballós. Una mica més sostingut en l'audiència social que en la tradicional, però igualment lent. La pluralitat dels continguts, més atents a la diversitat social de la nostra Comunitat haurien d'acabar ampliant la identificació de la ciutadania amb la seua plataforma pública, però aquest és un procés que requereix creativitat i temps. Potser un major esforç publicitari i de notorietat de la marca, al costat d'un o més

programes estrela que faciliten la identificació d'un to i un caràcter propis, ajudarien a véncer algunes inèrcies. Encara s'està a temps d'emprendre aquest llançament aprofitant l'experiència i el coneixement acumulat en aquest any i mig de camí fet.

DADES I EINES D'ANÀLISI DE LA PROGRAMACIÓ

Perquè el Consell de Ciutadania puga desenvolupar la seua labor d'observació de la programació amb el focus en la defensa de la pluralitat i la diversitat social i cultural de la Comunitat Valenciana seria desitjable disposar de mitjans propis d'anàlisi. Mentre això no siga possible, ens atrevim a demanar a la direcció que es milloren els instruments actuals de seguiment (Informe mensual d'audiències, Informe mensual de mètrica de xarxes i web, així com els Informes trimestrals de pluralisme).

En concret seria interessant que els Informes d'audiència incorporaren de manera periòdica la dada d'espectadors segons el domini del valencià. Si no és possible amb periodicitat mensual, almenys trimestral. Aquest és un indicador interessant per a avaluar el compliment dels deures assenyalats en el Mandat Marc.

També en els Informes de pluralisme, que realitza GFK, seria interessant que l'anàlisi dels "temes informatius" incorporara, al costat dels descriptors temàtics, una mena de descriptors personals per a afegir la referència dels actors públics, individuals o col·lectius que intervenen en les notícies com a font o protagonista. Alguna cosa semblant al que ja es fa amb els actors del món polític, per als quals l'anàlisi realitza un mesurament del "temps de paraula" per representant institucional. Això introduiria una dimensió social, que resulta clau per al seguiment del pluralisme i la representació dels col·lectius socials i culturals.

Per a seguir amb aquest microcapítol de recomanacions, caldria que els informes periòdics que es reben tant de Kantar, sobre audiències tradicionals, com de Konodrac, sobre les audiències digitals i de vídeo i també els de GFK, sobre pluralisme de les emissions, mantingueren la major continuïtat possible pel que fa a estructura i presentació de les dades, per a facilitar l'observació de les sèries. I, sobretot, seria d'agrair que, en la mesura del possible, inclogueren les taules de dades en format manipulable (CSV, Excel, o similar) a fi que es presten a anàlisi i compilació pròpies per part del Consell de la Ciutadania.

(I) LA PROGRAMACIO D'À PUNT MÈDIA EN TEMPS DE PANDÈMIA

I.1. INTRODUCCIÓ

Per a abordar la programació i els canvis de la mateixa al llarg de l'últim any, cal posar en context, d'una banda, el canvi en la Direcció General de l'ens, assumida després de la marxa d'Empar Marco per Alfred Costa; i, d'una altra, el que per al 2020 ha significat la pandèmia motivada per la Covid-19, que va generar una situació d'estat alarma i confinament i que ha arribat a convertir-se en una crisi sociosanitària de la qual encara n'estem patint les conseqüències i que ha condicionat enormement els nostres hàbits de vida, de consum, de treball i també els nostres hàbits de consum d'oci i de consum de ràdio i televisió en tots els seus vessants i des de totes les seues plataformes.

En aquest sentit, la programació d'À Punt s'ha vist afectada per aquests canvis que han demandat de l'ens públic una resposta ràpida i precisa, donant un major significat al seu component de servei públic. Així, la ràdiotelevisió valenciana ha hagut d'adaptar-se a les circumstàncies i saber respondre a les necessitats, tant de la seua plantilla en temps de pandèmia i aïllament, com a les de la societat valenciana, enfrontada a una situació sense precedents.

Dit això, els canvis en la programació, el tractament i el reforç dels informatius i l'entrada en la graella de continguts religiosos, han d'analitzar-se en aquest context (d'estat d'alarma i de servei públic) en el qual hem estat vivint i que ha trobat resposta en la programació i la vocació d'À Punt Mèdia de treballar en aquestes circumstàncies, malgrat les dificultats. Tot això, agreujat, a més, per la complexitat de programar des de la incertesa de fins a quan les mesures de contenció i la duració de l'estat d'alarma i les seues restriccions que tant afecten el nostre mode de vida i la mecànica de les produccions audiovisuals.

En aquest sentit, des del Consell de la Ciutadania volem manifestar el nostre reconeixement per l'esforç dut a terme per la Direcció d'À Punt Mèdia, el seu Consell Rector i pel conjunt de tota la seua plantilla, que han donat, en aquests temps tan complexos, resposta a les necessitats d'una societat en temps de pandèmia.

Cal indicar, a més, que per a la confecció d'aquest apartat des del Consell de la Ciutadania vam contactar amb la direcció de l'ens per a demandar informació sobre els canvis en la programació, els criteris que els acompanyaven i els ajustos en aquesta; i donada l'exhaustivitat en la resposta rebuda, procedim a reproduir-la al llarg d'aquest apartat, estant la mateixa citada de manera literal i en lletra cursiva.

I.2. LA QUESTIÓ RELIGIOSA EN À PUNT

Arran de l'anunci del confinament de la població imposat pel decret d'estat d'alarma, per a combatre la pandèmia de la Covid-19, el Consell Rector va acordar (**13 de març 2020**) "la retransmissió de les celebracions religioses catòliques per À Punt, sempre que es faça en valencià i mentre dure la situació d'excepcionalitat". Així mateix també es va comprometre a examinar les peticions d'altres confessions que es produïren.

El **30 d'aquell mateix mes** de març s'acordava per part del Consell Rector "accedir a la sol·licitud del Consell Evangèlic de la Comunitat Valenciana" sobre retransmissió de cultes evangèlics amb una duració de 15 minuts i en valencià. El Consell Rector decidia, en aquesta mateixa sessió, traslladar aquest acord i el del dia 13 anterior sobre les misses al Consell de la Ciutadania, perquè informara "sobre el tractament de les celebracions religioses en À Punt".

El Consell de la Ciutadania, en la seua reunió del **24 d'abril,** es va comprometre a elaborar l'informe sol·licitat al mateix temps que suggeria que l'eventual incorporació d'aquestes retransmissions a la programació, fora del període extraordinari de l'estat d'alarma, es fera dins d'un marc regulador més general i prèvia consulta, no vinculant, al Consell de la Ciutadania. D'altra banda, el **15 de maig**, el Consell Rector, al costat de l'enviament d'una documentació sol·licitada pel Consell de la Ciutadania, reiterava també que s'havia demanat un informe sobre el tractament de les celebracions religioses que fora "més enllà de l'estat d'alarma" i també demanava que el Consell de la Ciutadania elaborara "un esborrany sobre el procediment intern aplicable per la corporació per a l'exercici del dret d'accés als grups socials i polítics significatius". De tot això s'infereix que el Consell Rector esperava del Consell de la Ciutadania dos documents: un informe sobre celebracions religioses i un esborrany de protocol d'accés.

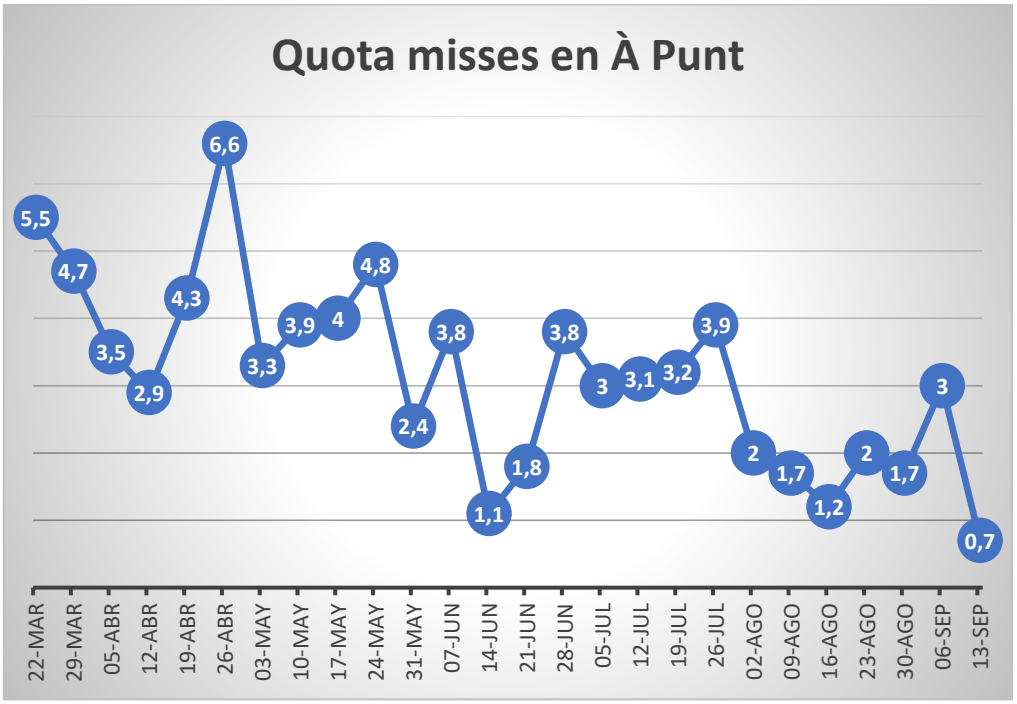
Aquesta comunicació del Consell Rector va obtindre resposta en la sessió de **28 de maig** del Consell de la Ciutadania, on s'acorda per unanimitat aprovar la continuïtat de les emissions religioses "mentre duren les restriccions a la mobilitat" i no donar-li a aquestes caràcter definitiu, sense abans haver acordat un "marc de criteris" sobre el dret d'accés i el pluralisme, en el qual el Consell de la Ciutadania està treballant.

Després del parèntesi de l'estiu, el Consell de la Ciutadania afronta l'examen de l'esborrany d'Informe sobre accés dels grups religiosos a la programació, que s'ha de presentar al Consell Rector. Igualment s'estudia l'escrit enviat (**7 setembre**) per quatre associacions religioses aplaudint la retransmissió de la missa dominical i adjuntant un dossier de notícies favorables a aquesta.

A la volta de mig any de restriccions de la mobilitat i, per tant, d'emissions religioses en la plataforma pública valenciana de comunicació, el debat sobre la

conveniència de consolidar aquests continguts ha perdut part de la virulència inicial. El nombre de queixes/suggeriments que els usuaris fan arribar al Consell de Ciutadania, a través de l'aplicació, ha anat disminuint des d'una alta incidència inicial, en la qual van predominar primer els pronunciaments contraris i, posteriorment, els favorables a l'emissió dels oficis.

Al mateix temps, els índexs d'audiència aconseguits per aquestes retransmissions en el conjunt de la graella, semblen confirmar la idea inicial del Consell Rector que es tractava d'una programació de servei públic vinculada a les dificultats de mobilitat a causa de la pandèmia. En efecte, l'evolució de l'audiència sembla seguir de prop la corba de les restriccions de mobilitat i el seguiment de les retransmissions religioses ha anat caient a mesura que les restriccions s'alleujaven. Els pics d'audiència van aconseguir uns 36.000 espectadors (22 març i 26 d'abril). A partir d'ací es registra un descens moderat durant els mesos de maig, juny i juliol, i molt més agreujat a l'agost i setembre, que acaba amb una audiència de tot just 3.000. En termes de *share*, pot veure's l'evolució en el gràfic:



Font: Kantar Media. Elaboració pròpia.

Després d'un debat sobre si l'informe del Consell de la Ciutadania havia de referir-se a les misses o a tota la problemàtica del dret d'accés, es va decidir enviar l'informe centrat en l'accés dels grups religiosos, tal com el Consell Rector ens havia sol·licitat en la comunicació de 15 de maig. El Consell de la Ciutadania continuaria treballant en l'esborrany de protocol d'accés, que també ens havia demanat el Consell Rector en la mateixa comunicació. Després d'un debat intens en el si del Consell de la Ciutadania, el 28 de setembre i amb algunes esmenes introduïdes durant el debat, es va aprovar per majoria l'informe amb el títol *Oficis*

religiosos en À Punt com un cas particular del dret d'accés. La idea central de l'informe és que les retransmissions d'oficis no es consideren un servei públic, però sí la cobertura informativa d'actes i esdeveniments periodísticament rellevants, així com els programes d'informació o cultura religiosa, amb representació de la diversitat realment existent.

Finalment, cal destacar que el Consell de la Ciutadania ha tendit a considerar el fet religiós en la programació de la plataforma pública valenciana com un cas particular del dret d'accés de col·lectius i minories socials als mitjans públics. És per això que, una vegada establit el principi de servei públic de les retransmissions religioses durant la pandèmia, es va optar per trobar un marc de regulació dels continguts religiosos que permetera decidir sobre la seua continuïtat una vegada superades les restriccions de la mobilitat i, alhora, poguera alinear-se amb un futur protocol de desenvolupament del dret d'accés de col·lectius i minories socials que assegure la visibilitat de la diversitat social i cultural de la societat valenciana.

Realització de retrasmissió de la Sancta Missa, foto de l'operador A. Salvador

I.3. NOVETATS EN LA PROGRAMACIÓ. INFLUÈNCIA DE LA CRISI SANITÀRIA I ELS CONFINAMENTS EN LA PROGRAMACIÓ.

La crisi sociosanitària no solament ha implicat la necessitat de reforç dels serveis informatius d'À Punt, sinó que també ha plantejat la necessitat de repensar la manera de fer televisió i ràdio per a donar resposta a les necessitats d'una societat que ha hagut de viure de portes endins molts mesos de tancament domiciliari, sense possibilitat de practicar oci fora de la llar ni relacionar-se; la qual cosa ha generat la necessitat de comptar amb una altra mena de programació que poguera cobrir aquestes noves necessitats socials.

I és que la majoria de la ciutadania ha comptat més en aquest temps amb la televisió i la ràdio, en viure des dels mateixos els mesos de tancament. I per tot això ha sigut necessari ajustar la programació a aquesta nova realitat; qüestió que al nostre entendre ha sigut tractada des d'À Punt amb un esforç important per part dels seus professionals que han sabut conjugar aquest triple vessant d'oci, servei e informació, que en alguns casos han arribat a confluir en alguns programes.

> *Els programes d'entreteniment que s'emeten en directe han adaptat la seua graella amb propostes més informatives, sense abandonar el seu recorregut per les comarques valencianes mentre la població estava confinada.*

Confluències i adaptacions motivades per la pandèmia

> *El magazín de la vesprada, **À punt directe**, va mantenir una finestra a l'actualitat, poble a poble, gràcies al desplegament dels seus redactors. També es van obrir seccions per a fomentar l'exercici i l'activitat física durant el confinament, posant en antena taules de manteniment físic per a persones majors, amb la coreògrafa Sol Picó o l'actriu i periodista Esther Collado; a més, es va potenciar la presència d'especialistes en nutrició, consum, higiene, psicologia, sanitat, etcètera.*
>
> *El programa **Terra viva**, que centra els seus continguts en el sector primari i el medi ambient, ha servit per a posar en valor l'agricultura, la ramaderia, el comerç i la logística, que tan destacable funció han complit en l'abastiment de la població durant els primers mesos de confinament total.*
>
> *Altres programes de la graella van haver de fer una versió diferent, substituint la presencialitat per les connexions a distància. Va ser el cas de: **No tenim trellat, Assumptes interns** o **Tot Àpunt**.*

Quant a la programació infantil, À Punt ha sabut també en aquest cas adaptar-se a les circumstàncies i oferir una programació diferent que responguera a les necessitats de les xiquetes i xiquets en aquests temps de tancament i aïllament:

> *La programació infantil es va haver d'adaptar mentre les escoles estaven tancades. Es va haver de sumar el component didàctic a l'entreteniment que defineix **La Colla**, la marca que recull tots els continguts infantils de la cadena.*
>
> *En col·laboració amb la Conselleria d'Educació, cada matí s'enviava a les escoles, per a la distribució entre l'alumnat, un butlletí amb una oferta que sumava el component lúdic (cançons, jocs interactius, etc.) amb activitats i exercicis educatius cedits mitjançant convenis, per part dels Cefires, editorials, Diputacions, o fins i tot professorat d'educació física per a incentivar l'activitat esportiva dins de casa entre d'altres. Durant els mesos de març, abril i maig, el web de La Colla ha registrat més de mig milió de visites (541.978).*
>
> *També es va incrementar l'oferta televisiva matinal dirigida als menuts i menudes, on se'ls apropaven campanyes de conscienciació relatives a higiene, hàbits, etcètera, en un producte com La Colla a casa on, per primera vegada, ells eren els protagonistes i ens enviaven vídeos explicant-nos com de responsables estaven sent.*

Nova programació al llarg de 2020, televisió

- **Diumenge, paella** (comèdia de situació) de Beniwood Producciones, per a les nits dels diumenges durant tretze setmanes,
- **Al malnom, bona cara** (humor), presentat per Maria Juan, per a les nits dels dimecres
- **La memòria rescatada**, un programa creat en col·laboració amb la Filmoteca que recupera filmacions domèstiques fetes per ciutadans i ciutadanes a partir dels anys vint del segle passat.
- **Qui és qui**, un retrat de la diversitat de les persones que viuen a la Comunitat Valenciana,
- **Inoblidables**, que ret homenatge a la vida als pobles menuts i als seus habitants.
- **Programació d'estiu:**
- De dilluns a divendres, en la sobretaula, **La terrassa**, amb Carolina Ferre i Eduard Forés, es va convertir en el magazín d'estiu,
- El magazín **À Punt directe** que, a continuació, recorre les nostres comarques per a conéixer el que passa a tot el territori.

- **Així dona gust**!, programa gastronòmic
- *També s'han fet formats nous, adaptats a cada mitjà. Així, dins del format slow tv, es va programar **Ciutats en aïllament**, on mostrarem la realitat solitària dels carrers de les tres grans capitals, imatges úniques que formaran part de l'arxiu i patrimoni audiovisual de la Comunitat Valenciana per Burjassot, 20 de març de 2020.*

Després de la programació d'estiu, i donada l'evolució de la pandèmia, a la tardor es va reafirmar la necessitat que la programació continuara vertebrant-se al voltant dels informatius per a continuar donant resposta a les necessitats de la societat, la qual cosa es recull en aquesta anàlisi plantejada per la direcció i en el reforç informatiu detallat en l'apartat següent:

> *La graella es vertebra al voltant de la informació, tant en la televisió com en la ràdio, per a donar resposta a la demanda ciutadana, que continua molt pendent de l'evolució de la pandèmia (…). La pandèmia ratifica que la ciutadania demanda notícies de proximitat, en valencià i en actualització constant.*
>
> *Així, els informatius televisius mantindran informada la ciutadania amb quasi sis hores d'informació diària i la pulsió per donar l'última hora es concreta en avanços informatius quan es produeixen notícies rellevants. El web es reforça amb noves incorporacions i un redisseny per a arribar a totes i tots.*

Les novetats en **informatius** incloses en aquest període són:

- El nou informatiu **Les notícies del matí**, que amb la incorporació de la tertúlia abasta des de les 8:00 h fins a les 11:00 h
- El **NTC Comarques**, de dilluns a dijous de 20:30 h a 21:00 h
- **A la Ventura**, programa d'anàlisi i debat

Programes d'entreteniment (d'acord amb el conveni de col·laboració entre Turisme Comunitat Valenciana i À Punt Mèdia):

- **Cara o creu**
- **El meu lloc al món**
- **Loving Comunitat Valenciana**
- La docusèrie de superació personal femenina **Un baló per la llibertat**

En matèria de ficció:

- S'ha posat en valor la col·laboració amb TV3 per a coproduir i negociar la compra/venda de sèries de ficció.
    - Destaca l'emissió de **La mort de Guillem**, que es va convertir en l'estrena més vista en la història d'À Punt, amb un 11,3% de

share i 201.000 espectadors. A més, i per primera vegada en la història, una pel·lícula s'emetia simultàniament en À Punt, TV3 i IB3, les tres cadenes que han participat de la producció.

- La col·laboració també ha permés emetre amb normalitat altres sèries en la nostra llengua com és el cas de **Les de l'hoquei** o **Nit i dia**.

— La sèrie danesa **Escola d'infermeria**.

Nova programació en la ràdio d'À Punt

Programació especial:

*Des del 20 de març fins al 26 d'abril es va emetre **Cròniques de l'aïllament**, un contingut diari d'una hora que sumava els testimonis dels professionals al capdavant del conflicte i els individus i les famílies confinats a casa. El projecte, d'emissió diària fins a la fi de l'orde de reclusió, es va crear amb la vocació de convertir-se en una referència documental per al futur.*

— Destaca, a més, l'esforç que s'ha fet per a establir vincles amb altres plataformes que permeten a un altre públic que no escolta la ràdio en directe, l'accés als continguts esmentats amb els podcasts que es podien consumir a les plataformes habituals Spotify, Ivoox o Apple **El Dia À Punt**, magazín d'actualitat de la ràdio d'À Punt, Podcast.

Novetats:

Els canvis en la programació i la necessitat d'adaptació de la mateixa a la nova realitat també han afectat la ràdio, que en aquest període de temps ha inclòs novetats:

— **Podríem fer-ho millor**, s'ha incorporat al cap de setmana.

— **Els esports** són la segona aposta de la ràdio d'À Punt. (...) *El programa **Des de la banda** ha ampliat horari i nòmina de col·laboradors. Els caps de setmana s'ha transformat en el magazín esportiu de les vesprades de dissabtes i diumenges, presentat per Jordi Sanchis, Raül Pina i Natxo Rodilla. Abasta des dels principals equips de futbol i bàsquet fins a la resta de conjunts valencians en l'elit de l'handbol, el futbol sala o els equips valencians del Grup III de la Segona Divisió B.*
També hi ha temps per a la pilota valenciana, les carreres populars i el món del motor. A més, Des de la banda és la referència de les retransmissions dels partits en directe entre setmana.
*Entre setmana, l'actualitat esportiva es conta en **els Esports À Punt**, amb Fermín Rodríguez i Josevi Sánchez, de 14:00 a 14:30 h; **Línia de fons,** de 22:00 a 23:00 h; i en la **Tertúlia Esportiva**, de 23:00 a 00:00 h, amb Gustavo Clemente.*

I.4. INFORMATIUS EN TEMPS DE PANDÈMIA

Les necessitats informatives de la societat s'han vist incrementades en aquest període de temps, donant més força al paper que tenen els serveis informatius en la nostra societat, adquirint especial importància el fet de tindre coberta la necessitat de comptar amb informació veraç, àmplia i, sobretot, de proximitat, ja que en moments de crisi com l'actual, ha sigut fonamental conéixer les directrius necessàries a seguir en cadascun dels moments en funció de l'avanç del virus i les restriccions; al mateix temps que s'ha tractat de frenar el creixement de notícies falses o la sensació de desinformació i bloqueig davant una situació sense precedents. Així, des del Consell de la Ciutadania entenem que À Punt ha sabut reforçar aquests serveis cobrint les necessitats informatives en aquest període.

> *S'ha donat prioritat absoluta a l'exercici de servei públic, oferint la màxima informació possible respecte de la pandèmia i coordinant al màxim els dos departaments d'Informatius i Continguts, la qual cosa ha implicat noves sinergies entre les empreses productores que s'encarreguen dels diferents programes (producció externalitzada) i la redacció d'informatius, de producció pròpia.*

Per això considerem important destacar els directes que s'han vist necessaris en aquest temps per a cobrir les compareixences públiques i arribar als llocs on feia falta cobertura mediàtica:

> *S'han triplicat les hores de directe cada dia. Més de 160 hores al mes. De 7 del matí a 10 de la nit, amb programes especials, cobrint totes les compareixences institucionals del president de la Generalitat, Ximo Puig, i de l'equip de la Conselleria de Sanitat, encapçalat per la seua titular, Ana Barceló. També s'han cobert les sessions de control a les Corts.*
>
> *En aquests casos, els mitjans tècnics de la SAMC cobrien les emissions de televisió, ràdio i web d'À Punt, però també han posat les infraestructures tècniques de la casa a l'abast de les institucions per tal de facilitar l'accés a la informació de la resta de mitjans de comunicació públics o privats, oferint-los senyal pool.*
>
> *La cobertura d'àmbit autonòmic s'ha completat connectant de manera continuada amb les rodes de premsa i compareixences del govern espanyol, per a traslladar a la ciutadania una anàlisi amb una mirada valenciana d'allò que ocorria.*
>
> *Totes les compareixences, tant estatals com autonòmiques, s'han retransmés en streaming a través del web.*

Així, s'ha apostat per l'especialització de la redacció d'informatius. S'ha distribuït els redactors per seccions (política, economia, societat, cultura, internacional) per tal d'aprofitar el seu coneixement i fonts. Podem explicar millor la realitat perquè ara tenim experts en Corts, Jutjats, Municipal, Sanitat que poden contextualitzar millor les notícies. La reorganització a partir de l'especialització permet millorar la qualitat de la informació i aconseguir uns millors informatius i més àgils.

Destaca, a més, la importància que des de la nova adreça se li ha donat a la pàgina web d'À Punt, la qual ofereix de manera immediata i prèvia a la seua emissió per ràdio o televisió de les últimes notícies, el que ha afavorit el seu ús entre el públic, convertint-se en font d'informació de referència per a molts usuaris:

S'ha propiciat un gir cap al model 'digital first' (primer, el digital), apostant per publicar les notícies primer en la web i en les xarxes. Així, en la web trobem l'última hora, periodisme de dades i exclusives, sense esperar a ser emeses primer en televisió.

Les principals novetats en els informatius de la televisió són:

- ***El nou informatiu Les notícies del matí**, que amb la incorporació de la tertúlia abasta des de les 8:00 h fins a les 11:00 h. Suposa el salt del format radiofònic al televisiu, canviant l'estudi de ràdio pel plató. L'informatiu, conduït per Clara Castelló, inclou de tres a sis entrevistes diàries i una tertúlia amb tres periodistes de mitjans de comunicació valencians que varien segons el dia de la setmana.*
- ***El NTC Comarques**, de dilluns a dijous de 20:30 h a 21:00 h, centrat en l'actualitat més propera. En aquest espai informatiu, conduït per Carmen Bort, tenen cabuda les notícies que afecten les poblacions més menudes, històries humanes i socials.*
- ***A la Ventura**, nou programa d'anàlisi i debat, amb debat, explicacions, dades, entrevistes i realitat augmentada. El programa alterna les entrevistes amb les taules de debat, on se succeeixen periodistes i experts en els temes que s'aborden. S'aposta per la interactuació amb els televidents i el públic hi participa a través de les xarxes socials*.

(II) EL MITJÀ PÚBLIC QUE VOLEM: CAP A UNA NORMALITAT DIFERENT

II.1. DRET D'ACCÉS DE LA CIUTADANIA ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ PÚBLICS

Concepte **|** És el dret que té la ciutadania per a accedir a les pàgines, micròfons, espais audiovisuals, dels mitjans dependents de les institucions públiques per a exposar les seues idees, opinions, punts de vista, etc. sobre qüestions que siguen d'interés general.

Base legal **|** L'article 20.3 de la Constitució,

Fonament **|** És una exigència que es deriva del principi-valor constitucional del pluralisme aplicat al terreny comunicatiu. Suposa l'aplicació dels drets fonamentals d'expressió, en les seues variants d'opinió i informació respecte a qualsevol dels camps del debat d'idees que puguen interessar a la opinió pública (polítiques, culturals, locals, socials, econòmiques, etc.)

També troba el seu fonament en l'article 9.2 de la Constitució, que estableix que "Correspon als poders públics promoure les condicions perquè la llibertat i la igualtat de l'individu i dels grups en què s'integren siguen reals i efectives".

Característiques bàsiques **|**Només és exigible als mitjans de titularitat pública, és a dir, pertanyents a qualsevol administració o entitat pública, el qual és el cas de la CVMC i els seus diferents canals de comunicació, incloent-hi internet.

Com que seria impossible aplicar-ho individualment a cada persona que estiga interessada a fer arribar les seues idees a la societat, s'autoritza només el seu exercici a través dels grups socials i polítics significatius.

Es considera que aquests grups han de tindre alguna de les modalitats a les quals el dret els atorga personalitat jurídica pròpia, com les associacions i les cooperatives amb competències en la matèria. No obstant això, també caldria tindre en compte altres formes d'organització, com les anomenades causes (plataformes, moviments socials, etc.).

El dret d'accés de la ciutadania als mitjans de comunicació és un dret que en la pràctica no s'ha portat a terme excepte en el cas de les quotes de presència acordades en el seu moment per a l'església catòlica i altres confessions religioses, o per als grups polítics en període electoral.

D'una altra banda i de cara a un model de finançament públic, basat en un contracte programa, guanya encara més interés la claredat en la prestació d'un servei públic. Un servei públic que avui dia passa clarament per ajudar a crear l'anomenat **capital social** que es defineix com el conjunt de normes, xarxes i

organitzacions construïdes sobre relacions de confiança i reciprocitat, que contribueixen a la cohesió, el desenvolupament i el benestar de la societat, així com a la capacitat dels seus membres per a actuar i satisfer les seues necessitats de forma coordinada en benefici mutu.

El capital social és un concepte d'aplicació recent i creixent en els estudis sobre el desenvolupament. Es refereix a una realitat menys tangible que el capital humà (coneixements) o el capital físic (béns materials), però resulta també decisiu per a l'activitat productiva, la satisfacció de les necessitats personals i el desenvolupament comunitari. El capital social comprén certs recursos de les persones, derivats de les seues relacions socials, que tenen una certa persistència en el temps. Aquests recursos són utilitzats per les persones com a instruments amb els quals augmentar la seua capacitat d'acció i satisfer els seus objectius i necessitats (obtenir ocupació, rebre ajuda, etc.), al mateix temps que faciliten la coordinació i cooperació entre aquelles en benefici mutu.

En conseqüència, resulta un factor decisiu també respecte a les capacitats de les famílies per a afrontar les crisis i els desastres, o per a recuperar-se'n. En bona mesura, l'auge del concepte parteix d'una reacció al pensament econòmic clàssic i neoclàssic, que, des de fa segles, ha concebut la societat com una sèrie d'individus independents, amb objectius particulars que donen lloc a la competència en el mercat. Per contra, qui usa aquest concepte subratlla que les persones utilitzen els seus recursos socials per a aconseguir, a través de la cooperació mútua, objectius que en cas contrari serien difícilment assolibles

"El servei públic no només ha d'estar avui al servei dels ciutadans, sinó ser la plataforma bàsica d'expressió i comunicació directa de la societat civil." (BUSTAMANTE, 2006, p. 359).

Per altra banda segons molts experts com la nostra professora Adela Cortina, l'empoderament de la ciutadania mitjançant la governança mediàtica es basa en tres eixos:

a) **Augmentar la llibertat dels ciutadans**, mitjançant l'ampliació de la seua informació. Per a això és necessari aportar informació de qualitat, és a dir, contrastada, opinions raonables i interpretacions plausibles, distingint entre informació, opinió i interpretació.

b) **Plataforma per a la lliure expressió** de les opinions tant dels professionals de la informació com dels ciutadans. Per a sentir-se ciutadà cal saber-se reconegut en la societat per a la qual cosa és indispensable tenir la possibilitat d'expressar-se públicament.

c) Existència d'una **opinió pública raonant** base de la democràcia deliberativa, característica d'una democràcia avançada, d'una societat adulta, que supera la massa o multitud pel públic.

Els mitjans públics no només han de promocionar el dret d'accés, sinó que han de potenciar i augmentar el capital social existent, que a més haurà d'esdevenir capital social mediàtic amb el qual caldrà establir aliances i complicitats per a la millora de la dieta mediàtica, compost per associacions com les AMPA, professionals dels mitjans de comunicació, de l'àmbit acadèmic i grups de protecció a la infància i a la joventut, entitats socials, sindicals, de solidaritat, que permeten enriquir els tres eixos anteriors i combatre els continguts degradants com la manipulació informativa, les notícies falses i el telefem, oferint estabilitat a les polítiques de comunicació democràtiques.

El desenvolupament del dret d'accés com un element específic i diferencial del desenvolupament del model de televisió pública requereix de la creació d'espais, la realització dels quals, desenvolupament i pla d'emissió siga convenientment supervisats.

Històricament, a l'Estat espanyol (a diferència de la resta de països de l'Europa occidental), el **dret d'accés** s'ha interpretat com un simple dret a opinar o bé a ser representat en els programes i en els continguts, de la mà dels i de les professionals de la comunicació. No hi ha hagut experiències reals de participació en la producció audiovisual per part dels diversos grups socials i polítics. Com a resultat d'aquesta dinàmica, només alguns col·lectius disposen d'espais propis i de facilitats tècniques per a produir-los en les emissores de televisió i de ràdio públiques.

Els espais d'accés públic que plantegem haurien de complir les següents característiques:

a) Ser realitzats de forma atractiva i dinàmica, i per professionals d'À Punt Mèdia. Es tracta de conciliar la importància social dels continguts amb l'interés de l'audiència. Tan sols en algunes ocasions es podria contemplar que les organitzacions socials emeteren les seues pròpies produccions, a diferència del que succeeix habitualment amb les organitzacions polítiques en període electoral.

b) Adoptar un format d'espai informatiu, incloent-hi debats, entrevistes i reportatges. No es tracta de crear un espai pel qual vagen passant, de forma successiva, totes les organitzacions socials espanyoles, ni tampoc d'establir criteris de representativitat i de minutat impossibles de determinar. Es tracta d'abordar temes d'actualitat en un programa obert a la participació, amb una atenció especial en què les organitzacions socials que treballen en aqueixos camps han de dir la seua.

c) Ser emesos en horaris que garantisquen el contacte potencial amb l'audiència. No té sentit sol·licitar l'emissió en horari de *prime time* (llevat que adopten el format de microespais de pocs minuts), però tampoc és admissible que s'emeten de matinada. El més indicat seria l'emissió en horaris com el que suposen immediatament abans de la programació nocturna o en franges de matí i vesprada els caps de setmana.

d) És important, en tot cas, tenir en compte que el dret d'accés en la CVMC ha d'anar més enllà de la seua concreció en espais específics, impregnant, per dir-ho així, el conjunt de la programació. És necessari que aquesta visió transversal del dret d'accés siga operativa, com es contempla en el nostre llibre d'estil i per tant implicant a totes i tots els professionals.

El dret d'accés i un nou model de mitjans de comunicació

Els hàbits de consum de la comunicació està canviant ràpidament, especialment a causa de la irrupció de noves tecnologies, que canvien la manera de produir i de rebre la informació.

Existeix un canvi de paradigma en les formes de consum dels productes mediàtics i també sobre el tipus de relació entre la ciutadania i els mitjans. Ja no som únicament (encara que també) receptors-consumidors, ens hem convertit en **consumidors proactius** (MANOVICH, 2007) consumidors i consumidores capaços de produir i transmetre el seu propi contingut.

En ocasions, aquest productes realitzats per la ciutadania aconsegueixen una gran qualitat i un impacte social. Moltes vegades fruit d'una alfabetització mediàtica, que porta a la ciutadania no a sols saber llegir l'audiovisual, sinó també a saber-lo escriure, la qual cosa inclou noves gramàtiques audiovisuals que apleguen a unes quotes d'audiència mai aconseguides, gràcies a les interaccions de determinades plataformes i les xarxes socials: Youtube, Tik-tok, Twitch, Twitter, Instagram, Facebook, etc.

Cal avançar també en el marc del sistema de mitjans híbrids (CHADWICK, 2017) que implica així mateix la modificació dels hàbits de gestió de continguts per part dels mitjans.

Hem de ser conscients que la ciutadania crea de manera autònoma. Aquestes produccions són ja una font important per als mitjans més tradicionals.

La possibilitat de crear aquests continguts i de transmetre'ls a través de plataformes diferents als mitjans de comunicació tradicionals modifica la capacitat dels ciutadans d'accedir a les audiències. Mentre els formats no regulats, com la participació activa en la generació de continguts de manera informal i individual sí que van adaptant-se a la realitat del marc comunicatiu, per exemple, usant canals de comunicació establerts en xarxes socials, els formats regulats d'accés a les audiències, és a dir, el dret a l'accés als mitjans de comunicació públics —que tenen dins de la seua missió precisament obrir aqueixos espais a la ciutadania— continuen mantenint processos complexos d'accés i ofertes d'espai limitades i, en el nou marc comunicatiu, obsoletes. (BORONAT, 2021)

El Consell de la Ciutadania i el dret d'accés

Des dels seus inicis, els membres del Consell de la Ciutadania (CdC) han fet palesa la seua intenció d'aconseguir que la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC) tinga un model molt avançat per a garantir i fer operatiu aquest dret constitucional.

Ja en la primera reunió conjunta mantinguda amb el Consell Rector així ho vam manifestar.

El 28 de gener del 2020, en la reunió mantinguda amb el president de la CVMC, Sr. Enrique Soriano, vam tractar el tema, rebent la petició d'elaborar un reglament sobre el dret d'accés als mitjans de comunicació públics valencians, amb la recomanació que fora objecte d'anàlisi per part del Consell de la Ciutadania.

El Consell de la Ciutadania ha iniciat els treballs sobre el tema, dedicant-li atenció en algunes sessions i a la vegada creant un grup de treball, que es troba realitzant un full de ruta.

Algunes aportacions realitzades fins el moment:

- **Consideracions sobre pluralisme, diversitat social i dret d'accés. Doctrina constitucional i legislació autonòmica**

L'article 20.3 de la Constitució estableix un mandat al legislador perquè assegure el "*dret d'accés*" als mitjans de comunicació públics "*dels grups socials i polítics significatius, respectant el pluralisme de la societat i de les diverses llengües d'Espanya*". Per a això, es diu, "*el Consell d'Administració, d'acord amb el director general (…) tindran en compte criteris objectius, com ara representació parlamentària, implantació sindical, àmbit territorial d'actuació i altres similars*". El fet que l'espanyola siga una de les escasses constitucions que recullen aquest dret en el seu articulat (SORIANO, 2017), no ha propiciat tanmateix un bon desenvolupament normatiu posterior. Es tracta d'un dret de configuració legal que requereix per al seu desenvolupament, com a faceta de la llibertat d'expressió, d'una llei orgànica que, no obstant això, mai no ha arribat a aprovar-se. Conseqüentment, disposem tan sols amb desenvolupaments parcials d'aquest dret a través de les normes que regulen els mitjans de comunicació públics de ràdio i televisió:

Així, el dret d'accés ve recollit a nivell estatal en la Llei 17/2006, de 5 de juny, de la ràdio i la televisió de titularitat estatal, que tampoc és una llei orgànica. En l'article 28 exposa:

1. La Corporació RTVE (Corporació de Ràdio i Televisió Espanyola, SA) assegurarà en la seua programació l'expressió de la pluralitat social, ideològica, política i cultural de la societat espanyola.

2. El dret d'accés a través de la Corporació RTVE s'aplicarà: a) De manera global, mitjançant la participació dels grups socials i polítics significatius, com a fonts i portadors d'informació i opinió, en el conjunt de la programació d'RTVE. b) De manera directa, mitjançant espais específics en la ràdio i la televisió amb formats diversos, temps i horaris, fixats pel Consell d'Administració de la Corporació oït el Consell Assessor i conforme al que s'estableix en la legislació general audiovisual.

3. Les societats de la Corporació prestadores del servei públic de ràdio i televisió garantiran la disponibilitat dels mitjans tècnics i humans necessaris per a la realització dels espais per a l'exercici del dret d'accés.

4. El Consell d'Administració de la Corporació RTVE aprovarà les directrius per a l'exercici del dret d'accés, previ informe favorable de l'autoritat audiovisual.

Aquest règim s'ha reproduït, en termes generals en la regulació desenvolupada per les comunitats autònomes per als seus ens autonòmics. La participació de les audiències en el nostre ordenament audiovisual es limita a unes poques al·lusions al dret d'accés, a través de consells assessors, que no són institucions dotades de molt de pes dins de les estructures de la comunicació pública. D'ací ve que el model aportat per la plataforma pública valenciana d'À Punt supose una interessant novetat en donar cabuda a la representació de les audiències en un Consell de la Ciutadania que, si bé no té funcions executives, sí que ha de ser consultat per a establir els criteris generals de programació.

- **Regulació de l'accés en els sistemes públics de comunicació**

L'experiència dels diferents models europeus mostra una evolució des de la institucionalització de mecanisme de pluralitat bàsicament política, cap a l'extensió de les exigències a altres àmbits. La percepció és que els models parlamentaris de control no han respost bé a les exigències de pluralisme extern, competència, dret d'accés i regulació del mercat, per la qual cosa s'ha passat a posar l'accent en altres models de control: la creació d'autoritats reguladores independents, com el Consell Audiovisual de Catalunya o el Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

Però si l'enfocament dominant ha evolucionat a la constitució d'autoritats independents de regulació, també les exigències mateixes del principi de pluralitat han anat canviant des d'un èmfasi principalment polític fins un altre que inclou la diversitat social, cultural, sexual i de tota mena presents en la societat. Són els mateixos "instruments del pluralisme" (BOTELLA, 2001, pàg. 33) els que estan en evolució:

1. Cobertura informativa proporcional a la rellevància social del fenomen. Això requereix alguna forma de mesurament tant de la rellevància com de la cobertura (temps d'antena).
2. Presència igualitària de diferents corrents en debats i tertúlies.

3. Atribució d'espais de contingut lliure a col·lectius per a la seua expressió, com a reconeixement del seu dret d'accés. Només Portugal ha regulat aqueix dret com a cessió de temps en *prime time* a organitzacions polítiques, sindicals i socials, mitjançant negociació amb la direcció de la cadena i sota supervisió de l'autoritat reguladora.
4. Regulació d'un dret de rèplica que obliga a acompanyar declaracions governamentals amb declaracions de l'oposició que corroboren o repliquen a l'anterior.

Itàlia ha sigut, per a bé i per a mal, el model d'imitació més seguit en la construcció del nostre sistema de mitjans públics recentment completada la transició (BOTELLA, 2001, pàg. 31). Allí el control dels mitjans s'ha fet residir en el Parlament i això es va traduir en una estructura de comandament que reflectia la composició política de les cambres. Aquesta situació afavoria un enteniment marcadament polític del pluralisme. No obstant això, també Itàlia va acabar entrant en el corrent d'institucionalització del pluralisme que ha preferit confiar-ne la vigilància a una autoritat independent, l'Autoritá per le Garanzie nelle Comunicazioni.

El presidencialisme francés feia poc probable una noció a la italiana de control parlamentari i això li ha donat al cas francés una orientació menys partidista en la defensa del pluralisme. Aqueixa defensa no se li encarrega a un organisme enterament polític, sinó a un organisme independent, integrat per professionals elegits a mig fer pel president i les cambres. El sistema ha creat una cultura pròpia i un llenguatge específic que parla d'una distribució en tres terços dels "temps de presència i de paraula" en els informatius: un terç per a la presidència, un altre per a la majoria parlamentària i un tercer per a l'oposició. Però continua sent, com es veu, un concepte principalment polític de pluralisme i accés.

Les obligacions de reflectir la diversitat social en els continguts de la televisió no afecten per igual a emissors públics i privats a Alemanya. Els primers han d'emetre una *quantitat raonable de programes informatius, culturals i educatius. Al mateix temps, determinen que les diverses comunitats religioses que conviuen al país (esglésies protestants, església catòlica i comunitat jueva) han de distribuir-se el temps dedicat a la programació de caràcter religiós* (ESTRADA, 2006, pàg. 21).

Sota la inspiració del model parlamentari italià, a Espanya es va crear un Consell d'Administració elegit pel Parlament i un director General designat pel govern. El sistema es completa amb una Comissió Permanent del Congrés per al Control d'RTVE. Sense arribar als extrems italians de repartiment de canals entre partits, ningú esperava un model tan subjecte a la lògica parlamentària, un comportament exquisit en la defensa del pluralisme, ni en el polític, únic

paràmetre que importava, ni molt menys en el social. La major anomalia (CARNIEL & SABÉS, 2014) del cas espanyol és l'absència d'una autoritat independent en l'audiovisual, que mai ha aconseguit el consens suficient per a constituir-se a nivell estatal, com sí que ho va fer a Catalunya (1996) i a Andalusia (2004). La desaparició del CEMA (Consell El CEMA creat en 2010 (Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals que estava previst inicialment en la legislació) va ser dissolt com a tal, integrant-ho en 2013 en la CNMC (Comissió Nacional dels Mercats i de la Competència) junt amb altres organismes reguladors.

En la CRTVE, les Comissions d'Accés de TVE i RNE estableixen un procediment semestral de sol·licitud d'accés amb requisits documentals que acrediten el registre i la rellevància pública del col·lectiu. D'acord amb les Directrius bàsiques, la legitimació necessària per a optar a aquest dret ve donada pel compliment d'una sèrie de requisits sobre la seua naturalesa (grups polítics, sindicats, confessions religioses o associacions o entitats socials sense lucre), la seua constitució i personalitat jurídica i la seua significació social (representació parlamentària en el cas dels grups polítics; notori arrelament en el de les confessions religioses; representativitat estatal i autonòmica per als sindicats; i nombre de membres, declaració d'utilitat pública o pertinença a federacions estatals o autonòmiques, per a les organitzacions socials). RTVE reconeix dues modalitats d'accés: **global** (com a fonts i portaveus d'informació i opinió) i **directa** (mitjançant espais cedits pel mitjà encara que realitzats en col·laboració amb els professionals).

Telemadrid disposa d'un, així anomenat, "procediment per a l'exercici del dret d'accés" que, en compliment de les seues obligacions de servei públic, permet als grups socials i polítics significatius sol·licitar semestralment l'accés als continguts. Els requisits exigibles són els estatuts socials de l'organització, la certificació de registre públic, memòria de l'organització i altres documents. Els grups la sol·licitud dels quals siga atesa per la comissió, presidida pel director general de l'ens, "tindran presència en els espais produïts a aquest efecte" per Telemadrid en el semestre següent. Les resolucions desestimatòries seran motivades.

La present concreció del dret d'accés, doncs, acaba deixant la decisió en mans de la direcció del mitjà, en comptes d'establir un mecanisme obert i normativitzat que permeta objectivar l'acceptació o denegació de l'accés i ordenar les maneres i temps d'exercici d'aquest dret. Estem, doncs, davant un dret sense garanties, la qual cosa devalua molt el dret mateix.

- **Modalitats d'accés**

Els models teòrics a l'ús sobre la participació de les audiències distingeixen entre dues vies per les quals es produeix aqueixa participació: **en els mitjans** i **a través dels mitjans** (CARPENTIER, 2011). La primera via es refereix a la participació

“estructural” en la governança del mitjà i a la participació substancial a través del contingut.

La segona via, la que es produeix a través del mitjà, es refereix a la forma en què les audiències o grups socials obtenen representació per l'atenció que els presta el mitjà o pel seu accés directe a les emissions.

El Consell de la Ciutadania, integrat per representacions de grups socials, formaria part de la **primera via**, és a dir, la de la participació estructural de les audiències en la governança del mitjà, no sols per la presència de representants de moviments socials en l'estructura del mitjà, sinó per la influència en els continguts de l'emissió a través de queixes, suggeriments i informes sobre la programació d’aquest. En aquest sentit, el Consell de la Ciutadania s'equipara als consells assessors de les corporacions autonòmiques de ràdio i TV, però va un poc més enllà pel que fa a la presència de representacions de la societat civil i el reconeixement de les seues funcions dins de la plataforma. Els camins de millora en aquest aspecte, sovint assenyalats pel mateix Consell de la Ciutadania, estan en línia amb els indicadors de participació de l'audiència (Azurmendia & Muñoz-Saldaña, 2016) que es manegen en el nostre entorn europeu: espais web de transparència, de gestió de les queixes i suggeriments, visibilitat i publicitat d'aquests mecanismes en la mateixa plataforma i dispositius de seguiment de la resolució de queixes, propostes i suggeriments.

Els mecanismes d’accés que el present informe vol esbossar, formarien part de la **segona via**, la que habilita la representació i l’autorepresentació dels col·lectius socials en la programació.

- **Presència i representació**

L’accés dels col·lectius socials i la pluralitat de la representació i les formes que adopte aquest accés i els efectes representatius de la presència de col·lectius depenen molt del grau d'implicació d'aquests en el procés productiu del contingut que els concerneix. No és el mateix un programa que informa sobre les posicions o activitats d'un determinat grup, que un que dona veu a aquest grup o, fins i tot, que cedeix l'espai als seus representants per a difondre continguts propis.

Existeix una gradació en les situacions que es produeixen en un mitjà públic, que podem mesurar en funció de dos eixos: **el grau de professionalitat** de l'espai i el **grau representació** de l'actor col·lectiu. La professionalitat depén del **control** que el mitjà retinga sobre les condicions de producció, gènere, enfocament i realització de la peça o espai. La “representació” depén del grau de presència (imatge + veu) o **referencialitat** (al·lusió sense imatge/veu) dels portaveus o representants del col·lectiu en la peça o espai.

Està en l'interés dels actors socials el fet d’accedir al màxim control sobre la producció de l'espai o peça que els esmenta. D'ací, per exemple, els intents creixents dels partits per patrimonialitzar el “senyal” de les retransmissions dels

seus actes públics, per a assegurar-se una presentació "favorable" o una transmissió "no crítica" per part del mitjà. Però els professionals de la informació saben que això no està en el seu interés, ni tampoc en el del públic al qual es dirigeixen. Ells solen preferir una factura "professional" i ajustada a les regles del periodisme, més que de la propaganda.

Encara que hi ha, com diem, una variada graduació entre aqueixos dos eixos, segons la mena de contingut del qual parlem, és possible aclarir conceptualment l'assumpte mitjançant una taula que, en nom de la claredat, simplifica els casos d'acord amb una teoria representativa que permet distingir entre col·lectius que **s'autopresenten** com a tals en forma directa i aquells que **són presentats** o referenciats en forma indirecta. Seguim ací lliurement les idees de Javier Callejo (2008).

	Presència (els col·lectius protagonitzen l'espai)	**Referència** (els col·lectius són referits en l'espai)
Autònoma (producció pròpia del col·lectiu)	-**Espai cedit al col·lectiu** -en les seues instal·lacions o en el mitjà -producció, realització, imatges de la comunitat -**Retransmissió d'actes, rituals**, celebracions, promoció -amb senyal propi -amb senyal del mitjà -"Temps d'antena" El **col·lectiu** decideix els continguts, enfocament, format, franja d'emissió El mitjà renuncia a imposar condicions professionals	-**Referències en programes informatius**, formatius o culturals -Finestres de presència de col·lectius -"Peces-*VTR" -Imatge/veu de representants del col·lectiu -"Carxofada", "Total" (declaració a càmera) - Temps de paraula -Actors o portaveus com a font -Actors o portaveus com a protagonista El **col·lectiu** decideix continguts del missatge Dins del discurs de la cadena. El mitjà estableix les condicions de professionalitat. No hi ha negociació

Heterònoma (producció pròpia de la cadena)	-**Espai dedicat al col·lectiu** -monogràfic o -compartit amb altres col·lectius **-Programa de diversitat religiosa** -Contenidor amb -Finestres de presència de col·lectius -amb equip i guió del mitjà -presentat i dirigit per professionals -Informació, formació, entreteniment… -**Cobertura d'esdeveniments** -informació amb criteri de noticiabilitat. -Col·lectiu com a protagonista -Temps de paraula El **mitjà** decideix continguts, formats, guió, franja… Es negocien condicions formals	-**Referències en programes**, informatius, formatius, culturals, entreteniment... -Aparició d'actors + identificació (rètols) en notícies, cròniques, etc. -Actors com a font -Actors com a protagonista -"Imatges de recurs", "cues", "carxofades" El **mitjà** decideix continguts, enfocament, ubicació, temps… i garanteix la professionalitat No hi ha negociació

Els espais reservats a col·lectius i moviments socials per a la seua "representació pública" i, d'una altra, els espais de publicitat electoral o política que les lleis reserven als partits polítics en període electoral que fins fa poc es limitaven a dedicar un temps determinat a cada organització política, segons els seus últims resultats i difondre el seu producte audiovisual tal com era lliurat al

mitjà. Aquest fet ha generat un greu perjudici a la qualitat de la informació i, en general, una davallada en les audiències per manca d'interés d'aquests espais electorals taxats. Algunes veus autoritzades s'han manifestat contra una aplicació mimètica del sistema d'accés previst en la LOREG (Llei Orgànica del Règim Electoral General) per als partits en campanya electoral, als col·lectius socials (SORIANO, 2017, pàg. 557). La cessió d'espais gratuïts de publicitat no sembla el procediment adequat per a col·lectius socials la rellevància pública dels quals no pot establir-se mitjançant un recompte de vots o escons. La informació emesa per un mitjà públic ha de ser sensible a aqueixes realitats socials que, per mancar de mitjans de comunicació propis, no sempre tenen la visibilitat adequada per a exercir la seua funció d'enriquiment de la conversa pública. Aqueixa és una de les funcions del servei públic de comunicació, per a assegurar una bona reproducció del pluralisme. Aqueixa atenció i sensibilitat cap a col·lectius que són, a vegades, poc determinants socialment o fins i tot culturalment emergents i avantguardistes, pot adoptar formes variades que incloguen l'accés a espais informatius, com ha previst la pròpia Llei 6/2016, que crea la plataforma pública valenciana de mitjans, però no té perquè adoptar la forma de cessió gratuïta d'espais.

- **Limitacions de contingut**

Respecte als continguts de les emissions protagonitzades per, o referides a, actors socials en compliment del dret d'accés, l'únic vertader límit té a veure amb els límits propis del dret a la llibertat d'expressió i informació. Els continguts que puguen pertorbar la convivència, inciten a la violència sexual o de qualsevol altre tipus o fomenten les actituds masclistes, xenòfobes, racistes, homòfobes, tràsnfobes, etc., o alimenten discursos d'odi. Això significa, naturalment, que fins i tot en el cas d'optar per un model de dret d'accés basat en la cessió lliure d'espais a les organitzacions socials, la capacitat d'aquestes per a determinar els continguts hauria de ser limitada per les lleis i, en particular, pels "principis a observar en la prestació del servei públic" que estableix l'article 5.1 de la Llei 6/2016 del servei públic de radiodifusió i televisió d'àmbit autonòmic de titularitat de la Generalitat. Pel que qualsevol contingut que atemptara contra aqueixos principis hauria de ser eliminat pels responsables de la programació.

El llibre d'estil de la CVMC arreplega un interessant punt de vista sobre el dret d'accés

DRETS DE LA CIUTADANIA I PARTICIPACIÓ

- *El Consell de la Ciutadania*

La CVMC, com a prestadora d'un servei a la ciutadania com ho són els mitjans de comunicació públics, té com a objectiu la participació ciutadana i la garantia dels drets de la ciutadania. En la Llei 6/2016 de 15 de juliol, de la Generalitat, del Servei Públic de Radiodifusió i Televisió d'Àmbit Autonòmic, de Titularitat de la Generalitat, es preveu la creació del Consell de la Ciutadania, amb voluntat d'impulsar la diversitat i la pluralitat.

El Consell de la Ciutadania es converteix en l'òrgan assessor en matèria de programació i continguts de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Assessora el Consell Rector i la Direcció General de la CVMC en la definició i avaluació de les polítiques i estratègies de comunicació dels diferents mitjans i serveis de la CVMC. El Consell de la Ciutadania també té la missió **d'oferir la perspectiva de les diferents audiències i identificar qüestions i demandes que puguen ser rellevants perquè siguen considerades pel Consell Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació.**

- *La participació, pluralisme i **dret d'accés***

Un dels principis que ha d'observar la CVMC és la **promoció de la participació plural i democràtica en les informacions a través de l'exercici del dret d'accés als mitjans.**

La CVMC haurà de **garantir l'expressió de la pluralitat social, ideològica, cultural, política i sindical de la societat valenciana en la programació dels seus mitjans, canals i plataformes.**

Pel que fa al dret d'accés dels diferents grups socials i polítics s'aplicarà a la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, tal com fixa la Llei 6/2016, des de tres àmbits:

1. De manera global, a través de la **participació dels grups polítics i socials representatius**, tan com a fonts com també com a portadors d'informació i d'opinió en el conjunt de la programació.

2. A través **d'espais específics en els canals i plataformes de la CVMC** en diferents horaris i formats i mitjançant la cessió d'espais no guionitzats dins dels serveis informatius, d'acord amb la llei.

3. A través de **convenis de col·laboració** amb productors de béns culturals i audiovisuals de la Comunitat Valenciana per a la gravació i difusió de continguts audiovisuals no remunerats, amb l'objecte de donar a conéixer les seues creacions a través de la CVMC; i també a partir de la **difusió d'espais** publicitaris pel sistema de publicitat a risc, és a dir, quan la remuneració depén dels ingressos que produïsca l'activitat cultural o audiovisual de què es tracte.

En compliment del dret d'accés, la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació **garantirà la disponibilitat dels mitjans tècnics i humans i necessaris per a l'elaboració dels espais abans esmentats**. D'acord amb la llei, la responsabilitat de regular amb un reglament específic l'exercici del dret d'accés recau sobre el Consell Rector, prèvia consulta al Consell de la Ciutadania.

Pel que fa a la participació de particulars, requerirem sempre el seu consentiment. En el cas de persones menors d'edat, l'autorització del pare, mare o tutor. A més, hem de garantir la custòdia i protecció de les dades personals que es demanen per a l'exercici del dret de participació, en compliment de la legislació vigent.

En l'actual context comunicatiu **les xarxes digitals han de ser també un canal de foment de la participació en els mitjans de comunicació públics.** La CVMC i les empreses prestadores de serveis hauran de fer un esforç en el foment de la participació de la ciutadania quant a la producció de continguts. Atés el caràcter interactiu de les xarxes digitals, també és un objectiu de la CVMC usar-les per a detectar interessos, demandes i necessitats del públic.

Els comentaris poden ser un dels mecanismes de participació previstos en els portals digitals de la CVMC. Hauran de seguir unes normes de convivència bàsiques per al bon funcionament i ordenament dels debats. No es permetran comentaris que incloguen insults, que inciten a l'odi (racistes, xenòfobs, masclistes, LGTBIfòbics, etc.), continguts publicitaris o d'altres destinats a interrompre converses entre usuaris. La CVMC establirà les normes d'ús i de participació en totes les seues plataformes i haurà de posar-les a disposició de l'usuari de manera visible.

Full de ruta del Consell de la Ciutadania per garantir el dret d'accés

El Consell de la Ciutadania ha creat un grup de treball que a banda del text anterior es planteja diverses mesures per aconseguir que la CVMC siga un dels organismes de comunicació pública més avançats en l'aplicació del dret d'accés de la ciutadania als mitjans de comunicació.

Algunes de les accions que es presenten com a adients:

- Elaborar la **normativa**: principis, reglament, procés de sol·licitud, etc. Per a garantir l'accés de la ciutadania i les seues organitzacions més representatives a espais audiovisuals en qualsevol del formats existents. Es tracta d'arreplegar l'experiència d'altres mitjans públics, especialment de la CRTVE.

- **Coordinació amb el comité d'informatius** per a garantir un model avançat de referència en qualssevol dels espais de la programació.

- **Coordinació amb l'equip directiu.**

- Elaboració, participativa, d'una **agenda pública de "Qui és qui**" del món associatiu i entitats a la Comunitat Valenciana per a garantir la facilitat en el contacte amb les divers organitzacions socials.

- Coordinació amb **el Consell de Participació** de la Generalitat per avançar en el model.

- **Assessorament** amb els professionals, experts, associacions i entitats que han treballat el tema del dret d'accés. Cal remarcar que a la nostra Comunitat s'han produït congressos, publicacions i actuacions múltiples referides al dret d'accés.

- Realització a curt termini (abans del mes de maig) d'una **jornada** amb experts sobre el tema, amb l'estreta coordinació amb el Consell Rector. La jornada podria ser en línia inicialment donades les restriccions de la pandèmia.

  L'objectiu de la jornada és reflexionar sobre el com i el perquè del dret d'accés i de l'escassa visibilitat de tot el teixit associatiu. La societat s'estructura sobre la base d'un teixit social molt ric i prolífic en associacions i altres entitats similars sense ànim de lucre. Això s'hauria de preveure en el desenvolupament de les vies d'accés i de participació als serveis de comunicació audiovisual públics.

- Anàlisi sobre la possible creació d'un **Fòrum de persones i entitats usuàries del servei públic de comunicació.**

II.2. COMUNICACIÓ INCLUSIVA

-La societat organitzada a la espera d'una resposta compromesa pel periodisme inclusiu.

-Formar en inclusió i diversitat els equips professionals d'À Punt Mèdia és el primer pas per a garantir un servei públic de qualitat, de participació ciutadana i responsabilitat col·lectiva.

La utilització adequada de les paraules i dels enfocaments informatius per a referir-se a la realitat diversa que ens envolta denota el bon estat de salut social d'un mitjà de comunicació. La realitat canviant requereix una revisió regular del llenguatge, les fonts, els testimoniatges, les interlocucions i els tractaments informatius. En el cas de la radiotelevisió pública valenciana, tal com hem destacat en els tres informes que precedeixen el present, el Consell de la Ciutadania ha prescrit de manera reiterada la necessitat d'escoltar les organitzacions socials representatives de la Comunitat Valenciana en la seua demanda de col·laborar amb la radiotelevisió pública valenciana per a millorar el tractament informatiu referent a la diversitat social.

Les persones, i especialment les persones que viuen amb algun factor de vulnerabilitat, volen ser nomenades en els seus mitjans públics sota un paraigües de respecte i empatia, és a dir, de la forma que el col·lectiu mateix ha estimat més adequada per a reflectir la seua pròpia realitat. De la mateixa manera, les persones també volen ser representades des d'una perspectiva amable, positiva i propositiva, que les incloga com a membres dins de la societat, amb el mateix valor que la resta. Insistim en el fet que els mitjans informatius públics han de responsabilitzar-se de representar informativament els diferents col·lectius que conformen la nostra Comunitat d'una forma inclusiva, i garantir la seua tasca pública d'escolta activa, des de la consciència d'estar satisfent sol·licituds legítimes de la ciutadania organitzada.

En informes anteriors i, en algun cas, mitjançant cartes directes i suggeriments que traslladarem a la direcció d'À Punt Mèdia, quatre plataformes o entitats significatives de la societat valenciana (**CERMI-CV**, **Plataforma sense llar**, el **Comité Antisida de València** i un **grup d'entitats integrades en el Servei d'Assistència i Orientació a Víctimes de Discriminació Racial o Ètnica**) van contactar amb el Consell de la Ciutadania per a demanar-nos traslladar a la Direcció General la seua visió sobre el tractament informatiu que es fa des dels continguts informatius d'A Punt Mèdia en relació amb les **persones amb discapacitat**, les **persones en situació de sensellarisme**, les **persones amb VIH** i les **persones provinents del context de la interculturalitat**. Aquestes demandes, que des del Consell considerem proactives i de naturalesa col·laborativa, venien acompanyades d'una proposta de formació per part de les entitats mateixes i que hem volgut reforçar des del nostre ens.

Aquestes organitzacions socials no han rebut encara cap resposta davant la seua iniciativa, tot i que després del I informe semestral d'aquest Consell, l'anterior Direcció va remarcar l'any 2019 el compromís d'À Punt Mèdia de continuar avançant en aquest sentit i va concretar, fins i tot, en una carta, el següent: "Plantegem que el Consell de la Ciutadania presente una relació de persones i entitats capacitades per a fer aquesta tasca formativa i À Punt Mèdia es compromet a encaixar-la en els plans de formació dels seus professionals".

Des del Consell de la Ciutadania ens vam comprometre a col·laborar amb la Direcció General, amb la proposta de treballar en l'elaboració d'una relació de persones especialistes, entitats socials i una estructura bàsica de continguts per a cada una de les formacions sobre diversitat i inclusió que haurien de ser impartides als i a les professionals d'À Punt. Aquestes formacions haurien d'arreplegar no sols aspectes sociolingüístics, sinó el context històric i social de les diferents realitats, així com aspectes educatius, jurídics, tècnics i ètics. Conéixer el context i la realitat de les diferents qüestions i interseccions socials és el primer pas per a garantir un periodisme de servei públic: és promoure una comunicació per a la igualtat d'oportunitats i per a la cohesió social.

És per tot això que des del Consell de Ciutadania remarquem la necessitat d'obtindre una contestació explícita per part de la Direcció General que convide el nostre ens a treballar en una programació formativa junt amb els col·lectius interessats, a aportar valor intangible i qualitatiu a la nostra radiotelevisió pública. Noves formes de representació de la realitat social són possibles i fer aliances reals, planificades i amb calendari d'acció amb la participació d'agents especialitzats serà una mostra de respecte i consideració cap a la ciutadania. Perquè satisfer les demandes comunicatives de l'àmbit comunitari davant situacions de vulnerabilitats i injustícies és contribuir a un periodisme referent, de qualitat i de servei públic a la Comunitat Valenciana.

II.3. ACORDS ASSOLITS PER LA SAMC AL LLARG DE 2020 AMB ENTITATS SOCIALS, PLATAFORMES I XARXES

Al llarg de 2020 hi ha tres grans eixos que vertebren les iniciatives de projecció: la promoció de la cultura, les iniciatives socials i solidàries i els lligams amb el món educatiu i de la investigació.

A) Convenis de contingut cultural

1.- Conveni de col·laboració amb la Diputació de València per a contribuir a la promoció del patrimoni històric, artístic, mediambiental, cultural, lingüístic i esportiu de la província de València i els seus municipis i la seua projecció a la resta de la Comunitat Valenciana a través dels mitjans que conformen À Punt Mèdia. Igualment, les dues parts sumaran accions contra la violència de gènere, l'homofòbia i la discriminació per sexe i per a afavorir la diversitat i l'accessibilitat.

2.- Conveni de col·laboració amb l'Ajuntament de Vila-real per a difondre i promocionar la cultura en el marc de les activitats dels següents certàmens: Festival de Jazz de Vila-real; el festival Vila-real en Dansa; el festival de teatre de carrer FITCarrer, i la passió musical Laquima Vere.

3.- Conveni de col·laboració amb l'Organisme Autònom Municipal Palau de la Música, Congressos i Orquestra de València (OAM) per a difondre i promocionar activitats musicals i culturals. L'acord recull la voluntat de les dues parts per a mantindre l'oferta cultural inclosa en el programa de 2020 i 2021, coincidint amb el període de restricció d'activitats derivat de la pandèmia de la Covid-19, així com donar difusió i cobertura als concerts programats amb motiu de la commemoració de l'Any Iturbi. Les dues parts també es comprometen a promoure la col·laboració en el marc de les activitats infantils i educatives a través del programa Xicotet Palau, impulsat per l'OAM, i de la Colla d'À Punt, sempre amb l'objectiu d'ajudar a introduir els xiquets i xiquetes en la cultura musical i a aprendre a gaudir d'un oci de qualitat.

4.- Contracte de patrocini de la Fira Valenciana de la Música Trovam Pro Weekend, que es va celebrar al novembre a Castelló de la Plana. En aquest certamen, À Punt és mitjà oficial, el Teatre Principal es converteix en l'Escenari À Punt i alguns dels concerts són adquirits per À Punt per a la seua emissió en diferit.

5.- Conveni de col·laboració amb la Universitat Cardenal Herrera-CEU per a promoure i difondre l'obra del cineasta valencià Luis García Berlanga amb motiu de la celebració l'Any Berlanga, coincidint amb el centenari del seu naixement. La col·laboració implica la Càtedra Luis García Berlanga i l'Institut Valencià de Cultura, amb els objectius de promoure la investigació de l'obra del cineasta valencià, potenciar la investigació interdisciplinària de la seua filmografia en relació amb el cinema espanyol i afavorir el coneixement de la cultura i de la cinematografia mediterrànies. També promou la producció de continguts audiovisuals.

6.- Conveni de col·laboració amb el festival Mostra de València-Cinema del Mediterrani, que se celebra a l'octubre a València. À Punt és el mitjà oficial, dona cobertura en programes i informatius, retransmet la gala inaugural i atorga un dels premis.

7.- Conveni de patrocini amb el Festival Internacional de Cinema d'Alacant, que se celebra a l'octubre. À Punt, mitjà oficial, dona cobertura en programes i informatius i retransmet la gala inaugural.

8.- Conveni de col·laboració amb l'Skyline Film Festival, que se celebra al març a Benidorm (Alacant). És un certamen en el qual es projecten curtmetratges de ficció, documental i animació, a més de programar activitats paral·leles, tallers audiovisuals, exposicions, seminaris, fòrums de debat i un mercat de la indústria. À Punt és mitjà oficial i atorga el Premi À Punt Mèdia al millor curtmetratge valencià.

9.- Conveni de col·laboració amb el Festival Prime The Animation! per a difondre i promocionar el cinema d'animació en el marc de les activitats que s'organitzen en aquest festival impulsat per la Universitat Politècnica de València. À Punt és el mitjà oficial, dona cobertura i atorga premi Especial À Punt d'Animació al millor projecte valencià.

10.- Conveni de col·laboració amb Fora de Sèries Produccions SL per a difondre i promocionar el món de la ficció televisiva en el marc de les activitats programades en el Festival Sèries Nostrum, que se celebra a Altea (Alacant) durant el mes de novembre.

11.- Conveni de col·laboració amb l'Associació de Dissenyadors de Moda de la Comunitat Valenciana (Dimova) per a difondre i promocionar el CLEC Fashion Festival, el festival de la moda de la Comunitat Valenciana, que se celebra al febrer a València.

12.- Acord de col·laboració amb la Fira Mostrari Internacional de València per a difondre i promocionar el Saló del Còmic, que se celebra a València al febrer, i promocionar el sector del còmic valencià i el paper dels seus autors, dibuixants i editorials.

13.- Conveni de col·laboració amb la Mostra Internacional de Cinema Educatiu (MiCe) per a difondre i promocionar l'audiovisual educatiu valencià. À Punt és el mitjà oficial, dona cobertura i atorga el Premi MiCe València-La Colla À Punt als Valors, que reconeix el treball d'una producció escolar en valencià per l'aportació dels seus valors.

14.- Conveni de col·laboració amb l'Associació Mediterrània Audiovisual per a difondre i promocionar l'audiovisual educatiu valencià en el marc del festival Projecta, que se celebra a Alacant al febrer. En aquesta edició, Projecta ha tingut

com a tema central el foment de la convivència en igualtat entre homes i dones, així com la visibilitat dels col·lectius LGTBI i les persones amb diversitat funcional.

15.- Convenis amb les següents institucions i editorials per a la difusió de continguts educatius dins de la proposta en línia La Colla a Casa durant el confinament provocat per la Covid-19: Editorial Edelvives; Edicions 96; Editorial Sargantana; Editorial Bromera; Editorial Itbook; Editorial Lletra Impresa; Fundació Bromera; Edicions del Bullent; Fundació Sambori, Fundació Escola Valenciana, Unitat de Normalització Lingüística de la Diputació de València i Institut Valencià de la Joventut.

B) Convenis i iniciatives solidàries

1.- Conveni de col·laboració amb Creu Roja Espanyola en iniciatives d'interés públic destinades a millorar la situació social de la ciutadania en matèria sanitària, educativa, informativa, d'inclusió i ocupabilitat, i de totes aquelles que es consideren d'interés comú, prioritzant en primer lloc les que tinguen relació amb l'impacte de la pandèmia de la Covid-19 en la societat de la Comunitat Valenciana. Els mitjans d'À Punt –televisió, ràdio, web i els diversos perfils de les xarxes socials– informaran i visibilitzaran les iniciatives que Creu Roja Espanyola desplega amb el projecte Creu Roja Respon, i que es concreta en accions de socors, ajuda sanitària, inclusió social, suport educatiu, orientació laboral, cooperació internacional, voluntariat, medi ambient i consum. Creu Roja Espanyola i À Punt es comprometen a impulsar activitats conjuntes orientades al públic infantil i juvenil, promovent la col·laboració entre La Colla d'À Punt i els programes socioeducatius de CRE.

2.- Conveni de col·laboració amb Càritas Diocesana de València per a col·laborar en iniciatives d'interés públic destinades a millorar la situació social de la ciutadania en matèria d'inclusió social, sanitària, educativa, informativa i d'ocupabilitat, i de totes aquelles que es consideren d'interés comú.

3.- Conveni amb la Coordinadora Valenciana d'Organitzacions No Governamentals per al Desenvolupament per a col·laborar en iniciatives d'interés públic destinades a millorar la situació social de la ciutadania en matèria de justícia social, participació, desenvolupament sostenible, pluralitat, accessibilitat i de totes aquelles que es consideren d'interés comú. Els mitjans d'À Punt realitzaran una cobertura transversal al voltant d'una temàtica central, coincidint amb campanya o data destacada, com la Campanya Pobresa Zero, Dia dels Drets Humans, Dia Mundial del Comerç Just o el Dia de les Persones Cooperants.

4.- Organització de la jornada de debat, de caràcter nacional, 'Les ONG; essencials en l'emergència de la Covid-19' amb la participació dels presidents de Càritas Espanya, Manuel Bretón Romero, i de Creu Roja Espanyola, Javier Senent, al costat de la presidenta de la Coordinadora Valenciana d'ONGD, Lourdes Mirón. Les tres

organitzacions i À Punt van abordar al setembre el rol de les organitzacions i els mitjans de comunicació en la situació d'emergència creada per la Covid-19. La jornada va estar impulsada per À Punt i Europa Press amb el suport de Fundació Bancaixa.

5.- Conveni amb la Fundació per la Justícia de la Comunitat Valenciana per a col·laborar en iniciatives d'interés públic destinades a millorar la situació social de la ciutadania en matèria de justícia social, educació, drets humans, participació, pluralitat, accessibilitat, inclusió social i totes aquelles que es consideren d'interés comú. À Punt es compromet a difondre aquelles campanyes i iniciatives que promou La Fundació i que les dues parts acorden, atorgant una cobertura especial al Premi Drets Humans i al Festival Internacional de Cinema i Drets Humans de València, Humans Fest, on À Punt és mitjà oficial

6.- Acord de col·laboració amb la promotora musical Últim Corredor SL per a difondre i promocionar el concert benèfic 'Salvant la distància', que el grup musical Ciutat Jara ofereix a Gandia amb l'objectiu de recaptar fons per a menjadors socials del Cabanyal (València) i Gandia.

7.- À Punt col·labora amb Càritas i la Creu Roja en la difusió del videoclip 'Resistiré', d'artistes valencians, amb la finalitat de recaptar fons a través de YouTube per als més necessitats per la crisi de la Covid-19.

C) Convenis de contingut educatiu i investigador

1.- Conveni amb l'Associació Espanyola de Direcció i Enginyeria de Projectes (Aeipro) i el Campus d'Alcoi de la Universitat Politècnica de València per a difondre i promocionar els continguts del XXIV Congrés Internacional de Direcció i Enginyeria de Projectes, celebrat el mes de juliol amb un desenvolupament íntegrament virtual. À Punt és el mitjà oficial i els periodistes i tècnics d'À Punt es van convertir en avatars en l'esdeveniment. La participació s'emmarca en la política de la cadena per a impulsar la societat de la informació, el foment de la producció de continguts audiovisuals, la promoció de la creació digital i multimèdia com a aportació al desenvolupament de la indústria cultural i audiovisual valenciana i la dinamització econòmica de la Comunitat Valenciana.

2.- Conveni de col·laboració entre Brainstorm i la SAMC per tal que les innovacions tecnològiques més recents desenvolupades per Brainstorm en el marc de projectes d'R+D+i puguen posar-se en pràctica i ser utilitzades per la SAMC en les seues activitats i que, així mateix, la SAMC i Brainstorm puguen comprovar conjuntament les seues característiques i detectar les possibles millores que podrien incorporar-se en les innovacions tecnològiques esmentades. Brainstorm oferirà a la SAMC la possibilitat d'utilitzar, en el seu propi entorn operatiu, tecnologies i materials innovadors en fase de desenvolupament i d'analitzar, comprovar i, si escau, validar els resultats d'aquests projectes com a usuari final

(*end user*). La SAMC també pot d'adherir-se al programa de Beta Tester per a poder utilitzar versions finalitzades en mode de proves (*beta versions*) dels nous productes i tecnologies desenvolupats per Brainstorm.

3.- Conveni marc entre la SAMC i ESIC (Escoles d'Estudis Superiors) en matèria acadèmica, científica i cultural. Com en la resta de convenis amb centres d'estudis superiors, abasta la regulació de les pràctiques universitàries, la formació de treballadors d'À Punt, la transferència de coneixements, l'assessorament i l'organització i execució d'activitats comunes, com seminaris, cursos, jornades i congressos, relacionades amb els objectius de les dues entitats i amb la promoció social de la formació i el reciclatge dels professionals de la SAMC i de l'ESIC.

www.cvmc.es/consell-ciutadania/