

RESOLUCIÓN N° 39/2019

ASUNTO: Resolución en materia de acceso a la información presentada al amparo del artículo 12 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

En respuesta a la solicitud presentada por Don [REDACTED] de 11 de junio de 2019 ante el portal de transparencia del Gobierno de España, la Secretaria General de la Corporación RTVE en base a los antecedentes y consideraciones jurídicas expuestas a continuación, adopta la siguiente **RESOLUCIÓN:**

ANTECEDENTES

ÚNICO: Con fecha 14 de junio de 2019, tuvo entrada en RTVE solicitud de acceso a la información pública al amparo de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (en adelante LTAIBG), solicitud que quedó registrada con el número 001-035117. La solicitud, suscrita por Don [REDACTED] (en adelante el solicitante), requería la siguiente información:

“Coste de la producción externalizada que integra la parrilla de TVE en la fecha de presentación de esta solicitud de información con desglose de los siguientes datos:

- Nombre del programa
- Nombre de la productora
- Coste por programa para TVE
- Share medio durante la temporada en curso”

CONSIDERACIONES JURÍDICAS

PRIMERA. – Sobre la información relativa al coste de la producción externalizada y el cumplimiento de la función de servicio público por RTVE.

Solicita el interesado información relativa al coste de la parrilla de TVE, sin especificar si se refiere a algún canal concreto o a todos los canales de la Corporación RTVE, que como es público y notorio tiene cinco canales de televisión, La 1, La 2, Clan, Canal 24h y Teledeporte.

La confección de la llamada parrilla es una de los puntos estratégicos en el sector de la comunicación. La cadena debe colocar los programas secuencialmente evaluando horario y día de emisión para que los programas atraigan al mayor número de espectadores. Es estratégico pues la audiencia es el motor de todas las televisiones, públicas y privadas, y también de la Corporación RTVE.

En la elaboración de la “parrilla” se tienen en cuenta múltiples factores más allá del mero cumplimiento de la normativa legal, como el determinar la audiencia a la que se dirige el programa, evaluar el potencial comercial de los programas, determinar las necesidades para la planificación, si hay que comprar, producir, o adquirir derechos, hacer la parrilla, seleccionado día, horario, orden de emisión, para lograr crear una imagen propia de un servicio identificable con la cadena, evaluar los resultados de audiencia, etc....

La configuración de las parrillas, en definitiva, como decíamos al principio, determinan las audiencias, y, en este sector ampliamente competitivo en el que el término “*guerra de audiencias*” es un término común y ampliamente difundido, y donde existen normas para evitar la llamada contraprogramación y cambios de programación de última hora¹, las parrillas son fundamentales para el sector.

¹ Ver artículo 6.2 de la Ley 7/2010, de 30 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual

Desvelar el coste económico de la parrilla de los canales de TVE, o parte de él, evidentemente implica poner a la radio televisión pública en una clara desventaja respecto sus competidores, pues se desvelaría los costes en los que se incurre en determinadas franjas en los que la competencia es, si cabe, aún más acusada.

Función de servicio público de RTVE

El cumplimiento de la función de servicio público de comunicación audiovisual que el artículo 20.3 de la Constitución Española (“CE”) encomienda a RTVE, exige, tal y como se determina en el artículo 7.1 del Mandato Marco a RTVE, que ésta alcance en el sector audiovisual una posición destacada que garantice la suficiente presencia en la sociedad. Es decir, para poder cumplir con dicha función es imprescindible “llegar” a la sociedad y por tanto tener una audiencia que permita dicha presencia.

Este principio no sólo alcanza a RTVE si no al resto de medios audiovisuales europeos. El rol de las empresas públicas de medios de comunicación está profundamente ligado a los valores y libertades fundamentales, y deben actuar como garantía de libertad y pluralismo que promueva los valores democráticos en la sociedad. Por ello, los estándares europeos en esta materia se han ido fijando por el Consejo de la Unión Europea, el Parlamento Europeo y el Tribunal Europeo de Derechos Humanos (en adelante el “TEDH”). Lo anterior, a partir de los principios que regulan el ejercicio del derecho a la libertad de expresión (artículo 20 de la Constitución Española –“CE”- y 10 del Convenio Europeo de Derechos Humanos –en adelante el “CEDH”), que se concretan en la independencia de los poderes políticos y económicos; la transparencia en la gestión con la consecuente rendición de cuentas; y la sostenibilidad de la prestación del servicio que requiere no solo una financiación suficiente, sino también que RTVE alcance en el sector una posición destacada que permita el ejercicio de su función de servicio público.

Por ello, RTVE tiene que perseguir entre sus objetivos alcanzar el mayor número de audiencia, pues solo si RTVE tiene una audiencia y esta es significativa podrá decir que

cumple satisfactoriamente con la misión de servicio público encomendado por la ley y las propias Cortes Generales.

Concepto de servicio público

En este sentido, RTVE desarrolla un servicio público calificado legalmente como esencial. El artículo 40 de la Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, dispone, que *“El servicio público de comunicación audiovisual es un servicio esencial de interés económico general que tiene como misión difundir contenidos que fomenten los principios y valores constitucionales, contribuir a la formación de una opinión pública plural, dar a conocer la diversidad cultural y lingüística de España, y difundir el conocimiento y las artes, con especial incidencia en el fomento de una cultura audiovisual. Asimismo, los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual atenderán a aquellos ciudadanos y grupos sociales que no son destinatarios de la programación mayoritaria.”*

El preámbulo del Mandato Marco dado a la Corporación RTVE por los Plenos del Congreso de los Diputados y del Senado, los días 11 y 12 de diciembre de 2007 (BOE nº 157, de 30 de junio de 2008) manifiesta que *“La Ley certifica el carácter de servicio público de la radio y la televisión estatal, estableciendo la necesidad de conciliar la rentabilidad social que debe inspirar su actividad con la obligación de dirigirse a la más amplia audiencia”* o la obligación impuesta en el artículo 7 de *“alcanzar en el sector audiovisual una posición destacada que garantice la suficiente presencia en la sociedad”* y el artículo 30 se refiere a que la programación se ha de regir por los *“principios de calidad y rentabilidad social”*

Por tanto, los intereses comerciales y económicos protegidos son igualmente importantes para que RTVE alcance no ya una rentabilidad económica, que también se le exige de conformidad a los principios de economía y eficiencia de gasto que se exige a toda administración pública, sino para alcanzar la máxima rentabilidad social, que se traduce en lograr la máxima audiencia posible, y como hemos visto, la herramienta fundamental es la programación o parrilla de la cadena.

Por todo ello no es posible atender la solicitud sobre el coste de los programas de producción externalizada, por cuanto la misma incurre en el supuesto contemplado en el art. 14.1.h) y 14.2 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno porque publicar esa información puede perjudicar los intereses comerciales de RTVE ya que ésta se mueve en el mismo mercado que las televisiones privadas y difundir esta información le generaría una desventaja competitiva respecto de aquellas. Por esta razón estos contratos están sujetos a deberes de confidencialidad.

Cumplimiento de los objetivos del mandato marco en cuanto a la producción

Relacionado con esta petición está el cumplimiento de esta Corporación con los objetivos impuestos en el artículo 35 del Mandato Marco respecto a los objetivos de producción interna y externa. En este supuesto la Corporación cumple con dichos objetivos, alcanzando la producción interna un 60% en los canales generalistas y un 20% en los temáticos.

Se exponen los datos de los porcentajes de emisión de 2018.

EMISIÓN 2018 (Art.35.3)						
GRUPO DE CADENAS	TOTAL HORAS EMITIDAS	5% M. MARCO	TOTAL HORAS	% Medio recursos Internos	% Medio rec. int. con +5% (*)	% Objetivo
GENERALISTAS	48.041,59	2.402,08	50.443,67	59,4%	61,3%	60,0%
TEMÁTICAS	35.420,82	1.771,04	37.191,86	38,5%	41,4%	20,0%
Total general	83.462,41	4.173,12	87.635,53	50,5%	52,9%	

(*) Según estipula el Mandato-marco, el total de horas está incrementado en un 5%, correspondientes a los procesos internos que conlleva la emisión de contenidos.

Segunda. - Respecto al share medio de la temporada, se facilita la información solicitada.

Promedio temporada

Del 01/09/2018-12/09/2019

	Total Día					
						
Cuota	15,7	9,8	2,7	0,9	1,8	0,5
Miles	1107	690	189	64	126	36

RESUELVO

ÚNICO. - En consecuencia, con fundamento en lo dispuesto en los preceptos de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno recogidos en el cuerpo de esta resolución, se **ACCEDE PARCIALMENTE** a la solicitud de acceso a la información pública que tuvo entrada en esta Secretaría General y quedó registrada con el número 001-035117.

Contra la presente resolución, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante el Tribunal Superior de Justicia de Madrid, en el plazo de dos meses o, previa y potestativamente, reclamación ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno en el plazo de un mes; en ambos casos el plazo se contará desde el día siguiente al de notificación de la presente resolución. Ello sin perjuicio de cualquier otro recurso o reclamación que se estime procedente.

En Madrid, a 15 de julio de 2019.

SECRETARIA GENERAL


Elena Sánchez Caballero