



UNIVERSIDAD A DISTANCIA DE MADRID
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades

“El modelo Secuoya de la Región de Murcia como alternativa de la televisión autonómica española”

Tesis Doctoral presentada por:
Martó Egido Piqueras

Dirigida por
Dres. Miguel Ángel Poveda Criado y Álvaro de Diego González

Madrid Abril 2018

A mi familia

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	5
1 INTRODUCCIÓN.....	7
1.1 El porqué de la investigación.....	9
1.2 Problema de la investigación y pregunta.....	26
MARCO TEÓRICO.....	30
2 MARCO TEÓRICO.....	32
2.1 Introducción.....	32
2.2 Estado de la cuestión.....	34
2.3 De dónde vienen y hacia dónde van las televisiones autonómicas.....	46
2.3.1 La televisión de proximidad.....	48
2.4 Estructura de la Tesis.....	49
2.5 La televisión en España.....	49
2.5.1 Historia de la televisión en España.....	49
2.5.1.1 La Gran expansión de los años 60.....	51
2.5.1.2 Nace la 2 cadena o UHF.....	52
2.5.1.3 TVE y la transición.....	52
2.5.2 Historia de las televisiones autonómicas en España.....	53
2.5.3 Presente de las televisiones autonómicas.....	56
2.5.3.1 ¿Quiénes son los nuevos Directores Generales de las televisiones autonómicas de España?.....	58
2.5.4 El servicio público.....	60
2.5.5 FORTA.....	63
2.5.5.1 Organización Forta.....	64
2.5.5.2 Órganos de Gobierno.....	64
2.5.5.3 Otros órganos de la Federación.....	64
2.6 Indicadores de la Televisión en España durante 2016.....	67
2.6.1 Inversión publicitaria.....	67
2.6.2 Mercado publicitario y audiencias. Los dos mega grupos.....	72
2.6.3 TVE se recupera levemente.....	81
2.6.3.1 El endeudamiento.....	83
2.6.4 Entrada con fuerza de las plataformas de pago.....	85
2.6.5 Nuevos competidores en TDT.....	87
2.6.6 233 minutos por persona y día consumen televisión.....	89

2.7	Cifras y datos de todas las televisiones autonómicas en 2016.....	96
2.7.1	Presupuestos.....	96
2.7.2	Plantillas.....	104
2.7.3	Programación.....	106
2.7.4	Audiencias televisiones autonómicas.....	108
2.7.5	Audiencias informativos.....	111
2.7.6	Evolución histórica.....	116
2.7.7	Posicionamiento coste punto Share.....	118
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	124
3	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	126
3.1	Introducción.....	126
3.2	Objetivos.....	126
3.3	Formulación de las hipótesis.....	127
3.4	Metodología.....	128
3.4.1	Aspectos cualitativos de la investigación.....	128
3.4.2	Aspectos cuantitativos.....	129
3.4.3	Técnica de Observación.....	129
3.4.4	Técnica de la Entrevista.....	129
3.4.4.1	La entrevista será individual.....	131
3.4.4.2	Técnica del Análisis del Contenido.....	131
3.4.4.3	Diseño de la Entrevista.....	132
3.4.4.4	Panel de expertos.....	133
3.5	Punto de partida.....	133
	TRABAJO DE CAMPO.....	141
4	TRABAJO DE CAMPO.....	143
4.1	Introducción.....	143
4.2	Televisiones Autonómicas estudiadas.....	143
4.2.1	CART (Corporación Aragonesa de Radio y Televisión).....	143
4.2.1.1	Principales hitos de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.....	145
4.2.1.2	Organigrama Corporación Aragonesa Radio Televisión.....	146
4.2.1.3	Audiencias de Aragón Televisión. Período 2006-2016.....	147
4.2.1.4	Premios recibidos por la cadena.....	151
4.2.2	Antes RTVCM y ahora CMM (Castilla-La Mancha Media).....	152
4.2.2.1	Etapa 2001-2011.....	152
4.2.2.2	Etapa 2011-2015.....	153
4.2.2.3	Etapa 2015 hasta la actualidad.....	154
4.2.2.4	Audiencias históricas.....	156

4.2.2.5	Principios básicos y líneas generales de programación de RTVCM, según su ideario.	161
4.2.2.6	El tratamiento de la información en CMM.....	162
4.2.2.7	Otros contenidos de programación en CMM.....	163
4.2.2.8	Las audiencias en RTVCM (actual CMM).....	165
4.2.2.9	Premios.....	166
4.2.3	Radio Televisión Región de Murcia, RTRM. Nombre comercial 7RM.....	166
4.2.3.1	Evolución del modelo de Televisión autonómica en Murcia.....	167
4.2.3.2	Transición de Televisión de Murcia. 2012-2015.....	168
4.2.3.3	Organigrama RTRM (Institucional, no Secuoya).....	168
4.2.3.4	Última etapa la llegada del Grupo Secuoya hasta la actualidad.....	177
4.3	Comparativas televisiones autonómicas estudiadas.....	180
4.3.1	Presupuestos Televisiones Autonómicas estudiadas.....	180
4.3.2	Audiencias Televisiones Autonómicas Estudiadas.....	180
4.3.2.1	Audiencia Aragón Televisión.....	181
4.3.2.2	Audiencia CMM (RTVCM).....	181
4.3.2.3	Audiencias 7 RM (RTRM).....	182
4.3.3	Plantillas.....	183
4.3.3.1	Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.....	183
4.3.3.2	Descripción CMM o antes RTVCM.....	184
4.3.3.3	Radio Televisión Región de Murcia (RTRM) con nombre comercial de 7 RM (Secuoya).....	184
4.4	Comparativa del modelo utilizado por el Gobierno Murciano (Secuoya) frente a los modelos del resto de televisiones autonómicas.....	185
4.4.1	Coste punto de Share.....	190
4.4.2	Coste por habitante.....	191
4.5	El modelo Secuoya.....	192
4.5.1	¿Qué es Secuoya?.....	192
4.5.1.1	Las empresas que forman el Grupo Secuoya.....	193
4.5.2	Su modelo de negocio en RTRM.....	195
4.5.3	Cómo funciona.....	197
4.5.3.1	Datos económicos y plantilla de Secuoya en la concesión administrativa de la Televisión autonómica de Murcia.....	202
CONCLUSIONES.....		212
5	CONCLUSIONES.....	214
5.1	Introducción.....	214

5.2 En respuesta a la pregunta principal de esta investigación, ¿Tienen

futuro las televisiones autonómicas en España?.....	214
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	230
6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	232
ANEXOS.....	247
7 ANEXOS.....	249
Anexo 1. Siglas y acrónimos.....	249
Anexo 2. Índice de figuras.....	252
Anexo 3. Índice de gráficos.....	254
Anexo 4. Entrevistas realizadas.....	255
Anexo 5. Leyes de creación y funcionamiento de las televisiones autonómicas estudiadas (CART, CMM, 7 RM).....	305
Anexo 6. Instalaciones técnicas Secuoya, Murcia.....	357

INTRODUCCIÓN

1 INTRODUCCIÓN

En 2017 se han cumplido los 35 años del nacimiento de las primeras televisiones autonómicas en nuestro país. Hoy, 13 de las 17 comunidades autónomas tiene unos canales propios de televisión en abierto, muy parecidos entre ellas y a la vez muy diferentes, con distintas formas de funcionamiento, presupuestos y plantillas, lo que las hace un sistema de comunicación muy complicado. No va a ser objeto de esta investigación el complejo problema de la utilización política de las emisoras autonómicas, que ha comportado incluso la denuncia de posible adoctrinamiento ideológico¹.

Se abordará sobre todas ellas y en esta investigación se pormenorizará sobre tres de ellas, un poco más parecidas que el resto, aunque con muchas diferencias estructurales. Estas tres son de las últimas en su aparición, no son de las históricas, pero sí de las denominadas grandes entre las pequeñas. Una excepción será RTRM² que, aunque pequeña, pero todo un ejemplo de estudio por su gestión completa por parte de un grupo de comunicación privado.

Será un trabajo complejo, como se ha dicho por la gran cantidad de datos, cifras, estadísticas y variables que se necesitarán para poder hacer un estudio riguroso y una foto fija del momento actual de estas televisiones. La poca información interna que transmiten a la sociedad, será un problema que se tendrá que solventar, ya que solamente se conocen sus datos abiertamente cuando son beneficiosos para sus propias empresas.

En esta introducción se pretende ofrecer los argumentos que se utilizarán en esta Tesis sobre el complejo mundo de las televisiones autonómicas en nuestro país según nos describe en su investigación Felici, Javier Marzal; Elgezabal, Ramón Zallo.

"Las televisiones públicas autonómicas más veteranas -TV3, EITB, TVG, Canal Sur, Telemadrid-, arrastran grandes estructuras corporativas -sobre todo en el apartado de recursos humanos- que han dificultado su adaptación al actual escenario digital, marcado por una feroz competencia con los canales privados, por una oferta casi infinita de internet y por una audiencia cada vez más fragmentada, además de perder atractivo para los anunciantes más potentes cuya planificación de medios ha tendido a concentrarse en pocos soportes de ámbito estatal" (Felici, Javier Marzal, 2016: 1-7).

1 Tortella, entre otros autores, ha ligado recientemente la política lingüística desarrollada por los Gobiernos nacionalistas en Cataluña con el control de los medios de comunicación. En este sentido, alude a la existencia de TV3, desde enero de 1984. Con origen en una situación ilegal, la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) dispone en la actualidad de siete canales. Tordella, Gabriel et ali.: Cataluña en España. Historia y mito. Madrid, Gadir, 2016, pág. 339 y ss.

2 RTRM. Radio Televisión Región de Murcia. www.rtrm.es (consultado 2 de enero de 2016)

Se describirá qué metodología hemos aplicado, siendo la entrevista en profundidad la parte esencial, se explicará cómo se han realizado y con qué criterios. Se hablará con algunos Directores Generales de televisiones autonómicas, con especial atención a RTRM, se conocerán las opiniones de sus dos directores generales, ya que durante el periodo de redacción de esta tesis se produjo el relevo. RTRM (7 TV nombre³ comercial), es una televisión autonómica pionera en la contratación con una empresa privada de toda su gestión y programación. Se podrá estudiar sus dos vertientes, por un lado, la pública y, por otra parte, la empresa privada, que gestiona el servicio público (Secuoya)⁴.

La CART⁵, CMM⁶, (antes Radio Televisión Castilla la Mancha) y Radio Televisión de Murcia con su nombre comercial desarrollado por Secuoya (7RM) serán las televisiones estudiadas pormenorizadamente, las cuales son ejemplos de televisiones autonómicas modernas no históricas. Las entrevistas serán abiertas donde no solo se tratará en nuestra conversación de sus propias televisiones sino también del resto del panorama nacional, la competencia, las privadas, sus problemas, si es posible aplicar el "modelo Secuoya" (modelo de gestión total de una televisión autonómica) a otras televisiones y el funcionamiento de Forta⁷, sus prestaciones, ventajas e inconvenientes. Se analizarán los datos estadísticos, hacia dónde va el mercado y, sobre todo, cuál es el futuro.

Este trabajo de investigación se iniciará con la definición y parámetros utilizados, el porqué de la investigación, su interés, qué hipótesis manejamos, objetivos pretendidos, la metodología que se empleará, en qué estado está en estos momentos la cuestión, datos importantes del marco teórico. Con todos estos datos se realizará la estructura de la tesis.

Se continuará para introducir la investigación con una amplia descripción de la historia de la televisión en nuestro país y la llegada de las televisiones autonómicas, su organización y la asociación que las agrupa (Forta) y la parte importante de ellas que es el servicio público que prestan.

Tras conocer la historia y el desarrollo en España de la televisión, y en concreto de las autonómicas, se estudiarán todos los indicadores televisivos durante el último año investigado que es 2016. Objeto de un amplio estudio será la inversión publicitaria, como está el mercado, las audiencias tanto de públicas como de privadas.

3 7 RM. www.7tvregiondemurcia.es

4 SECUOYA. www.gruposecuoya.es

5 www.cartv.es

6 www.cmmedia.es

7 FORTA. www.forta.es

El problema de TVE, los nuevos competidores tanto de las plataformas de pago como de la TDT⁸ y se hablará y se analizará el dato objetivo de los 233 minutos por persona y día que consumieron televisión en España durante 2016.

Una vez que se obtienen ya todos los datos estadísticos sobre la mesa será el momento del estudio pormenorizado de las tres televisiones autonómicas objeto de nuestro estudio como ejemplos de televisiones autonómicas de nueva generación CART, CMM, 7RM.

Seguidamente se comparará todas las cifras de las televisiones autonómicas (CART, CMM, 7RM) con especial interés en presupuestos, plantillas, programación y audiencias.

Teniendo ya las cifras de las televisiones seleccionadas se compararán con el resto de autonómicas, con el fin de ver las similitudes y diferencias en todos los parámetros estudiados.

En la siguiente etapa, se hablará de lo que se denomina "*modelo Secuoya*". Se estudiarán todos sus pros y sus contras de un modelo de negocio donde la televisión autonómica pasa de la gestión pura y dura de todos sus contenidos, empleados, publicidad y línea editorial a manos de una compañía privada mediante un contrato de arrendamiento del servicio por un periodo largo de tiempo.

Con todos estos datos ya sobre la mesa de estudio, se confeccionarán las conclusiones, tratando de poner luz a este sobre las preguntas básicas de la investigación ¿Tienen futuro las televisiones autonómicas en España? Y ¿Cuál es el modelo que deben de utilizar para salir de la grave crisis que atraviesan?

1.1 El porqué de la investigación.

En la actualidad España tiene 13 televisiones autonómicas. Listado que incluye la nueva televisión valenciana que sustituye al desaparecido Canal 9. Todos estos canales están gestionando en la actualidad 37 canales de TDT.

De las 17 comunidades autónomas que forman el Estado Español, cuatro no han decidido hasta la fecha crear una televisión autonómica pública y estas son:

- Cantabria
- Castilla y León (pero si tiene una autonómica privada)
- La Rioja
- Navarra
- Y podríamos incluir también las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

⁸ Televisión Digital Terrestre

En la actualidad existen en nuestro país 12+1^º televisiones autonómicas públicas agrupadas en FORTA y la televisión extremeña, también pública y que no está agrupada. No contamos la nueva televisión valenciana porque está en fase de constitución.

La televisión autonómica de Extremadura, en su día decidió no incorporarse voluntariamente a FORTA y gestionar directamente sus infraestructuras, paquetes publicitarios y negociaciones de derechos. La televisión autonómica de Castilla y León no puede entrar en FORTA al no cumplir el requisito de ser pública (la gestiona una empresa privada).

Las televisiones FORTA son:



Mapa 1 Fuente elaborada por Forta www.forta.es

- Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (Canal Sur)
- Canal Extremadura Televisión (CEXMA) (no está en Forta)
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (Tv3)
- Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (Aragón TV)
- Corporación Radio e Televisión de Galicia (TVG)
- Ens Public de Radiotelevisió de les Illes Balears (IB3)
- Ente Público Radio Televisión Canaria (TVPC)
- Ente Público Radio Televisión Castilla-La Mancha, recientemente transformada en Castilla-La Mancha Media (CMM)
- Ente Público Radio Televisión Madrid (Tele Madrid)
- Esukal Irrati Telebista (ETB)
- Radio Televisión de la Región de Murcia (RTRM)
- Radio Televisión del Principado de Asturias (TPA)

9 12 pertenecen a Forta y 1 es pública, pero no está en Forta

El modelo Secuoya de la Región de Murcia como alternativa de la televisión autonómica española
Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)

- Radio Televisión Valenciana (RTVV) (Que iniciará en breve sus emisiones) (Todavía no han pedido su incorporación a Forta)

También existen otras televisiones autonómicas con gestión privada sin un ente público detrás y que son explotadas mercantilmente por una empresa privada, aunque sea una concesión pública. Juegan con la poca definición de la legislación y con auténticos vacíos legislativos en la materia. Lo cierto y fijo es que ocupan licencias del espectro radioeléctrico autonómicas pero el producto que hacen, la legislación que aplican son totalmente privados (empresas mercantiles). Por lo tanto, es una gestión indirecta del servicio público¹⁰.

Estas televisiones en la actualidad son:

8 TV¹¹, CYL7¹², La 8 de Zaragoza¹³, 8 Madrid¹⁴, V Televisión de Galicia



Mapa 2

elaboración propia

Fuente

Las televisiones autonómicas en nuestro país nacen hace más de treinta y cinco años, en plenos años ochenta. En primer lugar, como un movimiento reivindicativo de las comunidades autónomas frente al gobierno central. Sus artífices fueron las nuevas comunidades autónomas llamadas¹⁵ históricas¹⁶, haciendo bandera de la "articulación del territorio" y como medida estrella para la des-

¹⁰ La Televisión en Castilla y León. Autor Felix Ortega Mohedano. Amaru Ediciones 2013

¹¹ 8 TV.- Televisión Privada de Cataluña, participada mayoritariamente por el Grupo Godo y Mediaset (acciones vendidas en el mes de junio de 2017)

¹² CYL7.- La Televisión de Castilla y León del Grupo Promecal. Empresa con implantación en todo el territorio nacional con emisoras de radio y televisión

¹³ La 8 de Zaragoza, formada por productoras audiovisuales de Aragón

¹⁴ 8 Madrid. Canal dedicado especialmente al cine, coparticipado por diversas productoras

¹⁵ Televisiones Autonómicas: Evolución y crisis del modelo público de proximidad. Autores Juan Carlos Miguel, Miguel Ángel Casado. Editorial Gedisa. 2012

¹⁶ A Televisión en Galicia. Antonio Cendán Fraga. Editorial Laverde. Ediciones Lea. 2001

centralización informativa frente al centralismo mantenido hasta la fecha desde Madrid. Posteriormente se subieron al carro otras nuevas, sin lengua propia, pero alegando los mismos propósitos que las primitivas.

Según López Risquete y Castello (López Risquete y Castello, 1999) *“Todo esto en un contexto de habituales disputas y tensiones entre los dos partidos españoles mayoritarios (Psoe y Pp) respecto a la necesidad o idoneidad de esta modalidad televisiva”*.

En Europa, en los años setenta habían nacido las llamadas “televisiones cercanas o de proximidad”. La primera fue Francia en 1975 donde se creó France Régions 3 (FR3) y cuatro años después nacería la italiana RAI 3, con desconexiones territoriales y Alemania con ARD 3 de los Lander y todos agrupados más tarde en un canal de cobertura federal llamado ARD1.

En España, como siempre los cambios llegarían más tarde que en Europa y tuvimos que esperar a la aprobación por las Cortes Generales de la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión. Esta nueva Ley permitía que cada comunidad autónoma tuviese y gestionase una televisión propia.

Como la realidad siempre va por delante de la legislación, por aquella fecha de entrada en vigor de la Ley 46/1983¹⁷ la EITB llevaba más de un año emitiendo ilegalmente y pocos días después de la promulgación de esta Ley comenzaron las emisiones regulares de TV3 para Cataluña.

A la idea de tener una televisión propia, continuaron la senda del País Vasco, Cataluña y Galicia los gobiernos de Andalucía y Madrid. Años después se sumarían otras tantas comunidades, unas con entes públicos propios y otras con empresas privadas como Castilla-León y Murcia.

En 1989 como fruto de la necesidad de agruparse las televisiones autonómicas en nuestro país, se creó la FORTA (Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas). Forta se constituyó con el fin de cooperar y ayudarse las entidades que la forman para reforzarse de forma individual o colectivamente sus actividades.

¹⁷ Ley 46/1983, de 26 de diciembre, publicada en el BOE nº 4 de 5 de enero, páginas 247 a 248, reguladora del Tercer Canal de Televisión.

Ente público	Aprobación de la ley	Inicio emisiones primer canal
Euskal Irrati Telebista	Mayo de 1982	Diciembre de 1982
Corporació Catalana de Ràdio i Televisió/ Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	Mayo de 1983	Septiembre de 1983
Compañía de Radio/ Televisión de Galicia	Junio de 1984	Julio de 1985
Radiotelevisión de Andalucía	Diciembre de 1987	Febrero de 1989
Radio Televisión de Madrid	Junio de 1984	Mayo de 1989
Radio Televisión Canaria	Diciembre de 1984	Agosto de 1999
Radio y Televisión de Castilla-La Mancha	Abril de 2000	Diciembre de 2001
Radio Televisión del Principado de Asturias	Marzo de 2003	Diciembre de 2005
Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears	Mayo de 1985	Mayo de 2005
Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales	Noviembre de 2000	Noviembre de 2005
Radiotelevisión de la Región de Murcia	Diciembre de 2004	Abril de 2006
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión	Abril de 1987	Abril de 2006

Tabla 1 Fuente elaboración propia con datos de Forta. www.forta.es

En los últimos años se encuentra un gran interés investigador por las televisiones autonómicas, son numerosos los estudios que se han publicado sobre el nacimiento, funcionamiento y vicisitudes por la que han atravesado estas televisiones.

A este respecto debe destacarse lo siguiente:

- En el año 2000 aparece "*La televisión pública a la era digital*" libro coordinado por Moragas y Prado, en el que se habla de la televisión de proximidad como elemento vertebrador del territorio (Miguel Moragas, Emili Prado).
- Luis Albornoz también publicó en 2002 "*Televisión Pública autonómica en España y normalización lingüística*". Haciendo especial hincapié en Telemadrid la que considera "una televisión singular" (Luis Albornoz, Revista Científica Complutense, UCM 2002)
- La dependencia de las televisiones autonómicas es el tema de la obra de Benigno Fernández y Alexander Pereria con título "*Barullo publicitario: una aproximación a la babel de la publicidad en la Televisión de Galicia*" (Benigno Fernández y Alexandre Pereira Meire, 2006, p. 345...).
- Enrique Bustamante coordinó la obra colectiva "*El audiovisual digital, políticas y estrategias desde las comunidades autónomas*", una reflexión sobre la nueva era digital en el panorama regional (Front Cover, 2000 p. 189).
- Miguel Ángel Casado del Río y Juan Carlos Miguel De bustos en 2012 editaron en 2012 "*Televisión Autonómica, evolución y crisis del modelo público de proximidad*" (Juan Carlos Miguel, Miguel Ángel Casado, 2012, p. 384)
- Más recientemente Javier Marzal Felici publicó en 2015 "*Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI*" (Javier Marzal Felici, 2015, p.)
- Así como otros estudiados, sirviendo éstos simplemente de botón de muestra para comprobar que existe una preocupación en la sociedad y por lo tanto en el mundo académico por el fenómeno de la televisión autonómica.

Estos son estudios publicados destacados, pero también hay mucha más bibliografía sobre este tema, que se tratarán seguidamente en este estudio.

Las televisiones autonómicas nunca han gozado de la consideración y del beneplácito de la sociedad donde se ubicaban¹⁸, con excepción de los primeros años de la vasca, catalana y gallega, ya que, al emitir novedosamente en su lengua vernácula, la novedad hizo que muchos ciudadanos, donde el espíritu nacionalista había anidado pensasen que era un elemento autonómico de primer orden y que sería un arma para luchar contra el centralismo.

Tras acostumbrarse a la novedad del idioma, donde lo tenían, y apagada la euforia inicial, en el resto de comunidades autónomas, la novedad pasó a un segundo plano.

¹⁸ Las autonómicas en entredicho: ¿mantenemos TV3? Josep Camós, publicado en www.espinof.com
Fecha de consulta 14 de febrero de 2015

Con el paso de los años de la novedad se pasó a la rutina y estas televisiones fueron copiando programaciones generalistas en sus demarcaciones, compitiendo con las nacionales, así como con las privadas. Ejemplo de todo ello fue la lucha fratricida por la compra de derechos de emisión de películas americanas y las transmisiones de partidos de fútbol de la primera y segunda división española, arrebatándose los con ofertas millonarias a las televisiones privadas.

Lamentablemente la tendencia general de las autonómicas ha sido en materia informativa siempre el seguimiento de las directrices de los distintos gobiernos que las sustentaban, fuesen del color que fuesen, ya que la partida más importante para su financiación, siempre ha sido la aportación gubernamental. La facturación publicitaria, siempre fue muy reducida y en algunos casos casi testimonial.

Trascurridos todos estos años desde que nacieron, la crisis de las televisiones autonómicas se ha visto agravada en los últimos años por la crisis económica, no solamente no se ha solucionado, sino que simplemente se ha agrandado, llegando en muchos casos al lamentable panorama de encontrarnos con que sus deudas son muy elevadas para los presupuestos de los gobiernos autonómicos.

En la actualidad se observa una auténtica caída en picado de las audiencias (salvo raras excepciones) y de las cuentas de resultados de casi todos los canales autonómicos, siendo una tendencia que afecta peligrosamente a su estabilidad.

Rosario Gel¹⁹ en el diario *El País* hablaba de:

En tiempos de crisis, el foco apunta a las televisiones autonómicas. El presidente de Cantabria, Miguel Ángel Revilla, sostiene que son "un saco sin fondo", que funcionan "para gloria de los gobernantes de turno" y que el dinero que cuestan estaría mejor invertido en carreteras, colegios u hospitales.

Pero sus responsables lo ven diferente: son un elemento vertebrador del territorio y motor de la industria audiovisual.

Rosario Gel continúa en su artículo de *El País* hablando sobre la proliferación de canales y el coste para el erario público:

"Las autonomías han desarrollado un enjambre de canales que cada año cuestan más de 1.000 millones de euros. Su modelo de financiación se apoya en dos pilares: subvenciones y publicidad. Ningún Ejecutivo regio-

19 Las televisiones recortan gastos, pero no cuestionan el modelo: [Edición Andalucía]. ROSARIO GEL PAÍS GÓMEZ. *El País*; Madrid [Madrid]21 Apr 2010: 26. Fecha consulta 12 marzo 2017

nal cuestiona esta fórmula, pese a que los operadores privados reclaman que sigan los pasos de TVE y prohíban la emisión de publicidad. A cambio de renunciar a los ingresos de los anuncios, la corporación estatal se financia mediante una tasa que se aplica a las privadas (3% de sus ingresos) y a las empresas de telecomunicaciones (0,9%). Además, percibe el 80% de la recaudación por el uso del espacio radioeléctrico y una subvención que ronda los 500 millones. Total: 1.200 millones”.

Otro elemento destacable de estos canales autonómicos es la costumbre continuada por realizar programas que sean copias en menor escala de programaciones y de las plantillas de televisiones nacionales, siendo en muchos casos reproducciones muy deficientes. Si a todo esto le añadimos la aparición de nuevos canales de televisión con las plataformas digitales, el cable y el satélite, hace que todos estos ingredientes más la gran crisis económica hayan creado un caldo de cultivo que está teniendo, si no se soluciona, consecuencias en algunos casos catastróficas que podrían llegar incluso a la práctica desaparición de estos medios.

Las televisiones autonómicas están atravesando la mayor crisis de su historia. Las consecuencias son claras: reducciones drásticas en programación, en plantillas, en medios técnicos y ajustes impresionantes en materia presupuestaria, siendo el caso más significativo el cierre de la valenciana Canal 9, aunque el empeño del gobierno valenciano hará que en pocos meses una nueva empresa ofrezca el servicio Público que se dejó de prestar.

Según datos de Forta (que aparecen en su memoria anual de 2016)²⁰, las televisiones autonómicas, desde el inicio de esta “brutal crisis”, han reducido los ingresos publicitarios en cerca de un 40%, y todo esto hay que añadirle las directrices dadas por el Gobierno Central a las comunidades autónomas para que reduzcan los gastos superfluos con la Ley de Estabilidad Presupuestaria²¹.

La Ley de estabilidad presupuestaria ha encorsetado todo el sector público español no siendo ajenas las televisiones autonómicas.

²⁰ www.forta.es

²¹ Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera. Jefatura del Estado «BOE» núm. 103, de 30 de abril de 2012 Referencia: BOE-A-2012-5730

INSTRUMENTACIÓN DEL PRINCIPIO DE ESTABILIDAD PRESUPUESTARIA

Todas las Administraciones
Públicas



**Equilibrio o superávit
estructural**
♣ MTO para España más
exigente que el mínimo UE

La Ley contempla excepciones:

Reforma estructural con efecto
Presupuestario positivo a largo plazo



0,4% Déficit estructural máximo

Circunstancias excepcionales:

- Catástrofe natural
- Recesión económica grave
- Emergencia extraordinaria



ESTADO, CC.AA.
Déficit estructural + plan de reequilibrio

6

Cuadro 1 Fuente Ministerio de Hacienda y Administración Pública. www.minhfp.gob.es

Nueve son los ejes centrales de la Ley de estabilidad, todos ellos tendentes a limitar el gasto público.



Cuadro 2 Fuente, elaboración por El Economista

Con el fin de paliar esta grave crisis económica que atravesaban los canales autonómicos, al igual que el resto de la economía nacional, el gobierno central trató de remediar sus delicadas situaciones dotando a las comunidades autónomas de una herramienta legislativa que tratase de aliviar la carga que era para los presupuestos regionales sus propias televisiones. Fruto de ello se aprobó la Ley 6/2012, de 1 de agosto, de modificación de la Ley 7/2010²², de 31 de marzo "General de la Comunicación Audiovisual", para flexibilizar los modos de gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual autonómicos. Con

²² Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Publicado en: BOE» núm. 79, de 01/04/2010. Entrada en vigor: 01/05/2010

esta modificación se posibilitó la externalización de servicio y dotó a los gobiernos autonómicos de una novedosa norma para poder privatizar llegando al extremo de una privatización total de estos canales de televisión propios.

Son contenidos destacables de la Ley los siguientes:

- Los orígenes de la gestión
- Gestión directa/indirecta/colabora
- Colaboración sector público-sector privado
- Transformación de la gestión directa en indirecta
- Renuncia al servicio. Limitaciones

- Obligaciones de las CC.AA. sobre estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera

Utilizando la nueva posibilidad que le aporta la ley, el gobierno de la región de Murcia convocó concurso público para la gestión indirecta de su servicio autonómico de televisión, consistente en la elaboración del cien por cien de la producción televisiva.

Rosario G. Gómez²³ escribía:

"Murcia se ha convertido en la primera comunidad autónoma que externaliza completamente su televisión pública, una opción prevista en la reforma de la Ley General de la Comunicación Audiovisual que emprendió el PP poco después de su llegada al poder. El grupo Secuoya ha ganado el concurso para la gestión indirecta de 7RM, la cadena regional murciana, que en los últimos años se ha mantenido en antena con una programación bajo mínimos. La cesión tiene una duración de tres años con la posibilidad de prorrogarla durante otros tres más. La cuantía global (por el sexenio) asciende a 72.362.999 euros, IVA incluido. El contrato definitivo tiene ahora que ser ratificado por el Gobierno regional, que destinará un máximo de 12 millones anuales para la nueva televisión".

La prensa que han tenido las cadenas autonómicas en estos últimos años siempre ha estado caracterizada por la sensación de "derroche económico"²⁴, grandes fichajes de estrellas televisivas, una programación de no muy alta calidad y un claro coladero de personal. Y, sobre todo, un instrumento político de los gobiernos de turno.

Tampoco estos canales tuvieron en estos años una buena prensa de las cadenas privadas, todo lo contrario, en algunos momentos fue una auténtica "guerra mediática", ya que las vieron siempre como una competencia desleal que

²³ Rosario G. Gómez en la edición nacional del diario El País del 28 de enero de 2015. www.elpais.com/autor/rosario_garcia_gomez/a

²⁴ Gasto excesivo en una economía

luchaban contra ellos por los mismos sectores de audiencia y con presupuestos públicos y que les mermaban las carteras de clientes y las audiencias.

El argumento defensivo que siempre ha tenido los gobiernos para mantener abiertos estos canales han sido que eran un elemento importantísimo para la "normalización lingüística" en los casos con lengua propia y en el resto que eran un "elemento integrador de la realidad de la región"²⁵.

Con el paso del tiempo estos argumentos en un caso y en el otro se han diluido y olvidado. La lengua propia está totalmente asentada en la realidad de su territorio y el elemento dinamizador se ve totalmente contrarrestado por los gastos desproporcionados.

Luis Alfonso Albornoz estudioso del tema lo resumía con las siguientes palabras:

"En aquellas Comunidades Autónomas de España que cuentan con lenguas regionales propias, la televisión pública ha contribuido firmemente en la política de normalización lingüística encarada por las distintas Administraciones tras el deshielo que supuso la muerte de Franco. En el caso de Tele Madrid -la emisora pública madrileña- el no contar con una lengua distinta del castellano supuso un desafío extra a la hora de justificar su nacimiento. Así, la dirección de esta emisora jugó una fuerte apuesta por contenidos informativos referidos a temáticas y fuentes de información locales". (Luis Alfonso Albornoz, 2002 p.15)

Después de estas casi cuatro décadas desde que aparecieron las televisiones autonómicas esta investigación tratará de contestar algunas preguntas que serán fundamentales para poder ver el estado actual, y lo más importante, el futuro que les deparará. Las preguntas son:

- a) ¿Tienen el mismo fin ahora que cuando nacieron en los años ochenta?
- b) ¿Crean Comunidad?
- c) ¿Son muy costosas para los gobiernos autonómicos?
- d) ¿Llegan a la población?
- e) ¿Están sobredimensionadas sus plantillas?
- f) ¿Por qué desciende constantemente sus audiencias?
- g) ¿Es razonable el coste para las arcas públicas de cada punto de Share?
- h) ¿Se puede hacer una televisión con menos inversión?
- i) ¿Existe otra forma de gestión más adecuada para estas televisiones en los tiempos actuales?
- j) ¿Es posible su privatización y gestión indirecta del servicio público de televisión?

25 Tordella, Gabriel et ali.: Cataluña en España. Historia y mito. Madrid, Gadir, 2016, pág. 338 y ss

- k) ¿Si se cambian las fórmulas de gestión tendrían futuro estas televisiones?

Los objetivos que hemos planteado en esta investigación son:

1. Estudiar el servicio público de la televisión autonómica
 - a) Conocer brevemente la historia de la televisión en España, dedicándonos con especial interés a las televisiones autonómicas
 - b) Razones históricas que justificaron la aparición de las televisiones autonómicas en España
2. Estudio de los datos del mercado actual de la televisión en España
 - a) La inversión publicitaria
 - b) Los grupos que controlan la contratación publicitaria
 - c) El caso particular de TVE
 - d) La bajada de la audiencia de las autonómicas
 - e) La entrada de las plataformas de pago
 - f) Las concesiones de TDT y el baile de cambios en las frecuencias
 - g) El consumo por persona y día de televisión en España
3. Las televisiones autonómicas en nuestro país:
 - a) Historia
 - b) Presente de las televisiones autonómicas
 - c) Las televisiones autonómicas como servicio publico
 - d) Plantillas y presupuestos
 - e) Evolución de los canales autonómicos
 - f) Audiencias informativos
 - g) Audiencias generales
 - h) Posicionamiento coste punto share
 - i) Comparativas entre presupuestos y audiencias
 - j) Diferencias entre televisiones autonómicas públicas y privadas
 - k) Comparar este modelo con los existentes de análogas características en Europa
 - l) La asociación que las agrupa y defiende sus intereses, FORTA.
 - m) Concretar cual el espacio que tiene en España estos medios
 - n) Resultados
4. Las televisiones autonómicas estudiadas
 - a) RTVCM. - CMM (Radio Televisión Castilla-La Mancha)
 - b) CARTV (Corporación Aragonesa de Radio y Televisión)
 - c) RTRM (Radio Televisión Región de Murcia)
 - d) La productora adjudicataria del servicio de la Televisión Murciana, la productora Secuoya.
5. Estudiar nuevas fórmulas de gestión de las televisiones autonómicas

- a) La legislación estatal que permite el modelo de gestión indirecta del servicio público de televisión autonómica
- b) La productora Secuoya
- c) El modelo aplicado en Murcia que denominamos "Secuoya"
- d) El futuro de las privatizaciones
- e) Si el futuro de las televisiones autonómicas está cerca de la fórmula "Secuoya".

Las televisiones autonómicas arrastran grandes estructuras corporativas como son sus plantillas y sus sobredimensionados gastos, así lo describe en su obra Felici, Javier Marzal; Elgezabal, Ramón Zallo:

"Las televisiones públicas autonómicas más veteranas -TV3, EITB, TVG, Canal Sur, Tele Madrid-, arrastran grandes estructuras corporativas -sobre todo en el apartado de recursos humanos- que han dificultado su adaptación al actual escenario digital, marcado por una feroz competencia con los canales privados, por una oferta casi infinita de internet y por una audiencia cada vez más fragmentada, además de perder atractivo para los anunciantes más potentes cuya planificación de medios ha tendido a concentrarse en pocos soportes de ámbito estatal". (Felici, Javier Marzal; Elgezabal, Ramón Zallo, 2016 p. 1-7)

En esta tesis se observará y analizará, tras un estudio minucioso, los datos reales de las televisiones autonómicas. No es tarea nada fácil, ya que no hay mucha información. Se obtendrá los análisis y comparaciones, se buscará dónde están los problemas estructurales de la gestión de las cadenas, se comparará y se tendrán las opiniones de sus principales responsables. Las programaciones no adecuadas, los excesos de gastos y, como se decía anteriormente, las plantillas desmesuradas serán los elementos centrales de la investigación.

La investigación comenzará con una descripción de la historia de la televisión en nuestro país y seguidamente se acotará el estudio, centrándolo en las televisiones autonómicas, sus inicios en una democracia balbuceante, con aires de libertad, donde lo cercano era noticia y se pretendía contar todo para todos, desde la cercanía.

Las primeras autonómicas, que aprovechando un vacío legal comenzaron sus emisiones en las comunidades autónomas llamadas históricas y con lengua propia, fueron Cataluña y País Vasco. Después llegaron los gallegos, andaluces, madrileños y valencianos.

Finalmente, las comunidades de la llamada vía lenta para obtener su autonomía también se subieron al carro de tener una televisión propia y así nacieron,

Asturias, Aragón, Castilla-La Mancha, Canarias, Extremadura, Islas Baleares y Murcia

En esta tesis, se contará el porqué de su nacimiento, los motivos, los problemas, las ventajas, los inconvenientes, los parecidos y las grandes diferencias que tienen unas con otras.

De Bustos, Juan Carlos Miguel también describe en su investigación la situación de las televisiones autonómicas cuando habla de:

"Las televisiones autonómicas son un actor clave, ya que actuaban como principales clientes y motores de la incipiente industria audiovisual local. En muchas comunidades se fortalecieron estos entes mientras que otras en las que no había, se crearon nuevos. Mientras que las leyes de creación de las televisiones autonómicas hacían referencia únicamente a la promoción de la cultura local, las nuevas leyes y los mandatos marco incluían la promoción del sector audiovisual como una de las obligaciones de servicio público de los entes de radiotelevisión autonómicos". (De Bustos, Juan Carlos Miguel, 2016 p. 9-28)

Después de unos primeros meses titubeantes las autonómicas, vieron la necesidad de agruparse para defender sus intereses y crearon Forta con el fin de defender sus derechos, negociar conjuntamente sus contratos y poder tener mucha más fuerza juntas que separadas.

El estudio se centrará en su presente y en el servicio público que realizan cada una en su área de influencia.

Se harán cuatro especiales apartados en el estudio las tres televisiones autonómicas con características propias y la productora "Secuoya" que gestiona la televisión autonómica de Murcia.

- RTVCM, la última de las nacidas con formato grande, que hace unos meses ha cambiado al nombre de CMM, una televisión de las últimas en su aparición pero que heredó todos los defectos de sus antecesoras del formato original, grandes inversiones, instalaciones desmesuradas, plantillas enormes y un nivel de implantación muy bajo en la sociedad
- RTRM (7RM) La única con una forma de explotación totalmente privatizada y gestionada al 100x100 por una empresa privada en este caso la productora Secuoya. El ente público tiene muy pocos trabajadores y todo está externalizado y privatizado, con excepción de la radio autonómica.
- Aragón Televisión otra de las últimas autonómicas en aparecer en el panorama audiovisual español, ejemplo de una gran televisión, con estabilidad

presupuestaria, plantilla ajustada, grandes cifras de audiencia y unos costos ajustados.

- La productora Secuoya, que es un único caso a nivel nacional, donde una productora privada gestiona totalmente un canal de televisión autonómico público y un canal de TDT con cobertura nacional.

Punto de especial incidencia será ver cómo son los presupuestos que manejan los diversos entes autonómicos, las plantillas, los problemas de emisión entre comunidades limítrofes, la participación económica de los gobiernos autonómicos, los recursos y, sobre todo, la publicidad y la audiencia.

Se estudiarán los diferentes modelos de gestión que utilizan unas y otras. Los presupuestos tan dispares entre las llamadas televisiones históricas y las aparecidas en los últimos años, llamadas de última generación

Se hará una referencia a la desaparición de una televisión autonómica considerada de las históricas, nos referimos a Canal 9 en la Comunidad Valenciana.

Respecto a Canal 9, también se destacará los movimientos que se están realizando en los últimos meses para que un renovado Canal 9 pueda volver a las emisiones en los próximos meses.

Cristina Vázquez²⁶ escribía en el diario *El País*, edición Madrid y decía:

"El anunciado cierre de Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) unió ayer en las tres grandes capitales valencianas a miles de personas -más de 60.000, según los organizadores- de sensibilidades políticas antagónicas. En la marcha se mezclaron todas las variedades de la senyera -con franja azul, sin ella e incluso la estelada-, algo que no se había visto desde la manifestación a favor de la autonomía del 9 de octubre de 1977. "Lo que no ha conseguido nadie, lo ha conseguido [Alberto] Fabra con el cierre de la radio y televisión autonómicas", coincidieron muchos manifestantes en referencia a la guerra de símbolos que se libró durante la transición valenciana".

Se analizará si hay correlación y causa efecto entre los presupuestos de las diversas televisiones con sus índices de audiencia. Se deberá hacer especial hincapié en unas plantillas sobre dimensionadas en casi todos los casos, con alguna excepción, arrastradas de épocas anteriores de bonanza.

Los datos de audiencias también serán importantes en este trabajo, ya que se deberá ver de dónde vienen estas televisiones y dónde van en el panorama au-

26 Una multitud transversal contra el cierre de RTVV: [Edición Comunidad Valenciana] VÁZQUEZ, CRISTINA. *El País*; Madrid [Madrid] 10 Nov 2013: 34. www.elpais.com/ccaa/2013/11/09/valencia/1384019295_444708.html. Consultado 19 de marzo de 2017

audiovisual español. Cómo les ha afectado la impresionante crisis económica por la que está atravesando España y si se ve luz al final del túnel.

Finalmente se podrá, con los datos obtenidos en la tesis, vislumbrar el futuro que les espera, habrá que contestar varias preguntas como ¿Tienen futuro? ¿Están sobredimensionadas? ¿Es suficiente el dinero que aportan sus respectivos gobiernos autonómicos? ¿Deben de privatizarse? ¿Existe alguna solución entre la gestión directa y la privatización? ¿Es exportable el modelo "Secuoya" para el resto de televisiones autonómicas?

En resumen, hay que estudiar una posible regeneración en su conjunto de las televisiones autonómicas, sin olvidarnos del resto de medios públicos y hacer especial hincapié en la necesidad del abandono de los hábitos de injerencia del gobierno de turno con el fin de recuperar las credibilidades perdidas. Concretar una gestión profesional de los medios, conjugando la rentabilidad con la veracidad en el derecho a la información.

Este estudio no se centrará solamente en el tema presupuestario, aunque importante, porque no es el eje principal de las televisiones autonómicas. Se estudiarán las fórmulas para su regeneración, su adaptación a los nuevos tiempos, ser auténticos servidores de lo público y, sobre todo, dejar a un lado la guerra público-privado.

1.2 Problema de la investigación y pregunta

El interés de esta investigación radica en hacer una reflexión profunda sobre las televisiones autonómicas en España, dentro del contexto de los últimos años y teniendo muy presente las circunstancias excepcionales atravesadas tras la gran crisis económica que, por supuesto, afectó duramente a los medios de comunicación.

Realizar un estudio exhaustivo del panorama de la televisión autonómica en España nunca fue una tarea fácil de hacer. Existen muchos planteamientos que conjugar: situación económica, cambios políticos, movimientos sociales y nuevos avances en las tecnologías que utilizan.

Durante las últimas tres décadas hemos vivido grandes cambios en la legislación que afecta directa e indirectamente a las televisiones autonómicas pudiéndolas considerarlas en algunos casos como poco claras, dispersas y algunas contradictorias entre ellas. El plan técnico de la TDT, La Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual²⁷, que modernizó los estándares que ya existían y llevó a una convergencia con los modelos europeos, y, más recientemente la Ley 6/2012 de modificación de la Ley General de la comunicación de 2010 so-

²⁷ Publicada en el BOE Nº 79 de 1 de abril de 2010

bre el futuro de la gestión de los servicios públicos de comunicación (Entes públicos)²⁸.

Esta reforma legal a la que se hace referencia de 2012 abre la puerta a una privatización y nueva gestión de los canales autonómicos.

Sé realizará un estudio exhaustivo del mapa actual de las cadenas autonómicas y los efectos de las reformas legales. Es el momento del cambio y se tendrá que ver si las comunidades autónomas están interesadas y preparadas para realizarlo. ¿Decidirán privatizar estos servicios y dejar de tener el control mediático sobre ellos? Esa será una de las preguntas a la que se tratará de dar respuesta en este estudio.

Murcia ya lo ha realizado con la productora Secuoya y se analizará este caso, sus pros y sus contras. En la investigación se hará un estudio exhaustivo del de la situación actual de 7RM, gestionada por el grupo de comunicación Secuoya. Se contará con una entrevista al director general de 7RM y al director general de Secuoya.

La realidad de las televisiones autonómicas en España se podría describir como muy complicada, ya que se junta, por un lado, los modelos de gestión netamente autonómicos y dependientes de un ente público con línea directa con los gobiernos regionales y de sus prepuestos y, por otro lado, están las privatizadas en su gestión, con frecuencias autonómicas aunque dependiendo de la aportación de los gobiernos autonómicos como en Murcia y, finalmente, las privadas al 100x100 que utilizan las frecuencias autonómicas pero que los gobiernos decidieron que las gestionaran empresas privadas y no son públicas (Castilla y León).

En los primeros días de septiembre de 1989²⁹, el joven Presidente de la Junta de Castilla y León, José María Aznar, hacía a los periodistas una sorprendente afirmación:

"Su decidida voluntad de permitir la instalación de televisiones privadas en esta Comunidad Autónoma. Sus razones eran las siguientes:

- *La definición de la televisión como un servicio público esencial me parece algo vergonzoso. La televisión es de la sociedad, no del Estado; y lo que yo quiero hacer es devolver a la sociedad algo que es suyo. Por otra parte, yo no quiero gastar dinero en un canal autonómico. Estoy dispuesto, por el contrario, a favorecer todo tipo de iniciativas tendentes a la creación de televisiones privadas y a la promoción de la liber-*

28 Publicada en el BOE nº 184 de 2 de agosto de 2012, páginas 55139 a 55143

29 La televisión privada en Castilla y León. Autores: Gaspar Ariño Ortiz. Cuenta y razón, Nº 34, 1988 (Ejemplar dedicado a: Los medios de comunicación social), págs. 85-90

tad de televisión; si eso no me fuera permitido, estudiaré la reivindicación de un canal autonómico y su concesión a particulares.”

Hay que destacar que solamente 4 de las 17 comunidades autónomas españolas no tienen televisión en la actualidad. Se hablará de este hecho y de la escasa legislación que existe sobre estas televisiones. Qué tienen que hacer los gobiernos con sus televisiones y cómo tienen que dirigir las.

Se tendrá en cuenta también el impacto de la TDT en estos canales y los cambios que están sufriendo, primero con la modificación para la emisión en este formato y ahora la progresiva emisión en HD y 4K

El interés de la investigación también estará centrado en la financiación de estas televisiones. Europa obliga a la adaptación a la proporcionalidad y transparencia, según se recoge en la sentencia “Altmark”³⁰ (Marco Comunitario sobre ayudas estatales en forma de compensación por servicio público), del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 2003 y que aparece en la en la comunicación de la Comisión “sobre Ayudas Estatales a los servicios públicos de radiodifusión” (2001/C 320/04) modificada en 2009 (2009/C 257/01), donde claramente se prescribe que las financiaciones de los servicios públicos de radiodifusión no tendrán cabida en el Mercado Único

Se analizarán los diferentes modelos para financiar estos servicios públicos, ya que la publicidad hasta ahora no cubre los gastos y todos los gobiernos autonómicos han renunciado a la imposición de un canon a la población para el mantenimiento de estas televisiones, ya que esta medida sería altamente impopular en sus territorios. La experiencia del gobierno central con la eliminación de la publicidad en RTVE, parece poco factible debido a los problemas financieros autonómicos que no podrían cargarse con un gasto más y tan excesivo.

Otro aspecto también muy interesante para su estudio es la organización y gobierno de los entes públicos. Su politización, la crisis de credibilidad, la ausencia de los ciudadanos en la toma de decisiones y sobre todo una muy oscura forma de nombramiento de los directivos que siempre representarían al color del gobierno de turno.

Nunca se ha querido establecer un auténtico sistema de elección de los directores generales y de los consejos de administración que sean profesionales y no partidistas.

30 Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 24 de julio de 2003

MARCO TEÓRICO

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción

Ander Egg señala que en el marco teórico:

"Se expresan las proposiciones teóricas generales, las teorías específicas, los postulados, los supuestos, categorías y conceptos que han de servir de referencia para ordenar la masa de los hechos concernientes al problema o problemas que son motivo de estudio e investigación" (Ander Egg, 2000)

Roberto Hernández Sampieri³¹ y otros destacan las siguientes funciones que cumple el marco teórico dentro de una investigación:

*"Ayuda a prevenir errores que se han cometido en otros estudios.
Orienta sobre cómo habrá de realizarse el estudio (al acudir a los antecedentes, nos podemos dar cuenta de cómo ha sido tratado un problema específico de investigación, qué tipos de estudios se han efectuado, con qué tipo de sujetos, cómo se han recolectado los datos, en qué lugares se han llevado a cabo, qué diseños se han utilizado).
Amplía el horizonte del estudio y guía al investigador para que se centre en su problema, evitando desviaciones del planteamiento original.
Conduce al establecimiento de hipótesis o afirmaciones que más tarde habrán de someterse a prueba en la realidad.
Inspira nuevas líneas y áreas de investigación.
Provee de un marco de referencia para interpretar los resultados del estudio"* (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptita Lucio, 1991)

Como bien dice la metodología de la investigación, podemos afirmar que las funciones más importantes deben de ser:

*"Orientar hacia la organización de datos y hechos significativos para descubrir las relaciones de un problema con las teorías ya existentes.
Evitar que el investigador aborde temáticas que, dado el estado del conocimiento, ya han sido investigadas o carecen de importancia científica.
Guiar en la selección de los factores y variables que serán estudiadas en la investigación, así como sus estrategias de medición, su validez y confiabilidad.
Prevenir sobre los posibles factores de confusión o variables extrañas que potencialmente podrían generar sesgos no deseados.
Orientar la búsqueda e interpretación de dato"* (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptita Lucio, 1991).

En este año 2017, las televisiones autonómicas se encuentran pasando una auténtica transición, desde un concepto tanto organizativo como técnico, que las ha mantenido en las últimas tres décadas a una nueva realidad digital y donde se juega todo su futuro. Estas televisiones que iniciaron hace 10 años un declive, con constantes caídas en audiencias y en recursos económicos.

La oferta amplia de la TDT y las plataformas digitales está constantemente aumentando el problema. Las intromisiones políticas, la última crisis económica, el recorte de las aportaciones públicas y una desproporcionada política de personal han venido a acentuar los peligros que acechan la supervivencia de las

³¹ Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C; Baptista Lucio, P-Metodología de la Investigación McGraw Hill, México, 1991.

televisiones autonómicas. Ejemplo de todo esto ha sido hace unos años la desaparición de una de las grandes autonómicas como fue Canal 9, aunque en estos momentos se están dando pasos para crear una nueva pero más pequeña y modesta.

La gran parte de la mala prensa que tienen las televisiones autonómicas viene de sus directos competidores que son las televisiones privadas, obsesionadas con su desmantelamiento e incluso su cierre. Las ven como auténticas competidoras y hacen bandera constantemente de la competencia desleal que practican al contar con dinero público para comparar de formatos y derechos de películas.

El espectador que habitualmente consume televisión autonómica, está buscando una identificación regional con la cadena y que pueda ver en su programación la realidad de su comunidad, sus noticias, sus raíces y el hecho diferencial con el resto del país. La información se debe de realizar sobre lo cercano, el espectador quiere que tenga análisis y pueda obtener diversos puntos de vista sobre la materia, nunca monotemáticos.

El espectador habitual de una televisión autonómica busca principalmente lo cercano, valores autonómicos, costumbres y conocimientos propios de su tierra.

Este es, o debería de ser, el objetivo prioritario de los directivos de estos canales, ya que se juegan su propia subsistencia y el hecho diferenciador sobre el resto de canales tanto públicos como privados de cobertura nacional.

Estos elementos, que más localmente tendrían que haberse utilizado por las distintas televisiones locales que existían, se han visto mermadas por la crisis que también se cebó en ellas y el resultado no es otro que cada vez están conectadas a plataformas de redifusión, con programas obsoletos y pasados de tiempo y una cartera de películas totalmente desfasadas y con una bajísima calidad técnica.

Por lo tanto, las televisiones locales abandonaron este espacio y muchas de ellas también han desaparecido físicamente. En las capitales de provincia donde había hasta cuatro televisiones locales, ahora solamente vemos una o ninguna. Un ejemplo claro fue la cadena creada por Prisa³² (Localia)³³ con una programación eminentemente local e importante red de emisoras por todo el país. La crisis de 2009 la destrozó hasta hacerla desaparecer. También Vocento³⁴ creó su cadena local que solamente existe en alguna localidad.

32 Promotora de informaciones sociedad anónima, grupo multimedia español de comunicación, radio, televisión, prensa escrita y editoriales. Presente en 22 países

33 Cadena de televisiones locales creada por el grupo Prisa, ya extinta

34 Cadena de televisiones locales creada por el grupo Vocento, ya extinta

2.2 Estado de la cuestión

Esta investigación pretende realizar un profundo estudio sobre el fenómeno de la televisión autonómica en España, sus precedentes, la evolución y, lo más importante, el futuro que le depara.

Existe un amplio repertorio de tesis doctorales y artículos publicados que podemos sectorizar en los siguientes epígrafes:

- A. Publicidad, Marketing y Audiencias
- B. Legislación y modelos de televisión autonómica y local
- C. Informativos televisiones autonómicas
- D. Programación y formatos televisiones autonómicas
- E. Recursos técnicos e infraestructuras

Un apartado importante de esta investigación es el estudio de lo que se denominará modelo "Secuoya" que obtiene este nombre de la productora televisiva que gestiona directamente la televisión autonómica de Murcia [7 RM (Televisión Autonómica de Murcia)].

En todos los trabajos ya publicados, que se han revisado y estudiado pormenorizadamente, no se han encontrado ninguna tesis doctoral y pocos artículos de investigación sobre la privatización del canal autonómico murciano salvo algunos como: **La externalización como estrategia de creación del tercer canal. El caso de la televisión autonómica de Murcia**. Autores: Isabel Sarabia Andugar, Josefina Sánchez Martínez e Isabel Fernández Alonso. Tripodos. Páginas 101-115 (2012).

En esta Tesis se realizará una investigación sobre las televisiones autonómicas españolas: pasado, presente y futuro. Se centrará la investigación en tres modelos de las denominadas nuevas televisiones (CMM, Aragón TV y 7TV). Se finalizará con el futuro, la fórmula de privatización utilizada en Murcia y su colaboración con el modelo denominado "Secuoya". Este modelo es una novedosa forma de privatización, ya que es una auténtica convivencia entre los modelos públicos y privados. Lo importante es poder demostrar que se puede extrapolar esta forma de gestionar una televisión autonómica al resto de televisiones que existen en la actualidad en el país y que podría ser el futuro para que estos medios sean rentables y puedan perdurar.

TESIS PUBLICADAS

A. Publicidad, Marketing y Audiencias

- La publicidad cada día se valora y se mimra más, ya que al descender los ingresos públicos la publicidad puede ser el único elemento que puede reducir los números rojos. Esta obra estudia los anuncios en las televisiones autonómicas y en concreto la gallega: **La imagen turística de Gali-**

cia: El uso de la marca Galicia por primera vez en la publicidad de la institución autonómica, estudio comparado del anuncio para la televisión 2006-2011. Autor, Oscar Afeirán Varela, dirigida Marcelo Antonio Martínez Hermida. Universidad de Santiago de Compostela (2012).

- El Marketing aplicado a las televisiones autonómicas toma cada vez más peso, ya que en las primeras épocas no preocupaba casi nada, pero en los nuevos tiempos aparece como una de las grandes preocupaciones para los directivos de las cadenas autonómicas. Se puede ver en: **Marketing y televisión pública. Una aplicación a la industria de la televisión en Aragón.** Autor Víctor Orive Serrano. Dirigida por Carmen Berné Manero y María Esperanza García Uceda. Universidad de Zaragoza (2013).
- En los últimos tiempos la gran preocupación para las televisiones autonómicas han sido las audiencias y su descenso constante en los últimos años. Como ejemplo encontramos **Análisis y tratamiento de las audiencias televisivas y su realidad en Andalucía directo de Canal Sur TV.** Autor: Jerónimo Mingorance Villalba. Dirigida por José Manuel Gómez y Méndez. Universidad de Sevilla (2016).

B. Legislación y modelos televisiones autonómicas y locales

- Ya en el año 1991 se redactaban investigaciones sobre el modelo valenciano de televisión, que años después pasaría a la historia como la primera televisión autonómica desaparecida **Canal 9-TVV. Por un modelo valenciano de televisión pública.** Autor Rafael Quilez Sánchez. Dirigida por Enrique Bustamante Ramírez. Universidad Complutense de Madrid (1991).
- Avanzando en la investigación se encuentra también otro estudio, en este caso concreto sobre el sector audiovisual en Galicia, sede de una de las televisiones autonómicas primitivas en España **Televisión y video en Galicia: La intervención de la institución autonómica en el sector audiovisual.** Autor Marcelo Antonio Martínez Hermida. Dirigida por Mariano Cebrián Herreros. Universidad Complutense de Madrid (1994).
- También se halla un estudio jurídico sobre la legislación y la reglamentación española sobre la televisión local que emite por ondas y utilizan el espectro radioeléctrico: **Régimen Jurídico de la televisión local por ondas.** Autor Manuel Jesús Rosado Oliva. Dirigida por José Ignacio Morillo-Velarde Pérez. Universidad de Cádiz (2001).
- Hay una completa investigación sobre lo que representa en Aragón la radio y la televisión Local con sus similitudes y diferencias con el resto de medios públicos en otras comunidades del estado español. **La radio y la**

televisión local en el marco del sistema audiovisual aragonés. Autor Fernando Sobés Turmo. Dirigida por Juan José Perona Páez. Universidad Autónoma de Barcelona (2002).

- Estudio sobre el sector audiovisual en una comunidad autónoma, en este caso Castilla y León, donde no existe una televisión autonómica pública y este servicio lo presta una empresa privada **El sector audiovisual en Castilla y León: La Televisión.** Autor Félix Ortega Mohedano. Dirigida por Pablo del Río Pereda y Ángel Badillo Matos. Universidad de Salamanca (2006).
- El gran reto que siempre han tenido las televisiones autonómicas ha sido poder transmitir mediante sus informativos y programaciones una conciencia e identidad regional, una obra que lo estudia y trata es: **Televisión Pública e identidad regional: Los jóvenes andaluces ante el modelo de servicio público de la RTVA.** Autor Marta Díaz Esteves. Dirigida por Bernardo Díaz Nosty y Juan Francisco Gutiérrez Lozano. Universidad de Málaga (2012).
- Un apartado importante en la televisión pública en nuestro país se tiene en el servicio público que prestan a la sociedad, sean televisiones locales, autonómicas o estatales como es el caso de **El servicio público audiovisual y la construcción del estado autonómico: RTVE 1980-2006.** Dirigida por Armand Balsebre. Universidad Autónoma de Barcelona (2012).
- Un estudio sobre cómo se aplican la regulación comparando países europeos y árabes, para poder comprobar sus similitudes y diferencias se encuentra en: **Los organismos reguladores del audiovisual y sus actuaciones en las zonas euro mediterránea. La protección de los menores, los derechos humanos y la diversidad cultural en Francia, España, Líbano y Marruecos.** Autor Ricardo Carniel Bugs. Dirigida por Teresa Velázquez García-Talavera. Universidad Autónoma de Barcelona (2013).
- Las televisiones autonómicas también están muy preocupadas por su responsabilidad social y qué puede afectarles estas decisiones a su reputación. En este tema se encuentra: **Comunicar la RSC y la incidencia en la reputación de las empresas de comunicación. El caso de "La Marató" de TV3.** Autor Jaime Alberto Orozco Toro. Dirigida por Carme Ferré Pavía. Universidad Autónoma de Barcelona (2014).
- La forma de actuación política en una televisión en concreto que sería Canal 9 de la Comunidad Valenciana es estudiado en: **Las políticas de televisión de la Generalitat Valenciana en las tres primeras legisla-**

turas de Gobierno del Partido Popular (1995-2007). Autor Julián Sanmartín Navarro. Dirigida por María Isabel Fernández Alonso. Universidad Autónoma de Barcelona (2014).

- Las actuaciones de los poderes públicos en la comunidad autónoma de Aragón respecto a la sociedad de la información son investigadas profundamente en: **Las políticas públicas para la sociedad de la información en Aragón.** Autor: José Juan Verón Lassa. Dirigida por Fernando Sabés Turmo. Universidad Autónoma de Barcelona (2014).
- Esta otra tesis centra su estudio en la televisión social y las nuevas tecnologías que se están aplicando y que cada día tienen más peso es **La televisión social: Ficción y web 2.0.** Autora Deborah Castro Mariño. Dirigida por María Rosario Lacalle Zalduendo. Universidad Autónoma de Barcelona (2015).
- Como cada televisión autonómica es muy diferente a otra, no solamente en formato sino en financiación, plantillas recursos etc. Se han hallado tesis que se centran en el estudio e investigación sobre una televisión en concreto, este es el caso de **El model audiovisual públic de les Illes Balears: La seva configuració (1975-2015).** Autora: Margalida Blanquer Genovart. Dirigida por Sebastià Serra Busquets. Universitat de les Illes Balears (2016).

C. Informativos Televisiones autonómicas

- Un completo estudio sobre las nuevas infraestructuras, equipos y modelos tecnológicos en la televisión de Galicia, haciendo especial énfasis en los servicios informativos **La infraestructura tecnológica en los informativos de televisión de Galicia: Usos y aplicaciones en la realización de los informativos diarios.** Autor María del Carmen Varela Rodríguez. Dirigida por José Soengas Pérez. Universidad de Santiago de Compostela (1998).
- Criterios informativos, el tratamiento de la información en unas elecciones generales y municipales, sus limitaciones, la injerencia de los poderes públicos, lo que permite y no permite la Ley, estos son los mimbres principales de la tesis: **Contenidos informativos de las campañas electorales generales y municipales: La televisión como soporte de los mensajes políticos.** Autor María de la Peña Pérez Aleajos. Dirigida por Pedro Luis Iriso Napal. Universidad de Salamanca (2007).
- El tratamiento de la información en los medios públicos en el País Vasco, con especial atención a la ETB y a TVE en una campaña concreta 2003 es la base de la investigación: **La información televisiva en campaña electoral. Análisis de las noticias ETB y TVE durante las elecciones.**

- nes municipales y autonómicas de mayo de 2003.** Autor Marian González Abrisketa. Dirigida por Rosa María Martín Sabaris. Universidad del País Vasco (2009).
- La narrativa, sus formas, sus peculiaridades en Asturias, sus palabras propias, la riqueza de su lenguaje, cómo se emplea en Asturias, este es el argumento de la tesis: **Un caso particular de narrativa audiovisual. El informativo de televisión TPA, noticias gestación histórica y análisis narratológico.** Autor Cristóbal Rutiña Testa. Dirigida por Emilio Frechilla Díaz. Universidad de Oviedo (2011).
 - Como se construye una realidad cultural, el servicio público, la trasmisión de la cultura gallega, este es el estudio que engloba **La construcción de la realidad gallega a través de los medios autonómicos.** Cultura e identidad cultural en los informativos de la radio gallega y televisión de Galicia. Autor María Luz Barbeito Veloso. Dirigida por Armand Belsebre. Universidad Autónoma de Barcelona (2011).
 - Una preocupación que tiene toda sociedad mediática consiste en el control y el pluralismo político que debe de tener los medios de comunicación públicos. Sobre este tema se realizó la tesis: **Pluralismo político en los programas informativos de canal 9 y la 1 de TVE durante las elecciones autonómicas y generales de 2011.** Realizada por Carmen María López Rico. Dirigida por José Luis González Esteban. Universidad Miguel Hernández de Elche (2012).
 - Las televisiones autonómicas no han estado al margen de las innovaciones técnicas que han estado apareciendo en los últimos tiempos. Los equipos iniciales fueron analógicos y ahora todo el equipamiento es digital. Este cambio acaecido en Tele Madrid es el objeto de esta tesis: **Sistema digital de producción televisiva: Información y nuevos contenidos (el caso tele Madrid).** Autora: Yolanda Ortiz de Guinea Ayala. Dirigida por Emili Prado y Luis Miguel Martínez Fernández. Universidad Complutense de Madrid (2012).
 - Estudiar y analizar una cobertura informativa en una zona de guerra, realizada por una televisión autonómica, en concreto Tele Madrid es el tema de la tesis: **Análisis de una cobertura internacional en una televisión autonómica: el tratamiento de la guerra de Kosovo en Tele Madrid.** Autor Javier Díez Romero. Dirigida por Pablo Sapag Muñoz de la Peña y María Elena Gómez Sánchez. Universidad Europea de Madrid (2015)
 - Cómo se controlan los informativos de las televisiones autonómicas, quién lo realiza, son efectivos, sirven para algo. Este el tema de la inves-

tigación **Los mecanismos de control de los informativos en las televisiones públicas. El caso de Canal 9**. Autor Carlos López Olano. Dirigida por Josep Vicent Gavaldá Roca. Universidad de Valencia (2015).

- Modelos de comunicación y la importancia de la lengua vernácula que utiliza es la base de la Tesis: **Komunikazio-ereduak, hizkuntza eta euskal tlebistagintza**. Autora Beatriz Narbaiza Amillategui. Dirigida por Edorta Arana Arrieta. Universidad del País Vasco (2016).
- Un estudio sobre la comunicación política en las campañas electorales y autonómicas donde tanto se juegan los medios públicos y donde los medios locales juegan un importantísimo papel. El estudio se titula: **Comunicación política. Campañas electorales e informativas. Elecciones autonómicas y municipales 2015. Hacia una regeneración democrática**. Autora Marta Gil Ramírez. Dirigida por Ana Jorge Alonso. Universidad de Málaga (2016).
- Lo que ha representado el paso de los equipos analógicos a digitales en el mundo de la televisión autonómica, sus beneficios y las importantes inversiones económicas que han tenido que realizar. La tesis tiene el título: **Flujos de trabajo (Workflows) en los informativos tras la digitalización. El caso de Canal Sur**. Autor Evangelina de las Heras Pérez. Dirigida por Inmaculada Gordillo Álvarez. Universidad de Sevilla (2016).

D. Programaciones y formatos televisiones autonómicas

- Esta tesis analiza las programaciones culturales en todo el espectro televisivo tanto público como privado en España, su título es: **Contenidos culturales en las televisiones generalistas: Análisis de los formatos televisivos de las cadenas públicas y privadas en el ámbito nacional y autonómico**. Autor: Soledad Ruano López. Dirigida por Jesús Timoteo Álvarez. Universidad de Extremadura (2005).
- La televisión educativa y su representación en la programación de las televisiones autonómicas, con especial atención en la educación en valores, trata la tesis: **Televisión, adultos y educación en valores: Estudio del caso: El programa "La tarde, aquí y ahora" de Canal Sur Televisión**. Autor Rodrigo Elías Zambrano. Dirigida por Inmaculada Gordillo Álvarez. Universidad de Sevilla (2012).
- La siguiente tesis analiza la programación infantil en Canal Sur Televisión, haciendo especial estudio sobre un programa infantil concreto durante 6 años. **Análisis de los programas infantiles de televisión: "La banda" (2003-2009) en Canal Sur televisión. Realización te-**

levisiva de programas infantiles. Autor Luis Martínez Crespo. Dirigida por Jesús Jiménez Segura. Universidad de Sevilla (2012).

- La televisión cercana y de proximidad centrada especialmente en Castilla y León tiene como título: **Televisión de proximidad en el ámbito autonómico: El caso de TVE en Castilla y León (1982-2012).** Autor Marta Pérez Ruiz. Dirigida por Fernando Javier Melgosa Rodríguez y María del Mar Marcos Molano. Universidad de Burgos (2016).
- En esta tesis se puede ver una completa investigación realizada recientemente en la que se analiza la programación cultural de la segunda cadena de Canal Sur. El título es: **Canal Sur 2: Una propuesta de televisión cultural para Andalucía (1998-2012).** Autor Eduardo Ramos Rodríguez. Dirigida por Juan Francisco Gutiérrez Lozano. Universidad de Málaga (2016).
- La programación de las cadenas autonómica de televisión también fue estudiada en la siguiente tesis, haciendo un estudio pormenorizado de las preferencias y géneros en un contexto familiar. La tesis se llamó: **Preferencias de géneros televisivos, contexto familiar y valores, un estudio transcultural con adolescentes.** Autora Daisy María López de Lora. Dirigida Ana Aierbe Barandiarán y Juan Ignacio Martínez de Morentin de Goñi. Universidad del País Vasco (2016).
- Si la televisión autonómica y la local tiene un objetivo prioritario para llegar a su audiencia, no es otro que hacerla cercana y de proximidad. Todo lo que ocurra en su área de influencia tiene que tener cobertura y presencia en la programación de la televisión. El título del trabajo es: **La televisión de proximidad en Extremadura. Sostenibilidad e identidad.** Autora Clara Eugenia Marcos Gómez. Dirigida por Marcelo Sánchez Oro Sánchez. Universidad de Extremadura (2017).

E. Recursos técnicos e infraestructuras

- Entre los nuevos recursos técnicos que están implantando las televisiones encontramos los recursos interactivos. Esta tesis estudia esta nueva faceta en tres autonómicas, el título es: **Utilización de los recursos interactivos de las tres televisiones autonómicas históricas: Televisión de Galicia, Euskal Telebista y Televisió de Catalunya. Autor Manuel García Torre.** Dirigida por Xosé Pereira Fariña. Universidad de Santiago de Compostela (2015).

ARTÍCULOS PUBLICADOS

A. Publicidad, Marketing y audiencias.

- El siguiente artículo aborda un apartado sumamente importante en las televisiones autonómicas como es la financiación. **“La financiación del servicio público de televisión a través de la publicidad: La falta de previsión estatal frente a la autonómica”**. Autora: Belén Andrés Segovia. *Actualidad Jurídica Iberoamericana* nº 3. Páginas 679-692 (2015).

B. Legislación, modelos y tendencias en las televisiones autonómicas y locales

- Un estudio nada más nacer las tv autonómicas y cuando en el panorama nacional solamente emitían las tres pioneras. **“La televisión y las comunidades autónomas”**. Autor Carmelo Garitaonandia Garnacho. *Revista vasca de la administración pública*. Número 2. Páginas 143-164 (1982).
- Los canales autonómicos y su realidad en los años ochenta. **“Los canales autonómicos de televisión”**. Autor Jesús García Yruela. *Leviatán*, revista de hechos e ideas. Número 28. Páginas 41-50 (1987).
- Televisión autonómica, características y formatos en **“Televisión Autonómica”**. Autor Care Santos i Torres. *El Ciervo*. Revista mensual de pensamiento y cultura pág. 56-57 (1992).
- Un nuevo estudio sobre modelos de televisiones autonómicas, centrado en el caso valenciano. **“El modelo de televisión autonómica”**. Autor Vicente L. Navarro de Lujan. *Revista valenciana d, estudis autonómics* nº 19. páginas 127-142 (1997).
- Otra nueva publicación sobre la gestión de las televisiones autonómicas. **“La gestión autonómica de la televisión”**. Autor Celeste Gay Fuentes. *Derecho de las telecomunicaciones*. páginas de la 465-488 (1997).
- Es muy interesante esta investigación realizada por juristas que tratan de delimitar el marco jurídico. **“El marco jurídico-constitucional de la televisión autonómica y local. Autor Antonio Domínguez Vila”**. *Anales de la facultad de Derecho*. Páginas 59-120 (2000).
- Un interesante comentario jurisprudencial sobre la naturaleza y las formas legales para la concesión de una televisión autonómica digital. **“La concesión de explotación de la televisión autonómica digital: Comentario de la STS de 24 de mayo de 2001”**. Autor Francisco Lorenzo Hernández González. *Revista de derecho de las telecomunicaciones e infraestructuras en red*. Páginas 101-128 (2001).
- Un artículo sobre el tratamiento de la mujer en la televisión autonómica valenciana, ya desaparecida. Su título fue **“La identidad cultural: Re-**

presentaciones de la identidad y su interacción con la construcción de la “mujer” valenciana en la televisión autonómica”. Autora: Cristina Marques y Ferrer. *Cuerpos de mujer en sus textos anglo germánicos, hispánicos y mediterráneos*. Páginas 319-330 (2005).

- Un estudio sobre los aspectos autóctonos de la lengua asturiana y como se refleja en su televisión autonómicas **“La llingua asturiana na televisión autonómica: Presencia, audiencia y estándar”**. Autor Cristóbal Ruitiña Testa. *Lletres asturianas*. Boletín oficial de I, academia de la Llingua asturiana nº 106. Páginas 319-330 (2005).
- Los nuevos medios de comunicación, la televisión local y autonómica del siglo XXI y su agrupación como grupos, este es el tema del artículo **“Los nuevos grupos en el audiovisual de proximidad: Hacia un mapa de la televisión local y autonómica”**. Autor: Ángel Badillo Matos. *Actas I congreso nacional de ULEPICC*. Página 29 (2006).
- Un nuevo estudio sobre las televisiones autonómicas, presente y futuro de estos medios cercanos: **“La televisión autonómica en España”**. Autor Mateu Ramonell i Rul LAN. *Revista latinoamericana de comunicación* nº 93 pág. 34-39 (2006).
- Las televisiones autonómicas generalmente en su área de influencia tienen un efecto creador y multiplicador de una industria audiovisual que les suministra contenidos y programación. Este artículo trata sobre ello: **“La televisión autonómica y la promoción de la industria audiovisual”**. Autor Miguel Ángel Casado del Rio. *Actas del XX congreso internacional de comunicación* páginas 523-538 (2007).
- Un artículo sobre la prestación del servicio público por la televisión autonómica en Murcia **“Evaluación de la misión de servicio público en la televisión autonómica de la región de Murcia”**. Autor: Manuel Albarracín Martínez. *Cuadernos de la gestión de información*. Nº 1. Páginas 13-21 (2011).
- Este es un dictamen sobre la reforma de la Ley 7/2010 que flexibilizada y posibilita privatizar un canal autonómico de televisión. **“Sobre el anteproyecto de Ley de reforma de la Ley 7/2010 de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual, para flexibilizar los modos de gestión de los canales públicos de televisión autonómica”**. *Dictámenes del consejo económico y social* nº 1. Páginas 1-8 (2012).
- Los retos que tienen las televisiones públicas autonómicas en la actualidad (financiación y futuro) es el tema que trata este artículo: **“Retos**

para la televisión pública autonómica". *Control: la publicidad desde 1962*. Nº extra. Anuario 2012.

- Después de tres décadas, es necesaria una reforma de las estructuras de las televisiones autonómicas y de eso trata este artículo titulado: **"Las estructuras de gobierno de los nuevos modelos de televisión autonómica pública en España"**. Autora: Josefina Sánchez Martínez e Isabel Sarabia Andugar. *Gestión y análisis de políticas públicas*. Páginas 35-61 (2012).
- Un artículo que trata también sobre uno de los apartados importantes de nuestra tesis y que se basa en la externalización de la televisión Murcia, concurso público que se adjudicó la productora "Secuoya" **"La externalización como estrategia de creación del tercer canal. El caso de la televisión autonómica de Murcia"**. Autores: Isabel Sarabia Andugar, Josefina Sánchez Martínez e Isabel Fernández Alonso. *Triposos*. Páginas 101-115 (2012).
- Este artículo analiza los cambios y transformaciones que están viviendo las televisiones autonómicas españolas dentro de Europa: **"Crisis y transformación del modelo de televisión autonómica en España en el contexto europeo"**. Autor: Andrés Boix Palop. *Revista de Derecho de la Unión Europea*. Nº 24. páginas 149-182 (2013).
- La televisión autonómica valenciana es la primera en la historia de estas cadenas que tuvo que desaparecer por problemas tanto económicos como laborales, este artículo reflexionó sobre el tema y sus consecuencias: **"Canal 9 primera televisión autonómica pública que cesa sus emisiones"**. *Revista del mercado televisivo español*. Números 885-886. Página 36 (2013).
- Un nuevo artículo que trata sobre las programaciones infantiles en la televisión, su título **"Las televisiones y la investigación en la infancia y televisión"**. Autores: Miguel Ángel Ortiz sobrino, José A. Ruiz San Román y Elba Díaz Cerveró. *Comunicar*, revista científica iberoamericana de comunicación y educación. Número 40. Páginas 137-144 (2013).
- La Ley 7/2010 de comunicación audiovisual, introdujo y reformó la ley que hasta la fecha regía este tipo de televisiones y emisiones. El siguiente artículo trató profusamente sobre este tema: **"La reforma de la televisión pública autonómica en el nuevo marco legal audiovisual (Ley 7/2010 general de la comunicación audiovisual"**. Autores: A. Azurmendi, Nereida López Vidales, Juan Luis Manfredi Mayoral. *Derecom* nº 18 (2014).

- Un gran problema que tienen las televisiones autonómicas en nuestro país es si es legal o no la recepción de la señal de una televisión fuera de su territorio. El artículo fue titulado: **“La regularización de las emisiones de televisión autonómica fuera de la comunidad de origen: El caso de Cataluña (2004-2014)”**. Autores: Josep Àngel Guimerà i Orts y José Joaquín Blasco Gil. *Área abierta* volumen 15 nº 2 (2015).

C. Informativos Televisiones autonómicas

- Las peculiaridades de los servicios informativos de las televisiones autonómicas y sus diferencias con los de las privadas. **“Los informativos: Informan que algo queda. Los informativos en una televisión autonómica”**. Autor Mikel Lejarza Ortiz. *La televisión que viene nuevas tendencias en programación*. Páginas 97-100 (2007).
- Un interesante estudio sobre los rasgos fónicos personalísimos del habla canaria y como se refleja en sus informativos. **“Rasgos fónicos regionales en los noticiarios de la televisión autonómica canaria. La velarización de la nasal final”**. Autores: Clara Eugenia Hernández Cabrera y Marta Samper Hernández. *Variación del español en los medios*. Páginas 267-288 (2011).

D. Programaciones y formatos televisiones autonómicas

- Los programas culturales, su implantación y sus problemas en las parrillas de programación, tanto estatales como autonómicas **“Los programas educativos emitidos en la televisión nacional y autonómicas en España”**. Autor Juan María Casado Salinas. *Congreso Iberoamericanos de comunicación y educación* paginas 254-261 (2003).
- El mundo cultural y su importancia en la programación de la televisión autonómica catalana. **“Televisión autonómica como mediadora cultural: el caso específico de televisión de Cataluña”**. Autor Luisa Martínez García. *Actas del XX congreso internacional de comunicación*. Páginas 493-504. (2007).

E. Recursos técnicos e infraestructuras

- Las importantes transformaciones de un sistema analógico al digital se reflejan en este artículo: **“Era digital y televisión autonómica: Un estudio comparativo de las plataformas web, aplicaciones móviles y redes sociales de Tv3 y BBC One”**. Autor Pablo Gómez Domínguez. *Comunicación y Sociedad* Volumen 29 nº 4. Páginas 85-106 (2016).

F. Estudios y Opinión televisiones autonómicas

- Las ventajas y que las diferencian a las televisiones autonómicas del resto del panorama audiovisual. **“El valor diferenciador de una televisión autonómica”**. Autor María Alcón Soler. *Reflexiones sobre la traducción audiovisual: tres espectros, tres momentos*. páginas 213-215 (1997).
- En el año 2000 ya se vislumbraban los problemas que tendría Canal 9 y que la llevaría a su desaparición pocos años después. **“La televisión autonómica: Un reto, una realidad, un tiempo de futuro incierto”**. Autor José María Vidal Beltrán. *La comunicación en los 90: El mercado valenciano*. Páginas 177-187 (2000).
- Cómo se trataron las elecciones autonómicas de Galicia en el año 2002 **“As eleccions autonómicas na televisión”**. Autor José Ruas Araujo. *Estudios de comunicación* nº 1. Páginas 49-81 (2002).
- Un estudio de 2002 sobre la posibilidad, ventajas e inconvenientes de crear una televisión autonómica en Aragón, tras una promesa electoral. **“La comunicación de proximidad en Aragón: La necesidad de crear una radio televisión autonómica creada por el parlamento”**. Autor Fernando Sabés Turmo. *Revista de la Escuela de Magisterio de Huesca*. Páginas 251-260 (2002).
- Los gastos, las inversiones, las desmedidas plantillas etc. en **“El despilfarro de la televisión autonómica”**. *Noticias de la comunicación*. Nº 31, pág. 3 octubre (2011).
- Una reflexión sobre la posibilidad de mantener los formatos autonómicos o renovarse. **“Encrucijada para la televisión autonómica”**. Autor Antonio Carballo. *Tele informe, primera revista del mercado televisivo español*. Página 4 (2011).
- Reflexiones sobre el fenómeno de la televisión autonómica, sus ventajas y también su mala prensa. **“La reflexión académica sobre la televisión autonómica en España: entre la reivindicación de la diversidad y la denuncia por manipulación política”**. Autor Luis Alfonso Albornoz y Azahar Cañedo Ramos. *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI: Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*. Páginas 29-53 (2015).
- Un artículo sobre la crisis que lleva unos años machacando a las televisiones autonómicas en nuestro país. **“La crisis de la radiotelevisión pública autonómica”**. Autores: Juan Carlos Miguel de Bustos y Miguel Ángel Casado del Río. Páginas 61-77. (2015).
- Las propuestas de los partidos políticos para la reforma de las televisiones se encuentran en: **“Futuro de la televisión pública nacional y**

autonómica en España. Propuestas de los partidos políticos en las elecciones de 2015 y 2016". Autores Carmen Caffarel Serra y Mario García de Castro. *Revista Mediterránea de Comunicación*. Volumen 8 nº 1. Páginas 105-119 (2017).

2.3 De dónde vienen y hacia dónde van las televisiones autonómicas

Las televisiones autonómicas no han experimentado cambios significativos desde su nacimiento en 1983. A las iniciales históricas con lengua propia, se les fueron sumando las nuevas procedentes de las nuevas autonomías, recientemente creadas. Se han consolidado poco a poco, también aparecieron las autonómicas privadas, gestionadas por empresas mercantiles y finalmente tuvimos la desaparición de una de las consideradas de las históricas como fue la televisión valenciana (Canal 9). Recientemente se están dando los pasos para la puesta en funcionamiento de la que será la renacida televisión autonómica valenciana.

La realidad de estas televisiones autonómicas se asienta sobre una estructura política. Las cadenas autonómicas nacen sobre cimientos políticos, se desarrollan sobre ellos y tienen su razón de ser en una decisión política.

La nueva tendencia y por donde se está deslizando el futuro de los medios audiovisuales está en la constitución de plataformas que desarrollen líneas de actuación en donde se agrupe todos los formatos y los canales de trasmisión (Televisión, radio, internet, mensajería, telefonía, etc.). Todo ello sin olvidar un apartado sumamente importante como es ser proveedores de contenidos, que puedan ser utilizados sin fecha de caducidad por otras plataformas, previo el pago del precio establecido.

Esta es una tendencia universal, a la cual no son o no deben de ser ajenos los medios de titularidad pública, y concretamente el caso que se estudia, de las televisiones autonómicas.

Lamentablemente y como siempre pasa la realidad tecnológica siempre va por delante de la realidad legal y los nuevos formatos y tecnologías que aparecen en el mercado, son casi siempre rápidamente asumidos por las empresas que gestionan los medios privados de difusión.

Por el contrario, las empresas públicas, están atadas de pies y manos y no es tan fácil asumir nuevas tecnologías que no estén reguladas y reglamentadas, por lo que casi siempre ocurre es que las nuevas tecnologías son asumidas por los medios públicos tarde.

El resultado está siendo siempre el mismo, y no es otro que televisiones autonómicas siempre han tratado de adaptarse a las últimas tecnologías, pero que no han llegado ya que la burocracia, los contratos públicos, las subastas públi-

cas de suministro han hecho que lleguen tarde, cuando esos nuevos estándares técnicos ya funcionaban desde hace tiempo en los medios privados.

El otro problema se encuentra cuándo los gobiernos regionales realizan importantes inversiones tecnológicas sin ningún tipo de dirección estrategia con prisas y alegando que no quieren quedarse rezagados. Se pasa de la mañana a la noche a lo último digital, se cambia la programación generalista por señales temáticas, ampliando y multiplicando casi por cuatro el espectro, incorporándose varios canales más, los cuales no tienen un contenido claro y muy poca calidad. Todo esto lleva a la consecuencia de una oferta pobre, no competitiva y muy alejada del servicio público, ya que lo importante es rellenar por rellenar y cubrir horas.

Todo esto ha sido en el marco de una situación económica estable y de crecimiento, pero desde 2009 la situación se dio totalmente la vuelta y la grave crisis económica mundial hizo que las inversiones en medios públicos se redujeran en algunos casos de una forma drástica, lo que hizo rápidamente que se encontrara con todo lo contrario: no se invertía en renovación tecnológica y el desfase ha sido mucho mayor, siendo en algunos casos los equipamientos totalmente obsoletos.

Según recopilan Felici, Javier Marzal; Elgezabal, Ramón Zallo:

“Tradicionalmente las televisiones autonómicas han sido exitosas por su importante dedicación a “la actualidad, su cultura, y su representación institucional” (Olmo & Navarro, 2015), pero la crisis económica y financiera de 2008 ha tenido y sigue teniendo consecuencias notables en la prestación de servicios públicos de radiotelevisión, cuya calidad se ha resentido de manera muy significativa en los últimos años, una tendencia que especialmente afecta al continente europeo, y más específicamente en el sur de Europa y en España” (Felici, Javier Marzal; Elgezabal, Ramón Zallo, 2016 p. 1-7)

Tener una buena infraestructura técnica no es un elemento de éxito, pero ayuda enormemente a la consecución de los objetivos propuestos, ya que favorece la difusión del producto que queremos realizar.

Presupuestos, plantillas, audiencias, qué es el servicio público y el papel que deben representar las televisiones autonómicas en el siglo XXI son los principales ingredientes de esta investigación.

2.3.1 La televisión de proximidad.

Todas las televisiones autonómicas han pretendido desde su creación y así lo han vendido, realizar lo que se llama una “televisión de proximidad”³⁵. Una te-

³⁵ Televisión cercana, cuyos objetivos, programación y publicidad son de la misma localidad donde se encuentra.

levisión cercana, realizada para su área de cobertura y dando los contenidos que les interesan a los telespectadores de la televisión.

En los primeros tiempos fue así, y las televisiones autonómicas dieron un producto que no daba TVE con sus dos canales y después de la aparición de los canales privados tampoco. La única que hizo un cierto énfasis en una televisión de proximidad fue Antena 3, que estableció a los pocos meses de su inauguración una red de delegaciones en casi todas las comunidades autónomas, a imagen de los centros territoriales de TVE, pero más pequeñas y con menos medios.

Con el paso del tiempo Antena 3, redujo ostensiblemente estos centros y los convirtió en simples unidades informativas carentes de respuesta inmediata y solamente haciendo funciones como pequeñas delegaciones.

Telecinco, utilizó un modelo mucho más modesto y contrato estos servicios con una productora externa, aunque participada por ellos mayoritariamente que es Atlas, la cual les suministra en materia informativa toda la cobertura a nivel nacional.

2.4 Estructura de la Tesis

Este estudio comienza con la introducción de la investigación y las hipótesis de trabajo, habrá dos grandes apartados compuestos por el marco teórico y el marco empírico. Finalmente se llegará a las conclusiones y la enumeración de futuras líneas de investigación. Se cuenta con siete anexos de documentación de la investigación.

2.5 La televisión en España

2.5.1 Historia de la televisión en España

En la década de los años treinta en varios países se realizaron las primeras pruebas de la incipiente televisión. En los círculos universitarios se habló de aquel invento que venía del otro lado del atlántico, pero se quedó solamente en eso en reflexiones y en algún artículo periodístico especializado.

Los diarios *La libertad*, *El imparcial*, *La Vanguardia* y *El Liberal* se hicieron eco también del acontecimiento que muchos daban como un gran invento y otros como una moda pasajera que quedaría en nada. Fruto de aquellas reflexiones fue la aparición en 1933 de la *Revista Radio Televisión*³⁶. Fue una publicación muy corta, pero fueron muchos los investigadores que la acogieron con muchísima curiosidad. El primer editorial de esta revista decía:

"La televisión vendrá a sumarse al número de inventos que hacen la vida más complicada si se quiere, pero más interesante también".

³⁶ Revista Radio y televisión que apareció en España en 1934

La primera prueba en España de televisión la realizaron los alemanes en noviembre de 1938, no se conoce si la prueba tuvo éxito, lo cierto es que se puede asegurar que se realizó por las fotografías que quedan de aquel momento.

Las siguientes pruebas de televisión en España fueron en Barcelona y en Madrid en 1948, por aquellos tiempos solamente emiten con regularidad y con una programación que podemos llamar estable Gran Bretaña y Estados Unidos. Las pruebas españolas fueron realizadas por la empresa Philips³⁷ y RCA³⁸, con el único fin de poder convencer a Franco³⁹ de las bondades del nuevo invento. Estas pruebas fueron un verdadero éxito y se realizaron en la Feria de Muestras de Barcelona, los curiosos permanecían varias horas en colas interminables esperando ver unas pocas imágenes de actuaciones que se realizaban en la habitación contigua.

En agosto de 1948 la americana RCA intento la retrasmisión de una corrida de toros y el resultado no fue el esperado, ya que se escuchaba mal y se veía peor. Los periódicos de la época titularon al día siguiente

"Dentro de unos años esto de la televisión será una gran cosa. Hoy es un juguetito".

Tras estas pruebas titubeantes, el gobierno del general Franco dio su visto bueno y comenzaron las emisiones regulares de TVE un 28 de octubre de 1956, tras varios meses de pruebas con la retrasmisión de una misa, varios discursos de los dirigentes de la época y una orquesta, sin olvidar un nutrido grupo de bailes regionales.

Las emisiones comenzaron a las 20,30 horas desde unas modestísimas instalaciones del Paseo de la Habana de Madrid, con un plató de apenas 100 metros, lugar que después ocuparía las oficinas del Nodo⁴⁰.

El fútbol llegó a las pantallas españolas en febrero de 1959 con un partido entre el Real Madrid⁴¹ y el F.C Barcelona⁴², este hecho hizo que fuesen muchísimos los españoles que decidieron la compra de televisores que, en un primer momento, fueron de un precio desmedido y difícil de obtener, siendo muchos

37 Koninklijke Philips N.V, conocida comúnmente como Philips, es una de las empresas de tecnología más importantes del mundo. Sus oficinas principales se encuentran en Amsterdam. Tiene en la actualidad una plantilla de 114.000 trabajadores

38 Radio Corporation of América. Importante fabricante internacional de productos electrónicos e importante división de discográficas.

39 Francisco Franco Bahamonde, militar y dictador español. Gobernó desde 1939 hasta 1975 en España.

40 Acróstico de noticiarios y documentales. Era un noticiero que se proyectaba obligatoriamente en los cines españoles antes de la película en sí, entre 1942 y 1976 y ya de forma voluntaria hasta 1981.

41 Entidad polideportiva de Madrid que fue fundada el 6 de marzo de 1902

42 Entidad polideportiva de Barcelona, fue fundado como club de fútbol el 29 de noviembre de 1899

los usuarios que optaron por su financiación en "letras"⁴³ que estuvieron pagando muchos meses e incluso años.

La señal de televisión llega a Valencia en febrero de 1960, Bilbao en diciembre de ese mismo año, Andalucía y Galicia en octubre de 1961 y canarias en febrero de 1964. La prensa canaria titulaba a toda página por aquellos días:

"Canarias ante una jornada trascendental. Va a ser inaugurada oficialmente la TV en el archipiélago".

El escritor leonés Julio Llamazares⁴⁴ en uno de sus libros titulado "Escenas del cine mudo" escribió sobre la catarsis que fue para los habitantes de su pueblo la llegada de la televisión en 1963.

No todos los profesionales que trabajan para el nuevo medio creían fehacientemente en él, como ejemplo podemos hablar de Enrique de las Casas⁴⁵ jefe de programas de TVE y años después director de la primera cadena que manifestaba en un diario de la época en 1959:

"No olvidemos que, por una serie de razones etnológicas y definitorias, el pueblo español no parece ser un consumidor nato de TV. Ni el clima, ni el estilo de vida, ni las cualidades imaginativas de la gran masa española parecen hacer de ella un buen cliente para la TV".

En 1960 comienza la fabricación de la primera generación de televisores españoles, eso sí con patente extranjera, un electrodoméstico considerado de gran lujo. En 1960 el parque de televisores era de 50.000, especialmente en Madrid y Barcelona.

Durante todos estos años el paso de la televisión en España fue titubeante y considerado sin mucho futuro.

El gobierno de Franco, diseñó un plan para incentivar la penetración de la televisión en la sociedad española. Fruto de todo esto fue la eliminación del "impuesto de lujo"⁴⁶ para los receptores de televisión en 1961 y un años después la autorización de la venta a plazos de televisiones. A todo esto, se unió la subvención que se otorgaba a los fabricantes para que contratasen anuncios en todos los medios escritos y radiofónicos para la venta de televisiones nuevas.

43 Letra de cambio, es un título de crédito de valor formal y completo que contiene una orden incondicionada y abstracta de hacer pagar a su vencimiento al tomador o a su orden una suma de dinero en un lugar determinado

44 Julio Llamazares, autor de numerosos libros sobre el cine y la televisión en España

45 Enrique de las casas.- ingresó en el primer equipo fundador de TVE en el año 1.957, como realizador. En TVE, a lo largo de su permanencia en la misma, desempeñó tareas de realizador y director de muchos programas, alternando éstas con diversos puestos ejecutivos como Director de Programas, Subdirector de TVE y Director de la Primera Cadena.

46 Era un impuesto o gravamen que se aplicaba a los artículos de lujo (joyas, automóviles, artículos de arte, etc.)

También existió un importante mercado de alquiler de televisiones, que fue desapareciendo progresivamente.

2.5.1.1 La Gran expansión de los años 60

Finalizando la década ya había en España tres millones y medio de televisores, que sería el equivalente al 40% de la población española.

- El 70 y el 80% se encontraban entre Madrid, Barcelona y País Vasco
- El mundo rural tenía menos del 25 % de los televisores, fruto de todo ello y para difundir la señal de la televisión, en la época de Manuel Fraga Iribarne⁴⁷, como Ministro de Información y Turismo, se implantaron los llamados Teleclub⁴⁸, donde se reunían todas las familias que no tenían televisión en sus hogares para ver la programación de aquellos años.

2.5.1.2 Nace la 2 cadena o UHF

Nada más iniciado 1965 comenzaron las pruebas técnicas de la segunda cadena, más conocida como la "UHF"⁴⁹ y el 15 de noviembre de 1966 las emisiones regulares.

Fue más una decisión técnica que política, ya que su implantación fue muy lenta y el gobierno de Franco solamente puso sus ojos mediáticos en la primera cadena, dirigida a que las grandes audiencias, cubriesen sus expectativas ideológicas.

La segunda cadena nació con unos medios ridículos: dos despachos, una unidad móvil antigua y desfasada técnicamente, un estudio de cincuenta metros cuadrados con una mesa, una silla y poco más. No se puede decir que la "UHF" tuvo una cobertura de todo el territorio nacional hasta la llegada del mundial de fútbol de 1982.

Posteriormente pasaría a llamarse TVE 2 y después "La Dos"⁵⁰. Durante años su éxito se basó en una completa autonomía en la programación y en la producción que venía de los descartes de la primera cadena y lo más nuevo y vanguardista de las tendencias que se estaban instaurando en España-

47 Manuel Fraga Iribarne. fue un político, diplomático y profesor español de Derecho. Fue profesor catedrático de Derecho Político y de Teoría del Estado y Derecho Constitucional; doctor en Derecho y licenciado en Ciencias Políticas y Económicas. Su trayectoria política se desarrolló desde los años cincuenta del siglo XX hasta el año 2011, ocupando casi ininterrumpidamente cargos de relevancia política e institucional, tanto en la dictadura de Franco como en el periodo democrático; entre otros, fue ministro de Información y Turismo entre 1962 y 1969; vicepresidente del Gobierno y ministro de la Gobernación entre diciembre de 1975 y julio de 1976; y presidente de la Junta de Galicia entre 1990 y 2005.

48 Locales públicos que nacieron en la década de 1960 en la que los vecinos de las zonas rurales podían ver la televisión

49 UHF (siglas del inglés Ultra High Frequency, 'frecuencia ultra alta') es una banda del espectro electromagnético que ocupa el rango de frecuencias de 300 MHz a 3 GHz. En esta banda se produce la propagación por onda espacial troposférica, con una atenuación adicional máxima de 1 dB si existe despejamiento de la primera zona de Fresnel.

50 Segunda Cadena de Televisión Española

El elemento clave de los buenos resultados de la TVE 2 consistió en que durante años fue completamente autónoma de la política programática y de producción que emanaba de TVE 1. El cuadro de realizadores y técnicos no era intercambiable, eran compartimentos estancos y no existía el trasvase de profesionales entre ambas cadenas. Se era y se trabajaba para la primera o para la segunda.

2.5.1.3 TVE y la transición

En la época de la transición la televisión en España tuvo una gran relevancia, siendo un instrumento primordial para la difusión de la información y del conocimiento. Desde TVE, difundieron los valores democráticos, contrarrestaron el régimen anterior y difundieron la prevalencia de la paz, orden y estabilidad. TVE en esta época fue el referente informativo para los españoles junto a las incipientes emisoras privadas de radio, que ya no tenían que conectar con RNE⁵¹ para la emisión de informativos llamados "El parte"⁵².

Con el auge de las Comunidades Autónomas con lengua propia, el Congreso de los Diputados aprobó la ley de los terceros canales de televisión en diciembre de 1983, aunque EITB (Euskal Irrati Televista) había sido aprobada previamente por una prerrogativa de su Estatuto de Autonomía (1982), así como TV3, la televisión catalana.

Durante los años 1980, apareció una primera generación de televisiones autonómicas que constituyeron la FORTA (Federación de Televisiones Autonómicas: EITB, TV3, TVG (en Galicia), Canal Sur (en Andalucía), Tele Madrid (en la capital española) y Canal 9 (en Valencia). Posteriormente autonómicas como Asturias, Extremadura, Castilla-La Mancha y las correspondientes a Baleares y Canarias se sumaron a la oferta televisiva.

Para la defensa de los intereses propios nació Forta (Federación de Organismo de Radio y Televisión Autonómicos). Forta se convirtió en una verdadera tercera cadena nacional que poseía una cobertura en casi toda España. Las televisiones autonómicas tomaron mucha importancia, debido en parte al uso de las lenguas locales que reforzaban la auto-identidad.

La auténtica revolución llegaría en 1990 con el nacimiento de las tres televisiones privadas de cobertura estatal con una programación similar a la de TVE:

51 RNE.- Radio Nacional de España

52 El Parte. Informativo que se realizaban en las radios españolas, primero como parte de guerra y después hasta la llegada de la democracia como sinónimo de informativo, realizado por la radio pública (RNE) y al cual estaban obligadas a su conexión todas las emisoras de radio del país.

Antena 3⁵³ (en diciembre de 1989), Telecinco⁵⁴ (en marzo de 1990) y Canal+⁵⁵ (en septiembre de 1990).

En la actualidad se está viviendo una auténtica revolución en el modelo de la televisión en España; por un lado, la politización de las televisiones estatales y autonómicas, el endeudamiento, las plantillas sobredimensionadas Las plataformas de pago, el cable, la gran oferta de la TDT hacen que el espectador tenga una masiva oferta televisiva, que hace que el mercado publicitario no pueda ser el principal inversor de la industria televisiva.

2.5.2 Historia de las televisiones autonómicas en España

Las televisiones autonómicas en España nacen tras la nueva organización del Estado Español que se divide en Comunidades Autónomas, con el fin de la descentralización tanto política como administrativa, que hasta la fecha estaba totalmente centralizada en la capital madrileña. Se trataba de ajustar las diferencias y peculiaridades de cada región.

En Europa, en los años setenta habían nacido las llamadas "televisiones "cercañas o de proximidad". La primera fue Francia en 1975 donde se creó France Régions 3 (FR3) y cuatro años después nacería la italiana RAI3, con desconexiones territoriales y Alemania con ARD3 de los Lander y todos agrupados más tarde en un canal de cobertura federal llamado ARD1.

En España, como siempre los cambios llegarían más tarde que en Europa y hubo que esperar a la aprobación por las Cortes Generales de la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión⁵⁶. Esta nueva Ley permitía que cada comunidad autónoma tuviese y gestionase una televisión propia.

Como la realidad siempre va por delante de la legislación, por aquella fecha de entrada en vigor de la Ley 46/1983, la EITB llevaba más de un año emitiendo ilegalmente y pocos días después de la promulgación de esta Ley comenzaron las emisiones regulares de TV3 para Cataluña.

A la idea de tener una televisión propia, continuaron la senda de País Vasco, Cataluña y Galicia les siguieron rápidamente Andalucía y Madrid. Años después se sumarían otras tantas comunidades, unas con entes públicos propios y otras con empresas privadas como Castilla-León y Murcia. En 1989 como fruto de la necesidad de agruparse las televisiones autonómicas en nuestro país se creó la FORTA (Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autono-

53 Antena 3 S.A. es un canal privado de televisión perteneciente al grupo Atresmedia (Planeta)

54 Telecinco, canal privado de televisión en abierto, perteneciente al grupo Mediaset España Comunicación

55 Canal+, antiguo canal de televisión de pago de carácter generalista. Actualmente se denomina #0

56 Publicada en BOE nº 4 de 5 de enero de 1984, páginas 247 a 248.

micos. Forta se constituyó con el fin de cooperar y ayudarse las entidades que la forman para reforzarse de forma individual o colectivamente sus actividades. De Bustos, Juan Carlos Miguel, Comunicación y Sociedad reflexionaron en 2016 sobre las televisiones autonómicas y hablaban de televisiones autonómicas:

“Como un actor clave, ya que actuaban como principales clientes y motores de la incipiente industria audiovisual local. En muchas comunidades se fortalecieron estos entes mientras que otras en las que no había se crearon nuevos. Mientras que las leyes de creación de las televisiones autonómicas hacían referencia únicamente a la promoción de la cultura local, las nuevas leyes y los mandatos marco incluían la promoción del sector audiovisual como una de las obligaciones de servicio público de los entes de radiotelevisión autonómicos” (De Bustos, Juan Carlos Miguel, 2016, p. 9-28).

Uno de los primeros grandes contratos que gestionó y que firmó la naciente Forta fue en Julio de 1990 con la Liga de Fútbol Profesional⁵⁷ por un importe de 54.000.000 de pesetas por ocho temporadas con un desglose de 42 millones que pagaron las televisiones autonómicas consideradas “Históricas” sin sumar todos los gastos técnicos de unidades móviles, redes, enlaces, etc.

Bonaut Iriarte, J escribía en 2010 sobre esta problemática y decía:

“En las últimas dos décadas se han puesto de manifiesto los graves problemas que existen entre las televisiones y los clubes de fútbol españoles en la lucha por los derechos de retransmisión de la Liga de Fútbol Profesional. Desde los primeros enfrentamientos entre las televisiones autonómicas, TVE y Canal Plus a comienzos de los noventa, hasta los recientes roces entre Mediapro⁵⁸ y Sogecable en los últimos dos años, el conflicto del fútbol televisado se ha recrudecido revelando dos aspectos fundamentales: la necesidad de una regulación clara que determine la manera, forma y tiempo en la que se deben gestionar estos derechos y, por otro lado, la vital importancia del fútbol como contenido de entretenimiento de alta repercusión social y de gran atractivo para las audiencias (y con ello la publicidad)” (Bonaut Iriarte, J 2010 p.71-96)

Una oferta en aquellos momentos considerada desproporcionada, ya que las televisiones autonómicas pagaban cuatro veces más que lo que estaba pagando TVE hasta el año anterior.

57 Liga de fútbol Profesional. Asociación que engloba a todos los clubs de primera y segunda división de fútbol profesional en España.

58 El grupo MEDIAPRO ocupa una posición líder como proveedor de servicios técnicos para la industria audiovisual, es productor y distribuidor de contenidos audiovisuales, gestor y distribuidor de acontecimientos deportivos, productor cinematográfico y de contenidos interactivos, y presta servicios de postproducción.

Los años siguientes continuaron pagando estas cifras e incrementándolas año a año. El negocio no fue tan rentable como pensaban los miembros de Forta y unos años después algunas de ellas como TV3 decidió unilateralmente abandonar este contrato para ellos claramente ruinoso.

Poco tiempo después, Forta también firmo un importante contrato con las productoras americanas destinada a la exhibición de estas películas en todos sus canales, el contrato también tuvo polémica por la cantidad y porque fue un nuevo tema de enfrentamiento con TVE y con las incipientes televisiones privadas.

La polémica con la firma de estos contratos puso sobre la mesa el debate, ya que muchos sectores de la sociedad manifestaron que nunca deberían haber entrado en la compra de unos contenidos que nada tenían que ver con sus objetivos fundacionales y que sólo buscaban un éxito de audiencia que hipotecaría su futuro.

2.5.3 Presente de las televisiones autonómicas

El 2016 (último año del que se dispone de datos consolidados) no ha sido un buen año para las televisiones autonómicas en España. Lo acontecido se puede resumir en estos grandes apartados:

- Las televisiones autonómicas han tenido el peor año de audiencia desde que nacieron, obteniendo una cuota de pantalla acumulada del 7,4%.
- El consumo de las cadenas de pago ha tenido un crecimiento espectacular pasando al 20,4% del total de audiencias.
- El duopolio⁵⁹ de los dos grandes grupos de comunicación en nuestro país (Mediaset y Atresmedia) consiguen superar el 85% en cuota de pantalla publicitaria.
- TVE remonta después de varios años de caída.
- Las grandes derrotadas son las televisiones públicas.
- La inversión publicitaria ha crecido en 2016 hasta los 2125/2150 millones de euros con un menor consumo de televisión, bajando hasta los 233 minutos persona y por día, cuatro minutos menos que en 2015. El panorama queda con un 86 % del duopolio Mediaset /Atresmedia y un 57,2 de cuota de pantalla, quedando solamente un 13,6% para el resto con su 42% de la audiencia.

⁵⁹ Privilegio exclusivo concedido a dos sociedades para vender o explotar alguna cosa en un territorio determinado

Como se puede ver por las cifras y cuadros siguientes, casi todas las cadenas autonómicas caen en 2016, con algunas excepciones.

	Año 2015	Año 2014 (I)	DIF. Ptos.	DIF. %
AUT	7.5	7.4	-0.1	-1%
TV3	11.5	11.4	-1.1	-9%
TVG	9.3	9.8	0.5	5%
ARAGON TV	10.4	9.0	-1.4	-13%
C.SUR	8.3	8.6	0.3	4%
ETB2	8.0	7.3	-0.7	-9%
CANAL EXTREMADURA TV	6.6	5.5	-1.1	-17%
CMM	4.6	5.1	0.5	11%
TVCAN	5.9	5.1	-0.8	-14%
TPA	5.6	5.0	-0.6	-11%
TELEMADRID	4.1	4.0	0.7	17%
IB3	5.4	3.4	-2.0	-37%
LA 7TV	0.0	2.4	2.4	
ETB1	1.9	1.9	0.0	0%
3/24	1.5	1.5	0.0	0%
SUPER3/33	1.5	1.2	-0.3	-20%
ESPORT3	1.1	1.0	-0.1	-9%
ETB4	1.1	0.9	-0.2	-18%
TVG2	0.8	0.8	0.0	0%
LAOTRA	0.7	0.7	0.0	0%
TPA2	0.8	0.7	-0.1	-13%
CSUR-AND	0.3	0.6	0.3	100%
ETB3	0.6	0.6	0.0	0%
AND-TV	0.3	0.4	0.1	33%
TV3CAT	0.0	0.3	0.3	
GALICIA TV	0.2	0.1	-0.1	-50%
IB3-GLOBAL	0.0	0.0	0.0	

Tabla 2 Fuente Kantar Media

- TV3, la líder de las televisiones autonómicas cerró el 2016 con un 11,4% de share, esto es 1,1 puntos menos que hace un año y su peor dato.
- Aragón TV se queda en un 9% (-1,4 puntos).
- ETB2, que registra mínimo histórico con un 7,3% (-0,7 puntos).
- Canal Extremadura con un 5,5% y 1,1 puntos menos.
- TV Canarias con un 5,1% y un retroceso de 0,8 puntos.
- TPA (Asturias) con un 5% y un desplome de 0,6 puntos
- IB3 de Baleares con un 3,4% y la pérdida de dos puntos de cuota de pantalla.
- Gana TVG (Galicia) con un 9,8% y un alza de medio punto
- Canal Sur y un 8,6% y tres décimas de crecimiento
- Castilla la Mancha TV con 5,1% de share y medio punto de crecimiento
- Tele Madrid ha cerrado con un 4,8% y 0,7 puntos de alza.

Entre los últimos meses de 2016 y los primeros de 2017 se han producido muchos cambios en las direcciones generales de las televisiones autonómicas que tratarán de concretar en la siguiente tabla:

2.5.3.1 ¿Quiénes son los nuevos Directores Generales de las televisiones autonómicas de España?

1. Empar Marco (RTVV): A pesar de no haber comenzado sus emisiones, ni tener una fecha concreta para hacerlo, Empar Marco ha sido ratificada por las Cortes Valencianas como la nueva Directora General de RTVV. Su objetivo será volver a darle vida a la Radio Televisión Valenciana, poniendo especialmente el foco de atención en la reconstrucción del desaparecido Canal 9. El proyecto que logró que el Consejo Rector de RTVV la propusiera a ella como candidata, también incluye la creación de dos radios –una generalista y otra musical en valenciano- y la creación futura de un segundo canal de televisión.

2. Jaume Peral (TV3): Es el canal autonómico con mejores números de audiencia, ya que le respalda un 11,4% de share con el que cerró el año 2016. Peral acaba de cumplir su primer año como director general de TV3 en sustitución de Eugeni Sallent, ejerciendo con anterioridad como jefe de Informativos. A principios de este 2017 Jaume Peral concedió una entrevista donde remarcó las dificultades que existen para afrontar los presupuestos que sostienen TV3 debido al descenso de las aportaciones públicas.

3. Alfonso Sánchez Izquierdo (TVG): Es uno de los Directores Generales más longevos en cuanto a cadenas autonómicas se refiere ya que llegó a su cargo en el año 2009. Para este 2017, la corporación que dirige cuenta con un presupuesto de 104,7 millones de euros y sólo el 8,1% de ellos provienen de los ingresos por publicidad.

4. José Pablo López (Tele Madrid): Ha sido recientemente investido como el nuevo director general de la Radio Televisión madrileña después de una importante reestructuración que ha tenido lugar en los medios autonómicos. La ley que aprobaron PP y Ciudadanos a finales de 2015 ha cumplido con el objetivo de cambiar la gestión de Tele Madrid, pasando de pública a privada. Al tomar posesión de su cargo José Pablo López dejó claro que quiere una renovación de la cadena centrada en los madrileños.
5. Pepe Quílez (Aragón TV): La televisión autonómica de Aragón comenzó sus primeras emisiones en el año 2006 y desde entonces Quílez se mantiene como Director General de la televisión de Aragón, que es la tercera autonómica más vista en 2016 con una media de share de 9%.
6. Joaquín Durán (Canal Sur): Desde 2013 es el máximo responsable de Canal Sur después de coger el testigo de Pablo Carrasco. Joaquín Durán es veterano en la RTVA ya que ha formado parte de ella desde su nacimiento en 1989. Comenzó como jefe de deportes de la radio y la televisión y poco a poco fue escalando puestos en el ente público.
7. Maite Iturbe (ETB): Igual que Joaquín Durán lleva en el cargo desde 2013, momento en el que PNV y PSE acordaron su nombre como máxima responsable de la ETB. Llegó al puesto tras ser directora de Producción de Euskal Telebista (ETB) y a su cargo tiene la ETB 1, ETB 2, ETB 3 y ETB 4.
8. Carmen Santos (CEXMA): Llegó a ser la Directora General de Canal Extremadura a finales de 2013 de la mano del actual presidente de la Comunidad, Guillermo Fernández Vara. Sustituyó en el cargo a Beatriz Maeso, después de protagonizar amplias polémicas. Sin embargo, Santos también ha tenido que hacer frente a varios conflictos con productoras, llegando estas a pedir su dimisión.
9. Carmen Amores (Castilla-La Mancha Media): Llegó a su cargo actual en agosto de 2015 cuando sustituyó al polémico Nacho Villa. Desde entonces, la cadena ha mejorado su audiencia en más de un punto en un solo año, ya que ha pasado del 4,6% de share en febrero de 2015 a 6% en febrero de 2016. Carmen Amores llegó a la corporación manchega después de ser directora de Antena en Canal Sur.
10. Santiago Negrín (TV Can): Fue nombrado como Presidente del Consejo Rector de la televisión canaria en 2015, momento en el que sustituyó a Guillermo García. El nombramiento de Negrín sentó precedente en el ente público ya que fue la primera vez en la historia de la televisión autonómica que el Parlamento designó a su máximo dirigente.
11. Antonio Virgilio Rodríguez (TPA): Es el Director General de la Radiotelevisión del Principado de Asturias desde hace más de cinco años, momento en el

que llegó al puesto para sustituir a Juan José Guerenabarrena. Antes de tener el máximo puesto de la TPA, el periodista asturiano fue director de Antena y Contenidos de la cadena.

12. Andreu Manresa (IB3): Lleva en el cargo desde el mes de noviembre de 2015 y es un reconocido periodista balear que suma más de 25 años como redactor del diario El País. Es el sustituto de José Ramón Bauzá.

13. Juan Miguel Aguado: Es el más novel de los Directores Generales de las televisiones autonómicas después de llegar al cargo el pasado mes de abril. Juan Miguel Aguado es Doctor en Ciencias de la Información y profesor titular en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia.

2.5.4 El servicio público

“El sistema de radiodifusión pública está directamente relacionado con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada sociedad, y con la necesidad de preservar el pluralismo de los medios de comunicación”.

Esta definición se encuentra en el *Protocolo sobre el Sistema de Radiodifusión Pública de Ámsterdam*, suscrito por los miembros de la Unión Europea en 1997⁶⁰.

También se publicó un año después el Informe del Grupo de Alto Nivel de Política Audiovisual⁶¹ en el que concreta que:

“La radiotelevisión pública ha de ser un medio fuerte, en competencia con las televisiones comerciales, y, por tanto, con grandes audiencias”.

Si se habla, en el caso concreto de las televisiones autonómicas, aparte de las demandas propias de una televisión comercial hay que añadirle las propias de un medio público como información de la realidad territorial más próxima, reforzar y difundir si poseen lengua propia y contribuir a la protección de los derechos sociales, económicos y culturales de la propia autonomía

Las televisiones autonómicas aparecieron tras argumentar los gobiernos respectivos que eran una necesidad del conjunto de la sociedad, de los ciudadanos y que sus desmesurados costes tanto de instalación como de mantenimiento deberían de ser considerados como servicios a la ciudadanía.

⁶⁰ El Tratado de Amsterdam, acordado en el plano político el 17 de junio de 1997 y firmado el 2 de octubre del mismo año, constituye el resultado de dos años de estudios y de posteriores negociaciones de una Conferencia de representantes de los gobiernos de los Estados miembros. Entró en vigor tras la ratificación por los quince Estados miembros de la Unión Europea, de acuerdo con sus normas constitucionales respectivas.

⁶¹ Grupo de Alto Nivel de Política Audiovisual. Presidido por Marcelino Oreja Aguirre y compuesto por Francisco Pinto Balsemao, José María Bergareche, Herve, Bourges, Llliana Cavani, Michael Kuhn, John Mcgrath, Jan Mojito, Albert Scharf, Boleslaw Sulik

Al comparar los objetivos y los fines de las televisiones, se puede encontrar que en el caso de las privadas, dependientes de sus respectivas empresas y accionistas tienen solamente el beneficio empresarial y por otro lado las televisiones públicas tienen que compatibilizar la lucha por la audiencia que como consecuencia atraiga más anunciantes que disminuyan el coste público y por otro lado la realización de determinados programas divulgativos, de poco tirón publicitario pero con gran repercusión en la divulgación de la realidad territorial, sus costumbres y la cultura. Debiendo optar por la complementariedad, cubriendo demandas de la audiencia que las televisiones comerciales no abordan, sin olvidar el entretenimiento.

Los medios de comunicación tienen un papel destacado en la producción y elaboración de un sentimiento de pertenencia y orgullo de los habitantes de un mismo marco geográfico según describe el antropólogo Benedict Anderson (1993)⁶² y este sentimiento lo tienen las televisiones autonómicas, ya que tienen como función ordenada por sus respectivos estatutos organizativos la consecución y difusión de un sentimiento de pertenencia a los habitantes de un mismo marco geográfico, vertebrando la identidad y la cultura de la región.

Fora detalla en el informe de gestión realizado en mayo de 2011 qué es servicio público de sus televisiones:

“Emitir contenidos que velen y difundan la realidad de cada comunidad; contribuir a la difusión de las diferentes lenguas del Estado; construir un universo referencial propio donde las instituciones de cada comunidad reciban el tratamiento adecuado y preferente que tienen dentro de cada territorio; ser ventana de referencia de los grandes y pequeños eventos protagonistas de nuestro entorno, y contribuir a la difusión de las industrias culturales que nos rodean.

El objetivo de las televisiones públicas será siempre preservar la identidad cultural, potenciando los contenidos propios de la comunidad y mucho más cuando son únicos y que solamente se encuentran en ese territorio. Se trata de que “lo simbólico y los imaginarios sociales se construyan y reproduzcan de forma comunicativa como realidad social”. (Berger y Luckman, 2001).

El aspecto cultural de una comunidad autónoma tiene en su televisión autonómica un arma para su promoción y difusión. Y a su vez también es una magnífica oportunidad para producir un contenido cultural que llegará a una parte importante de los televidentes. Todo ello sin contar el enriquecimiento que se suma cuando se cuenta con una lengua propia. Las televisiones autonómicas

⁶² 1991, Benedict Anderson. Publicado por VERSO, Londres y Nueva York. ISBN 0-86091-546-8 cultura Libre. D. R. de 1993, FONDO DE CULTURA

tenían antes de la gran crisis del sector: 6 canales en catalán –tres de ellos generalistas-, 2 en euskera, 4 en gallego, 3 en valenciano, y 3 en mallorquín.

Las televisiones autonómicas durante sus 30 años de vida se han convertido en un potente instrumento para fomentar el progreso cultural, social y económico de sus respectivas demarcaciones. Como señalan Moragas y Prado al decir que:

"Las televisiones públicas, en un sistema competitivo y abierto, han de ser la garantía de un sistema de comunicación para todos, han de evitar la existencia de un sistema de voces limitado, han de ser el contrapeso del gran proceso de concentración que determina la nueva convergencia entre los sectores financieros, las telecomunicaciones y los máss media" (Moragas y Prado, 2001).

La relación que existe entre una buena información regional y local con altos índices de audiencia hace que el servicio público adquiera cada día mejores datos de aceptación por el público. Las noticias locales siempre han tenido una importante acogida por parte de la audiencia.

En este panorama idílico, también es necesario hablar de las contras, tras hablar de varios pros de la televisión como es el servicio público. Y estas contras se centran en la fuerte dependencia política. López Cepeda

"No ve posible hablar de medios absolutamente independientes de los poderes políticos, debido a la gran influencia que ejerce en la opinión pública; aunque incluye que TVE, así como a las televisiones catalana y vasca, son las más que más pasos habían dado para ello". (A.M. López-Cepeda, 2012, p.399-427).

Como elementos que puedan solventar estos condicionamientos se deben de destacar la necesidad imperiosa de una información objetiva y rigurosa, que divulgue la realidad cultural de la comunidad, potenciándose la creación intelectual y el desarrollo de la industria audiovisual en su comunidad.

Otro de los debates sobre este tema sería preguntar cuál es la aportación al servicio público de las televisiones autonómicas cuando la televisión pública estatal también realiza este tipo de servicio. La respuesta está clara: Es un servicio complementario ya que las autonómicas dan una información más cercana y pormenorizada que la que pueda dar un medio de cobertura nacional. Centran la cobertura en lo cercano y local. Una información que al ser muy localista no estaría en las escaletas de las televisiones públicas nacionales. Esta cobertura no se le puede pedir a las públicas nacionales porque no llegarían a todo y mucho menos a las privadas, ya que estas coberturas serían muy pocos rentables económicamente por no decir nulas.

En el campo de la difusión de la identidad cultural es donde mejor ha funcionado la fórmula autonómica y sobre todo en las que poseen una lengua y una literatura propia. Este es el caso de Cataluña, País Vasco y Galicia.

En resumen, las autonómicas son los verdaderos canales de difusión de lo autóctono y de lo tradicional, ya que son los únicos medios que con gran cantidad de recursos técnicos pueden llegar a cualquier lugar por recóndito que este de la comunidad autónoma y contar cualquier noticia por pequeña o simple que pudiese ser.

Esta política informativa de servicio público, también tendrá importante repercusión económica en el tejido empresarial de productoras audiovisuales, que podrán nacer y mantenerse con este tipo de producciones.

2.5.5 FORTA⁶³

Forta, nace en 1989 como fruto de la necesidad de agruparse las televisiones autonómicas públicas de nuestro país con el fin de crear una organización que aunara los planteamientos estratégicos de todas ellas en uno solo. Forta nace pocos meses antes de las primeras licencias de televisiones privadas, la proliferación de los canales locales por todo el territorio nacional y un mercado emergente del cable y del satélite.

Forta, se constituyó con el fin de cooperar y ayudarse las entidades que formaban parte de ella, reforzándose de forma individual o colectivamente sus actividades.

Los dos principios fundamentales de FORTA:

- La cooperación y la solidaridad entre los asociados.
- Independencia de los Entes formantes de FORTA

LOS PRIMEROS CANALES FUNDADORES DE LA FORTA FUERON:

- Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (anteriormente denominada Empresa Pública de la Radio y Televisión de Andalucía)
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (anteriormente denominada Corporació Catalana de Radio i Televisió)
- Ente Público Radio Televisión Madrid,
- Radiotelevisió Valenciana, S.A.U. en liquidación (anteriormente denominada Entidad Pública Radiotelevisión Valenciana)
- Corporación Radio e Televisión de Galicia, S.A. (anteriormente denominada Compañía de la Radio Televisión de Galicia)
- Euskal Irrati Telebista en el País Vasco

Tabla 3 Elaboración propia con datos de Forta www.forta.es

63 Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos. www.forta.es/home/QuienesSomos.aspx

Al nacimiento de Forta, se le dio un marco legal, al crearse una asociación sin ánimo de lucro, y así comienza su funcionamiento, respetando la personalidad e independencia de las sociedades que forman parte de ella.

El acta fundacional tuvo su firma el 5 de abril de 1989, inscribiéndose en el Registro de Asociaciones sin ánimo de lucro del Ministerio del Interior, con arreglo a la Ley de asociaciones de 24 de diciembre de 1964.

Posteriormente se unieron a Forta:

- Ente Público Radiotelevisión Canaria
- Ente Público Radiotelevisión Castilla-La Mancha
- Radiotelevisión de la Región de Murcia
- Corporación Aragonesa de Radio y Televisión
- Radiotelevisión del Principado de Asturias, S.A.
- Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears
- La nueva RTVV (Está pendiente la solicitud para su reentrada)

2.5.5.1 Organización Forta

- Obliga a asemejar las funciones y departamentos de la Federación a aquellos presentes en las Entidades asociadas.
- El fin supremo de la Federación es la cooperación mutua entre los distintos asociados, respetando en todo momento, su soberanía.

2.5.5.2 Órganos de Gobierno

- *La Junta General*: Es el órgano supremo y soberano de la Federación, es el responsable de establecer los planes y directrices de actuación de Forta.
La Junta General está integrada por los Directores Generales de los Organismos o Entidades asociadas.
- *El Presidente*: ostenta la representación legal de la Federación, actuando en su nombre, y llevando a cabo los actos precisos para el buen fin de los acuerdos adoptados por la Junta General.
El cargo de Presidente es rotatorio cada seis meses entre los respectivos Directores Generales de los Entes Públicos asociados.
- *La Secretaría General*: El Secretario General es el máximo responsable de los servicios administrativos de la Federación y Jefe de Personal. Sus funciones y facultades se encuentran descritas en el artículo 36 de los Estatutos de Forta.

2.5.5.3 Otros órganos de la Federación.

Las comisiones están compuestas por un representante de cada ente autonómico, eligiéndose entre ellos un coordinador que realizará las convocatorias, actuará como representante de la comisión. También asistirá un representante interno de la propia Federación que canalizará a través del Secretario General propuestas e informes para que sean elevadas a la Junta General.

Las Comisiones de Trabajo: Las Comisiones de Trabajo se constituyen para la elaboración de estudios y la formulación de propuestas sobre cuestiones relacionadas con los fines de la Federación. Estas comisiones se forman con arreglo al artículo 41 de los Estatutos de Forta para las 12 materias de su actividad

Las Comisiones actuales en Forta son:

- I. *Comisión de Audiencias.* Realiza el control del contrato de medición de audiencias que mantienen las televisiones autonómicas con Kantar Media con un seguimiento muy habitual.
- II. *Comisión de Comercialización.* Establece los parámetros básicos y su seguimiento en la comercialización conjunta de espacios publicitarios de las Televisiones Autonómicas
- III. *Comisión de Compra de derechos de Antena y Producción de TV Movies.* Recibe proyectos de largometrajes, TV Movies (2) y series. Valora la posible adquisición de derechos de antena. Establece los criterios de coproducciones con productoras.
- IV. *Comisión de Compra de Derechos de Producción Ajena.* Propone y gestiona la compra conjunta de películas, series, etc.
- V. *Comisión de Comunicación y Marketing.* Define y ejecuta las estrategias de comunicación y Marketing de la Forta Mantiene un foro de trabajo e intercambio de líneas de actuación de las televisiones, compartiendo experiencias entre todos ellos.
- VI. *Comisión de Deportes.* Diseña y desarrolla los temas deportivos que adquieren las televisiones.
- VII. *Comisión económica-Financiera.* Controla y supervisa las cuestiones económicas y financieras de los contratos y convenios firmados por las televisiones autonómicas entre ellas y con terceros.
- VIII. *Comisión de Informativos.* Fija los acontecimientos informativos que deben de ser cubiertos, cuantifica los medios técnicos necesarios, gestiona la adquisición de noticias nacionales e internacionales y coordina el intercambio de noticias entre las televisiones formantes de Forta.
- IX. *Comisión Jurídica.* Dota el soporte jurídico necesario para todos los temas legales que afecten conjuntamente a las televisiones. Redacta y controla los contratos que formalizan las televisiones en toda clase de asuntos.

- X. *Comisión de Programas.* Recibe y propone proyectos de compra de programas y coproducciones.
- XI. *Comisión Técnica.* Evalúa y analiza los equipamientos técnicos de la Forta y de las futuras adquisiciones y modernizaciones técnicas.
- XII. *Comisión de seguimiento de la televisión digital terrestre.* Controla y realiza el seguimiento del Plan Técnico Nacional de Televisión Digital y la migración de frecuencias.

Forta, con el trascurso del tiempo ha aumentado sus actividades, pasando de una simple colaboración a un trabajo estable en comunidad. Se puede destacar dos planes importantes como la comercialización conjunta de productos y la comercialización directa de toda la gestión publicitaria de algunos socios.

A lo largo de todo este tiempo se resaltarán como logros de Forta los siguientes:

- Importantes contratos, compra de emisión de paquetes de producto cinematográficos de primera magnitud con las más importantes "majors"⁶⁴ como Universal⁶⁵, Columbia⁶⁶, Paramount⁶⁷, etc.
- Adquisición de los derechos de emisión en abierto del Campeonato Nacional de Liga de Fútbol en varias temporadas.
- Adquisición de los derechos de emisión en abierto UEFA CHAMPIONS LEAGUE⁶⁸
- Adquisición de los derechos de emisión en abierto de la Liga ACB⁶⁹ de Baloncesto.
- Diseño y puesta en funcionamiento de la Red en Estrella para el intercambio de imágenes y contenidos entre los socios.
Intercambios de informativos, teniendo en tiempo real las noticias producidas por el resto de televisiones en tiempo real.
- Comercialización conjunta de las ventas de espacios publicitarios
- Plan de comercialización directa para la venta de total del espacio publicitario de determinadas televisiones formantes de Forta.

64 Club de las seis principales compañías productoras de películas del mundo

65 Universal Studios Inc. Es un estudio cinematográfico estadounidense propiedad de Comcast Corporation, es miembro de los "seis grandes" (majors)

66 Columbia Pictures Industries Inc. Productora estadounidense de películas y televisión, forma parte de Columbia TriStar Motion Picture (majors)

67 Paramount Pictures Corporation. Es una centenaria compañía productora y distribuidora de cine con sede en Hollywood (majors)

68 La liga de campeones de la UEFA, conocida anteriormente como la copa de Europa. Es el torneo internacional oficial de fútbol más prestigioso a nivel de clubes.

69 Es la principal liga de baloncesto profesional de España. En la actualidad utiliza el sobrenombre de Endesa

2.6 Indicadores de la Televisión en España durante 2016

2.6.1 Inversión publicitaria

Analizando el trienio 2014/2016 publicitario español se puede comprobar como todavía se encuentra la facturación publicitaria por debajo de los años anteriores a la crisis en cerca de 1.300 millones. 2007 (7.356,2) fue el mejor año en facturación hasta la fecha, conforme a los datos de Barlovento Comunicación e INFOADEX⁷⁰



Gráfico 1 Fuente Arce Media. Elaboración Media Hotline

⁷⁰ Realiza control y análisis de la publicidad en España. Durante 365 días al año controla, archiva y analiza todas y cada una de las inserciones publicitarias realizadas en todos los medios convencionales: Cine, Internet, Radio, Revistas, Dominicales y TV.

Infoadex es una herramienta que controla la actividad publicitaria de:

- Más de 150.000 anunciantes
- Más de 400.000 marcas y modelos
- Más de 250.000 registros de imágenes, audio y vídeo.
- Más de 4.500.000 anuncios
- Más de 760 soportes controlados
- 8 medios de publicidad controlados incluido Internet.

INFOADEX, controla y analiza toda la actividad publicitaria en España. El control es total los 365 días del año. Se estudian todas las inserciones publicitarias en cualquier medio de comunicación: Cine, Internet, Radio, Revistas, Dominicales y TV.

Las empresas anunciadoras tienen una excelente herramienta que les permite analizar las inversiones publicitarias de un sector, segmento, categoría y/o anunciante, marca y producto por medios y soportes, por meses y por años.

Estas inversiones son aproximadas, no exactas debido a que los anunciantes acaban pagando por sus campañas importes que no son iguales a los de Infoadex debido a las condiciones de negociación que cada anunciante-marca dispone: ofertas puntuales, compras de última hora, compensaciones con o sin cargo, etc.

Este sistema de medición es utilizado para mediante un mix encontrar los porcentajes que se utilizan en los principales meses del año.

Los datos de Infoadex se utilizan en todas las agencias de medios y en la mayoría de análisis de la competencia de todos los medios (no sólo de Tv). Es imprescindible saber qué ha hecho y qué hace la competencia para poder plantear cualquier acción y campaña de medios a un cliente.

Centrando el estudio en 2016, se debe considerar como un año relativamente bueno. Este año ha arrojado unas cifras de inversión publicitaria global (todos

Todos los medios aumentan la inversión publicitaria salvo los medios gráficos y la publicidad exterior

(Televisión, Internet aumentan participación de mercado)

	Año 2016			Cuota		Diferen Cuota
	Inversión 2015	2016	% Var.	2015	2016	
Televisión	2.011,3	2.118,2	+5,3	48,2	50,2	+1,9
Prensa	604,0	580,9	-3,8	14,3	13,9	-0,4
Internet	673,2	538,8	-20,0	11,8	12,8	+1,0
Radio	688,5	688,8	0,0	9,5	9,3	-0,2
Exterior	627,1	520,0	-16,3	8,0	7,6	-0,4
Revistas	219,0	213,0	-2,7	5,4	5,1	-0,3
Dominicales	41,0	36,6	-10,8	1,0	0,9	-0,1
Cine	20,5	28,8	+41,0	0,5	0,7	+0,2
TOTAL	4.098,5	4.207,7	+2,7	100,0	100,0	

los medios) en 4.207,7 millones de euros frente a los 4.090,5 millones de 2015. Siendo el crecimiento del 2.9%.

Tabla 4 Fuente Arce Media. Elaboración Media Hotline

Este crecimiento del año, es sensiblemente inferior al obtenido en el primer semestre de 2016 que representó un + 4,7%, lo que está indicando que se está en plena desaceleración⁷¹ de la inversión publicitaria en el mercado.

La inversión publicitaria puede aumentar un 2,2% hasta alcanzar los 4.300 mill. de €
 Todos los medios aumentarán la inversión publicitaria a excepción de los medios gráficos.
 Televisión e Internet aumentarán la participación de mercado.

Estimación de la inversión publicitaria 2017

	2016	2017	% Var.	Cuota		Diferen Cuota
				2016	2017	
Televisión	2.118,2	2.203,8	4,0	50,3	51,2	0,9
Prensa	560,9	519,8	-7,3	13,3	12,1	-1,2
Internet	539,5	583,6	8,2	12,8	13,6	0,7
Radio	390,8	396,9	1,6	9,3	9,2	-0,1
Exterior	320,0	322,1	0,7	7,6	7,5	-0,1
Revistas	213,0	210,3	-1,3	5,1	4,9	-0,2
Dominicales	36,6	33,9	-7,4	0,9	0,8	-0,1
Cine	28,8	30,3	5,2	0,7	0,7	0,0
TOTAL	4.207,8	4.300,7	2,2	100,0	100,0	

Fuente: GQ, Arce Media Estimación Media Hotline

Tabla 5 Fuente Arce Media Elaboración Media Hotline

Centrando el estudio en Televisión: crece un 5,3%, alcanzando la cifra de 2.118,2 millones de euros, representando el 50,3% del mercado. Un crecimiento de 1,2 puntos de participación. De acuerdo al estudio realizado por INFODEX.

Este aumento del 5,3% supone el tercer año consecutivo de crecimiento. Como se comentaba anteriormente 2007 fue el año del récord anual de inversión publicitaria en televisión con 3.469 millones de euros, según INFODEX.

La recuperación en la mejora de resultados en televisión no se debe ni al aumento de la ocupación, ni a la llegada de nuevos anunciantes, simplemente la

⁷¹ Es la acción o efecto de desacelerar (reducir velocidad)

explicación está en la recuperación de los precios por las inserciones publicitarias que están creciendo constantemente de nivel. El dato preocupante es esa incipiente desaceleración que se vislumbra.

Los dos grupos privados de televisión (Mediaset y Atresmedia) representan el 85,4 de la inversión publicitaria en televisión. Mediaset obtiene 918,5 millones de euros frente a 873,1 del año anterior con lo que consigue un crecimiento del 5,1%. Respecto a Atresmedia alcanza los 893,0 millones de euros frente a sus anteriores 856 del año anterior, con un crecimiento del 5,6%.

Las televisiones autonómicas tienen entre sus objetivos luchar por aumentar su contratación publicitaria frente al gigantesco duopolio que forman Mediaset y Atresmedia que acapararon en 2016 el 85,4 % de la inversión publicitaria en televisión. Según datos e impresiones recogidas por *El Economista*⁷² de varias fuentes, el objetivo de las autonómicas que forman parte de Forta es sumar el 7,4% de la audiencia ofreciendo un paquete único a los anunciantes de estos medios de comunicación.

Desde hace unas temporadas Forta, está comercializando toda la publicidad tanto regional como nacional de las autonómicas de Andalucía, Aragón y Canarias y sólo une fuerzas con el resto de canales para hacer una propuesta conjunta cuando un anunciante tiene un objetivo nacional.

Conforme reflejan los datos de Kantar Media las audiencias obtenidas por las televisiones autonómicas en 2016 se han visto reducida a casi la mitad del dato obtenido hace 9 años en 2007 que fue de un 14,2%. Forta en sus estudios internos sobre las tendencias de las audiencias en sus medios asociados marca como motivos del importante descenso en sus audiencias:

- Cambio de escenario en el panorama audiovisual español
- Nuevos canales
- Más canales de TDT
- Plataformas de pago cada vez más introducidas en los hogares
- El uso de la segunda pantalla por los jóvenes

Con esta caída de espectadores en las televisiones autonómicas tiene como consecuencia lógica la disminución en los ingresos comerciales, desmoronarse el deseo de la "autosuficiencia" que se pretendía impulsar. Como primera consecuencia de esta bajada la tenemos en la decisión de la mayoría de gobiernos autonómicos de mantener en sus presupuestos la partida destinada a la financiación de sus televisiones y algunos de ellos ordenando una inyección económica a fin del 2016 para poder equilibrar en parte las pérdidas cuantiosas.

72 El Economista.- Diario de información económica. El Economista es un diario económico que se lanzó el 28 de febrero de 2006 en España. Fundado por Carlos Salas, su actual presidente es Alfonso de Salas, ex presidente de Unidad Editorial y fundador del diario El Mundo.

Continuando hablando de las cifras que corresponden a la inversión pública en las televisiones autonómicas aparecen con un montante de 851 millones, encabezando este ranking la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), que además de TV3 cuenta con tres canales más -Esport3, 3/24 y Súper 3/33, siendo la que más cuesta a los ciudadanos con 225 millones de euros. Le sigue la andaluza Canal Sur que le costó a sus ciudadanos 137.5 millones. En el caso de la televisión catalana la audiencia no acompaña los niveles de inversión ya que a fecha de 2016 respecto a 2007 la caída de la audiencia está en un 31% Y en la misma línea también, Canal Sur, ha visto reducido a la mitad su número de televidentes, cerrando el último año con un 8,6 por ciento de share, frente al 16,9 por ciento con el que contaba en 2007.

Las cuentas de las autonómicas

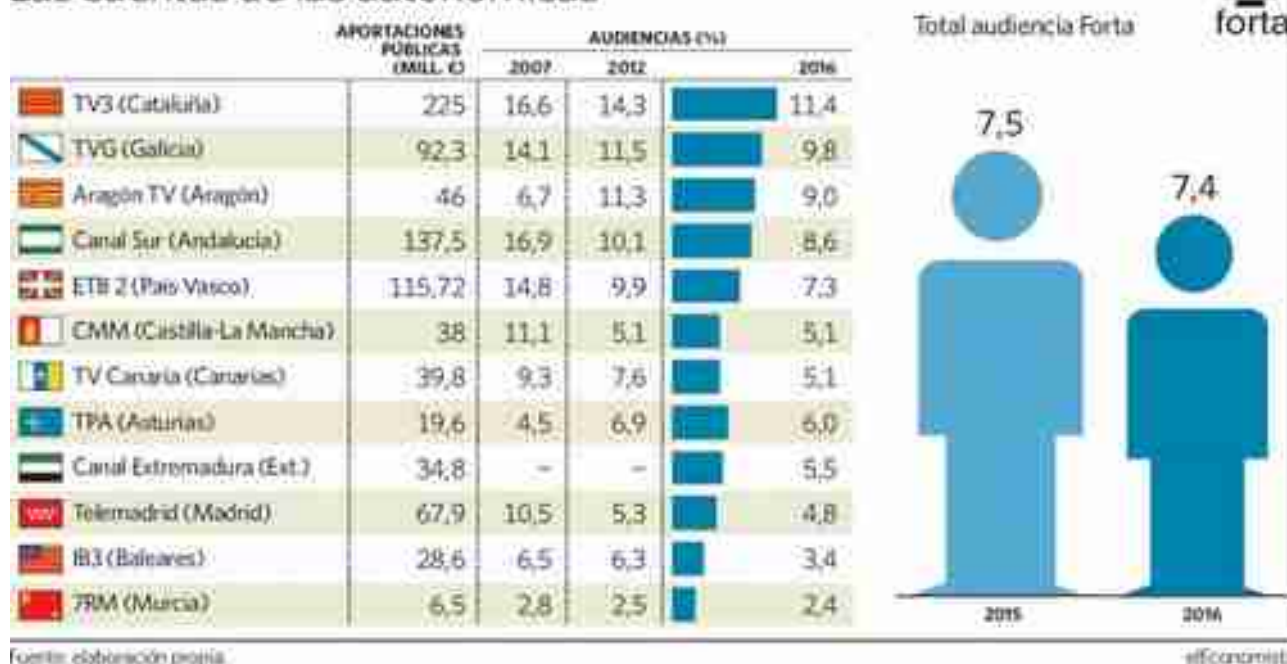


Tabla 6 Fuente elaboración propia con datos de El Economista

La televisión, aunque con bajada continúa siendo el primer medio en volumen de negocio publicitario con una participación del 40,5% sobre el resto de medios convencionales en 2016, lo que supone cuatro décimas más que en 2015. El crecimiento de la inversión publicitaria refleja un 5,5% llegando a los 2.121 millones de euros, según los datos de INFOADDEX

Al desgranar estos datos se obtiene que las televisiones nacionales en abierto tuvieron una inversión de 1911 millones lo que representan una subida del 5,9% más, por el contrario, las cadenas autonómicas sumaron 126,9 millones en todo su conjunto (-4,1%). Los canales de pago recibieron 81,4 millones y las televisiones locales 2,1 millones.

2.6.2 Mercado publicitario y audiencias. Los dos mega grupos

En 2016 ha continuado siendo la televisión el principal soporte de la publicidad en España. Todo el conjunto de televisiones tanto privadas como autonómicas, de pago más las locales facturaron más de 2.100 millones de euros. El dato más relevante es que solamente los dos grandes grupos Mediaset y Atresmedia facturaron en conjunto 1.811 millones lo que supone ellos dos el 85,4% del total. Agrandándose más el dato hasta el 94,8% si solamente contemplamos los datos de la televisión en abierto. (Estudio INFODEX).

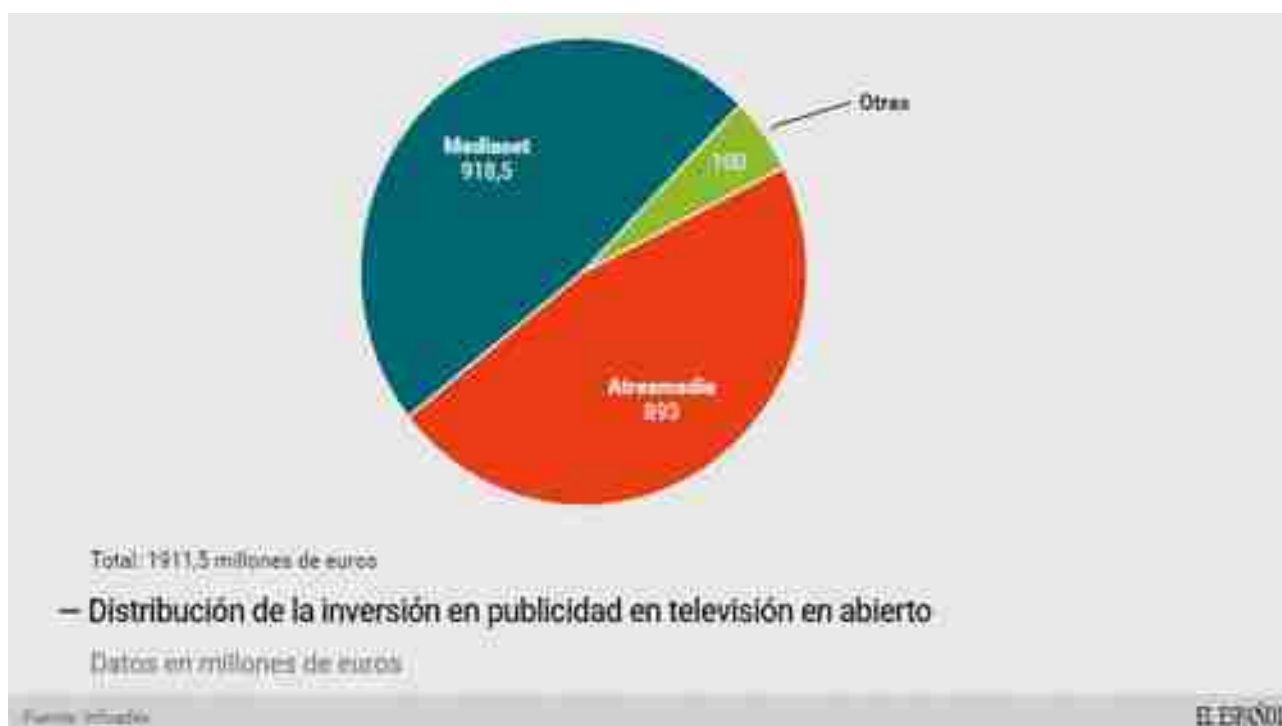


Gráfico 2 Fuente Infoadex

La publicidad en televisión ha subido un 5,5% en 2016 respecto al año anterior. Mediaset regenta en la actualidad siete canales en España (Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Boing, Energy, Divinity y Be Mad. Facturo en 2016 918 millones de euros, lo que representa el 43,3% y su competidor Atresmedia con seis canales (Antena3, La Sexta, Neox, Nova, Mega y Atres series)

El resto de canales en abierto apenas ingresaron 100 millones de euros, un 4.7%. Estos canales son 13 TV, Disney, Paramount y DMax

Evolución anual cadenas

- TELECINCO ES LA CADENA LÍDER POR 3º AÑO CONSECUTIVO;
- MÁXIMOS DE 13TV, ENERGY Y MEGA;
- MÍNIMOS DE AUTÓNOMICA;
- APARICIÓN DE 6 NUEVAS CADENAS, QUE SUMAN 1,8 PUNTOS: ATRESURDE, DRUG, BEMADTV, TEN, REAL MADRID HD, MÁS GOL.
- EN LA SIGUIENTE TABLA SE MUESTRA LA EVOLUCIÓN DE LAS CADENAS EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS, CON LA ENTRADA Y DESAPARICIÓN DE DISTINTAS CADENAS.

* En naranja: la opción líder en el año. En verde y en rojo: el máximo y el mínimo para cada cadena.

Cadena	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
TV	28.1	28.5	15.1	14.9	14.2	11.9	12.5	14.5	14.8	14.4
AT	17.4	16.8	14.7	11.7	11.1	11.3	14.6	13.9	11.4	12.8
EL NINE	17.2	14.8	16.4	16.6	16.8	17.1	10.2	10.0	9.8	10.1
AUT1	12.1	14.5	13.4	11.3	11.4	9.8	8.7	8.0	7.5	7.2
LA SEXTA	4.7	5.5	6.8	6.6	5.7	4.9	6.0	5.2	7.6	7.2
TEMÁTICAS PAGO	4.4	3.9	3.3	3.0	4.8	6.2	3.9	4.7	4.4	3.2
CUATRO	3.7	3.5	3.2	3.0	3.1	4.0	4.0	4.5	3.1	4.3
EL NINE	x	3.2	0.1	3.5	1.9	2.9	2.9	4.3	3.3	3.1
LAZ	2.4	4.5	3.8	3.1	2.9	3.7	3.6	3.8	2.7	3.6
WOL	0.2	0.0	2.3	2.2	3.9	3.6	2.3	2.6	2.6	3.3
DISNEY	x	x	x	x	0.7	1.4	1.7	2.1	2.3	3.3
CLAN	0.2	0.4	1.4	2.2	1.3	2.5	2.4	2.9	2.4	2.2
NOVA	0.1	0.9	0.1	3.5	1.3	1.4	2.1	3.8	2.4	2.2
13TV	x	x	x	x	0.4	1.0	2.3	2.4	2.0	2.1
DMAX	x	x	x	x	x	1.0	1.4	2.2	2.2	1.9
ENERGY	x	x	x	x	x	0.8	1.2	1.6	1.5	1.9
MEGA	x	x	x	x	x	x	x	x	0.9	1.6
PARAMOUNT CHANNEL	x	x	x	x	x	0.8	1.4	1.9	2.0	1.8
SONO	x	x	x	0.2	1.1	1.1	1.7	1.7	1.4	1.3
DISNEY CHANNEL	0.2	0.3	1.4	2.1	1.7	1.4	1.5	1.5	1.4	1.1
TELEFOUNO	0.1	0.4	0.4	1.1	1.0	0.8	0.8	0.9	0.9	0.8
33H	0.1	0.1	0.4	0.7	0.9	0.9	0.8	0.8	0.9	0.9
AUT PRIV	0.1	0.0	0.3	0.7	0.8	0.9	0.8	0.9	0.8	0.8
ATRESURDE	x	x	x	x	x	x	x	x	x	0.8
DAVE	x	x	x	x	x	x	x	x	x	0.4
BEMADTV	x	x	x	x	x	x	x	x	x	0.4
TEN	x	x	x	x	x	x	x	x	x	0.3
GOLE	x	x	x	x	x	x	x	x	x	0.2
REAL MADRID HD	x	x	x	x	x	x	x	x	x	0.2
SETV	x	x	x	0.1	0.5	0.3	0.4	0.4	x	x
LA SEXTA 2	x	x	x	0.1	1.4	1.0	1.4	0.6	x	x
SETRO	x	x	x	0.4	1.4	x	x	x	x	x
LA SEXTA 3	x	x	x	0.1	0.4	0.1	0.0	0.0	x	x
BRANCA TV	x	x	x	0.2	0.4	1.0	0.4	x	x	x
LEONOR	x	0.1	0.4	1.4	1.3	1.4	1.2	0.3	x	x
NOVE	x	x	x	x	x	x	0.7	0.3	x	x
INTERCONOMIA	x	0.1	0.1	2.1	1.9	1.2	0.9	0.1	x	x
ENH	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	x	x
VEG	0.2	0.3	0.4	0.6	x	x	x	x	x	x
XPEDIA	x	x	x	x	x	0.3	x	x	x	x

Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media

Tabla 7 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media

En el mes de abril de 2017 en el diario el mundo Eduardo Fernández⁷³, sobre este tema decía:

"Los dos grandes operadores audiovisuales responden con contundencia al decálogo de Forta dado a conocer esta semana por EL MUNDO. El documento de las cadenas autonómicas, en el que se llama la atención sobre un "duopolio de facto", ha generado una contestación de las cadenas comerciales, asociadas a su vez a través de Uteca⁷⁴. Ésta, liderada por Mediaset y Atresmedia, lamenta por su parte que Forta "utilice la disculpa de la posición predominante de dos operadores para justificar sus bajos ingresos publicitarios". La Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (Uteca) contrapone las peticiones de la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (Forta): "A pesar de tener una doble vía de financiación, pública y comercial, las cadenas pertenecientes a la Forta no tienen una capacidad financiera sólida". Uteca reclama a Forta "una revisión" de su "modelo de gestión y de su estructura de costes para reducir progresivamente sus graves problemas financieros". No sólo a través de su asociación se han manifestado las privadas. Mediaset subraya: "Cualquier cosa que diga un conglomerado de televisiones que ha desperdiciado sin contemplaciones el dinero de los españoles,

También Eduardo Fernández en abril de 2017⁷⁵ en el diario *El Mundo* continuaba hablando de la polémica sobre el "duopolio de facto" entre Mediaset y Atresmedia:

"Las cadenas autonómicas han preparado un decálogo que pretenden exponer al ministro del ramo, Álvaro Nadal, con quien prevén reunirse a la vuelta de Semana Santa, en principio el día 18".

73 Choque entre Cadenas Privadas y Autonómicas: La asociación de TV comercial Uteca carga contra el decálogo de Forta adelantado por EL Mundo. Fernández, Eduardo. El Mundo; Madrid [Madrid] 07 Apr 2017: 48.

74 Unión de Televisiones Comerciales en Abierto

75 Las Autonómicas, contra el "Duopolio de Facto": Forta prepara un decálogo que tacha como "casi insostenible" la pujanza de Mediaset y Atresmedia. Fernández, Eduardo. El Mundo; Madrid [Madrid] 05 Apr 2017: 64.

La posición de evidente hegemonía de Mediaset y Atresmedia es duramente criticada y considerada como un grave problema para la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia⁷⁶. Este organismo público ha alertado en varias ocasiones de las “Dificultades terribles” que tienen los considerados pequeños canales para poder sobrevivir en un mercado regido y controlado al máximo por este duopolio.

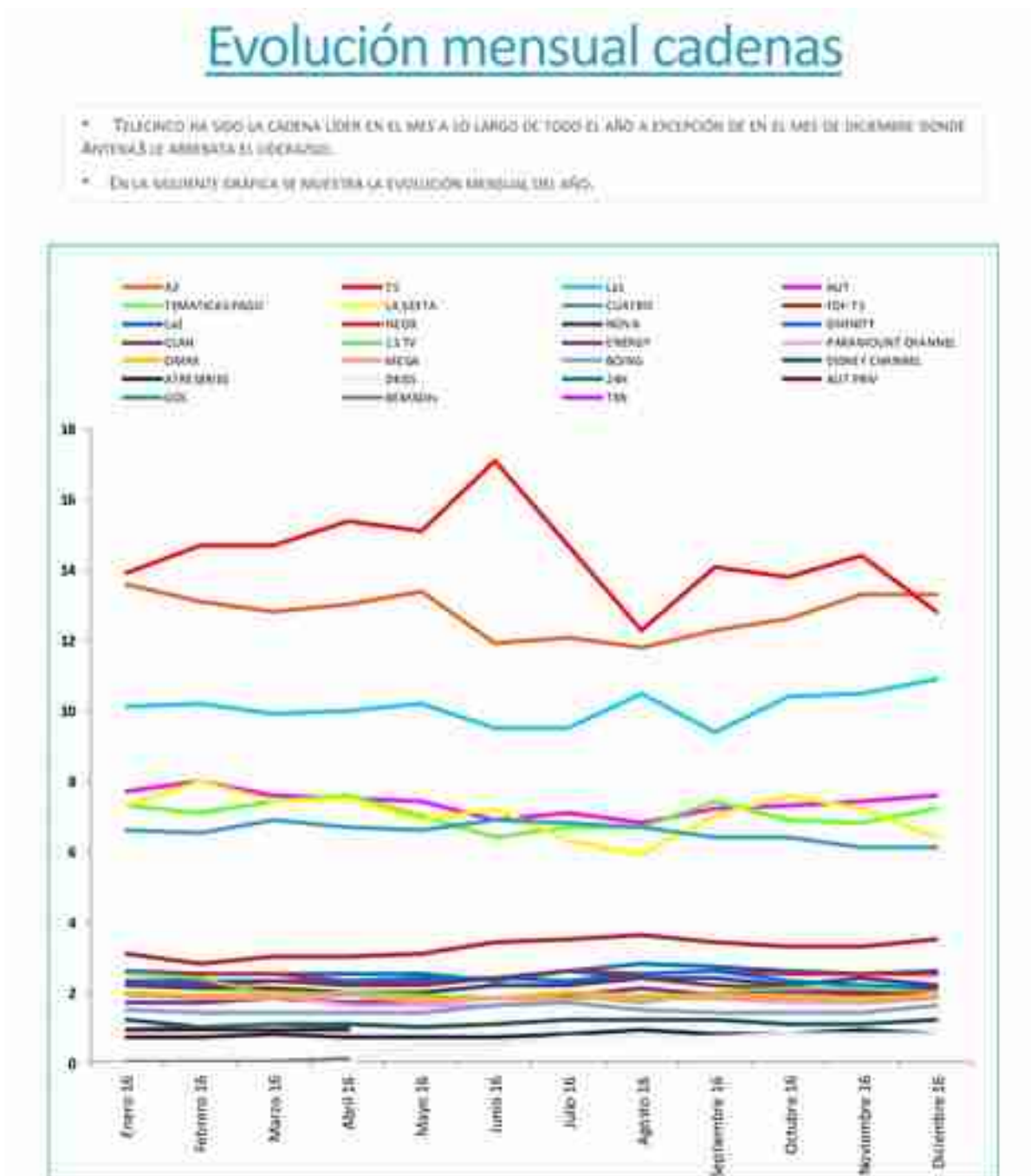


Gráfico 3 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media

La evolución de las cadenas durante el año 2016, como se puede ver en el cuadro adjunto, claramente se observa que Telecinco lidera durante once me-

⁷⁶ Es el organismo que promueve y defiende el buen funcionamiento de todos los mercados, en interés de todos los consumidores y de las empresas. Organismo público con personalidad jurídica propia.

ses, con excepción de diciembre. Es una lucha encarnizada entre ambos grupos de comunicación. Es interesante ver también la evolución del resto de canales y cómo los recién llegados al panorama audiovisual comienzan a escalar puestos.

Resultados por grupos empresariales



* El liderazgo por grupos empresariales ha correspondido de nuevo a Mediaset España, que alcanza el 29,8% de cuota, lo que supone 1,7 puntos con respecto al año pasado.

• ATRESMEDIA OBTIENE EL 27,1%, MEJORANDO 3 DECIMAS. CRTVE OBTIENE EL 16,8%, LO QUE SUPONE UNA SUBIDA DE 1 DECIMA. VOCENTO ES 2,9%, UNA VEZ MÁS PUNTO Y UNIDAD EDITORIAL EL 2,2%, SUBE UNA DECIMA.

	Diferencia año anterior
MEDIASET	↓ 1.2
ATRESMEDIA	↑ 0.3
GRUPO RTVE	↑ 0.1
GRUPO VOCENTO	↓ 0.0
GRUPO UNIDAD EDITORIAL	↑ 0.1

Cuotas de cadenas por grupos empresariales

GRUPO RTVE	16.8	ATRESMEDIA	27.1	MEDIASET	29.8
La 1	10.1	AL	12.8	5	14.4
La 2	2.6	LA SEXTA	7.1	CUATRO	6.5
CLAN	2.2	NEO3	2.3	8ID-TS	3.2
TELEDEPORTE	0.9	NOVA	2.7	DIVINITY	2.3
201	0.9	MEGA	1.8	ENERGY	1.9
		ATRESURÉS	0.8	BOING	1.5
GRUPO VOCENTO	2.9			UNIDAD EDITORIAL	2.2
PARAMOUNT CHANNEL	1.8			DMAX	1.9
DISNEY CHANNEL	1.1			GOL	0.2

* Definición de los grupos TV: Atresmedia y Mediaset según criterios de Kantar Media

* En julio y según cadenas disponibles al mes de julio de 2015.



- Cable: Dco, Euskalco, MunduTV, Telecable.
 - IPTV: Indigo MovistarTV, Vodafone, Orange TV, Asarriko.
 - Satélite Digital (SD): Canal

Gráfico 4 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media

Esta posición de clara ventaja que tiene el duopolio español (Mediaset y Atresmedia) demuestra la potencia y una mayor relevancia ya que puede considerarse como el más poderoso de toda Europa al compararlo con el resto de países. Y es que Mediaset y Atresmedia se llevan, nada más y nada menos, el

85.4% de los ingresos publicitarios de televisión. Una cifra que supera en casi diez puntos a la que reciben sus homólogos de Alemania (78%), Italia (75%), Reino Unido (63%) o Francia (62%), según datos de la Asociación Nacional de Anunciantes.

PORCENTAJE INGRESOS PUBLICITARIOS GRUPOS EUROPEOS 2016

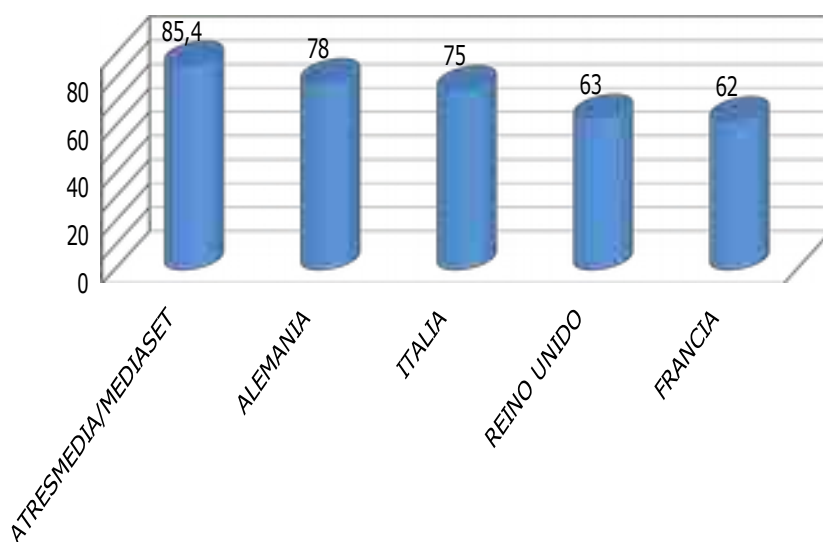


Gráfico 5 Fuente estudio Facultad Ciencias de la Comunicación de Santiago de Compostela

Al hablar de la forma en la que se distribuyen los ingresos entre estos dos grandes grupos se observa que la división no se ajusta a sus audiencias. Tenemos a Mediaset con un 30,2% de cuota de pantalla en 2016 y Atresmedia con un 27,2%. Estos dos grupos suman en audiencia poco más de la mitad de telespectadores que ven televisión (un 57,4%), pero se ve que ambos superan el 85% de la contratación total.

El montante global de la facturación publicitaria no se ha visto apenas modificado tras la aparición de los nuevos canales como DKiss⁷⁷, Ten⁷⁸ y Real Madrid HD⁷⁹. Pero si hay unos grandes perdedores en esta batalla por la facturación publicitaria son las televisiones autonómicas que apenas facturaron entre todas ellas 127 millones de euros los que supone un exiguo 6% del total.

En la otra cara de la moneda aparecen los canales que cobran por su visión y que superaron los 81 millones de euros, debido a la entrada de nuevos operadores, aunque su parte sustancial de financiación no es la venta de espacios publicitarios si no las cuotas que pagan los espectadores por verlos.

⁷⁷ Canal de Televisión privado español, perteneciente al grupo Kissmedia, con una programación de corte generalista para un público joven.

⁷⁸ Canal de Televisión abierto en español perteneciente a Central Broadcaster Media, del grupo Secuoya.

⁷⁹ Canal de Televisión perteneciente al Real Madrid Club de Fútbol. Emite la actualidad del club

El ente público radio televisión española, también forma parte del mercado publicitario por medio de sus patrocinios de eventos culturales y deportivos que refleja en su contabilidad como "ventas comerciales"⁸⁰ y por los que recibe un montante de 45 millones de euros.

Al hablar en general de los medios de comunicación llamados "convencionales", se observa una facturación en 2016 un montante de 5.234 millones lo que representa un incremento sobre el año anterior de un 4,3%.

Dato importante también para destacar es el crecimiento lineal junto a la televisión, la publicidad en el cine, radio, revistas e internet.

Finalmente decir que según el estudio realizado por INFOADDEX, la industria publicitaria está en plena transformación debida a los cambios fulgurantes tanto en tecnología como en usos y costumbres. Teniendo la industria un doble reto: La adaptación digital y la manera de comunicarse con el consumidor.

Las audiencias de los canales por grupos:

Mediaset:

- Telecinco (14,4%)
- Cuatro (6,5%)
- FDF (3,2 %)
- Boing (1,5%)
- Energy (1,9%)
- Divinity (2,3%)
- Be Mad (0,4%)

GRUPO MEDIASET 30,2%

Atresmedia

- Antena 3 (12,8%)
- La Sexta (7,1%)
- Neox (2,5%)
- Nova (2,2%)
- Mega (1,8%)
- A3 Series (0,8%)

GRUPO ATRESMEDIA 27,2%

TOTAL, DUOPOLIO (Mediaset +Atresmedia) =57,4%

⁸⁰ Ventas de espacios publicitarios.

Resultados cadenas año 2016

5 Líder → 14.4



Cadena	Año 2015	Año 2016	DM
TS	12.8	14.4	+15%
AL	13.4	12.8	-5%
LA3	9.8	10.1	3.1%
AUT	7.4	7.4	0%
LA SEXTA	7.4	7.1	-4%
TEMATICAS PASO	6.8	7.0	2.9%
CUATRO	7.2	6.5	-10%
EDF-TS	3.3	3.2	-3%
LA2	2.7	2.6	-4%
NEON	2.8	2.5	-10%
DISNEY	2.3	2.2	-5%
CLAN	2.4	2.2	-8%
NOVA	2.4	2.2	-8%
LS TV	2.0	2.1	5.0%
DMAX	2.1	1.9	-10%
ENERGY	0.3	1.9	59.7%
MEGA	0.9	1.8	100.0%
PARAMOUNT CHANNEL	2.0	1.8	-10%
BONG	1.8	1.5	-17%
DISNEY CHANNEL	1.4	1.1	-21%
TELEDEPORTE	0.9	0.6	-33%
34h	0.8	0.8	0%
AUT PRIV	0.8	0.8	0%
APERTURES	0.8	0.8	0%
DKSS	*	0.4	-50%
BRABBY	*	0.4	-50%
TEN	*	0.3	-33%
OCE	*	0.3	-33%
REAL MADRID HD	*	0.2	-50%

* LAS CADENAS QUE MUESTRAN INCREMENTOS EN EL ÚLTIMO AÑO SON LA3, LAS TEMATICAS DE PASO, 13TV, ENERGY Y MEGA.

* MIENTRAS QUE REGISTRAN DESCENSO TELEFONICO, ANTENA3, AUTONOMICAS, LA SEXTA, CUATRO, EDF-TS, LA2, NEON, CLAN, NOVA, DMAX, PARAMOUNT CHANNEL, BONG Y DISNEY CHANNEL.

* EN LA TABLA QUE SE ACOMPAÑA SE MUESTRA LA COMPARATIVA DE LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS.

Gráfico 6 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media

Estos dos grupos son, como se ha visto anteriormente, líderes en venta publicitaria con un 85,4% del total y también son líderes en el apartado de la audiencia con un 57,4% en el año 2016.

Como datos destacados también hay que destacar las audiencias de la sexta (Atresmedia) que ha logrado un 7,1% de cuota de pantalla, tres décimas menos que el año pasado y Cuatro (Mediaset) que obtuvo un 6,5% de cuota, siete décimas menos que en un año. En 2016 tres cadenas de televisión han registrado sus máximos históricos: 13TV que subió una décima hasta el 2,1%, Mega con un 1,8% y el doble que en 2015 y Energy con un alza de tres décimas y un 1,8% de share.

Del mismo modo, la suma de la audiencia de las nuevas emisoras (Atreseries, DKISS, BeMad, TEN, GOL y Real Madrid) que comenzaron su andadura en mayo, llegó a un 1,8% aunque han ido creciendo hasta alcanzar el 3,5% en diciembre. Si le sumamos el 2,1% de 13TV las nuevas señales de TDT sumamos un 3,9% de share, un dato que en buena medida se ha recortado a las grandes cadenas que pierden cuota: cuatro décimas en el caso de Telecinco, seis en Antena 3 o siete en el caso de Cuatro.

2.6.3 TVE se recupera levemente

La televisión pública nacional no atraviesa sus mejores momentos en este año 2016. El modelo de televisión española y todos sus canales se encuentran en mínimos históricos, aunque se haya vivido en los últimos meses de 2016 un pequeño repunte, que solamente podría ser un espejismo.

Cuando se ven los datos que arrojan los estudios de audiencias de televisión pública en España durante 2016 hay que destacar las siguientes referencias:

- TVE mejora después de muchos años su audiencia y mantiene a la 1 por encima del 10% de cuota, este es un ascenso que para consolidarse tendrá que mantenerse en los próximos meses.
- La 1 mejora respecto a las cadenas autonómicas, estas últimas bajan una décima y registran su mínimo histórico.
- La 1 registra una audiencia del 10,1% y mejora en tres décimas el registro anual de 2015, recuperando los dos dígitos en la ponderación de 2016. Un dato que puede ser una recuperación o un simple espejismo.
- En el conjunto de todas las cadenas que componen RTVE en 2016, la suma de la 1, la 2, Clan, 24 horas y Teledporte registran una mejora de una décima respecto a los datos obtenidos en 2015.

La audiencia de TVE lleva desde hace años una tendencia descendente en todos sus canales, siendo muy preocupante ya que afecta a todos sus canales. Hay que seguir el repunte de los últimos meses, para comprobar si simplemente es un dato puntual o por lo contrario es el inicio del remonte en audiencia.

Desde el nacimiento de la televisión pública estatal en España por el año 1956 con un solo canal, el nacimiento de La 2 y posteriormente sus canales temáticos formaron una estructura compuesta por:

- TVE1: cadena generalista.
- TVE2: con contenidos de tipo cultural y espacios reservados para las minorías.
- 24 horas: canal de noticias.
- Clan: canal infantil, series y animación.
- Teledeporte: canal con una programación totalmente dedicada al deporte. Información y retransmisiones.

El gran cambio de negocio que sufrió la televisión pública en nuestro país fue en 2010 cuando el Estado reformó el modelo de financiación mediante la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. A este respecto Dimitrina Jivkova Semova⁸¹ analizó las repercusiones de esta nueva Ley para Radio Televisión Española en un interesante artículo:

“El artículo intenta explicar los puntos clave de la nueva reforma financiera de la radiotelevisión de servicio público en España. Se analizan las siguientes cuestiones: aspectos controvertidos; la nueva ley, la televisión privada y el sector de las telecomunicaciones; el futuro del servicio público audiovisual en España. La nueva Ley de Financiación de la Corporación RTVE que además de prohibir la publicidad, establece que para cada nuevo servicio será asignada financiación complementaria. Lo que no está claro todavía es cómo funcionará el proceso en el futuro. En este aspecto, proponemos un Modelo de Evaluación de Funciones”.

El punto más destacado de esta nueva ley se basó en la no emisión de publicidad, algo que para algunos hace que sea menos independiente. No se puede olvidar que, España es uno de los pocos países donde no se cobra un canon a los ciudadanos para mantener la televisión y la radio públicas.

Los ingresos que dejó de recibir por la venta de espacios publicitarios se estableció por medio de la referenciada Ley en su artículo segundo que serían suministrados por:

- a. Las compensaciones por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público consignadas en los Presupuestos Generales del Estado a que se refieren la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y Televisión de Titularidad Estatal⁸² y la presente ley.

⁸¹ Dimitrina Jivkova Semova, revista de comunicación Vivat Academia nº 116, septiembre 2011.

⁸² Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal. Órgano JEFATURA DEL ESTADO Publicado en BOE núm. 134 de 06 de Junio de 2006.

- b. Un porcentaje sobre el rendimiento de la tasa sobre reserva de dominio⁸³ público radioeléctrico regulada en la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones⁸⁴
- c. La aportación que deben realizar los operadores de telecomunicaciones de ámbito geográfico estatal o superior al de una Comunidad Autónoma, de acuerdo con lo previsto en esta ley.
- d. La aportación que deben realizar las sociedades concesionarias y prestadoras del servicio de televisión de ámbito geográfico estatal o superior al de una Comunidad Autónoma, de acuerdo con lo previsto en esta ley.
- e. Los ingresos obtenidos por los servicios que presten y, en general, por el ejercicio de sus actividades, en los términos establecidos en esta ley.
- f. Los productos y rentas de su patrimonio.
- g. Las aportaciones voluntarias, subvenciones, herencias, legados y donaciones.
- h. Los ingresos procedentes de las operaciones de crédito que concierten, dentro de los límites establecidos en el artículo 31 de la Ley 17/2006, de 5 de junio⁸⁵.

2.6.3.1 El endeudamiento

Artículo 31 Recurso al endeudamiento:

"La Corporación RTVE, y cualesquiera otras sociedades en las que posea, directa o indirectamente, la mayoría del capital social sólo podrán recurrir al endeudamiento para la financiación de sus inversiones en inmovilizado material e inmaterial y para atender desfases temporales de tesorería."

En 2006, el presidente Zapatero, con la idea clara de hacer una televisión pública totalmente independiente modificó la Ley de elección del Director General mediante la Ley 17/2006, de 5 de junio⁸⁶, de la radio y la televisión de titularidad estatal, una nueva fórmula que consistirá en una designación por 2/3 de la cámara o mayoría simple en segunda votación. Con la llegada del nuevo gobierno popular en 2011 se modifica la Ley, en concreto es publicada el 21/04/2012, entrando en vigor a partir del 21/04/2012. Se reducen el número de cargos ejecutivos y miembros del consejo de administración, adjudicándose

⁸³ Es la reserva para el uso privativo de cualquier frecuencia del dominio público radioeléctrico a favor de una o varias personas o entidades.

⁸⁴ Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones. Órgano JEFATURA DEL ESTADO .Publicado en BOE núm. 264 de 04 de Noviembre de 2003

⁸⁵ Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal. Órgano JEFATURA DEL ESTADO .Publicado en BOE núm. 134 de 06 de Junio de 2006

⁸⁶ LEY 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal. Estado : vigente Órgano Emisor : Jefatura del Estado Rango : Ley Fecha: 05-06-2006 Fecha de Publicación: 06-06-2006

de nuevo el poder de elegir al director de la cadena a los miembros del consejo, volviéndose a una legislación parecida a la de antes de 2006. Los años de la llamada "imparcialidad en RTVE", tuvieron una clara repercusión en la audiencia. Tras el nuevo cambio de rumbo, la audiencia volvió al abandono de la televisión pública.

El pasado mes de junio de 2017 el Congreso de los Diputados aprobó la renovación del Consejo de Administración de RTVE y de su Presidente en un plazo no superior a tres meses, mediante la realización de un concurso público, teniendo la última decisión el Congreso y el Senado. El acuerdo es fruto de la negociación de los grupos PP, PSOE, Unidos Podemos, Ciudadanos y PNV. Fueron 345 votos a favor, ninguno en contra y una abstención. Esta proposición de ley vuelve y recoge la forma de elección que existía en la época del Presidente Zapatero.

En resumen:

Si se buscan los motivos por los que una televisión pública puede funcionar o no están en sus contenidos, el control político y las fuentes de financiación.

Hasta ahora el sistema inglés de la BBC⁸⁷, gracias a su imparcialidad y a la calidad de los contenidos hace que sea el ejemplo a seguir de las televisiones públicas europeas, por el contrario, en Francia, Italia o España la imparcialidad de la televisión pública no tiene tradición pese a los esfuerzos realizados por el gobierno de Hollande⁸⁸ en Francia o Zapatero en España para conseguir una televisión independiente y de calidad.

No tener la imparcialidad necesaria tiene una relación directa con la pérdida de audiencias y claro ejemplo de ello es España donde las audiencias y la opinión pública han castigado duramente a TVE. Los informativos son los que peor parte han llevado en esta contienda por su baja imparcialidad y sus dudosos contenidos.

Otra lectura que se puede sacar en el tema del descenso en la audiencia de TVE es que los modelos de financiación también influyen en la calidad del producto que se ofrece. Los modelos europeos como el de la BBC, donde se cobra un canon a todos los ciudadanos para el sostenimiento de los medios públicos, la televisión pública no se ve azotada por la crisis económica. Sin embargo, si se depende totalmente de la publicidad que se factura y de la aportación del estado, estos medios estarán sometidos a recortes y a los vaivenes de los políticos de turno.

El modelo ideal es el inglés, ya que funciona mejor que el resto de modelos, pues se consiguen mejores contenidos, más calidad, más credibilidad y en re-

87 British Broadcasting Corporation. Es el servicio público de Radio, Televisión e Internet de Reino Unido.

88 François Gérard Georges Hollande, político francés nacido en 1954 y entre 2012 y 2017 fue el vigésimo cuarto Presidente de la República francesa

sumen mejor producto, minimizando de esta forma los vaivenes de las crisis económicas que les pudieran afectar.

2.6.4 Entrada con fuerza de las plataformas de pago

Durante 2016 se ha vivido un crecimiento espectacular en los consumos de televisión de los canales temáticos de pago. Este año ha sido un 20,4% de la audiencia total. El record anterior se tenía en 2010 con un 20,2%. Los españoles siguen por canales de pago, incluso los canales de TDT que son gratuitos, un aspecto que no se da en Europa.



Gráfico 7 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media

Los titulares respecto a los datos en 2016 de la plataforma de pago serían:

- Este año 2016 se pasa con un fuerte crecimiento el consumo de las tele visiones temáticas de pago del 18,8% al 20,4% de la audiencia total, lo que nos representa un máximo histórico, el anterior estaba en 2010 con un 20,2%.

- El conjunto de temáticas de pago ha promediado en 2016 un 7% de cuota de pantalla, lo que representa una subida de dos décimas y el mejor resultado de los últimos seis años.
- Las cadenas que gozan de una audiencia más alta son FOX, BOING, LIGA, TNT, AXN, CANAL HOLLYWOOD, COMEDY CENTRAL, AMC, COSMOPOLITAN, CALLE 13 Y #0.

La televisión de pago ha crecido muy rápidamente en los últimos años en España, los telespectadores incluso ven la televisión generalista que podrían ver en la TDT por las plataformas de pago, un dato corrobora estas cifras y es como el 70% del total del visionado de la TV de pago es destinado a la programación en abierto.

Según indica el análisis de Barlovento Comunicación un dato muy novedoso en este país es la tendencia de los españoles de ver televisión cada vez más mediante alguna de las plataformas de pago, lo mismo se ven películas, documentales que la programación generalista de las televisiones nacionales o autonómicas.

En el año 2016 el 20,4% del consumo total de la televisión se realizó por medio de operadores de pago, registrándose un nuevo record para las denominadas plataformas Premium⁸⁹. Siendo los expertos de la opinión que esta tendencia todavía no ha tocado techo y continuará creciendo en los próximos años.

Estudiando los datos suministrados por los operadores de cable IPTV⁹⁰ y satélite, solamente el 32% de los espectadores que diariamente consumen televisión de pago por cualquiera de las plataformas existentes está realmente viendo canales de pago. El resto utiliza estas plataformas para ver, como se decía anteriormente, señales en abierto que también están disponibles gratuitamente en la TDT.

Analizando los datos que nos suministra Kantar Media y Barlovento Comunicación se puede ver como de los 90 canales de televisión de pago que están disponibles en la actualidad en España acumulan el 7% del total de la audiencia televisiva.

Las cadenas de televisión que tienen más audiencias (dentro del universo del pago) son FOX con un 6,4% y más de un millón de espectadores, Bein Liga con un 4,8% y 623.000 espectadores, TNT y un 4,9% y 946.000 seguidores, AXN con un 4,6% y 861.000 fieles, Canal Hollywood con un 4% y 926.000 televidentes, Comedy Central con un 2,7% y 779.000 espectadores, AMC con un

⁸⁹ Canales de televisión que ofertan contenidos recientes y de máxima audiencia, como películas de últimos estrenos y retransmisiones deportivas de grandes eventos.

⁹⁰ Sistema de distribución por suscripción de señales de televisión de pago, usando conexiones de banda ancha sobre el protocolo IP.

2,3% y 727.000 seguidores, Cosmopolitan y un 2,3% y 632.000, Calle 13 con un 2,2% y 580.000 seguidores y cierra el TOP TEN #0 de Movistar+ con un 2,1% y 660.000 espectadores de media.

En resumen: La televisión de pago reúne el 20,4% de todo el mercado televisivo frente al 18,8% que tenían el año anterior.

Los últimos datos adelantados por la CNMT⁹¹ indican que los abonados a televisión de pago ascienden a los 5,2 millones de hogares españoles. Las temáticas de pago promedian un 7% de cuota de pantalla en el 2016, dos décimas de crecimiento y el mejor dato en seis años.

- Los ingresos por servicios audiovisuales registraron en el cuarto trimestre un incremento del 10,2% en tasa interanual.

- El número de abonados a TV de pago alcanzó los 6,1 millones, más de medio millón de abonados nuevos respecto a diciembre de 2015. La tecnología mayoritaria fue la televisión IP, con un 56,6% del total de abonados (3,4 millones).

- El número de clientes de TV de pago suscritos a una oferta empaquetada registró un nuevo récord con 5,2 millones. De estos, 4,8 millones tenían contratado el empaquetamiento quintuple, que combina voz y banda ancha fija y móvil, con la suscripción a TV de pago.

2.6.5 Nuevos competidores en TDT

El jueves 28 de abril de 2016 se culminó la implantación de los nuevos canales de Televisión Digital Terrestre (TDT) (en abierto) en nuestro país. Las últimas cadenas que agotaron hasta el último día que la legislación les otorgaba para la emisión y justo seis meses después de la resolución del concurso, fueron TEN del grupo de comunicación Secuoya, Real Madrid Televisión y Dkiss.

El Consejo de Ministros había aprobado el 16 de octubre de 2015 la implantación de los nuevos canales de TDT en España, en concreto fueron seis de los que Atresmedia, Mediaset y Real Madrid obtuvieron los canales de HD y Secuoya, Kiss TV Y 13 TV obtuvieron los canales estándar.

El grupo Atresmedia optó por crear un nuevo canal dedicado a series tanto actuales como míticas de su programación. Incluye su programación estrenos absolutos en televisión, miniseries, ficción, series nacionales e internacionales y formatos de producción propia. El nombre que finalmente decidió otorgarle fue Atreseries. La licencia en HD permite un sonido Dolby Digital Plus y una calidad de imagen de última generación.

91 CNMT. Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones.

Mediaset puso en marcha su nuevo canal nombrándolo BE MAD. Con este nuevo canal que complementa la oferta generalista y temática del grupo. Es un canal divulgativo masculino y en abierto. Su emisión es en Alta Definición (HD), aventuras, ciencia e historia es su temática. Este canal pretende dar una nueva oferta al mundo masculino que hasta la fecha no tenía un canal propio.

TEN, es el nombre por el que optó el grupo de comunicación Secuoya para su nuevo canal en TDT. Un canal que centra su programación en el entretenimiento a través del humor, realities⁹², breaking news⁹³ y talent shows⁹⁴. Ten es un canal que nació con un presupuesto inicial de 22 millones de euros y con un propósito de hacerse un hueco en la programación en abierto, pero sin grandes pretensiones de audiencia.

La empresa de comunicación denominada "Radio Blanca"⁹⁵ propietaria de la cadena de radio Kiss radio, ahora se lanza al mundo televisivo con DKISS, un canal generalista de ámbito nacional, con un proveedor de contenidos que es Discovery Networ. Son programas en su gran parte documentales y de formato de estreno para España, también están actualmente evolucionando su programación hacia nuevos formatos.

13 TV nació en noviembre de 2010 ocupando una frecuencia propiedad de Unidad Editorial en régimen de alquiler. Tras la nueva concesión en octubre de 2015 obligó a sus espectadores a re sintonizar sus televisores. Es un canal de referencia de la comunidad católica donde priman los espacios religiosos, de análisis, entretenimiento y ficción. Sobre todo, tiene una marcada línea editorial conservadora.

Real Madrid TV es el canal propiedad del Real Madrid Club de Fútbol emite en Alta Definición (HD). Su programación se basa en toda la información que genera el club, entrevistas, entrenamientos, partidos del recuerdo, ruedas de prensa y, sobre todo, la visión del club sobre el mundo futbolístico.

Tras el inicio de estos nuevos canales los titulares principales que nos arroja el estudio pormenorizado de las audiencias de TDT en nuestro país en 2016 destaca:

- Telecinco es la cadena líder por quinto año consecutivo.
- Máximos de 13 TV, Energy y Mega.
- Mínimo de las autonómicas.
- Aparición de nuevas cadenas que suman un 1,8 punto: Atres Series, Dkiss, Be-Mad TV, Ten, Real Madrid TV HD.

92 Programas de televisión de tele realidad.

93 Espacio televisivo urgente (noticias de última hora)

94 Concurso de talentos. Es un programa de televisión espectáculo donde varios concursantes muestran su talento delante de un jurado y público

95 Empresa de comunicación propiedad de Blas Herrero que posee las emisoras Kiss FM, Kiss TV, dentro del grupo Kiss Media

2.6.6 233 minutos por persona y día consumen televisión

En el año 2016 se han consumido cuatro minutos menos de televisión, lo que confirma la tendencia a la baja que comenzó en el año 2013 con 244 minutos, viniendo de los 246 del año 2012.

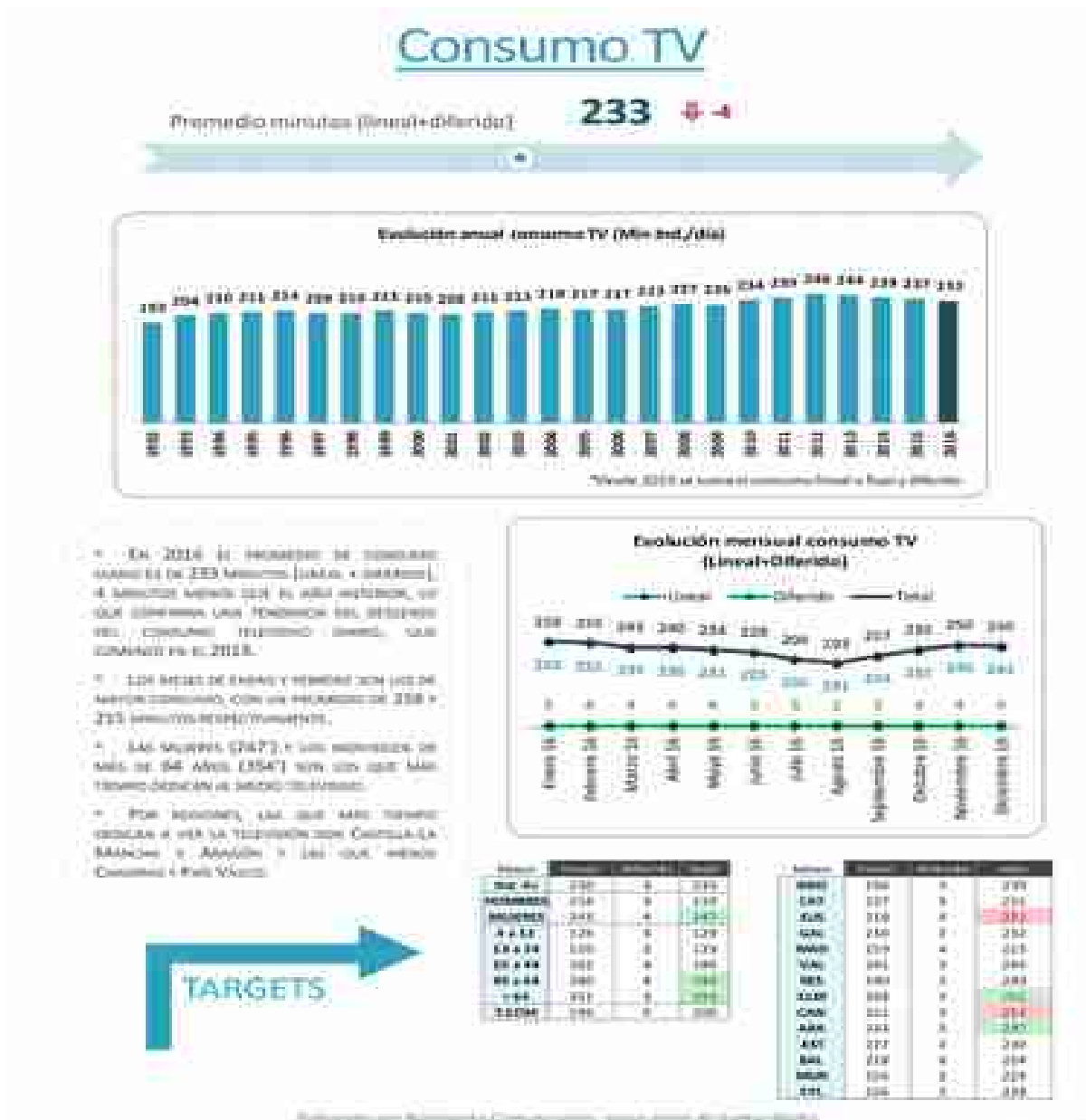


Gráfico 8 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media

El consumo de televisión en España, baja por cuarto año consecutivo.

En 2016 el consumo de televisión en España tanto en la modalidad lineal como en diferido ha alcanzado la media de 233 minutos persona/día. Son cuatro minutos menos que en 2015, siendo un descenso por cuarto año consecutivo según los datos de Barlovento Comunicación a partir de datos de Kantar Media.

El informe que se está barajando en este estudio, demuestra que los 233 minutos parten del consumo lineal. Los correspondientes al consumo en diferidos se estanca con tres minutos diarios.

El mayor consumo lineal o de flujo se hizo realidad en 2012 con un promedio de 246 minutos/persona/día. No se tiene de esa época datos del consumo diferidos ya que se comenzaron sus análisis en 2015.

Enero y febrero de 2016 fueron nuevamente los de mayor consumo, en ellos se encuentran unos promedios de 255 y 251 minutos respectivamente. Las mujeres tuvieron 243 minutos y las personas con edad, mayores de 64 años alcanzaron los 351 minutos. Estos dos segmentos fueron los que más tiempo dedicaron a ver televisión.

Las regiones que más vieron televisión fueron Aragón y Castilla-La Mancha y las que menos Canarias y País Vasco.

La Agencia Europa Press, realizaba un completo estudio del consumo de televisión en nuestro país durante el año 2016⁹⁶ y decía:

"El consumo real de televisión (lineal y diferido) en 2016 ha sido de 233 minutos por persona y día, cuatro minutos menos que en 2015 en ambas modalidades, descendiendo por cuarto año consecutivo, según un análisis elaborado por Barlovento Comunicación a partir de datos de Kantar Media.

En concreto, el informe muestra que los 230 minutos corresponden al consumo lineal (4 minutos menos que en 2015 en esta modalidad), mientras se estanca en 3 minutos el consumo en diferido. El récord anual de consumo lineal o de flujo se registró en 2012 con un promedio de 246 minutos por persona y día, 4 horas y seis minutos. Hay que tener en cuenta que hasta 2015 no se comenzó a medir el consumo en diferido"

96 El consumo de televisión baja 4 minutos en 2016 respecto al ejercicio anterior, cayendo por cuarto año, EUROPA PRESS 02/01/201714:53

Un buen año (2016) para el consumo televisivo mediante la distribución por sistemas tanto digitales como por cable

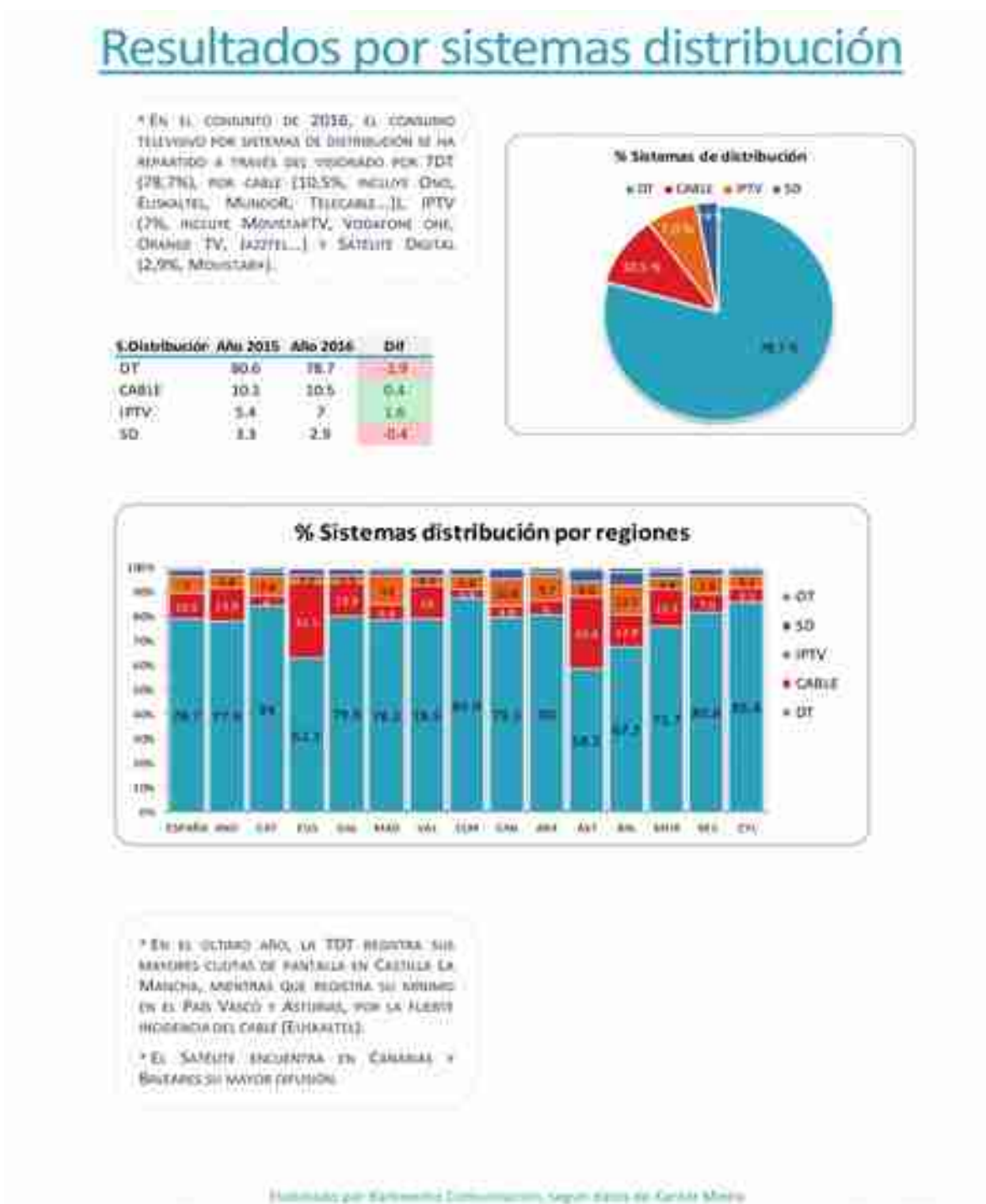


Gráfico 9 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media

El mencionado informe muestra los siguientes datos de suscriptores de las cadenas de pago en España:

- Movistar 3.771.091

- Vodafone 1.114.818
- Orange 385.876
- Euskatel 264.270
- Telecable 129.746

El consumo de televisión por sistemas de distribución tiene los siguientes resultados:

- TDT 78,7%
- Cable 10,5%(Ono, Euskaltel, Mundor, Telecable ...)
- IPTV 7% (Movistar TV,Vodafone, One,Orange TV, Jazztel)
- Satélite Digital 2,9% (Movistar +)

Continuando con el análisis de los datos del consumo televisivo en España durante 2016, se ve como la TDT se posiciona muy diferentemente dependiendo de la región donde estemos.

Castilla-La mancha es la región donde más se sigue la televisión en TDT, y por el contrario, País Vasco y Asturias es donde se alcanzan los mínimos, debido al desarrollo del cable en estos dos territorios. Al hablar de satélite Canarias y Baleares se encuentra la mayor difusión de este sistema de trasmisión.

Otro aspecto importante de destacar es que la mayor parte del tiempo se ve la televisión de forma individual (48%), sube un punto sobre 2015. Ver televisión dos personas alcanza el 38% que baja un punto y el seguimiento de los grupos refleja un 14%, manteniéndose en las mismas cifras que el año anterior.

Las transmisiones más vistas en 2016 fueron:

- Los penaltis de la Champion entre el Real Madrid y el Atlético Madrid del 28 de mayo que tuvo una audiencia media de 11.642.000 espectadores con un seguimiento del 62,3%
- Partido de futbol entre Croacia y España el 21 de junio con 10.726.000 espectadores y un 60,6%
- La prórroga del partido Real Madrid-Atlético de Madrid del 28 de mayo con 10.717.000 espectadores y un 58,1%
- Hasta el número cuarenta de este ranking son todas de retrasmisiones deportivas.

Ránking 50 emisiones más vistas

* Se ordenan las emisiones según el género de programación al que corresponden.

R.	Título	Emisoras	Cadena	Fecha	Día	Inicio	Fin	Género	Cuota	Aud.(M)
1	PENALTI'S FUTE R.MADRID-ATJ	A3	A3	28/05/2018	Sábado	23:23:14	23:34:28	DEPORTES	62.3	11.642
2	FUTBOLEUROD CROACIA-ESPA	TS	TS	21/04/2018	Viernes	21:00:43	22:51:52	DEPORTES	60.6	10.726
3	PROBROGA FU R.MADRID-ATJ	A3	A3	28/05/2018	Sábado	22:41:38	23:23:14	DEPORTES	58.1	10.717
4	PROBROGA FU BARCELONA-SE	TS	TS	22/05/2018	Domingo	23:21:54	24:06:05	DEPORTES	53.8	10.445
5	FUTBOLCOPA I BARCELONA-SE	TS	TS	22/05/2018	Domingo	21:30:07	23:21:54	DEPORTES	49.8	10.035
6	PROBROGA FU PORTUGAL-FR/	TS	TS	10/07/2018	Domingo	22:52:02	23:32:34	DEPORTES	57.1	9.874
7	FUTBOLEUROD ESPAÑA-TURQI	TS	TS	17/08/2018	Viernes	21:00:11	22:50:34	DEPORTEE	60.9	9.749
8	FUTBOLCHAM R.MADRID-ATJ	A3	A3	28/05/2018	Sábado	20:49:56	22:41:38	DEPORTES	57.1	9.447
9	FUTBOLEUROD ESPAÑA-R.CHI	TS	TS	13/06/2018	Junes	15:00:17	16:49:01	DEPORTES	55.8	8.869
10	FUTBOLEUROD ITALIA-ESPAÑA	TS	TS	27/04/2018	Junes	18:01:45	19:52:22	DEPORTES	62.9	8.497
11	FUTBOLCHAM BARCELONA-AT	A3	A3	05/04/2018	Viernes	20:47:34	22:39:52	DEPORTES	42.4	8.486
12	FUTBOLCHAM R.MADRID-WO	A3	A3	12/04/2018	Viernes	10:46:05	22:57:44	DEPORTES	43.5	8.553
13	FUTBOLEUROD PORTUGAL-FR/	TS	TS	10/07/2018	Domingo	21:01:04	22:52:02	DEPORTES	54.5	8.123
14	FUTBOLCHAM MANCHESTER I	A3	A3	26/04/2018	Viernes	20:46:09	22:37:00	DEPORTES	43.2	8.043
15	FUTBOLCHAM BAYERN MUNI	A3	A3	03/05/2018	Viernes	20:45:55	22:38:12	DEPORTES	44.0	8.034
16	PENALTI'S FUTE AT.MADRID-PS	A3	A3	15/03/2018	Martes	23:14:02	23:28:27	DEPORTES	39	7.601
17	CHAMPIONS TI	A3	A3	03/04/2018	Viernes	20:05:09	22:42:20	DEPORTES	38.2	6.886
18	PENALTI'S FUTE POLONIA-PORT	TS	TS	20/06/2018	Junes	22:31:56	23:43:09	DEPORTEE	41.1	6.895
19	YAHORA, TODC	TS	TS	10/07/2018	Domingo	23:38:58	23:50:56	DEPORTES	44	6.679
20	FINAL COPA DE BARCELONA-SE	TS	TS	22/05/2018	Domingo	19:41:22	24:41:13	DEPORTES	39.7	6.673
21	CHAMPIONS TI	A3	A3	12/04/2018	Viernes	20:00:45	22:41:54	DEPORTES	38.1	6.573
22	CHAMPIONS TI	A3	A3	24/04/2018	Viernes	20:01:41	22:40:13	DEPORTES	38	6.345
23	PROBROGA FU AT.MADRID-PS	A3	A3	15/03/2018	Martes	22:35:15	23:14:02	DEPORTES	31.1	6.345
24	FUTBOLEUROD ALEMANIA-FR/	TS	TS	07/07/2018	Junes	21:00:59	22:57:21	DEPORTES	42.9	6.277
25	CHAMPIONS TI	A3	A3	03/05/2018	Viernes	20:00:15	22:44:43	DEPORTES	39	6.267
26	CHAMPIONS TI	A3	A3	28/05/2018	Sábado	19:18:53	23:31:23	DEPORTES	43.7	6.218
27	PENALTI'S FUTE ALEMANIA-ITA	TS	TS	02/07/2018	Sábado	23:32:45	23:49:02	DEPORTES	44.4	6.134
28	FUTBOLCHAM R.MADRID-ROF	A3	A3	08/03/2018	Martes	20:45:00	22:36:04	DEPORTES	32	5.997
29	FUTBOLCHAM MANCHESTER I	A3	A3	01/11/2018	Viernes	20:45:11	22:34:27	DEPORTES	30.1	5.980
30	FUTBOLCHAM BORUSSIA DOF	A3	A3	27/09/2018	Viernes	20:45:31	22:35:39	DEPORTES	34.3	5.882
31	FUTBOLCLASIF ITALIA-ESPAÑA	La1	La1	06/10/2018	Junes	20:47:08	22:37:13	DEPORTES	34.4	5.753
32	PROBROGA FU POLONIA-PORT	TS	TS	20/06/2018	Junes	22:51:07	23:31:56	DEPORTES	33.6	5.682
33	FUTBOLCHAM SPORTING LISB	A3	A3	22/11/2018	Martes	20:46:54	22:38:07	DEPORTEE	28.8	5.675
34	FUTBOLCHAM ARSENAL BARC	A3	A3	23/02/2018	Viernes	20:45:21	22:35:15	DEPORTES	29.5	5.667
35	FUTBOLEUROD PORTUGAL-GAI	TS	TS	06/07/2018	Miércoles	21:00:09	22:49:13	DEPORTES	39.9	5.609
36	FUTBOLCHAM R.MADRID-LEG	A3	A3	18/10/2018	Viernes	20:45:24	22:33:54	DEPORTES	31.1	5.567
37	FUTBOLCLASIF ALBANIA-ESPAI	La1	La1	09/10/2018	Domingo	20:45:27	22:35:55	DEPORTES	30.2	5.458
38	FUTBOLEUROD ALEMANIA-POL	TS	TS	18/06/2018	Juies	21:00:44	22:50:05	DEPORTES	31.7	5.273
39	PROBROGA FU ALEMANIA-ITA	TS	TS	02/07/2018	Sábado	22:53:13	23:32:45	DEPORTES	38.5	5.221
40	EL PRINCIPE INGHINASI	TS	TS	20/04/2018	Miércoles	22:45:03	24:25:58	FICCION	29.2	5.213
41	FUTBOLAMIST INGLATERRA-E	TS	TS	15/11/2018	Viernes	21:00:17	22:54:17	DEPORTES	27	5.180
42	FUTBOLCHAM AT.MADRID-PS	A3	A3	15/03/2018	Martes	20:45:40	22:35:15	DEPORTES	28.3	5.175
43	FUTBOLEUROD PORTUGAL-IAL	TS	TS	14/04/2018	Viernes	22:00:47	22:50:36	DEPORTES	30.2	5.042
44	PROBROGA FU R.MADRID-SEV	A3	A3	09/08/2018	Viernes	22:36:18	23:16:37	DEPORTES	34.6	5.032
45	LA QUE SE AVE UNA SONAAMI	TS	TS	05/04/2018	Martes	22:39:58	24:20:42	FICCION	27.2	4.956
46	PROBROGA FU CROACIA-PORT	TS	TS	25/06/2018	Sábado	22:50:15	23:31:52	DEPORTES	35.2	4.946
47	FUTBOLEUROD SUIZA-FRANCO	TS	TS	10/04/2018	Domingo	21:00:18	22:40:32	DEPORTES	30.5	4.919
48	CHAMPIONS TI	A3	A3	08/03/2018	Martes	20:05:21	22:38:34	DEPORTES	28.3	4.895
49	D.BEG (TURQVI)	La1	La1	24/05/2018	Sábado	23:38:06	24:45:20	MUSICA	34.7	4.851
50	CHAMPIONS TI	A3	A3	15/02/2018	Viernes	20:05:49	22:31:19	DEPORTES	27.4	4.868

Emisiones de más de 10 min, ámbito general. Se excluyen programas de venta, publicidad y continuidad.

* Sin contar emisiones en simulcast (debates electorales, partidos de fútbol o mensaje de SM. Rey).

Tabla 8 Fuente Barlovento comunicación, según datos de Kantar Media

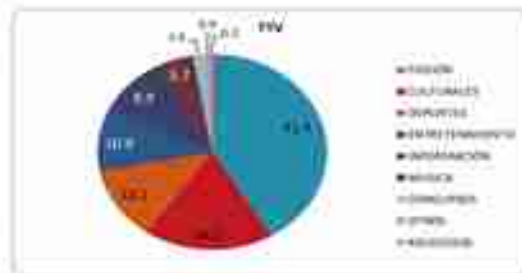
Otro aspecto importante son los géneros más destacables en las cadenas durante 2016 en España son:

- Ficción:
 - Series
 - Largometrajes
- Información
- Culturales
- Entretenimiento:
 - Magazines
 - Docudramas

Presencia de los géneros de programación

* EN EL CONJUNTO DEL TOTAL DE GÉNEROS, EL GÉNERO CON MAYOR PRESENCIA EN LAS FAMILIAS DE PROGRAMACIÓN ES LA FICCIÓN, SEGUIA DE LA INFORMACIÓN Y LOS CULTURALES.

* EN EL RESUMIDO POR LOS TRES GRANDES GRUPOS DE Cadenas de muestra que tanto en las Nacionales en abierto y las de pago, el género de mayor presencia es la ficción, mientras que en las autonómicas es la información.



Género	TTV	ABERTO NACIONAL	ABT. AUT. PAGO	PAGO
FICCIÓN	43.4	40.0	40.4	53.7
CULTURALES	11.8	14.4	18.8	19.4
DEPORTES	4.8	3.4	3.8	18.3
ENTRETENIMIENTO	10.9	13.0	15.5	3.9
INFORMACIÓN	11.9	11.0	25.4	6.2
MÚSICA	5.7	4.3	3.4	4.5
CONCURSOS	3.8	2.6	2.8	0.7
OTROS	0.9	0.7	0.1	1.1
RELIGIOSOS	0.2	0.1	0.3	-

* DENTRO DE LOS ENTRETENIMIENTOS, LA ESPECIALIDAD QUE OCUPA UNA MAYOR PRESENCIA DENTRO DE LAS FAMILIAS DE LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA SON LOS "MAGAZINES" Y EL "DOCUMENTAL".

* EN CUANTO A LA FICCIÓN, LAS SERIES Y LOS LARGOMETRAJES SON LAS DOS ESPECIALIDADES DE UNA SECTOR OCURACIÓN.



* DURACIÓN: Programas de Nivel 3, de más de 10 min, ámbito general. Se excluyen publicidad y continuidad.

Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media.

Gráfico 10 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media

2.7 Cifras y datos de todas las televisiones autonómicas en 2016

2.7.1 Presupuestos

En este apartado se hablará de los presupuestos que han destinado los distintos gobiernos autonómicos durante el 2016 para el sostenimiento de sus canales de televisión. A esta aportación pública cada ente autonómico suma otra serie de ingresos provenientes de publicidad, venta de derechos...

PRESUPUESTOS TELEVISIONES AUTONÓMICAS 2016	
TV PÚBLICA	APORTACIÓN PÚBLICA EN MILL.
7RM (MURCIA)	8.90
TPA (ASTURIAS)	19.50
ARAGÓN TV	46.00
CANAL EXTREMADURA	34.80
CMM (CASTILLA-LA MANCHA)	38.00
TV CANARIAS	39.80
IB3 (BALEARES)	28.60
TVG (GALICIA)	92.30
TELEMADRID	67.90
ETB (EUSKADI)	115.72
CANAL SUR (ANDALUCÍA)	137.50
TV3 (Cataluña)	225.00

Tabla 9 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media

El montante total del coste de todas las televisiones autonómicas públicas durante 2016 ha ascendido a la cantidad de 854,12 millones de euros. A esta importante cantidad hay que incrementar la destinada por el gobierno valenciano para la puesta en funcionamiento de la nueva televisión. Esta inversión todavía no está cuantificada a esta fecha, y solamente existen rumores sobre a cuánto ascenderá. También tendrán que contemplar varias partidas por los procedimientos judiciales todavía abiertos por recursos laborales como consecuencia del cierre y liquidación de Canal 9 y definir la nueva plantilla

Al hablar de inversiones en televisiones públicas en Europa se verá cómo están atravesando un momento difícil ya que tienen ante sí el problema de la sostenibilidad financiera y su proceso de adaptación a los nuevos sistemas digitales. En cada país europeo se encuentra un sistema de financiación y el de España no es muy diferente, pero con un grave problema que es la reducción en la financiación pública y la caída de los últimos años en la contratación publicitaria.

Hace pocos meses se ha conocido parte del estudio que ha realizado la Universidad de Santiago de Compostela encargado por Forta donde se puede sacar la

clara conclusión de que los medios de comunicación públicos, incluidos el estatal y los autonómicos, están muy por debajo de la media de la comunidad europea.

El estudio habla que los medios públicos cuestan al erario público 38.9 euros por habitantes frente a los 66.9 euros que cuestan las televisiones públicas europeas.

Gómez Rosario G.⁹⁷ en el diario el País en diciembre de 2016 Hablaba de:

“Las televisiones públicas europeas tienen ante sí un doble reto: la sostenibilidad financiera y su adaptación al ecosistema digital. Cada país tiene su propio modelo y el español no es el más caro, pero sí el que más ha sufrido los recortes. Un estudio liderado por la Universidad de Santiago de Compostela desvela que el coste del servicio audiovisual español de titularidad pública, tanto estatal como autonómico, está por debajo de la media comunitaria. RTVE y los entes regionales cuestan al año 38,9 euros por habitante frente a los 66,9 de promedio que suponen las televisiones públicas de la Unión Europea (UE)”.

Si se compara el peso que tiene la inversión económica de la televisión pública en el PIB⁹⁸, En España o se compara el coste por hogar, la diferencia está clara ya que se encuentra en clara inferioridad.

En Europa las familias aportan una media de 156,2 euros al año para el sostenimiento de sus medios públicos de comunicación frente a los 98,8 euros que le cuesta a los españoles.

No existe un impuesto directo para este concepto, pero se paga de forma indirecta por medio de los presupuestos generales del estado de cada año.

El servicio audiovisual público en la UE representa 2,4 euros por cada 1.000 euros del PIB, mientras que en España baja a 1,7 euros.

En este estudio, como se comentaba anteriormente, lo encabezó la Universidad de Santiago de Compostela han colaborado también las universidades de Cataluña, Navarra, Castilla-La Mancha, Baleares, Andalucía, País Vasco y Galicia, analiza que ha supuesto la crisis económica en la televisión pública de España.

97 La televisión pública en España cuesta 39 euros por habitante al año: [Edición 1st Ed. Madrid] GÓMEZ, ROSARIO G. El País; Madrid [Madrid]27 Dec 2016: 37.

98 Producto Interior Bruto

Según palabras de Santiago Negrín⁹⁹, director general del ente público canario y expresidente de Forta, que agrupa a 11 televisiones autonómicas.

"Los recortes han afectado de manera muy especial a la televisión. En general, el mundo audiovisual y de la cultura han sido siempre castigados a la esquina", también manifestó "Los recortes han afectado de manera muy especial a la televisión. En general, el mundo audiovisual y de la cultura han sido siempre castigados a la esquina".

"Durante este último quinquenio hubo también países que vieron crecer los recursos destinados a la financiación de sus televisiones. Hungría disparó el presupuesto un 65% y varios países bálticos incrementaron los recursos destinados al sector audiovisual más de un 30%. En España, la crisis provocó el cierre de canales autonómicas y duros ajustes laborales y presupuestarios. Canal 9 apagó su señal a finales de 2013 y Tele Madrid ejecutó un ERE que afectó a dos tercios de su plantilla. "El sector ha sufrido, pero ha resistido".

Las televisiones públicas europeas, en el periodo comprendido entre 2010 y 2014, han perdido un 35,3 del presupuesto. En Europa aparte del descenso importante de España también bajaron sus presupuestos de medios públicos Chipre, Portugal, Polonia, e Irlanda. La que peor lo pasó fue Grecia que incluso cerro sus emisiones, aunque dos años después volvieron a sus emisiones regulares

Durante estos años estudiados también se ha dado el signo contrario con países donde han crecido las inversiones en televisiones públicas como como en Hungría donde creció un 65% y también en varios países del Báltico donde crecieron más del 30%

La crisis trajo consigo el descenso de los ingresos publicitarios, menores aportaciones públicas y duros ajustes laborales. Ejemplo de todo ello fue el cierre y despido de toda la plantilla de la valenciana canal 9 y el duro ERE¹⁰⁰ que aprobó Tele Madrid que afectó a dos tercios de su plantilla.

Centrando el estudio en el descenso de la audiencia, como efecto directo de la baja inversión y la caída de la inversión publicitaria se puede ver la afirmación de Enrique Laucirica¹⁰¹, secretario general de la Forta cuando dice

99 Santiago Negrín. Director General de la Televisión de Canarias y ex presidente de Forta.

100 Expediente Regulación de Empleo

101 Enrique Laucirica. Secretario General de la Forta. Declaraciones aparecidas en www.economia.el-pais.com/economia/2016/12/26/actualidad/1482770810_437702.html

"Está demostrado que la audiencia de la televisión pública depende directamente del nivel de financiación".

En el norte de Europa se notó mucho menos la crisis al ser países más estructurados y donde la financiación pública no se pone en cuestión en ningún momento, por el contrario, los países del sur como dice Enrique Laucericca:

"La crisis ha tenido mayor influencia y la audiencia se ha resentido".

Analizando el periodo 2010/2014, las televisiones autonómicas han padecido un recorte presupuestario del 19% en España, por el contrario, en los países vecinos europeos el sentido ha sido totalmente contrario. Así los países del norte de Europa y los centros europeos incrementaron su presupuesto como ejemplos se pueden destacar:

- las televisiones regionales de Alemania asociadas en la ARD subieron un 8,5%.
- la VRT¹⁰² flamenca y la RTBF¹⁰³ francófona crecieron el 3,5%.

Todos los dirigentes de los canales públicos que forman Forta reclaman constantemente a sus gobiernos un plan estable de financiación, que no dependan de los vaivenes de la política que se establezcan directrices claras para que todos los canales tengan garantizado su futuro y la difusión en todas las plataformas de pago. También piden medidas legales que eviten la competencia brutal del duopolio Mediaset y Atresmedia.

También la actual presidenta de la Forta y CMM Carmen Amores presidenta de la Forta y directora general de Castilla-La Mancha Media en declaraciones en el Foro de la Nueva Comunicación manifestaba¹⁰⁴:

"La financiación de los medios públicos en España se ha reducido de forma drástica en los últimos años con cifras que nos sitúan muy por debajo de la media de la Unión Europea". Entre los datos del informe, Amores destacó que, entre 2010 y 2014, el presupuesto de las televisiones públicas en España ha caído un 35,3%, siendo la reducción más alta de toda Europa, donde la media del recorte apenas supera el 1%. Asimismo, si nos remontamos a 2008, Amores explicó que la reducción asciende hasta el 50%."

En este sentido, Amores informó de que los medios públicos le cuestan a cada habitante 38,9 euros al año. La cifra incluye a RTVE además de los entes autonómicos. *"Mientras que la media europea se sitúa en 67 euros por habitante al año"*, añadió. Así, como presidenta de la Forta reivindicó *"el valor de la eficiencia económica y social de los medios de comunicación públicos"*. Amores resal-

102 Vlaamse Radio-en televisieomroeporganisatie. Organización de Radio y Televisión flamenca.

103 Radio Television Belge Francophone. Radio Televisión belga francófona.

104 Carmen Amores. Directora General de Castilla-La Mancha Media y anterior presidenta de Forta

tó que su *“objetivo no es ganar dinero”, sino “ser eficientes en el desempeño de nuestra función de servicio público”*.

Los ingresos publicitarios dentro de los presupuestos de las televisiones autonómicas solamente llegan hasta el 13,5% de los costes. Todas las televisiones públicas españolas, apenas ingresaron el pasado año 116 millones de euros en concepto de publicidad según los datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

Esta exigua cifra contrasta con los 851,72 millones de euros que costaron las televisiones autonómicas el pasado año. La publicidad solamente cubre el 13,5 % del presupuesto. Estos ingresos sirven para pagar una pequeñísima parte de los más de 7.000 empleados que tienen todas las televisiones públicas españolas.

El reparto de los ingresos por publicidad (116 millones de euros) en las principales televisiones autonómicas fueron así:

- La mitad de los 116 millones de euros (58,4 millones) fueron para TV3.
- Canal Sur facturo 16,4 millones.
- ETB tuvo unos ingresos publicitarios de 10,4 millones.
- Tele Madrid tuvo 9,5 millones de euros.
- El resto se lo repartieron entre las ocho televisiones autonómicas restantes.

Al detallar los presupuestos de cada una de las televisiones autonómicas que forman parte de Forta se encuentra con:

En primer lugar, está la televisión autonómica de Cataluña TV3 (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)), que emite en la actualidad por cuatro canales distintos: TV3 (generalista), Canal 33 (infantil, juvenil y cultural), canal 3/24 (información continua), el deportivo Esport y Catalunya Radio. Se puede decir por los datos que conocemos en la actualidad es la más cara para el erario público, en 2016. Maneja un presupuesto público de 225 millones de euros como aportación pública.

Un dato que no se debe dejar a un lado es la enorme brecha y distancia que hay entre el primer puesto en inversión del que hemos hablado (TV3) con la segunda Canal Sur con 137,5 millones. La diferencia entre la primera y la segunda son 87,5 millones, mucho más que el presupuesto que tienen muchas de las siguientes en el escalafón de presupuestos.

Desde hace tiempo, y más concretamente a los pocos días de su toma de posesión como nuevo Director General de TV3, Jaume Peral¹⁰⁵ en todas sus declaraciones públicas siempre está reclamando mucha más inversión pública para

105 Jaume Peral .- Director General de la corporación Catalana de Medios de comunicación (TV3)

su televisión, considerando que los 225 millones de 2016 se quedan muy cortos para el mantenimiento e inversiones de este canal autonómico.

Esta postura de necesitar más dinero también la defiende el Consejo Audiovisual de Cataluña¹⁰⁶ que ha solicitado al Parlamento Catalán un aumento de más 130 millones en el presupuesto. De aprobarse este incremento el presupuesto del ente público catalán pasaría de los 355 millones. En la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) aparte de las televisiones con todos sus canales se incluyen también la radio autonómica (Catalunya Radio).

Canal Sur, con una inversión de 137,5 millones de euros tampoco ha rentabilizado su gran presupuesto porque ha continuado la senda del descenso de la audiencia que comenzó en 2007. A pesar de este dato demoledor el gobierno de Susana Díaz¹⁰⁷ de la Junta de Andalucía ha mantenido intacta su aportación para el año 2016.

El grupo Euskal Irrati Telebista (EiTB) tuvo para el ejercicio de 2016 una aportación pública de 115,72 millones de euros, un presupuesto más elevado que lo anteriores, tras cinco años anteriores de recortes.

El ente público Radio Televisión Castilla-La Mancha, ahora Castilla-La Mancha Media tiene un presupuesto en 2016 de 38 millones de euros más una inyección económica no cuantificada proveniente del gobierno regional para regularizar el déficit que se aprobó a finales de 2016.

La Compañía de Radio Televisión de Galicia (CRTVG) tiene un presupuesto para este año 2016 de 92.3 millones de euros, presupuesto muy corto para la también abultada plantilla del canal. El gobierno autonómico no está por la labor de ampliar en mucho su aportación.

El presupuesto del Ente Público Radiotelevisión Madrid, es de 67,9 millones corresponden al contrato-programa con la Comunidad de Madrid. Todavía tiene pendiente numerosos pagos y recursos jurídicos sobre el macro Ere que realizó hace unos años y por el cual todavía debe consignar en sus presupuestos indemnizaciones para sus ex trabajadores.

Radio televisión Valenciana (RTVV) cerró sus emisiones en noviembre de 2013, pero todavía los presupuestos de la comunidad están sosteniendo numerosos pagos e indemnizaciones de los procesos judiciales para poder finiquitar definitivamente lo que supuso la empresa RTVV con su canal de radio y televisión Canal 9, más las temáticas con las que contaba.

Una vez terminada y liquidada la empresa anterior, hace unos meses se constituyó la nueva RTVV que está inmersa ya en pleno proceso de formación, han

106 El Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) es la autoridad independiente de regulación de la comunicación audiovisual de Cataluña.

107 Susana Díaz. Presidenta de la Junta de Andalucía

designado tras un proceso público al nuevo director general y están preparando y diseñando las estructuras y los equipamientos que les permitan volver a la emisión a mediados de octubre de 2017, coincidiendo con el día de la de la Comunidad Valenciana, pero esos son simples previsiones y no hay nada todavía cerrado. Las partidas más importantes que tendrán que resolver será por un lado la renovación total del equipamiento técnico ya que el de canal 9 está totalmente obsoleto y luego definir y contratar la plantilla que hará realidad esta nueva televisión autonómica. Hasta la fecha todavía no han decidido si se integraran en Forta como estaba su antecesora Canal 9.

Aragón Televisión (Corporación Aragonesa de Radio y Televisión) ha ejecutado un presupuesto durante el año 2016 de 46 millones de euros, estando inmersa en la actualidad en una complicada situación laboral.

Radio Televisión Canaria, contó con 39,8 millones de euros para el año 2016 aportado por el gobierno de canarias.

La Televisión del Principado de Asturias tuvo una aportación del gobierno de Asturias de 19,6 millones de euros.

El canal autonómico de Extremadura (Canal Extremadura), que por cierto no forma parte de la Forta, en el año 2016 tuvo una aportación del erario público de 34,8 millones de euros.

IB3 La televisión autonómica de Baleares conto con una asignación publica del gobierno de la comunidad de 28,6 millones de euros

La televisión murciana 7RM gestionada por el grupo de comunicación SECUOYA obtuvo una subvención del gobierno murcianos de 8.9, Cantidad resultante del concurso público que se realizó entre varias empresas de comunicación. Con esta cantidad Secuoya asume todos los gastos y pone en antena el canal. Siendo para la empresa adjudicataria los ingresos por venta de publicidad.

La expresidenta de la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (Forta), Carmen Amores, ha advertido que:

"La nueva interpretación de la liquidación del IVA que está aplicando el Ministerio de Hacienda a los organismos públicos lleva a una asfixia económica que puede abocar a las radiotelevisiónes públicas a su liquidación".

La directora general de Radio Televisión Castilla-La Mancha y expresidenta de turno de la Forta en su reciente intervención en el Foro de la Nueva comunicación no pudo disimular su preocupación por la situación financiera que están atravesando las televisiones autonómicas e hizo un llamamiento al Gobierno

central para que dé marcha atrás en la "reinterpretación" que está haciendo de la Ley del IVA de 2015¹⁰⁸.

Carmen Amores manifestó en el mismo foro que:

"La Agencia Tributaria está considerando que las televisiones autonómicas, igual que otros organismos públicos, tienen una actividad de naturaleza "dual", de servicio público y comercial, y no pueden deducirse el IVA que reciben por la subvención pública".

El Ministerio de Hacienda está reclamando constantemente las deducciones indebidas por este tributo a las radiotelevisiones de Extremadura, Castilla-La Mancha y Asturias, y la Forta teme y tiene fundadas sospechas que a estos tres entes les siga el resto.

El diario *Cinco días*¹⁰⁹ también dio su opinión sobre esta polémica fiscal:

"Hacienda ha publicado recientemente un documento de 42 páginas para argumentar su punto de vista. Las administraciones públicas actúan en el IVA como un consumidor final, es decir, no tienen derecho a deducir el importe abonado de este impuesto. Y para Hacienda resulta indiferente que una televisión pública adopte la forma de sociedad mercantil. En su opinión, lo importante es que la entidad presta un servicio público, con independencia de la forma jurídica que adopte.

Esta es una de las justificaciones que llevan a Hacienda a señalar que las televisiones autonómicas no pueden deducirse el IVA porque no son sujetos pasivos del impuesto. Es decir, si no repercuten IVA por sus servicios, tampoco pueden deducírselo. En cualquier caso, la cuestión es más compleja porque las televisiones autonómicas no solo realizan un servicio público, también llevan a cabo "actividades comerciales", como la venta de sus productos y de espacios publicitarios. En estos casos, sí repercuten IVA y, por lo tanto, resulta lógico que tengan derecho a deducción".

2.7.2 Plantillas

En el siguiente cuadro se observan las plantillas que mantienen los diferentes entes autonómicos en 2016.

108 Reforma fiscal de 2015, publicada en el BOE la Ley 28/2014 por la que se modificaba la ley 37/1992 del Impuesto del Valor Añadido (IVA)

109 Hacienda veta la devolución del IVA a las televisiones autonómicas. Viñas, Jaume. Cinco Días. www.cincodias.elpais.com/cincodias/2014/08/04/economia/1407169958_522828.html

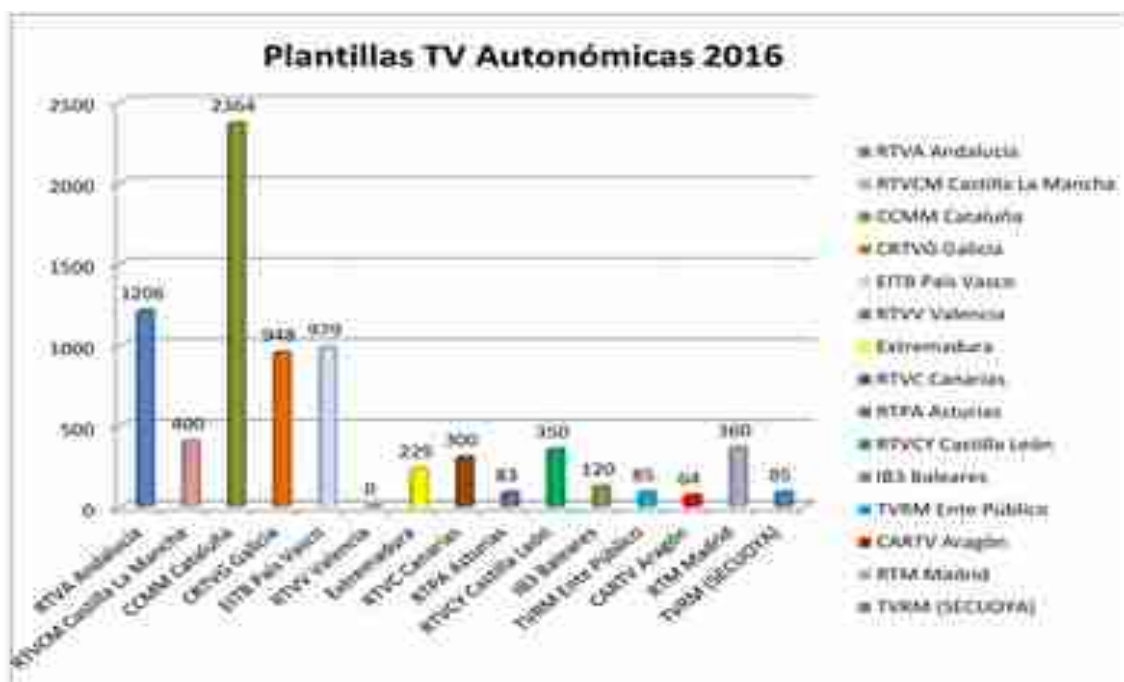


Gráfico 11 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media

Si se tuviera que poner un titular para hablar de las plantillas de las televisiones autonómicas en nuestro país sería: "Las televisiones autonómicas tienen 3 veces más plantilla que T-5 y A-3 juntas"

Por motivos de clientelismo político ningún gobierno autonómico se atreve a realizar los recortes en plantillas que son necesarios y que harían más competitivas las televisiones que en estos momentos tienen están unas plantillas desmesuradas.

Las plantillas de las distintas televisiones autonómicas año tras año se fueron incrementando, en un primer momento en los años de la bonanza económica, donde cada partido que gobernaba intentaba poner a sus allegados y después con la llegada de la crisis, las plantillas no disminuyeron, en algunos casos se mantuvieron y hubo casos paradójicos que también aumentaron.

Es totalmente desproporcionado que las televisiones autonómicas tengan como tres veces más de empleados que los grandes grupos privados de nuestro país Mediaset y Atresmedia.

La Corporación Catalana de medios de comunicación tiene la plantilla más abultada con 2.364 empleados, siendo su buque insignia TV3. Este medio autonómico heredó todos los defectos y las malas prácticas en materia de personal de la televisión pública nacional. Como dato anecdótico se puede hablar de una plantilla de maquilladoras y peluqueras que supera las 100 personas. El propio ente público está solicitando constantemente el aumento de la plantilla y un aumento significativo del presupuesto.

La radio televisión de Andalucía le sigue, aunque a distancia, pero también con una plantilla de grandes proporciones, con 1.206 empleados. La plantilla ha sido cuestionada en numerosas ocasiones por los partidos de la oposición, pero el gobierno autonómico ha decidido mantener el número de empleados públicos para su servicio de radio y televisión.

La televisión del país vasco EITB con sus 979 trabajadores es otra de las mega televisiones autonómicas que tiene desde hace años congelados los presupuestos, aunque el nuevo gobierno salido de las urnas, en 2016 lo aumentó, fruto de una promesa electoral de campaña.

CRTVG, la televisión de Galicia es otra de las llamadas históricas con lengua propia y proveniente de la época de nacimiento de este tipo de televisiones en nuestro país. Nacieron con unos estándares de grandeza y en pocos años se llenaron de plantilla, en algunos casos sin ser absolutamente necesario. La plantilla actual de la televisión de Galicia es de 948 trabajadores.

La siguiente televisión autonómica en el número de trabajadores es la Radio Televisión de Castilla-La Mancha (RTVCM) o como se denomina desde hace pocos meses Castilla-La Mancha Media (CMM). Esta televisión se puede denominar de las de nueva generación, pero no siguió los pasos de las nuevas que no se cargaron de personal, sino que continuó los parámetros de las "históricas" y su plantilla actual es de 439 empleados.

Radio Televisión Madrid tenía, antes de que el gobierno regional planteara el expediente de regulación de empleo, una plantilla de 1.170 empleados. El ERE afectó a 861 trabajadores. En la actualidad, la televisión madrileña tiene una plantilla de 360 empleados. Con esta drástica reducción el gobierno madrileño, trató de solventar la grave crisis y no tener que proceder al cierre del canal. El recurso posterior de los sindicatos solicitando la nulidad de los despidos no tuvo respuesta positiva del juzgado de lo social y solamente se declaró la improcedencia de los despidos con su indemnización, pero no la readmisión como pretendían los sindicatos.

La televisión de Canarias, una de las nuevas en aparecer en el panorama audiovisual español tiene una plantilla de 300 trabajadores, número alto para una televisión de pequeñas dimensiones, pero de complejidad técnica y humana, al ser muchas las islas y todas tener centro de producción, lo que hace necesario un despliegue importante de personal y medios.

La televisión de Extremadura, es la única televisión pública dependiente del gobierno de Extremadura que no está adscrita a la Forta, su plantilla actual es de 229, una comunidad autónoma pequeña con dos únicas provincias y dos unidades de producción, hacen que sea una plantilla elevada para esta televisión.

120 trabajadores tiene la televisión autonómica de las islas Baleares (IB3 Balears). La Productora audiovisual Mediapro¹¹⁰ es la empresa que ganó el concurso público para la redacción y edición de los informativos de esta cadena, también cuentan con numerosas productoras que realizan varios programas de la parrilla de programación. Por todo ello la plantilla es muy reducida, dependiendo solamente del ente público los servicios directivos, administrativos y unos pocos técnicos.

La televisión autonómica murciana (RTRM) con el nombre comercial de 7RM es una televisión que está completamente privatizada en manos de la productora audiovisual SECUOYA. Los 85 empleados que tiene el Ente Público solamente están en la radio autonómica que no está privatizada y los servicios directivos del ente. Todo lo demás depende de SECUOYA.

La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión tiene actualmente 64 empleados y casi toda la producción de programas está externalizada. Con diferencia de Murcia, Aragón tiene el pleno control de toda la televisión y se basa en productoras, pero bajo la supervisión de los directivos de la Corporación.

La Radiotelevisión Valenciana (RTVV) cesó sus emisiones en noviembre de 2013, pero los presupuestos de la Generalitat cuentan aún con varias partidas para afrontar distintos frentes abiertos judiciales. Hace pocos meses se designó a la directora general de la que será la nueva televisión valenciana. En estos momentos están diseñando la nueva programación y en el proceso de licitación y adjudicación de los nuevos equipos, ya que los anteriores de Canal 9 se encuentran en la actualidad obsoletos. La composición de la nueva plantilla también les está dando serios problemas.

Las plantillas de todas las televisiones autonómicas suman un total de 6.282 empleados y todo el grupo de Radio Televisión Española tiene 6.354. Queda como resumen de todas las televisiones públicas españolas un número desorbitado de 12.636.

2.7.3 Programación

Según todas las investigaciones realizadas sobre los modelos de televisión pública en nuestro país, se puede destacar que objetivo común a todas ellas es superarse momento a momento en sus cuotas de audiencia.

Para obtener sus mayores niveles de audiencia las cadenas realizan todo tipo de modificaciones y estrategias en las parrillas a la hora de diseñar sus programaciones, sus cambios de última hora, las renovaciones de sus estrellas o el cese de sus programas. Estas actuaciones son constantes día a día.

¹¹⁰ Es un grupo audiovisual español fundado en Barcelona en 1994, con una amplia representación tanto nacional como internacional.

La tendencia de la competencia también tiene mucha importancia en el diseño de las programaciones y, sobre todo, en los cambios de última hora. Tiene mucha relevancia los públicos objetivos, el ámbito geográfico de la propia cadena y el tipo de programación que pretenden ofrecer.

Televisión Española diseño desde sus orígenes una programación generalista y del tipo "mosaico"¹¹¹. Posteriormente en los años ochenta llegaron las televisiones autonómicas y pocos años después las privadas, con un formato similar. Las televisiones autonómicas aportaron al panorama televisivo en un primer momento una nueva visión de la cultura autóctona con una lengua propia que en algunos casos como la vasca con difícil penetración por la escasa difusión del idioma entre su sociedad. Siguieron el perfil de audiencia de TVE, pero con matices propios.

José Miguel Contreras y Manuel Palacio escribieron un auténtico manual sobre la programación en la televisión donde se describen pormenorizadamente todos los tipos de programación, sus ventajas e inconvenientes y los costos que tiene cada formato (Contreras, José Miguel y Palacio, Manuel, 2003 p. 65).

Se puede afirmar que las autonómicas reprodujeron y reproducen a diario en su programación el modelo programático de TVE. Con excepción de la normalización lingüística en los territorios con lengua propia.

Como instrumento para abaratar la compra de derechos de emisión y también para la coproducción de programas desde la FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos¹¹² se estableció una línea de producción de programas y de negociación de grandes paquetes para la exhibición de películas y series, abaratando sensiblemente los costes al ser emitidas por todos los canales en días y horarios distintos. También consiguieron enviar y recibir piezas en directo acontecidos en cada autonomía y distribuida al resto de componentes de Forta.

Todas estas actuaciones suponen unas grandes ventajas para sus programaciones, dándoles muchos recursos programáticos, enriqueciendo sus contenidos y abaratando los precios de producción.

La televisión nació en un primer momento como una televisión local en todos los lugares donde se implantó, no se puede olvidar que la misma TVE en sus primeros tres años de emisión era solamente local para la ciudad de Madrid, no tenía ni cobertura en su misma provincia. Tuvieron que pasar varios años, hasta que la red de distribución se expandió por todo el territorio nacional para que la televisión española pudiese considerarse como una televisión nacional.

111 Programación televisiva realizada con el solapamiento de programas de distinta naturaleza.

112 Qué es la FORTA y cuál es su función. Recuperado el 21 de septiembre de 2013 de <http://www.vayatele.com/autonomicas/que-es-la-forta-y-cual-es-su-funcion>

Cada comunidad autónoma y más las llamadas "históricas" tienen unos formatos televisivos diferentes en una parte de sus programaciones, el resto es similar al de otras comunidades autónomas. La programación de cada canal trata de adaptarse a las circunstancias propias de su comunidad. Por el contrario, las televisiones de cobertura nacional "generalistas"¹¹³ emiten una programación uniforme para todo el estado.

Anchel Cubells, José María en el 2002 realizó una tesis investigación e estudiando toda la programación del extinto Canal 9: Historia una programación (1989-1995).

2.7.4 Audiencias televisiones autonómicas

Como se ve en el cuadro siguiente, el año 2016 ha sido, en el apartado de audiencias de las televisiones autonómicas una continuidad en el descenso, salvo contadas excepciones, pasándose de un global del 7,5% en 2015 al 7,4% en 2016

113 Canales generalistas: son canales que no emiten un solo tema, sino una variedad de temáticas.

Resultados cadenas Autonómicas

	2015	2016	DIF. Ptos.	DIF. %
AUT	7,5	7,4	-0,1	-1%
TV3	12,7	11,4	-1,1	-9%
TV8	9,1	9,6	0,5	5%
C SUR	8,1	8,5	0,4	4%
ETB2	8,0	7,3	-0,7	-9%
CMN	4,0	5,1	1,1	27%
TV EAS	5,9	5,1	-0,8	-14%
TELEMADRID	4,1	4,4	0,3	7%
ETB1	1,9	1,9	0,0	0%
3/24	1,1	1,5	0,4	36%
SUPER3/33	1,0	1,0	0,0	0%
EFORT3	1,1	1,0	-0,1	-9%
ETB4	1,1	0,9	-0,2	-18%
TV82	1,0	0,8	-0,2	-20%
LA OTRA	0,7	0,7	0,0	0%
ESUR AND	0,9	0,8	-0,1	-10%
RND-TV	0,8	0,5	-0,3	-37%
GALICIA TV	0,7	0,5	-0,2	-29%
IB3 GLOBAL	0,0	0,0	0,0	0%
TV3CAT	0,0	0,3	0,3	300%
ETB3	0,5	0,6	0,1	20%
ARAGON TV	0,4	0,4	0,0	0%
LA 7TV	0,0	0,4	0,4	300%
CANAL EXT TV	0,4	0,3	-0,1	-25%
TV4	0,4	0,3	-0,1	-25%
IB3	0,4	0,3	-0,1	-25%
TR3	0,0	0,3	0,3	300%

	2015	2016	DIF. Ptos.	DIF. %
AUT PRIV	0,5	0,5	0	0%
BTU	1,1	1,4	0,3	27%
V TELEVISION	0,4	0,3	-0,1	-25%
CV17	1,1	1,4	0,3	27%
La 8	0,8	0,7	-0,1	-12%
ENCLOS	0,1	0,2	0,1	100%
EMADRID	0,4	0,4	0	0%
TV MEDITERRANEO	0,4	0,5	0,1	25%



† El conjunto de las Autonómicas promedia el 7,4% de cuota de pantalla, lo que supone un descenso de una décima con respecto al año anterior y su mínimo histórico.

* La catalana TV3 (11,4%) es la cadena líder en su ámbito de emisión y la autonómica que consigue la cuota de pantalla más alta, si bien media 1,1 puntos.

* Mínimas de TV3, ETB2, IB3, SUPER3/33. Comienzo de la medición de La7TV.

* Las autonómicas privadas promedian el 0,5% de cuota.

* BTU (1,4%) en Cataluña es la cadena de este grupo que consigue una mayor cuota y además muestra una tendencia con respecto al 2015.



Gráfico 12 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media

Los titulares con respecto a las audiencias de las televisiones autonómicas serían:

- Las televisiones autonómicas obtienen un promedio de audiencia del 7,4% de cuota de pantalla, lo que supone un descenso peligroso de una décima con respecto a 2015 (7,5%) y obtienen su mínimo histórico.
- La televisión autonómica catalana TV3 con un 11,4% con continúa siendo la cadena líder de las autonómicas, aunque en 2015 tuvo un 12,5%. Continúa siendo la autonómica con la cuota de pantalla más alta, la parte

negativa de estos datos es que baja a su mínimo histórico perdiendo un -1,1%.

- La televisión gallega remonta del 9,3% que tuvieron en 2015 a un 9,8% ganando un 0,5%.
- Otra de las grandes, Canal Sur también gana un diferencial del 0,3% pasando de un 8,3% en 2015 al 8,6% en 2016.
- La segunda cadena vasca en castellano retrocede de un 8,0% en 2015 al 7,3% en 2016 con un diferencial negativo de -0,7%.
- La primera cadena vasca ETB 1 que emite en euskera se queda igual que estaba con un 1,9%.
- La televisión autonómica extremeña (fuera de Forta) es también una de las televisiones autonómicas que descienden en audiencia pasando del 6,6 % obtenido en 2015 al 5,5% en 2016 lo que supone un diferencial negativo del -1,1%.
- La televisión autonómica canaria también es una de las que baja notablemente, en este caso canarias tuvo un 5,9% en 2015 y terminó 2016 con 5,1% con un diferencial negativo del -0,8%.
- Los televidentes asturianos de Televisión Principado de Asturias siguieron su televisión en 2015 con un 5,6% y en 2016 con un 5,0% lo que hace una audiencia negativa del -0,6%.
- Tele Madrid subió en audiencia, en el comparativo del año pasado, pasando desde un 4,1% en 2015 al 4,8%, con un diferencial positivo del 0,7%.
- La televisión de las Islas Baleares de un 5,4% pasa al 3,4%, lo que representa un dato muy negativo del -2,0%.
- Comienza con datos esperanzadores de las mediciones en la televisión autonómica murciana gestionada por Secuoya 7 TV pasando de 0 a un 2,4 % con un saldo positivo de 2,4%.
- CMM o la antigua RTVCM sube del 4,6% al 5,1% debido a la desmesurada inversión en estrellas mediáticas y la contratación de productoras de altos presupuestos, habiendo sido necesaria la inyección económica a finales de 2016 del gobierno regional para salvar el año. Tiene un incremento del 0,5%.
- Aragón Tv desciende del 10,4% en 2015 a 9,0% en 2016, mal dato que enciende todas las alarmas en la televisión aragonesa. Representa un saldo negativo del 1,4%.
- Las autonómicas privadas vuelven a promediar el 0,5% de cuota.
- 8 TV (3,4%) de Cataluña es la cadena de este grupo que consigue una mayor cuota y además mejora una décima con respecto al 2015.

Los datos de audiencia obtenidos por las televisiones autonómicas, en su conjunto, durante 2016 arrojan el dato más bajo de audiencia de toda su historia, dato totalmente contradictorio con el ascenso casi generalizado de sus presupuestos.

Todos los entes públicos que forman Forta (Federación de Organismos y Entidades de Radio y Televisión Autonómicas) cuentan en la actualidad con 26 canales regionales y obtuvieron en su conjunto un 7,4% de Share, según los datos de Kantar Media. Un dato muy preocupante, ya que es casi la mitad del 14,2% que tenían nueve años antes en 2007.

El dato del descenso de la audiencia de las televisiones autonómicas en 2016 y el mantenimiento de la financiación pública agravado, por su aumento en muchos casos, presenta un panorama muy complicado para estas televisiones, ya que muchos sectores sociales de cada comunidad autónoma están planteando constantemente ante la sociedad la pregunta de si realmente es necesario este gasto soportado por los distintos gobiernos autonómicos.

Todas las televisiones de Forta tuvieron una inyección de sus gobiernos que asciende a 851 millones de euros.

Estos datos de audiencia obtenidos por las autonómicas se asemejan a los obtenidos por televisión española, ya que como las autonómicas mejoran en los meses finales, obtiene su tercer dato histórico.

2.7.5 Audiencias informativos

Estudiando las audiencias que tienen los servicios informativos de las diferentes cadenas autonómicas se puede destacar los siguientes datos referidos a 2015, ya que no se han obtenido los de 2016.

Canal	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Radio 5	119.9	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8
Radio 4	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8
Radio 3	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1
Radio 2	119.9	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8
Radio 1	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8
Radio 0	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1
Radio 6	119.9	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8
Radio 7	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8
Radio 8	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1
Radio 9	119.9	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8
Radio 10	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8
Radio 11	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1
Radio 12	119.9	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8
Radio 13	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8
Radio 14	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1
Radio 15	119.9	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8
Radio 16	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8
Radio 17	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1
Radio 18	119.9	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8
Radio 19	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8
Radio 20	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1
Radio 21	119.9	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8
Radio 22	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8
Radio 23	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1
Radio 24	119.9	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8	119.7	119.8
Radio 25	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8	108.8
Radio 26	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1	101.1

Tabla 10 Fuente Aragón TV. Anuario 2015 www.cartv.es

Los servicios informativos de las cadenas de televisión, y en nuestro caso las autonómicas, son la columna vertebral de la cadena y el punto de mira donde apuntan todas las críticas y ataques que reciben las televisiones.

Los informativos autonómicos nos acompañan a todos los televidentes y sus presentadores son los rostros cercanos y muy familiares, ya que forman parte de nuestro día a día. Nos cuentan lo que pasa en el mundo, nuestra comunidad y hasta lo que ocurre muy cerca de nosotros.

Detrás de ellos están unos rostros, de los cuales no se conoce casi nada, solamente que son unos grandes profesionales con gran vocación, que están siempre al pie del cañón con una enorme pasión por la información.

En estos momentos los servicios informativos de las televisiones autonómicas están viviendo una época convulsa y competitiva debida a una información excesiva y a la competencia de, *"la prensa escrita, las televisiones públicas y privadas nacionales, las radios, los medios digitales, los móviles, las redes sociales etc."*. El panorama está lleno de información y tanto volumen que llega diariamente hace que no se pueda, en muchos momentos, procesar. En una sociedad globalizada, y cada vez más compleja, una noticia que ocurre en la otra punta del mundo, medios de comunicación y las redes sociales, nos la cuentan casi en tiempo real, pero también una noticia de una comarca cercana tiene el mismo derecho de aparecer en el informativo autonómico, de ahí el proceso de homogenización de la información en los servicios informativos de las televisiones autonómicas.

Es una sociedad que necesita que los profesionales, procesen, prioricen y nos cuenten toda la información que les llega. Los periodistas deben de ser profesionales preparados, formados, que sean buscadores de fuentes que las traten y que sepan contarlas. Iñaki Gabilondo¹¹⁴ decía:

"Es una época de información excesiva. Podemos llenarnos de información y no entender lo que está pasando. Es una sociedad cada vez más compleja que necesita que se explique. Ese es el papel del periodista: alguien con la capacidad de formarse, de buscar fuentes y que exista ese comunicador"(...) "En televisión no es necesario el busto, pero sí es importante que la sensación de que hay alguien que te esté contando lo que pasa. Necesitas buscar un referente que te ordene ese mundo com-

114 José Ignacio Gabilondo Pujol, nacido el 19 de octubre de 1942, más conocido como Iñaki Gabilondo, uno de los grandes comunicadores españoles. Periodista y locutor de radio.. Ha realizado casi toda su carrera profesional en la Cadena SER, dirigiendo desde 1986 el magazine "Hoy por hoy". En la actualidad es un comentarista de referencia en el panorama político español

plejo y te dé una mirada. Eso es lo importante de la televisión: no tanto la imagen del presentador, sino su presencia".

Los servicios informativos de las televisiones autonómicas, aunque muy controlados por el poder político de turno, sobre el papel esta regulados, en algunos lugares tienen consejos de redacción. Pero la verdadera realidad es que están muy cuestionados ya que los responsables de informativos, así como los directores generales que los nombran, salvo algunas pequeñas excepciones son nombrados por los consejos de gobierno de las comunidades autónomas y siempre son cercanos a ellos.

Durante muchos momentos se ha tratado de crear mecanismo de control de los informativos autonómicos. Los consejos de redacción han tratado de poner orden en los informativos, pero en la realidad no les han dejado hacer muchas cosas al respecto.

Esther Cervera en 2014, escribió un interesantísimo libro sobre las caras de los grandes profesionales que día a día se ponen delante de las cámaras para ofrecernos las noticias en los informativos, el libro habla de:

"Nos han acompañado desde siempre hasta el punto de haberse convertido en rostros familiares que ya forman parte de nuestra propia historia, esa que ellos desde la pequeña pantalla se encargan de contarnos y explicarnos. Y, sin embargo, en realidad sabemos muy poco de quiénes son, qué piensan o qué les impulsa a estar siempre al filo de la noticia. Porque detrás de esas caras hay unos profesionales con una gran vocación, una enorme pasión por la información y por la comunicación". "Canal+ ha reunido a las principales figuras de los informativos en España de las últimas cuatro décadas para hablar del presente, el pasado y el futuro del periodismo televisivo en nuestro país. La serie documental ha servido como punto de partida para que Esther Cervera escriba el relato de esas conversaciones que discurrirán al lector un punto de vista diferente sobre el oficio de informar y sobre la misma información que diariamente consume a través de la televisión". (Ester Cervera, 2014).

Al analizar los datos de audiencias obtenidos por los informativos de las televisiones autonómicas que más han destacado, en primeros y segundos puestos de las audiencias de todas las autonómicas, se puede ver que:

- *Telexornal 1*¹¹⁵ de la televisión autonómica de Galicia tuvo su primacía en el informativo de primera edición los años

115 Informativo de mediodía de la Televisión gallega.

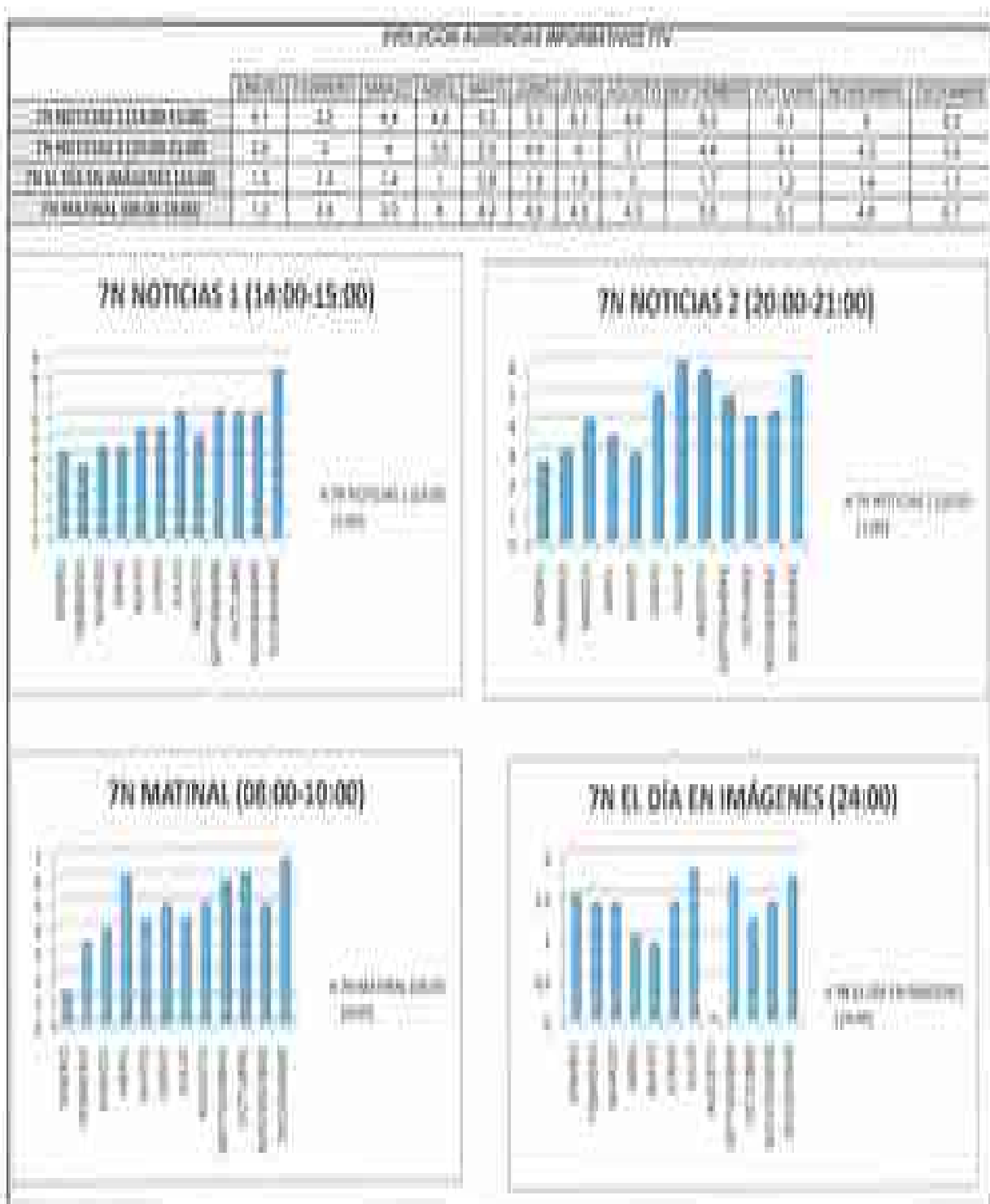
- 2006 (primera opción) con 27,2% de audiencia
 - 2007 (primera opción) con 27,4%
 - 2008 (primera opción) 31,3%
 - 2009 (primera opción)29,3%
 - 2010 (segunda opción) 29,2%
 - 2011 (primera opción) 31,3%
 - 2012 (no relevante) 28,7%
 - 2013 (segunda opción) 29,8%
 - 2014 (segunda opción) 29%
 - 2015 (segunda opción) 27,3%
- *Aragón Noticias 1*¹¹⁶ de la televisión autonómica de Aragón tiene varios años como número uno de audiencia y otro como segundo puesto. El resto no es relevante
 - 2006 (no relevante) con 12,5% de audiencia
 - 2007 (no relevante) con 15,7%
 - 2008 (no relevante) 20,8%
 - 2009 (no relevante) 21,7%
 - 2010 (no relevante) 23,2%
 - 2011 (no relevante) 27,1%
 - 2012 (segunda opción) 30,5%
 - 2013 (primera opción) 31,5%
 - 2014 (primera opción) 32,2%
 - 2015 (primera opción) 28,8%
- *Telenoticias Migdia*¹¹⁷ de la televisión autonómica de Cataluña TV3 tiene varios años como número uno de audiencia y otro como segundo puesto.
 - 2006 (segunda opción) con 27% de audiencia
 - 2007 (segunda opción) con 26,2%
 - 2008 (segunda opción) 24,7%
 - 2009 (segunda opción) 26,2%
 - 2010 (primera opción) 30,3%
 - 2011 (segunda opción) 28,9%
 - 2012 (primera opción) 31,2%
 - 2013 (dato no relevante) 29,3%
 - 2014 (dato no relevante) 27,2%
 - 2015 (dato no relevante) 22,2%

El resto de televisiones no alcanzan ningún primer puesto ni un segundo puesto y hacen una media que no supera en casi ningún caso un 20%, con excep-

¹¹⁶ Informativo de mediodía de la Televisión aragonesa.

¹¹⁷ Informativo de mediodía de la Televisión catalana.

ción de 7N Noticias 1 que tiene índices muy bajos, pero se ve una clara progresión desde su privatización por el grupo de comunicación SECUOYA. Las audiencias de 7RM en sus informativos de 2016 fueron:



	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
1	TV3 17.8	CSUR 16.9	CSUR 16.8	CSUR 15.8	TV3 14.3	TV3 14.1	TV3 14.3	TV3 13.5	TV3 12.6	TV3 12.5
2	CSUR 16.2	TV3 16.6	TV3 15.5	TV3 14.5	CSUR 12.7	TV3 12.3	TV3 11.5	ATV 11.5	ATV 11.3	ATV 10.4
3	TV3 15	ETB2 14.8	ETB2 15.1	TV3 14.3	TV3 12.3	CSUR 10.7	ATV 11.3	TV3 10.0	TV3 10	TV3 9.3
4	ETB2 14.8	TV3 14.1	TV3 14.6	ETB2 13.4	TVCAN 10	ATV 10.7	CSUR 10.1	CSUR 9.9	CSUR 9.5	CSUR 8.3
5	CS 11.7	CS 12.7	CS 12	CS 11.8	ETB2 9.4	ETB2 8.2	ETB2 9.9	ETB2 9.6	ETB2 9	ETB2 8
6	CMT 11.4	CMT 11.1	TVM 10.5	TVCAN 11.6	ATV 9.4	TVCAN 7.9	TVCAN 7.6	TVCAN 7.2	TVCAN 7.3	CEXMA 6.6
7	TVM 10.7	TVM 10.5	CMT 10.2	CMT 10.3	CS 8.4	TPA 7.7	TPA 6.9	IB3 5.9	TPA 6.2	TVCAN 5.9
8	TVCAN 8.5	TVCAN 9.3	TVCAN 10.2	TVM 9.7	TVM 8	TVM 6.4	IB3 6.3	TPA 5.4	IB3 5.8	TPA 5.6
9	IB3 6.7	ATV 6.7	ATV 8.8	ATV 9.6	TPA 7.6	CMT 6.4	TVM 5.3	CEXMA 4.5	CEXMA 5.7	IB3 5.4
10	ATV 4.7	IB3 6.5	TPA 7.4	TPA 7.6	CMT 7.5	CS 6	CMT 5.1	CMT 4.4	CMT 4.6	CMT 4.6
11	TPA 3	TPA 4.5	CEXMA 4.8	CEXMA 5.2	IB3 5.5	IB3 5.2	CS 5	TVM 3.8	TVM 4.2	TVM 4.1
12	TRM 1.5	CEXMA 4.3	IB3 4.7	TRM 5.2	CEXMA 5	TRM 4	TRM 2.5	CS 3.7	CYL 1.4	CYL 1.3
13	CYL 7.0	TRM 2.8	TRM 4.1	IB3 5.1	TRM 4.6	CEXMA 1.7	CYL 1.6	CYL 1.5	CS 0	CS 0
14	CEXMA 0	CYL 7.0	CYL 7.0	CYL 7.0	CYL 7.1.7	CYL 7.1.7	CEXMA 1.5	TRM 0.5	TRM 0	TRM 0

Gráfico 13 Fuente: 7RM

2.7.6 Evolución histórica

En el siguiente cuadro se tiene representada la evolución histórica de las audiencias en todas las televisiones autonómicas desde 2006 hasta el año 2015. Un período en el que se ve claramente el descenso producido año tras año y que está poniendo en claro peligro su viabilidad.

	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015
1	TV3 17.8	CSUR 16.9	CSUR 16.8	CSUR 15.8	TV3 14.3	TV3 14.1	TV3 14.3	TV3 13.5	TV3 12.6	TV3 12.5
2	CSUR 16.2	TV3 16.6	TV3 15.5	TV3 14.5	CSUR 12.7	TV3 12.3	TV3 11.5	ATV 11.5	ATV 11.3	ATV 10.4
3	TV3 15	ETB2 14.8	ETB2 15.1	TV3 14.3	TV3 12.3	CSUR 10.7	ATV 11.3	TV3 10.0	TV3 10	TV3 9.3
4	ETB2 14.8	TV3 14.1	TV3 14.6	ETB2 13.4	TVCAN 10	ATV 10.7	CSUR 10.1	CSUR 9.9	CSUR 9.5	CSUR 8.3
5	CS 11.7	CS 12.7	CS 12	CS 11.8	ETB2 9.4	ETB2 8.2	ETB2 9.9	ETB2 9.6	ETB2 9	ETB2 8
6	CMT 11.4	CMT 11.1	TVM 10.5	TVCAN 11.6	ATV 9.4	TVCAN 7.9	TVCAN 7.6	TVCAN 7.2	TVCAN 7.3	CEXMA 6.6
7	TVM 10.7	TVM 10.5	CMT 10.2	CMT 10.3	CS 8.4	TPA 7.7	TPA 6.9	IB3 5.9	TPA 6.2	TVCAN 5.9
8	TVCAN 8.5	TVCAN 9.3	TVCAN 10.2	TVM 9.7	TVM 8	TVM 6.4	IB3 6.3	TPA 5.4	IB3 5.8	TPA 5.6
9	IB3 6.7	ATV 6.7	ATV 8.8	ATV 9.6	TPA 7.6	CMT 6.4	TVM 5.3	CEXMA 4.5	CEXMA 5.7	IB3 5.4
10	ATV 4.7	IB3 6.5	TPA 7.4	TPA 7.6	CMT 7.5	CS 6	CMT 5.1	CMT 4.4	CMT 4.6	CMT 4.6
11	TPA 3	TPA 4.5	CEXMA 4.8	CEXMA 5.2	IB3 5.5	IB3 5.2	CS 5	TVM 3.8	TVM 4.2	TVM 4.1
12	TRM 1.5	CEXMA 4.3	IB3 4.7	TRM 5.2	CEXMA 5	TRM 4	TRM 2.5	CS 3.7	CYL 1.4	CYL 1.3
13	CYL 7.0	TRM 2.8	TRM 4.1	IB3 5.1	TRM 4.6	CEXMA 1.7	CYL 1.6	CYL 1.5	CS 0	CS 0
14	CEXMA 0	CYL 7.0	CYL 7.0	CYL 7.0	CYL 7.1.7	CYL 7.1.7	CEXMA 1.5	TRM 0.5	TRM 0	TRM 0

Tabla 11 Fuente elaboración propia, con datos de Kantar Media

Si en la anterior tabla del período 2006-2015 se observa el descenso en audiencia, en el año 2016 la tendencia descendente continúa, computando una décima menos que el año anterior (7,4%).

AÑO 2016		
	CADENAS	AUDIENCIAS
1	TV3	11,4
3	TVG	9,8
2	ATV	9
4	CSUR	8,6
5	ETB2	7,3
6	CEXMA	5,5
7	TVCAN	5,1
10	CMM	5,1
8	TPA	5
9	TVN	4,8
11	IB3	3,4
14	TRM	2,4
12	CYL7	1,4
15	C9	0

Tabla 12 Fuente, elaboración propia, con datos de Kantar Media

Si se habla de casos concretos se pueden encontrar con los siguientes casos concretos:

- La televisión catalana tenía en 2006 un impresionante 17,6% y 10 años después en 2016 un 11,4% lo que representa una pérdida de todo un 6,2 de puntos.
- Canal Sur, la televisión del gobierno andaluz partía en 2006 de un 16,2% y este año 2016 la encontramos en un 8,6%, esto hace una bajada de un 7,6%.
- Tele Madrid con un 10,7% en 2006 ha bajado en 10 años hasta el 4,8% siendo un descenso 5,9%.
- La televisión autonómica gallega según los cuadros en 2006 tenía una audiencia de 15% y en 2016 un 9,8% siendo una bajada en puntos de audiencia de 5,2%.
- La televisión de Canarias en 2006 alcanzó una audiencia del 8,5%, diez años después de 2016 tan solo tenía 5,1% descendiendo 3,4 puntos.
- RTVCM que posteriormente cambio a Castilla-La Mancha Media tenía en 2006 11,4% y ahora en 2016 5,1% descendiendo un total de puntos de 6,3%.

Como se ha visto, tanto en la tabla general de audiencias de las televisiones autonómicas en el periodo 2006 a 2016 y los ejemplos de TV3, Canal Sur, Tele Madrid, TVG, TVC y CMM se puede sacar como clara consecuencia que tras 10 años estas televisiones han sufrido un impresionante descenso en sus audiencias, que en algunos caos están poniendo en claro peligro su viabilidad.

Las injerencias políticas, la mayor oferta televisiva, la TDT, el cable, las plataformas de pago y la gran bajada en la calidad del producto que ofrecen las televisiones autonómicas, están haciendo que los espectadores la abandonen. También se puede decir que la falta de grandes productos televisivos como tenían en el pasado (formula 1, grandes títulos cinematográficos, derechos de fútbol) hace que las grandes audiencias ya no estén con ellas.

2.7.7 Posicionamiento coste punto Share¹¹⁸

Como se ha visto en el anterior apartado, la audiencia de las televisiones autonómicas está bajando rápidamente y enciende todas las luces rojas de la supervivencia de estos medios de comunicación, ya que hay más opciones y un cambio muy grande de hábitos televisivos.

El sector de los jóvenes se está marchando de la televisión convencional, ya que el consumo de series y películas se hace por otros medios más cercanos a ellos. Reflejando todo esto la Forta ha presentado el estudio "Situación actual y tendencias de la radiotelevisión pública en Europa"¹¹⁹.

Entre otras conclusiones que se han visto extractadas en esta investigación, se puede ver como la radiotelevisión pública en España está por debajo de la media europea en coste por habitante, hogar, PIB y PPA¹²⁰. Clara conclusión también es la reducción presupuestaria que han sufrido estos entes públicos en los últimos cinco años que ha llegado hasta casi 35,2%.

Hay que hablar de la relación de las aportaciones prepuestas a las televisiones y los resultados de audiencia que se obtienen. Cruzando datos de audiencia con presupuestos se puede sacar las siguientes conclusiones respecto a 2016:

COSTE PUNTO SHARE			
TV Autonómica	Aporta pública en Mill.	Audiencia en %	Mill./punto share
TPA (Asturias)	19,5	6	3,25
7RM (Murcia)	8,92	2,4	3,71
Aragón TV	46	9	5,1
Canal Extremadura	34,8	5,5	6,33
CMM (C-LM)	38	5,1	7,45
TV Canarias	39,8	5,1	7,8
IB3 (Balears)	28,6	3,4	8,41
TVG (Galicia)	92,3	9,8	9,41
Telemadrid	67,9	4,8	14,15
ETB2 (Euskadi)	115,72	7,3	15,85
Canal Sur (Andalucía)	137,5	8,6	15,99
TB3 (Cataluña)	225	11,4	19,56

118
119
Bar
120
El r
Uni

s de

Conclusiones en obtención del coste punto share

Punto share más caros

- A. Cuanto más alto es el presupuesto público, en relación directa, cuesta mucho más un punto de audiencia. Aportar mucho dinero público no tiene como consecuencia directa la subida de los puntos de audiencia. No por invertir muchos se consigue un share mejor.
- B. La autonómica más cara para el erario público es TV3, su audiencia está desde hace unos años en caída libre, habiendo dejado su liderazgo histórico en algunos meses de las televisiones autonómicas.
- C. Jaume Peral, Director General de TV3 continúa relacionado directamente la mayor inversión con la subida de puntos de share, por ello insistentemente está pidiendo un importante incremento de su presupuesto al gobierno catalán.
- D. Mal parado sale Canal Sur, con sus 15,99 millones por cada punto de share, siendo carísima la producción.
- E. En la misma línea que Canal Sur, se encuentra otra de las televisiones de las consideradas históricas como es ETB2 que cuesta por punto de share un 15,85 de millones.
- F. Otra de las consideradas "grandes" como es Tele Madrid tiene un coste de 14,5 de millones por punto.
- G. La televisión autonómica de Galicia tiene un coste de 9,41 millones y cierra el listado de las autonómicas donde más cuesta un punto de share.

Punto share más baratos

- A. La televisión donde menos cuesta un punto de share es la asturiana donde solamente cuesta el punto de share 3,25 millones cada punto de audiencia
- B. Le continua la autonómica murciana (7 RM) gestionada por el grupo de comunicación Secuoya que solamente cuesta cada punto de audiencia 3,71 millones.
- C. Aragón Televisión con un 5,10% continúa estando entre las televisiones donde más barato sale un punto de audiencia

- D. Canal Extremadura, televisión autonómica que no forma parte de Forta se ve que también está dentro de la zona agradable con un 6,33 millón por punto de audiencia.
- E. La televisión autonómica de Castilla-La Mancha, antes RTVCM y Ahora Castilla-La Mancha Media (CMM) se encuentra ya casi en la frontera entre las consideradas televisiones que obtienen un punto de share barato con las caras. Castilla-La Mancha le cuesta su punto de Share 7,45 millones de euros.
- F. Las televisiones que se podrían ya considerar caras son la autonómica canaria con 7,80 millones y la de la Baleares IB3 con 8,41 millones de euros por punto de Share

Si se compara la tabla anterior correspondiente al año 2016 con la tabla siguiente, del periodo 2012-2015 en los costes por punto/share, se puede comprobar como:



Gráfico 14 Elaborado por Aragón TV en su anuario 2015, con datos de Kantar Media

- A. Teniendo la media nacional está en 15 millones el coste punto de share solamente se acerca con TV3 y Tele Madrid.
- B. Entre el 10 y el 15 tenemos a TVG, Canal Sur y ETB 2.
- C. Entre 4 y 5 estaban la televisión canaria, la asturiana, IB3 y CMM
- D. Los mejores resultados y más barato el punto de share esta compartido entre Aragón Televisión y la televisión del principado de Asturias.

- E. La tendencia de 2012 a 2015 se ve como continua en 2016, aunque con recortes presupuestarios se mantiene la tendencia de que las grandes televisiones con mayores prepuestos continúan teniendo los costes de punto de share más altos.
- F. 7 RM Murcia que no aparecía en el anterior estudio, ya aparece en 2016 y se pone en la televisión segunda más barata en el precio de punto de audiencia por millones de euros con un 2,71%.
- G. En resumen, tener mayores prepuestos no rebaja el precio de coste de audiencia, todo lo contrario, lo amplía.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Introducción

La hipótesis de inicio de esta tesis doctoral tiene como clave la aparición de las televisiones autonómicas en España, primero de forma ilegal en los territorios con lengua propia y posteriormente tras la aprobación de la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión.

Posteriormente se sumaron otras comunidades autónomas, unas creando para su funcionamiento entes públicos y otras que privatizaron el servicio.

Se ha tenido en cuenta a la hora de redactar y formular la hipótesis los siguientes criterios

- Este estudio se refiere a un ámbito de plena realidad, problemático y con mucho calado en la sociedad
- Se han estudiado tanto las televisiones autonómicas con gestión directa por sus respectivos entes autonómicos como las concedidas en gestión indirecta a empresas privadas
- Se han analizado toda la información existente, tanto de artículos de opinión, informes de las distintas televisiones, empresas auditoras de la gestión de estas televisiones, legislación y, sobre todo, se han realizado entrevistas en profundidad con los responsables máximos de muchas de estas televisiones para que nos diesen su opinión y nos explicasen sus experiencias.
- Los conceptos son claros, precisos, enumerarles y, lo más importante, constatables.
- Son referentes empíricos y observables del mundo de la televisión en las distintas comunidades autónomas de nuestro país.
- Está basada en realidad problemática con bases teóricas. En ningún momento se ha realizado ficción de la problemática ni se han realizado proyecciones de futuro, simple y llanamente se ha estudiado partiendo desde su historia, el ayer, el hoy y sobre todo el mañana con los datos obtenidos del estudio.

Con todos esos datos se han formulado las siguientes hipótesis principal y alterna que al final de la investigación se tratará de dar una respuesta concreta.

3.2 Objetivos

Los objetivos que se plantean en esta investigación son:

1. Estudiar el servicio público de la televisión autonómica
 - a) Conocer brevemente la historia de la televisión en España, con dedicación de interés especial a las televisiones autonómicas
 - b) Razones históricas que justificaron la aparición de las televisiones autonómicas en España
2. Estudio de los datos del mercado actual de la televisión en España
 - a) La inversión publicitaria
 - b) Los grupos que controlan la contratación publicitarias
 - c) El caso particular de TVE
 - d) La bajada de la audiencia de las autonómicas
 - e) La entrada de las plataformas de pago
 - f) Las concesiones de TDT y el baile de cambios en las frecuencias
 - g) El consumo por persona y día de televisión en España
3. Las televisiones autonómicas en nuestro país:
 - a) Historia
 - b) Presente de las televisiones autonómicas
 - c) Las televisiones autonómicas como servicio público
 - d) Plantillas y presupuestos
 - e) Evolución de los canales autonómicos
 - f) Audiencias informativos
 - g) Audiencias generales
 - h) Posicionamiento coste punto share
 - i) Comparativas entre presupuestos y audiencias
 - j) Diferencias entre televisiones autonómicas públicas y privadas
 - k) Comparar este modelo con los existentes de análogas características en Europa
 - l) La asociación que las agrupa y defiende sus intereses FORTA.
 - m) Concretar cual el espacio que tiene en España estos medios
 - n) Resultados
4. Las televisiones autonómicas estudiadas
 - a) RTVCM. - CMM (Radio Televisión Castilla-La Mancha)
 - b) CARTV (Corporación Aragonesa de Radio y Televisión)
 - c) RTRM (Radio Televisión Región de Murcia)
 - d) La productora adjudicataria del servicio de la Televisión Murciana, la productora Secuoya.

3.3 Formulación de las hipótesis

La hipótesis que se plantea es la siguiente: Un modelo de gestión privada proporciona a una cadena la titularidad pública –como es cualquiera de las

autonómicas- un mejor rendimiento empresarial en cuanto a gestión de plantillas, presupuesto y coste punto-share sin que merme la calidad del servicio público.

Tesis: El modelo de gestión Secuoya de la televisión murciana constituye una apuesta exitosa que puede extrapolarse al resto de las emisoras autonómicas.

3.4 Metodología

El Diccionario de Metodología y Técnica de la Investigación, define la Metodología como "la ciencia del Método"¹²¹. En este apartado trataremos sobre la operativa del proceso de investigación, las técnicas, procedimientos y herramientas de todo tipo, que podrán intervenir en la investigación.

Con el método que se ha decidido utilizar, se trazará el camino general de nuestra investigación.

Para Mario Tamayo y Tamayo:

"El planteamiento de una metodología adecuada garantiza que las relaciones que se establecen y los resultados o nuevos conocimientos obtenidos tengan el máximo grado de exactitud y confiabilidad..." (Tamayo y Tamayo, Mario, 2004)

Las técnicas de investigación que se han utilizado se basarán en procedimientos de actuación lo más concretos posibles al recorrer las diferentes fases de la investigación.

Se utilizarán:

3.4.1 Aspectos cualitativos de la investigación

Se describen pormenorizadamente las cualidades de las televisiones autonómicas en nuestro país durante estas últimas cuatro décadas, descubriendo tantas cualidades como sean posibles. Se tratará de llegar a lo más profundo posible en la investigación:

- Se estudian los datos, hechos, estructuras y encuestas ya realizadas por otros medios sobre la realidad y el momento por donde está pasando el mundo de las televisiones autonómicas.
- Se intenta un acercamiento con los expertos en esta materia a nivel nacional y con los directores generales de las cadenas autonómicas con el fin de recabar toda la información necesaria.
- En la investigación se desarrolla y se investigan los problemas del sector existentes en el momento de la investigación (año 2016).

¹²¹ Método científico destinado a explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permiten obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre

3.4.2 Aspectos cuantitativos

Siguiendo el estudio realizado se describen los siguientes aspectos:

- La objetividad es la única forma de alcanzar el conocimiento de la materia. Se utilizarán datos y mediciones exhaustivos.
- El objeto de nuestra investigación: las fórmulas de gestión de las televisiones autonómicas, tratando de tener una perspectiva desde fuera del problema y de sus soluciones.
- Se tendrá una comprensión explicativa y predictiva del futuro que tienen estas televisiones, bajo una concepción objetiva.
- Se utilizará una estrategia deductiva de la investigación.

3.4.3 Técnica de Observación

Se utilizará la observación minuciosa de todos los movimientos, actuaciones, publicaciones y estudios publicados que se hicieron y se hacen en la actualidad sobre el mundo televisivo, y en concreto sobre las televisiones autonómicas en nuestro país, de acuerdo a Muñoz Razo cuando define la Técnica de Observación:

“Como un examen minucioso y profundo de un hecho o fenómeno a través de la operación de las variables que intervienen en el comportamiento del mismo”. (Muñoz Razo, 1998)

3.4.4 Técnica de la Entrevista

Cuando se necesita recopilar información, *“la entrevista es una de las herramientas más recurrentes para los investigadores actuales”.* (Ruiz Olabuénaga 2012).

En la entrevista en profundidad se obtiene la información que se necesita sobre un estudio analítico o de diagnóstico social:

“Una entrevista a los especialistas del tema realizada en profundidad puede considerarse un instrumento profesional por el cual obtendremos la información que requerimos. La entrevista está intrínseca en nuestra cultura”. (Kvale 2011).

Se realizarán entrevistas en profundidad con los Directores Generales de las televisiones autonómicas que puedan aportar tanto la historia de sus medios, las vicisitudes, su actualidad y el futuro que creen que pueden tener estos medios.

Se hablará con los DG de Aragón Televisión, el anterior y el actual de RTRM, el DG de la productora “Secuoya” que gestiona la RTRM y con la DG de la Televisión Autonómica de Castilla-La Mancha, ahora CMM, no se ha podido conse-

guir, ya que tras dar innumerables largas, no se concretó nunca una fecha de entrevista.

Como definió Muñoz Razo a la encuesta como:

"La recopilación de opiniones por medio de cuestionarios o entrevistas en un universo o muestra específico, con el propósito de aclarar un asunto de interés para el encuestador". (Muñoz Razo, 1998).

También según Pardinás:

"Es una conversación oral, entre dos seres humanos, de los cuales uno es el entrevistador y el otro es el entrevistado". (Felipe Pardinás, 1989 p.5.2).

La finalidad siempre será obtener algún tipo de información relevante para la investigación

Se utilizará la entrevista cuantitativa. Es, según Nahoum:

"Un intercambio verbal que nos ayuda a reunir datos durante un encuentro de carácter privado y cordial que da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico". (Nahoum, 1990 p.47)

OBJETIVOS:

- Recoger y analizar datos para convertirlos a números cuantitativos. (Nahoum, 1990, p. 47).
- Con los datos obtenidos se busca la asociación o relación entre variables cuantificadas. (Nahoum, 1990, p. 47).
- Necesitan contar con características esenciales previas como son la confiabilidad y validez. (Nahoum, 1990, p. 47).

USOS

"En las entrevistas realizadas cuantitativamente, debemos prioritariamente recolectar y analizar los datos que nos sirvan para contestar las preguntas de la investigación y poder probar nuestras hipótesis que hemos realizado previamente". (Hernández, 2003, p.52).

Este tipo de investigación nos permite un contacto directo con los entrevistados, facilita la persuasión, aclara preguntas, verifica respuestas y capta el ambiente natural, observando opiniones y actitudes que se aprecian en el lenguaje no verbal.

"El instrumento se aplica a todos los participantes en condiciones similares". (Hernández, 2003, pág. 52)

3.4.4.1 La entrevista será individual

Se obtendrá una recopilación de información individual (cara a cara). Será un procedimiento sencillo y de rapidez en su realización, siendo únicamente necesaria la presencia de entrevistador y entrevistado y un soporte técnico que nos permita posteriormente su reproducción para su estudio y comprensión.

"La entrevista individual permite recopilar información cuantitativa que también aporta a la entrevista cualitativa, porque hay que distinguir claramente las informaciones, que son hechos verificables, de los puntos de vistas, análisis y opiniones". (Keats D, 1992, p- 63-64)

3.4.4.2 Técnica del Análisis del Contenido.

Esta puede definirse como:

"La clasificación de las diferentes partes de un escrito conforme a categorías determinadas por el investigador, para extraer de ellos, la información predominante o las tendencias manifestadas en esos documentos". (Felipe Pardinás, 1989 p 5.2).

Se tratará de extraer toda la información actualizada y las tendencias de último momento sobre todas las televisiones autonómicas y el mercado televisivo.

En esta investigación se ha tratado de diseñar un esquema metódico que permita al final responder a las preguntas planteadas y conseguir los objetivos propuestos tras seguir fielmente una investigación rigurosa:

"La investigación usa las estrategias empíricas que se consideran más adecuadas, acorde con el modelo conceptual en que se apoya", tal y como señala (Pérez Serrano 2014 p. 233)

Se analizará el enfoque conceptual que se crea más adecuado para la investigación. El paradigma que se asume condicionará toda la investigación realizada, por lo tanto, se tratará de ahondar en la viabilidad del formato actual de la televisión autonómica en nuestro país, las posibles soluciones a su actual situación y como es el futuro.

En resumen, el paradigma será plasmar en este momento el enfoque que tiene la comunidad televisiva sobre la viabilidad, evolución y crisis del modelo de televisión autonómica.

Con esta investigación se pretende conocer en profundidad como se encuentra el modelo televisivo autonómico, analizando el pasado y el presente desde distintos puntos de mira. Se estudiarán informes, documentos, publicaciones de

autores doctos en la materia, publicaciones oficiales y opiniones de los protagonistas.

3.4.4.3 Diseño de la Entrevista.

Estas entrevistas están estructuradas de modo que el autor de la tesis ha llevado el guion y la iniciativa, sobre un esquema predeterminado, aunque también se ha optado por flexibilizar las preguntas dependientes del desarrollo de la entrevista.

Siguiendo los criterios predeterminados, las entrevistas son individuales, monotemáticas (Las televisiones autonómicas) y semi-estructuradas.

Se ha decidido utilizar el método de la entrevista como técnica de recogida de la información en la información de tipo cualitativo. La entrevista resulta una técnica muy utilizada y eficaz en la que:

“Pretendemos descubrir o plantear preguntas que nos ayuden a reconstruir la realidad tal y como la observan los sujetos de un sistema social definido”. (Sampieri y Cols 2003).

No se pretende probar ninguna hipótesis ni medir efectos, lo que se quiere con estas entrevistas es mostrar la realidad actual y como está el mercado de la televisión autonómica.

Esta investigación está centrada directamente en las televisiones autonómicas, hablando con sus directivos y con las personas que forman sus equipos.

Se pretende que sea un proceso lo más flexible posible, tratando de recopilar descripciones, experiencias y diálogos sobre todo tipo de cuestiones abiertas.

Se tratará de obtener y acumular respuestas objetivas, opiniones, sensaciones y estados de ánimo que sirvan como enriquecimientos de la información que nos faciliten.

Las entrevistas serán no estructuradas o abiertas, sin ningún tipo de guion previo. Se tratará que la información que se obtenga sea el resultado de una distendida conversación en la que se conversará sobre el mundo televisivo.

De todas formas, con estas entrevistas se requerirá una gran documentación y preparación para este estudio, ya que la estrategia y el devenir de ella, se podría reconducir a un cambio de estrategia si se observa desvío del tema propuesto. Habla de la entrevista no estructurada como:

“Entrevista en profundidad. Sus objetivos son comprender más que explicar, maximizar el significado, alcanzar una respuesta subjetivamente sincera más que objetivamente verdadera y captar emociones pasando por alto la racionalidad. El entrevistador lleva el control absoluto de la

entrevista, aunque parezca que el protagonista sea el entrevistado por sus libres intervenciones". (Ruiz Olabuénaga 1996).

3.4.4.4 Panel de expertos

La entrevista a los Directores Generales de las televisiones autonómicas estudiadas en profundidad y a la productora audiovisual privada que ejerce las funciones en exclusividad para RTRM tratan de obtener datos de sus antecedentes, sus problemas, sus vicisitudes y sobre todo el futuro que les depara. Es una serie de entrevistas con importante complejidad y que requiere un amplio conocimiento del objeto de los contextos de búsqueda de respuestas. Las reflexiones de los entrevistados también son de gran relevancia para el estudio.

Los nombres que configuran el panel son:

- A. Carmen Amores García. Directora General en RTVCM (Actualidad) (Nos concedió entrevista).
- B. Jesús López Cabeza. Director General Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (Actualidad).
- C. Diego Pedro García García. Director General Radio Televisión Región de Murcia. - De diciembre de 2012 a mayo de 2016.
- D. Juan Miguel Aguado Terrón. Director General de Radio Televisión Región de Murcia. - Desde mayo de 2016 (Actualidad).
- E. J. Pablo Jimeno. Director General de Secuoya. Grupo de Comunicación (Actualidad).
- F. Alejandro Samanes. Director General de 7 TV (RTRM) Grupo Secuoya (Actualidad).
- G. José Miguel Contreras. -Doctor en Periodismo. Experto en Comunicación, empresario en medios de comunicación y productor televisivo.

3.5 Punto de partida

La caída a mínimos históricos tanto en credibilidad como en audiencias de las televisiones autonómicas ha sido una constante en los últimos años, poniéndose en grave peligro de subsistencia este tipo de canales de televisión.

El principio de la crisis para este tipo de televisiones viene íntimamente relacionado con la crisis económica que ha padecido, o, mejor dicho, está padeciendo todavía España, y por supuesto los medios de comunicación no han sido ajenos, sino que se podría decir que han sido los más gravemente afectados.

Nada más iniciarse el 2009 y cuando los ingresos comenzaron a mermarse en las comunidades autónomas, las administraciones regionales iniciaron una reducción significativa en sus presupuestos. Estas reducciones que en algunos casos fueron consideradas muy "duras", evidentemente también fueron trasladadas a las televisiones autonómicas. Lo peor de todo es que los canales no ini-

ciaron, lo que hubiese sido lógico unos planes de ajuste y de adelgazamiento de sus estructuras, todo lo contrario, continuaron en la dinámica de mantener sus abultadas plantillas y contratos astronómicos tanto en estrellas mediáticas como en contratos de derechos de emisión de formatos televisivos y películas.

Esta situación tuvo como consecuencia que los canales se endeudaron más y más. Los recursos publicitarios mermaron en unos niveles hasta la fecha nunca vistos y como los canales no redujeron sus gastos, la situación se tornó en altamente preocupante.

Si la situación económica se ha deteriorado enormemente el clima social y político también ha seguido a la par, ya que estas televisiones han continuado perdiendo la confianza y el seguimiento de los espectadores de sus respectivas comunidades autónomas, ya que como norma general han sido instrumentos políticos de sus gobiernos y coladeros para que engrosasen sus plantillas los seguidores y militantes cercanos de cada partido gobernante.

La audiencia, mes a mes, les ha dado la espalda, salvo casos muy puntuales, obteniendo un decrecimiento muy importante en sus audiencias. Estos elemen-

Resultados cadenas Autonómicas

Cadena	Audiencia (Miles de personas)		Diff. Prec.	Diff. %
	2014	2015		
TOT	11.0	10.4	-0.6	-5%
TV3	3.3	3.4	0.1	3%
TV6	3.3	3.0	-0.3	-9%
CANAL 5	3.0	2.8	-0.2	-7%
ETB2	2.0	1.8	-0.2	-10%
ETB4	1.4	1.3	-0.1	-7%
TVCANAL	1.3	1.1	-0.2	-15%
TELEMADRID	1.1	1.0	-0.1	-9%
ETB3	1.0	1.0	0.0	0%
TV34	1.0	1.0	0.0	0%
SUPER3/33	1.0	1.0	0.0	0%
SPORTS	1.0	1.0	0.0	0%
ETB4	1.0	0.9	-0.1	-10%
TV32	1.0	0.9	-0.1	-10%
LACRINA	0.7	0.7	0.0	0%
COM-AM	0.6	0.6	0.0	0%
ARCA TV	0.6	0.5	-0.1	-17%
GALICIA TV	0.6	0.5	-0.1	-16%
888 CLONIA	0.6	0.6	0.0	0%
TV3CAT	0.6	0.6	0.0	0%
ETB3	0.6	0.6	0.0	0%
BARCELONA	0.4	0.4	0.0	0%
LA TV	0.4	0.4	0.0	0%
CANAL EXT TV	0.4	0.3	-0.1	-25%
TV4	0.4	0.3	-0.1	-25%
888	0.4	0.4	0.0	0%
TR40	0.4	0.3	-0.1	-25%

El conjunto de las Autonómicas crecieron un 7,4% en cuanto al AUDIENCIA, lo que supone un descenso de una décima con respecto al año anterior y al mismo período.

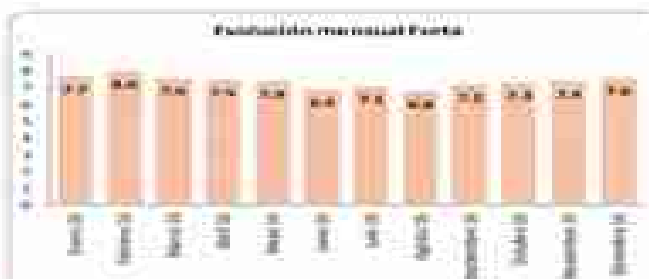
La CATALANA TV3 (3,4%) es la cadena líder en su ámbito de emisión y la AUTONÓMICA que sufre la caída de audiencia más alta, lo que supone 1,1 puntos.

Algunas de TV3, ETB2, 888, SUPER3/33, COM-AM de La ARCA y de La TV.

Las AUTONÓMICAS PRIVADAS crecieron a ritmo de 11,0, 10% de más.

ETV (3,4%) de Cataluña es la cadena de este grupo que consigue una mayor cuota y además supera una décima los resultados 2014.

Cadena	Audiencia (Miles de personas)		Diff. Prec.	Diff. %
	2014	2015		
TOT PRIV	10.6	11.8	1.2	11%
ETV	3.3	3.4	0.1	3%
V TELEVISION	3.4	3.3	-0.1	-3%
CYFL	1.8	1.9	0.1	6%
LAR	0.8	0.7	-0.1	-13%
BUCAR	0.1	0.1	0.0	100%
BARCELONA	0.0	0.0	0.0	0%
TV AUTONÓMICA	0.4	0.3	-0.1	-25%



tos han tenido como clara consecuencia unos mínimos históricos en sus audiencias al conseguir unos niveles históricos en descenso de audiencias pasando de un 7,5% en 2015 a un 7,4% en 2016 según Kantar Media¹²²

Tabla 14 Fuente Barlovento comunicación con datos de Kantar Media

Si se analiza detalladamente la tabla anterior se puede observar que el conjunto de las autonómicas promedia el 7,4 % de cuota de pantalla, lo que significa un descenso de una décima con respecto a 2015 y su mínimo histórico.

Los titulares serían (En el apartado de audiencias de la Tesis se detallarán pormenorizadamente todos los datos de audiencia):

- A. Los mínimos de TV3 ETB2 IB3 Súper 3/33
- B. El comienzo de las mediciones de la 7 RM (RTRM)
- C. Las subidas destacables de Canal Sur, CMM, Tele Madrid y Galicia
- D. La importante bajada de la Televisión de Canarias y la del Principado de Asturias
- E. Las bajadas moderadas Galicia y Aragón
- F. Entrada en los audímetros de la 7 RM de RTRM

Respecto al apartado de los presupuestos se puede destacar que, si todas las cadenas autonómicas que pertenecen a FORTA durante el ejercicio económico de 2015 tuvieron un montante de 928 millones de euros, incrementado seguramente en el momento que se conozcan los datos de 2016 y tras realizar una simple operación aritmética se verá que los puntos de audiencia son costosísimos para el erario público.

Por todo ello continua en candelero el eterno debate desde que se fundaron estas cadenas de televisión sobre su idoneidad, si son necesarias y si este dinero no tenía que ser empleado en otros servicios públicos que repercutan más directamente en el bienestar de los habitantes de la autonomía.

La situación actual de las televisiones autonómicas en nuestro país la podemos resumir en:

La televisión autonómica que más titulares de prensa está dando actualmente, es Tele Madrid, esta televisión se encuentra en pleno proceso de transformación fruto de la delicada situación política de la comunidad, donde gobierna el Partido Popular sin mayoría, apoyándose en Ciudadanos.

Se tratan de marcar líneas divisorias claras con los gestores anteriores provenientes de las mayorías absolutas de Esperanza Aguirre e Ignacio González, donde Tele Madrid era un terreno privado del gobierno regional.

122 Kantar Media. Empresa de medición de audiencias televisivas

Tele Madrid ha creado una nueva sociedad anónima (Radio Televisión Madrid) y está inmersa en la renovación de su consejo de administración, habiendo llegado la sinrazón a la elección de su presidente por sorteo, ya que en las innumerables reuniones no llegaron al acuerdo de un presidente por consenso.

El pasado jueves 12 de enero de 2017 con los votos de Psoe, PP. y Ciudadanos fue elegido nuevo Director General de Tele Madrid José Pablo López.

Vista la composición actual de la Asamblea de Madrid, este procedimiento no ha sido nada fácil, ya que al no estar clara una mayoría parlamentaria, la elección por consenso o simplemente por votación mayoritaria ha estado muy complicada. El Partido Popular tiene mayoría, pero no suficiente para nombrar un Director General y esto hace que la inestabilidad continúe en este canal autonómico, una circunstancia que por desgracia se ha dado en otras tantas televisiones autonómicas.

Las consecuencias del Ere que Tele Madrid aprobó en 2014 y que supuso el despido de 861 trabajadores, todavía son arrastradas por la sociedad, el TSJ lo declaró en su día improcedente

Otra televisión autonómica que no está pasando por su mejor momento es la catalana TV3. El descenso de sus niveles de audiencia está siendo últimamente "alarmantes". En poco más de una década han pasado de superar con creces el 25% de cuota de pantalla a cerrar 2016 con un 11,4%. Siendo el pasado mes de agosto de 2016 cuando tocaron suelo con un 9,4%.

Las decisiones de convertir esta televisión autonómica catalana en un altavoz de las reivindicaciones separatistas de determinados partidos políticos, defendiendo a ultranza el independentismo han hecho que muchos catalanes no afines con estas ideologías hayan decidido abandonar sus programas y cambiarse a otras televisiones.

Canal Sur es otro claro ejemplo de una televisión autonómica venida a menos, bajando ostensiblemente en sus índices de audiencia, aunque en este 2016 se ha remontando pasando de un 8,3 en 2015 a un 8,6 en 2016. Durante estos últimos meses han recibido innumerables críticas por su gestión y su total afinidad a la presidenta Susana Díaz. Joaquín Durán, su actual Director General, llegó a ese puesto en 2013, como un nombramiento interino y en la actualidad continua. El motivo también es la falta de mayoría en el gobierno andaluz que hace que sea necesario un pacto con más de un partido para sacar el nuevo nombramiento del Director General.

Hace unos meses se produjo la fusión de la radio y televisión andaluza y continúa sobrevolando la amenaza de una posible reducción de su abultada plantilla que en la actualidad supera los 1.257 empleados.

Si se habla de la televisión murciana (7 RM), este es el único caso de una televisión autonómica que tiene una productora (Secuoya), la cual gestiona toda la programación del canal. Este acuerdo ha sido prorrogado por tres años más y por un montante de 32.4 millones de euros.

En el mes de abril fue nombrado el profesor Juan Miguel Aguado nuevo Director General de RTRM, empresa pública que aglutina a la emisora de radio "Onda Regional" y a la televisión 7 Región de Murcia, nombramiento a propuesta de Podemos y que contó con el apoyo del resto de grupos políticos.

En los últimos meses 7RM ha entrado en los estudios de medición de audiencias, una herramienta con la que no contaban y que hacía que no se pudiesen evaluar sus resultados. La audiencia de 2016 fue del 2,4%. Al no contar de históricos no se puede comprobar la evolución que tendrá que retrasarse hasta el año próximo cuando ya se tengan un par de años.

Las productoras audiovisuales de Murcia también se han opuesto a la idea que circula por la región en los últimos meses de la recuperación hacia lo público de la gestión de la televisión y la radio autonómica, argumentando que esto sería muy negativo para los productores murcianos y que costaría más de 50 millones de euros al año. Las productoras murcianas están totalmente conformes con la gestión que está haciendo la productora Secuoya, ya que les genera una importantísima fuente de recursos y de trabajo. 7 RM tiene en la actualidad en un importante porcentaje de producción ajena.

Otra situación es la que vive la antigua Radio Televisión de Castilla-La Mancha (RTVCM) en la actualidad Castilla-La Mancha Media (CMM). En el último año 2016 ha obtenido un diferencial positivo del 11% pasando de un 4,6 en 2015 al 5,1 de 2016.

Los informativos han tenido una importante aceptación de los espectadores, siendo el informativo de 14.00 a 14.40 el que más televidentes concentra ante el televisor con casi 460.000.

Si hay que destacar un programa sería "*En compañía*" que inició su andadura en el verano de 2016 con Ramón García y Juncal Rivero. Este programa ha sido el verdadero buque insignia de la programación y el responsable en gran medida del avance en audiencia en 2016. El producto marca ya en los primeros meses de 2017 un agotamiento y la audiencia comienza a notarlo. Se debería de valorar si fue necesario por subir unas décimas de audiencia pagar un fichaje totalmente desmesurado y que pone en peligro la estabilidad presupuestaria de CMM.

La región de Castilla-La Mancha tiene una media de 263 minutos por persona en consumo televisivo. Siendo los mayores de 64 años los principales consumidores. Respecto a los niños se supera la media nacional con un 38%.

En cuanto a la Televisión de Galicia hay que en 2011 se aprobó una nueva Ley de Medios Públicos, Ley que contó con un amplio consenso en su aprobación. En esta nueva regularización se pretendía convertir a la Radio Televisión Gallega en una nueva empresa mercantil que pudiese blindar su independencia. Tras cinco años desde su aprobación la Ley está dando sus frutos y como resultado de ello la televisión gallega se ha aupado al segundo puesto de las televisiones autonómicas con un diferencial de un 5% pasando de un 9,3 en 2015 a un 9,8 en 2016.

El año 2016 no ha sido nada bueno para la televisión aragonesa, sus resultados han caído como una verdadera losa sobre las incipientes expectativas que manejaban. Desde el mes de septiembre de 2013 que estaban en un cómodo 13,1 hasta diciembre de 2016 con un 9,0 han tenido una considerable reducción del número de espectadores.

Al repasar las audiencias históricas de la televisión autonómica aragonesa en el mes de septiembre, se ve que pasó del 10,7% en 2012 a un sólido 13,1% un año después. Pero la línea ascendente no se mantuvo, todo lo contrario, 2014 11,1%; 2015 10,4%, y el ya comentado 9,0% actual.

Las inversiones presupuestarias a la televisión de Aragón no han sido reflejo de sus índices de audiencias En los años 2010 y 2013 la inversión se redujo ostensiblemente, pasando de los 61 millones de euros presupuestados en 2010 se pasó a 59 millones en 2011. La mayor caída fue en 2012, año en el que quedo fijado su presupuesto 46,5 millones de euros.

Bajó nuevamente en 2013 (año de una importante subida de audiencia), situándose en 42,82 millones y creció a 42,87 millones en 2014 y 43,99 en 2015.

Hay que destacar en este panorama el estancamiento de la primera cadena vasca ETB 1 con un diferencial del 0% y un 1,9 tanto en 2015 como 2016. El aumento significativo de la televisión andaluza pasando de un 8,3 en 2015 al 8,6 en 2016 y un diferencial del 4%.

Para finalizar las cadenas autonómicas privadas mantienen el 0,5 en 2015 y 2016 y destacan en la parte positiva 8TV que pasa del 3,3 al 3,4 con un diferencial del 3% y negativamente V Televisión que baja del 0,4 al 0,3 con un diferencial del -25%. La 8 también baja del 0,8 al 0,7 con un diferencial del -13%.

TRABAJO DE CAMPO

4 TRABAJO DE CAMPO

4.1 Introducción

El marco empírico de esta investigación nos aportará el momento actual por el que atraviesan las televisiones autonómicas en España, sus problemas, previsiones y futuro.

Se utilizarán todos los datos obtenidos por encuestas y estudios que actualmente están a nuestra disposición, se podrá constatar cómo está el momento actual de las televisiones. También servirá para comprobar su futuro, comparando unas televisiones con otras, sus plantillas, audiencias, presupuestos etc.

El marco empírico servirá para la experimentación, observando los datos actuales y su análisis estadístico mediante una investigación científica, observando sus actuaciones y el análisis estadístico correspondiente.

Empírico deriva del griego antiguo y ya Aristóteles lo utilizaba el método empírico para construir el conocimiento de experiencias. Los datos empíricos nacen de las pruebas, los documentos y los estudios, en resumen, de la experiencia.

4.2 Televisiones Autonómicas estudiadas

4.2.1 CART (Corporación Aragonesa de Radio y Televisión)

La Televisión autonómica de Aragón, emite bajo la denominación de Aragón TV, la empresa pública nació con el nombre de Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV). Esta joven televisión perteneciente a la Federación de Televisiones Autonómicas (Forta), nació en pruebas en el mes de diciembre de 2005, con el fin de constatar su cobertura y realizar las consiguientes pruebas técnicas. Su primera emisión en serio fue el 25 de febrero de 2006, con una retransmisión en directo de un partido de fútbol, en concreto fue un Real Zaragoza¹²³, Fútbol Club Barcelona.

Las emisiones formales, después de las pruebas comenzaron el 21 de abril de 2006 con una gala especial de presentación de la cadena y se eligieron esas fechas, ya que dos días después se conmemoraba el día de Aragón (23 de abril).

¹²³ Club de fútbol español fundado en Zaragoza en 1932.

Aragón Televisión, desde un primer momento quiso estar a la vanguardia de los equipamientos técnicos y fruto de ello es que desde 2009 han emitido en el formato 16.9 y fue la primera televisión autonómica en tener un canal HD.

En marzo de 2010, por problemas simplemente presupuestarios, tuvieron que cesar sus emisiones vía satélite, teniendo esta medida un importante deterioro en el servicio que Televisión Aragón venía dispensando a los seguidores de este canal en el extranjero.

A principios del mes de septiembre de 2015, Aragón TV reanudó sus emisiones para toda Europa a través de los satélites Astra¹²⁴ e Hispasat¹²⁵. También forma parte de Movistar TV¹²⁶.

Aragón Televisión ha firmado acuerdos con el gobierno catalán para que sus emisiones puedan verse en los municipios limítrofes de Aragón con Cataluña, incluidas grandes ciudades, también están negociando actualmente con otras comunidades autónomas limítrofes, para realizar acuerdo análogo al catalán.

Dato de audiencia significativo, se puede remarcar en el mes de mayo de 2012 cuando Aragón TV alcanzó el segundo puesto de canales que forman parte de Forta, obteniendo un 10.9 de cuota de pantalla, solamente superado por la televisión catalana TV3.

Carmen Berné Manero, Víctor Orive Serrano realizaron un completo estudio sobre el nacimiento de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y describe:

"La actual crisis económica, junto a los recientes cambios tecnológicos, legales y sociales producidos en la industria de la televisión, impulsa nuevos retos y oportunidades que deben ser abordados por todos los agentes que participan en la industria. Sin embargo, la literatura especializada carece de aportaciones que identifiquen grupos de interés y determinan la estructura de relaciones entre los mismos a través de puntos de interés común. Ante esta situación, el presente trabajo desarrolla una investigación cualitativa, con entrevistas en profundidad a expertos de la industria de la televisión autonómica pública de Aragón (cadena Aragón Televisión, ATV). Los resultados obtenidos permiten cubrir los objetivos del estudio descubriendo los factores de desarrollo a futuro de la industria audiovisual, en particular, para el caso de Aragón". (Carmen Berné, Víctor Orive, 2013 p. 1-10).

También se hace referencia a los acuerdos que algunas televisiones autonómicas en este caso Aragón TV y TV3 para que sus respectivas señales de televi-

124 Sistema de comunicación mediante satélites.

125 Empresa española de transmisión de datos mediante satélites.

126 Empresa participada al 100% para la distribución de señal de televisión por banda ancha y redes IP

sión puedan ser captadas en las comunidades autónomas limítrofes. A este tema hacen referencia Josep Àngel Guimerà i Orts^{127 128}:

"Este estudio tiene como objetivo describir, analizar e interpretar los acuerdos que Cataluña ha firmado con las administraciones de territorios vecinos -tanto comunidades autónomas como estados independientes- para legalizar las emisiones de la televisión autonómica TVC en esas zonas, sin cobertura legal desde su nacimiento en los años ochenta. También se consideran aquellos casos en los que han existido negociaciones, pero no se ha llegado a acuerdos. El artículo descansa sobre los resultados obtenidos en una investigación de corte cualitativo, basado en el uso combinado de análisis documental y entrevistas en profundidad. Así mismo, recoge los resultados de investigaciones previas llevadas a cabo por los autores. La investigación ha tenido un fuerte carácter exploratorio de un objeto de estudio -las emisiones supra-autonómicas- poco estudiado científicamente, con la voluntad de generar conocimiento original. El texto muestra cómo los acuerdos son fruto de la voluntad catalana de regular las emisiones de TVC en todos los territorios donde se habla catalán. Así mismo, pone de manifiesto cómo estos acuerdos hacen explícitos los conflictos políticos y culturales existentes entre comunidades autónomas con un acervo cultural común. Más allá de la descripción, el artículo aporta elementos interpretativos que permiten entender tanto el origen y naturaleza de estos acuerdos como de los conflictos a que han dado lugar algunas de las negociaciones."

La señal de ARAGÓN TELEVISIÓN llega al 94,50% de la población aragonesa.

4.2.1.1 Principales hitos de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión

2006: El 25 de febrero Aragón Tv, realiza la primera emisión en pruebas, partido Real Zaragoza- FC Barcelona.

Empiezan las emisiones oficiales el 21 de abril de 2006. El 1 de octubre de 2005 habían comenzado las emisiones de la radio.

Se realizan las primeras pruebas de Alta definición el 15 de junio

2007: En mayo 2007 se crea Aragón SAT, para emisiones vía satélite

Aragón TV inicia una línea de apoyo a la producción de películas y documentales.

127 La regulación de las emisiones de Televisión autonómica fuera de la comunidad de origen: el caso de Cataluña (2004-2014). <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/viewFile/49525/46075>

128 Josep Àngel Guimerà i Orts, José Joaquín Blasco Gil, Universidad Autónoma de Barcelona http://dx.doi.org/10.5209/rev_ARAB.2015.v15.n2.49525. ÁREA ABIERTA, vol 15, nº 2. Julio 2015 (1-17)

2008: En junio de 2008 se convierte en la primera televisión autonómica que emite regularmente en HD en abierto.

2009: Primera cadena que emite en formato 16:9 y TDT.

2010: Comienzan las emisiones con subtítulos incorporados.

2011: Sus informativos alcanzan el liderazgo de las autonómicas.

Presenta su nueva Web *A la carta*.

Recibe el premio Iris de la Academia de la televisión por sus programas "pequeños, pero no invisibles".

2012: Se convierte en el primer medio de comunicación nacional que incorpora el lenguaje HTML 5 en su portal de internet.

2013: Alcanzan sus informativos la mayor audiencia de las cadenas autonómicas con un 31,5%

Reciben el premio Iris al mejor informativo autonómico.

Terminan el año con una audiencia del 11,5%, convirtiéndose en la segunda cadena autonómica con mejor audiencia detrás de TV3.

2014: Obtienen el premio Iris de la academia de la televisión por su programa "Oregón Televisión".

2015: Lanzas su nueva Web.

4.2.1.2 Organigrama Corporación Aragonesa Radio Televisión

Un organigrama de funcionamiento de Aragón Televisión donde se puede ver como se estructura la sociedad. Tres grandes departamentos: Contenidos, Informativos y explotación. De ellos se estructura unos departamentos de coordinación sencilla y de organización adecuada que hace una correcta estructuración.



Gráfico 15 Fuente CART anuario 2015 www.cart.es

4.2.1.3 Audiencias de Aragón Televisión. Período 2006-2016

Al hablar de su programación se puede destacar, que es eminentemente informativa y de entreteniendo, destinada especialmente al público de Aragón.

Hay que destacar sus directos de todos los acontecimientos festivos de cualquiera de las provincias que componen Aragón. Mención especial es para el área de informativos, con una muy cumplida cobertura de todos los acontecimientos aragoneses y nacionales. No hay que olvidarse de los importantes despliegues de medios para las programaciones especiales de las fiestas de Teruel, Huesca y Zaragoza.

Aragón televisión tuvo un arranque espectacular y una subida que le hizo codearse con las grandes cadenas autonómicas de toda la vida. de 2007 (6,70%) a 2013 (11,50%) doblo la audiencia en tan solo seis años.

La crisis económica que han vivido todas las televisiones, también ha hecho mella en Aragón televisión. El descenso de toda la Forta está haciendo que también bajen hasta cerrar el 2016 con un 9%. Lo que pase en 2017 es una incógnita, pero las previsiones no son nada buenas.

Audiencias de Aragón TV

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
2006											47%	47%
2007	5,2%	5,6%	6%	6,5%	6,8%	6,7%	5,7%	7,1%	7%	8,7%	2,5%	7,6%
2008	8,7%	8%	8%	7,9%	7,4%	8,2%	9,3%	12,2%	9,7%	10,5%	12,2%	9,9%
2009	10,8%	10,1%	10%	9%	9%	9,5%	9,5%	11,9%	8%	10,2%	9,8%	9,5%
2010	9,7%	9,9%	10,6%	6,9%	8,5%	8,2%	7,4%	11,1%	11,4%	12,4%	12,9%	10%
2011	10,2%	10,3%	10,6%	10,7%	9,6%	9,7%	10,3%	11,3%	11,6%	13,2%	11,3%	10%
2012	10,9%	11,5%	11,7%	11,8%	10,9%	10,2%	10,9%	10%	10,7%	12,0%	11,4%	11,3%
2013	11,2%	10,9%	11,1%	11,2%	10,7%	11,4%	12%	13,1%	11,2%	13,7%	11,1%	11,3%
2014	11,6%	11,4%	11,7%	11,5%	11%	10,4%	10,6%	11,9%	11,1%	12,9%	11%	11%
2015	10,3%	12%	10,7%	10,1%	9,1%	10,6%	10,4%	10,7%	9,6%	12,8%	9,6%	9,6%
2016	9,8%	10,3%	10,2%	9%	8,5%	8%	8,2%	8,3%	7,9%	10%	8,4%	8,4%

Tabla 15 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media

Las audiencias de Aragón TV obtienen un pico de share del 11,50% en 2013, un suelo de 4,7% en 2006 y una bajada importante (9%) en el último año estudiado 2016.

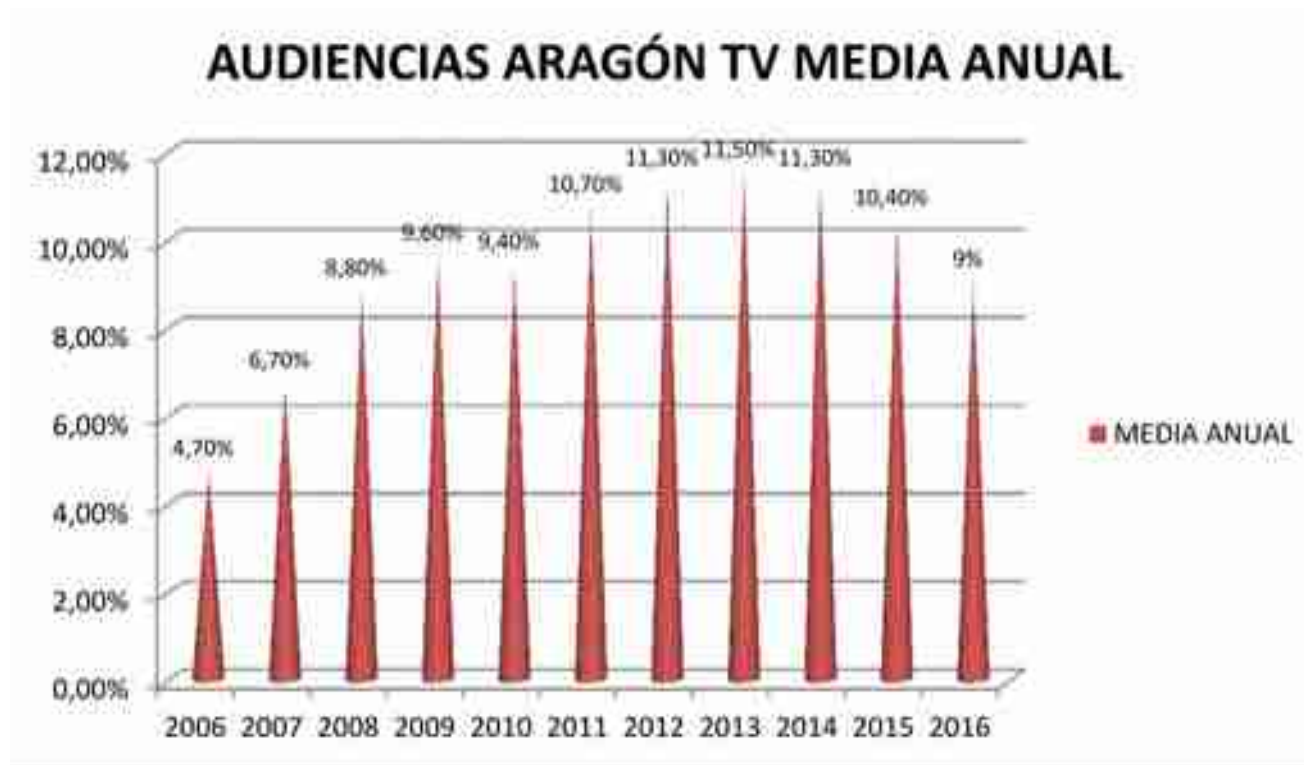


Gráfico 16 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media

Analizando los gráficos de audiencias de la televisión autonómica de Aragón se pueden observar varios puntos a destacar a continuación:

- Arranca su audiencia en el mes de noviembre de 2006 con un 4,7%. Un dato muy alto para el arranque de una nueva televisión.
- En octubre de 2013 Aragón Televisión obtiene un record de audiencia que le hace ponerse en segundo puesto de las autonómicas por detrás de TV3 con un 13,7%.
- Al totalizar se puede ver como en 2006 (año de arranque) lo cerraron con un 4,70% y ahí comienza su ascenso progresivo con un 2007 con un 6,70%, 8,80% en 2008, 9,60% en el año 2009.
- En 2010 baja la audiencia en 20 décimas y se sitúa en 9,40%.
- En 2011, se recupera nuevamente y obtiene un 10,70% con una subida de casi un 1,30%.
- 2012 obtienen una nueva subida y se incrementa la audiencia con 60 décimas y cierra el año con un 11,30%.
- En 2013 continua el ascenso y se ganan 20 décimas y se queda en un 11,50%.

- En el 2014 tiene un leve retroceso de 20 décimas y baja al 11,30% nuevamente como tuvo en 2012.
- En 2015 continua el descenso, siendo más acentuado y perdiendo 90 céntimas y quedan en un 10,40, siendo niveles de finales de 2010
- Y en 2016 se produce un auténtico bajonazo al perder un punto y cuarenta décimas y cerrar 2016 con un exiguo 9% y niveles de 2008.

COSTE PUNTO SHARE			
TV Autonómica	Aporta pública en Mill.	Audiencia en %	Mill./punto share
Aragón TV	46	9	5,1

Tabla 16 Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Media

Conforme se analiza en la tabla anterior, se puede ver como con unos datos correspondientes a 2016, Aragón Televisión tuvo un presupuesto de aportación pública de 46 millones de euros, que obtuvo una audiencia de un 9 % con un coste por punto del share de 5,10 millones de euros.

Una correlación que no es barata pero también está por debajo de muchas otras televisiones autonómicas, por lo que le hace estar en una zona que podríamos denominar “templada”, ni muy cara, ni tampoco muy barata. Se encuentra dentro de la media y da como consecuencia una aceptable gestión.

Si se habla de presupuestos en palabras de Jesús López Cabeza¹²⁹:

“Es verdad que los primeros años tuvimos unos presupuestos más expansivos, pero a partir del 2011 se produce un ajuste. Nosotros ahora mismo estamos con 46 millones del conjunto de CARTV, o sea, del conjunto de Radio y Televisión, de los cuales 4 millones y poco son de la radio y el resto de la televisión”.

También nos manifestaba el Director General de la corporación Aragonesa de Radio y Televisión:

“Nosotros con los 46 millones podemos atender la amortización de la deuda acumulada durante los años en los que todavía nos queda un recorrido y tener unos costes de explotación y de funcionamiento suficientes, y unas inversiones que nos van a permitir mantenernos tecnológicamente de una forma correcta sin entrar en zona de riesgos”.

¹²⁹ Director General de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, según entrevista personal realizada en Zaragoza el 3 de mayo de 2016.

Respecto a las carencias que tiene en la actualidad la televisión aragonesa Jesús López Cabeza nos explicaba que:

“Nos hemos encontrado que toda la digitalización que hicimos en su momento pues fuimos pioneros, ya llevamos diez años con el tema. En cuanto a la tecnología, tenemos que ir hacia la alta definición, que estamos en estos momentos en esos cambios. Nosotros esperábamos con respecto a la alta definición que el parque de televisores nacionales estuviera por encima del 50% que ya lo está, está en un 60 y tantos por ciento, con lo cual ahora ya con la renovación la alta definición está justificada y es necesaria”.

Finalmente, el DG de la televisión de Aragón dio su opinión sobre el futuro de las televisiones autonómicas diciéndonos que:

“Yo creo que tienen futuro en la medida en la que lo temático tiene su nicho. Tienen una oportunidad de conectar con sus telespectadores con cercanía y proximidad hablando de Aragón, hablando de lo que te interesa, pero también tienen una oportunidad si somos capaces de unir esfuerzos, porque la diversidad de España está reflejada en el conjunto de las televisiones autonómicas. Lo que es una oferta cultural diversa y de contenidos tematizados por Comunidades Autónomas solamente lo puede hacer el conjunto de las televisiones autonómicas. Y esa es una oportunidad hacia el mundo y eso ya es marca País... por ejemplo, determinados programas que estén en gallego, catalán o euskera, tenemos una prevención a tenerlo subtulado tremenda en el resto de España y yo estoy viendo las series en inglés, es decir, ¿qué problema hay? Hay un camino amplio y en el entorno internet en cuanto al suministro de contenidos especializados nos abre una gran oportunidad, pero tenemos que aprender a dirigir, a consensuar criterios de programación y a producir contenidos que vayan en esa línea, es decir, tenemos que virar hacia ese tema”

4.2.1.4 Premios recibidos por la cadena

“Pequeños, pero no invisibles”. Premio Iris de la Academia de la TV como Mejor programa de entretenimiento autonómico 2010.

Aragón Noticias 1. Premio Iris de la Academia de la TV como Mejor informativo autonómico 2012.

Oregón TV. Premio Iris de la Academia de la TV como Mejor programa de entretenimiento autonómico 2013, Premio en el Festival de Cine de La Almunia de Doña Godina 2014.

Unidad Móvil. Premio Iris de la Academia de la TV como Mejor programa de actualidad autonómico 2014.

Zarrios. Premio Iris de la Academia de la TV como Mejor programa de entretenimiento autonómico 2014.

Borgia. Premio TourisFilm 2014.

4.2.2 Antes RTVCM y ahora CMM (Castilla-La Mancha Media)

4.2.2.1 Etapa 2001-2011

El canal autonómico de Castilla-La Mancha (Radiotelevisión de Castilla-La Mancha) nació mediante la Ley 3/2000, de 26 de mayo de las Cortes regionales el 26 de mayo de 2000. Un poco más de un año, en concreto el 13 de diciembre de 2001 se iniciaron las emisiones regulares. RTVCM, forma parte de las televisiones autonómicas de segunda generación, junto Aragón, Asturias, Baleares, Canarias y Extremadura.

La audiencia de Castilla-La Mancha en los primeros meses se volcó con su televisión, llegando en pocas fechas a 290.000 espectadores y en algunos momentos una cuota de pantalla del 57%, por algo esta región es una de las de mayor consumo televisivo y la expectación generada con una televisión regional fue muy grande.

Jordi García Candau¹³⁰, fue su creador, ya que a él le hizo directamente el encargo de crear una televisión autonómica el Presidente José Bono¹³¹ y, siendo Candau el artífice desde el primer permiso, hasta la inauguración de las modernas instalaciones del Polígono de Santa María de Bienquerencia en Toledo.

El alma de la programación fue durante su mandato, los informativos, las retransmisiones taurinas, deportivas y la copla.

Con la victoria de María Dolores Cospedal¹³² en las elecciones autonómicas de mayo de 2011 Jordi García Candau, presentó su dimisión al cargo de Director General, dejando RTVCM. En unos niveles de audiencia en consonancia con las televisiones autonómicas que formaban Forta.

130 Nacido el 2 de enero de 1951. Licenciado en Derecho y Periodismo. El 23 de febrero de 1990 fue nombrado Director General de Radio Televisión Española. Posteriormente el 31 de octubre de 2000 tomó posesión del puesto de Director General de Radio Televisión Castilla-La Mancha

131 Nacido el 14 de diciembre de 1950. Abogado y político español. Presidente de JCCM, Ministro de Defensa y Presidente del Congreso de los Diputados

132 Nacida el 13 de diciembre de 1965. Abogada del Estado. Fue Presidenta de la JCCM y en la actualidad compagina su cargo de Secretaria General del Partido Popular con el de Ministra de Defensa.

4.2.2.2 Etapa 2011-2015

El 27 de Julio de 2011, el gobierno popular de Castilla-La Mancha nombró como nuevo Director General del Ente Público a Ignacio Villa¹³³, proveniente de los servicios informativos de la Cadena Cope¹³⁴.

Nada más llegar Villa a la Dirección General hizo mucho hincapié en realizar un cambio profundo del Ente, y en concreto el 3 de octubre de 2011 puso en marcha una nueva etapa y programación RTVCM, cambió totalmente la imagen corporativa del Ente público, el nombre de los espacios informativos, en esta época los cambios de los nombres de los programas se modificaban cada muy poco tiempo y finalmente contrató una redacción paralela a la formada por el personal de plantilla, dotándola de periodistas afines a la nueva ideología imperante en la Región. Esta decisión trajo muchos problemas sindicales, paros y lo que se vino en llamar "Los vienes a negro", donde la plantilla vestía de negro en los informativos.

En el mandato de Villa, fueron tres los jefes de informativos. Cuatro periodistas desempeñaron el cargo de subdirectores de informativos. Los responsables de informativos y los delegados del Ente en las distintas provincias, fueron en muchos casos puestos efímeros, ya que duraron muy poco tiempo en sus cargos.

Ignacio Villa cambio tres veces la imagen corporativa de RTVCM El primer cambio fue en octubre de 2011 y justo un año después, la misma imagen fue cambiada sólo alterando su color corporativo del rojo al morado. Finalmente, con el fin de cambiar totalmente tanto la imagen con la identidad para que no se pareciese en nada a sus orígenes con Jordi García Candau, en septiembre de 2013, Castilla-La Mancha Televisión, así como el resto del Ente público, estrenó nueva imagen corporativa acompañada de un cambio de nombre en el canal, siendo a partir de entonces denominada Televisión de Castilla-La Mancha.

En mayo de 2015, se produjo el cambio político en Castilla-La Mancha al constituirse un nuevo gobierno del Psoe con el apoyo parlamentario de Podemos, siendo nombrado Presidente de Castilla-La Mancha Emiliano García-Page¹³⁵. Page exigió la dimisión inmediata del director de la cadena, Ignacio Villa, este se agarró como pudo al cargo con el apoyo del anterior consejo de administración de la época de Cospedal, que todavía estaba en funciones. Fue necesario un cambio legislativo para que Villa fuese despedido. Carmen Amores¹³⁶, que ya

133 Nacido en Madrid en 1960. Es periodista y licenciado en Historia Moderna y Contemporánea. Ha sido jefe de informativos de la Cadena Cope y Director General de RTVCLM en la época de Cospedal.

134 Cadena de radio de ámbito nacional, propiedad de la Conferencia Episcopal española.

135 Nacido el 11 de junio de 1968. Político español. Ha desempeñado diversos cargos en el Gobierno de CLM y en la actualidad es el Presidente de la JCCM.

136 Licenciada en Periodismo. Ha desempeñado diversos cargos en varias televisiones. En la actualidad es Directora General de Castilla-La Mancha Media.

había sido directora de antena en la época de Candau, fue nombrada como nueva Directora General de RTVCM en el verano de 2015.

4.2.2.3 Etapa 2015 hasta la actualidad

- El Gobierno de Castilla-La Mancha el 30 de Julio de 2015 modificó la Ley de Creación del Ente Público, con el fin de evitar el bloqueo institucional del Partido Popular que impedía constantemente la renovación del Consejo de Administración del Ente.
- El 6 de agosto de 2015, Carmen Amores, procedente de Canal Sur y anteriormente en Castilla-La Mancha Televisión, asumió el cargo como nueva Directora General del Ente público.
- Tras la toma de posesión de la nueva dirección del Ente, una de las primeras decisiones fue la destitución de la directora y la sub-directora de informativos, Victoria Vigón y Yolanda Guirado.

Durante toda la vida de primero Radio Televisión Castilla-La Mancha ahora Castilla-La Mancha Media, con la llegada de Cospedal en 2011 se planteó privatizarla, pero después ese proyecto se dejó apartado en un cajón y quedó en eso en una simple declaración de intenciones. Carmen Ramírez de Ganuza en el diario el mundo (www.elmundo.es) en ese momento escribía¹³⁷:

"Contendientes: José María Barreda y María Dolores de Cospedal. El saldo final, una propuesta que se sacó de la manga la dirigente popular: privatizar la televisión pública de Castilla-La Mancha. La iniciativa del presidente de Castilla-La Mancha de adelantar al primero de septiembre el Debate sobre el estado de la Región no pareció sorprender a la candidata popular con el pie cambiado. A pocos meses de las elecciones autonómicas y municipales que servirán de termómetro al desgaste del PSOE, la dirigente popular lanzó el envite: la propuesta de privatización de la televisión pública con la que retó a su adversario y, de paso, a varios gobiernos regionales de todos los colores políticos, incluido su propio partido. "Mi prioridad no es tener una televisión a mi servicio personal y político», proclamó Cospedal al cabo de la presentación de dos series de propuestas en clave presidencial; una, de 48 medidas; y otra, de 15. Casi todas encaminadas a la «austeridad» de las cuentas públicas".

Carmen Ramírez de Ganuza continúa en su artículo hablando de la posible privatización de las televisiones públicas y de sus canales de radio.

137 Carmen Remírez de Ganuza. El Mundo; Madrid [Madrid]02 Sep 2010: 14.

"Su argumento en pro de la privatización, tanto de la tele como de la radio pública, fue que lo que «nació» como «un servicio público» se ha convertido en «un instrumento de propaganda del Gobierno y de su presidente». Se quejaban ayer los populares castellanos manchegos de que el PSOE acapara el 95% de los informativos y de que la cadena autonómica haya estirado durante una semana entera retazos diarios de la entrevista hecha al presidente regional al cabo de su única interrupción vacacional en agosto con motivo de un consejo de Gobierno. Pero, además, y, sobre todo, criticaban los 70 millones de euros de pérdidas anuales. Claro que Barreda replicó a Cospedal con su arma mejor ensayada. Le retó a su vez a «atreverse» a hacer la misma propuesta para TVE o para las demás televisiones controladas por los Gobiernos autonómicos del PP. Fuentes de Génova, sin embargo, no descartaron a última hora de ayer que la propuesta vaya a hacerse extensiva a toda la geografía política a través del próximo programa marco de las elecciones autonómicas".

También Carmen Ramírez hace referencia a la declaración de políticos opinando sobre una posible modificación de la ley que regula estos canales.

"La propia Esperanza Aguirre hizo esa misma propuesta en Madrid, en el bien entendido de que debe ser el Congreso el que reforme la llamada Ley de Tercer Canal. Parte del debate fue seguido en directo por Mariano Rajoy, a quien el largo verano no le ha cambiado un ápice. El presidente del PP sigue siendo en septiembre, como lo era hasta julio, un líder de la oposición sin prisa. Instalado en la convicción de que no serán estos Presupuestos los que tumben a Zapatero, el gallego ha retrasado hasta el próximo sábado en Sotomayor (Vigo) la tradicional apertura oficial del curso político, y ha desafiado la presión informativa de los medios con una de esas reuniones a puerta cerrada con la dirección nacional de su partido de la que apenas trascienden los siempre entusiastas sondeos del sociólogo de cabecera, Pedro Arriola. Ayer, a los populares se les fue un poco la mano, hasta el punto de filtrar un pronóstico de mayoría absoluta para 2012, similar a la lograda por José María Aznar en 2000. Pero, en realidad, el único dato político tangible que ayer ofreció Rajoy fue su guiño sorpresa de apoyo a María Dolores de Cospedal, su número dos en el PP y candidata en Castilla-La Mancha, a la que se fue a escuchar en la tribuna de las Cortes regionales, dejando a Javier Arenas, Alberto Ruiz-Gallardón, Ana Mato, Soraya Sáenz de Santamaría, Pío García-Escudero, Esteban González Pons y Jaime Mayor Oreja a la espera".

4.2.2.4 Audiencias históricas

En la siguiente tabla se observan las audiencias de la televisión autonómica de Castilla-La Mancha mes a mes, analizándolas en las conclusiones que se verán más adelante.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
2006	11,8%	11,8%	11,2%	11,7%	11,1%	10,6%	10,7%	11,4%	11,7%	10,9%	10,3%	10,3%
2007	10,5%	10,7%	10,3%	10,7%		10,8%	11,9%	10,5%	10,7%	10,3%	10,7%	12,7%
2008	12,2%	13,6%	14%	13,9%	14,1%	12,8%	12,3%	12,4%	12,6%	11,8%	11,4%	12,1%
2009	12,2%	12,2%	12%	11,4%	12,3%	11%	11,5%	12,6%	13,2%	12%	11,1%	11,4%
2010	10,9%	11%	11,5%	12,1%	12,1%	11,1%	10,7%	11,2%	10,8%	10,4%	10,4%	10,6%
2011	10,1%	10,2%	9,7%	10%	10,5%	10,3%	11%	10,7%	10%	10,3%	9,8%	10,3%
2012	10,4%	10,7%	11,1%	10,7%	10,4%	11,1%	10,2%	10%	9,7%	9,9%	9,5%	9,6%
2013	8,8%	8,3%	8,1%	7,6%	7,1%	7,5%	6,9%	7,1%	6,8%	6,8%	7,2%	7,3%
2014	6,7%	7,1%	7,2%	7,3%	7,1%	6,9%	6,3%	6,2%	5,9%	5,4%	5,4%	6%
2015	5,5%	5,7%	5,9%	6,5%	5%	4,9%	5%	5,4%	5%	4,1%	4%	4,3%
2016	4,2%	4,3%	4,3%	4,3%	4,4%	4,6%	4,4%	5,3%	5%	4,1%	4,1%	4,2%
2017	4,4%	4,6%	4,4%	4,6%	4,8%	4,4%	4,8%	5,6%	5%	4,1%	4,4%	4,6%
2018	4,1%	4,2%	4,6%	4,5%	4,4%	4,4%	4,5%	5,5%	5,2%	5%	4,6%	4,2%
2019	4,6%	4,6%	4,3%	4,3%	4,2%	4,2%	5,7%	6,2%	6,1%	6%	5,8%	5,6%

Audiencias de Castilla-La Mancha

Tabla 17 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media

El gráfico siguiente muestra el descenso progresivo que ha ido sufriendo en su media anual CMM, arrancando desde un 12% en 2006, con un suelo del 4,40% en 2013 y un 5% en 2016.

AUDIENCIAS CMM TV MEDIA ANUAL

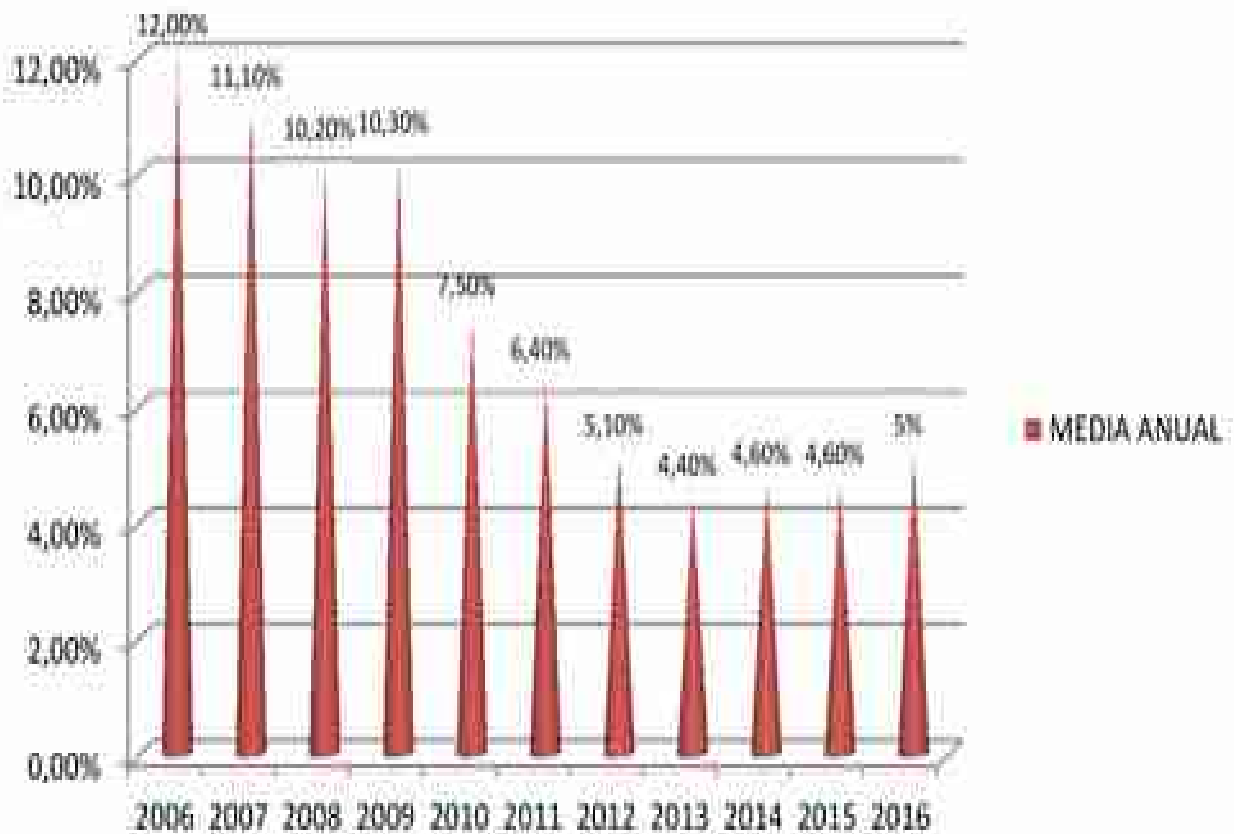


Gráfico 17 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media

Al analizar los gráficos de audiencias de la televisión autonómica de Castilla-La Mancha se pueden observar varios puntos que se destacan a continuación:

- Arranca su audiencia en el mes de enero de 2003 con un 11,8%. Un dato muy alto para el arranque de una nueva televisión. Esta audiencia, sorprendido hasta incluso a sus promotores que vieron las ganas que tenían los castellanos manchegos de tener una televisión propia.
- El año lo cerró con un meritorio 10,8% de audiencia por encima de muchas otras televisiones con más años de singladura.
- El año siguiente 2004 comenzó con un 10,5% en enero y cerró ese año con un meritorio 12,7%.
- El mejor año hasta la fecha de la televisión de castilla la mancha fue el 2005 y en concreto el mes de mayo, donde se alcanzó un gran 14,1%.
- Los siguientes años 2006 y 2007, se cerraron con unas muy buenas audiencias siendo 2006 un 11,4% y 2007 un 10,7%.
- En 2008, comienza el descenso y abandona los dos dígitos, obteniendo una bajada histórica en noviembre de ese año con un 9,8%.

- El descenso es imparable en estos años y en febrero de 2015, obtiene el peor dato de su historia con un 4,2% y enciende todas las alarmas.
- Tras la entrada de un renovado equipo directivo y el cambio realizado de programas, logos e incluso el nombre pasando de RTVCM a CMM, comienza la remontada en 2015 obtuvo un 4,6% y ya en 2016 lo cerró con un diferencial del 11% pasando a un 5,1%.

El reciente repunte en la audiencia de los últimos meses de 2016 y esperando si se consolida en 2017 es objeto del estudio realizado por María Hernández Gallego para el Diario El Mundo¹³⁸. En concreto se habla del programa de Ramón García "En compañía", que ha sido un verdadero revulsivo para la audiencia de CMM que se encontraba en horas muy bajas.

"Miguel, de 65 años, de Carrizosa (Ciudad Real), llevaba soltero toda la vida. Fue al programa el 29 de julio a intentar cambiar su situación. El 8 de agosto volvió a encontrarse con María Luisa, divorciada de 59, y el 29 de septiembre fueron a que Ramón García les echara las bendiciones. El ex presentador de TVE conduce en Castilla-La Mancha Media En compañía, basado en su hermano mellizo de Canal Sur, La tarde aquí y ahora, conducido por Juan y Medio, otro profesional de la televisión que ha sabido dar continuidad a su carrera en el ámbito autonómico. Dedicado a acabar con la soledad de las personas mayores, la producción de Indalo y Media para Castilla-La Mancha utiliza un método, como dice Ramón García, "de verdad", con el que se cuentan historias reales para mostrar "cómo se vivía hace 40 o 50 años, lo que ha evolucionado este país, esta tierra, que también es interesante para los más jóvenes. Tiene muchos factores buenos para enganchar, ése es el éxito". Entrevistado por EL MUNDO, Ramontxu subraya: "En la historia de la televisión, no hay ningún programa que haya conseguido en tan poco tiempo hacer estos datos. Estamos multiplicando por cinco y por seis muchas veces lo que había cuando llegamos hace cuatro meses". Desde que arrancara En compañía, el pasado 30 de mayo, la cadena ha alcanzado audiencias que no conseguía desde el año 2012".

María Hernández en su artículo continúa hablando de este fenómeno de los últimos meses donde grandes comunicadores como Ramón García (CMM) y Juan y Medio (Canal Sur) han obtenido los favores de la audiencia con unos programas dedicados a los mayores y a sus relaciones personales.

138 LA TV AUTONÓMICA COMO REDUCTO: Ramón García quintuplica la audiencia de la cadena pública castellano-manchega en un formato copresentado por Juncal Rivero y basado en el de Juan y Medio para Canal Sur. MARÍA HERNÁNDEZ GALLEGO. El Mundo; Madrid [Madrid] 08 Oct 2016: 57.

"No es el único veterano de la televisión nacional que ha encontrado cobijo en la autonómica, como es el caso de Alicia Senovilla, en el prime time de los domingos de Castilla-La Mancha -lidera el espacio de copla A tu vera-. Jaime Cantizano, quien presentara formatos de la popularidad de Dónde estás corazón (Antena 3), actualmente participa como jurado del talent show Fenómeno fan, presentado por la ex Operación Triunfo Natalia y emitido simultáneamente por Castilla-La Mancha Media, Canal Extremadura y Canal Sur TV. La cadena autonómica se ha mantenido como reducto de Juan y Medio, una labor que compagina con su regreso al ámbito nacional: desde esta misma semana en TVE (Poder canijo) y Antena 3 (El amor está en el aire)."Yo veía mucho a Juan cuando iba a pasar veranos a Cádiz, y pensaba este formato a mí... Cuando me llamó para decirme que se iba a hacer en Castilla-La Mancha, dije: 'Ahora es el momento, tengo el tiempo, es un formato que me encanta y disfruto cada día, así que vamos a hacerlo'", rememora García: "En compañía es un formato que podría triunfar en cualquier televisión, sobre todo si es pública, porque está cumpliendo una labor social". Hay muchos más ejemplos de presentadores nacionales reconvertidos por obra y gracia del audiovisual autonómico. Santi Acosta, conductor años atrás de Salsa rosa en Telecinco, actualmente se hace cargo del magazine de actualidad Las claves del día, para Tele Madrid".

Este interesante artículo sigue haciendo referencia a este tipo de programas que realizan las televisiones autonómicas y también los canales privados, funcionando muy bien en la audiencia.

"Quien durante años fuera compañero de Ana Rosa Quintana en las tardes de Antena 3, Antonio Hidalgo, ha conducido en 7TV Región de Murcia Los siete magníficos, Gana tu suerte y Gente como tú. García, acompañado en la presentación por Juncal Rivero, celebra el "éxito demostrado por cifras" de En compañía, que cerró septiembre con una diferencia sobre la cadena de 3,9 puntos, obteniendo un 10% de cuota media frente al 6,1% alcanzado por Castilla-La Mancha Media: "No se recordaban datos así desde abril de 2012, cuando el canal cosechó un 6,5% de share", resalta el presentador de un formato que llega a aportar hasta el 40% de la audiencia diaria de su cadena. Para García hay otras ventajas, más allá de la audiencia: "Es muy gratificante el ver que a alguien le ha salido bien, como a Miguel, que al terminar el programa vino al camerino a darme un abrazo llorando. Intento volcar todos los días la experiencia de tantos años, pero en tantos programas como he hecho, el plus de ayudar a alguien nunca lo había tenido".

Con 38 millones de aportación pública en 2016, más una desviación presupuestaria aprobada en los principios de 2017 podemos ver cómo han obtenido una audiencia de un 5,1%, subiendo sobre los datos de 2015, siendo un coste por punto de share de los denominados caros sobre la media, ya que con unos 7,45 millones por punto se pone en la parte alta de ranquin de precio/punto durante el año 2016.

COSTE PUNTO SHARE			
TV Autonómica	Aporta pública en Mill.	Audiencia en %	Mill./punto share
CMM (C-LM)	38	5,1	7,45

Tabla 18 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media

Carmen Amores en unas recientes declaraciones a la Agencia EFE¹³⁹, hablaba del precio de las televisiones autonómicas a sus respectivos gobiernos y decía:

“Otro de los datos que manejamos es que hemos bajado en los últimos años un 35,2 por ciento el presupuesto de todas las televisiones y radios públicas, es mucho. El estudio también remarca que, sin embargo, en Europa el presupuesto oficial de subvención de explotación sigue subiendo, no ha bajado, en unos casos sube mucho, en otros menos. Alemania, por ejemplo, que es un país muy estable con muchos años de televisión pública, este último año lo ha subido un 9 por ciento”.

Castilla-La Mancha Televisión Sedes y Delegaciones:

Las instalaciones principales de RTVCM se encuentran en el barrio de Santa María de Benquerencia de Toledo. Cuenta con cinco delegaciones territoriales en la región: Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara y Talavera de la Reina. También tiene dos sedes en la provincia de Ciudad Real: Puertollano y Alcázar de San Juan, ambas dependen de la delegación de Ciudad Real. Fuera de la Comunidad Autónoma, RTVCM cuenta con una delegación en Madrid.

En la época de Ignacio Villa tuvo cuatro corresponsalías en el extranjero: Bruselas, Rio de Janeiro, Hong Kong y Nueva York, actualmente todas están cerradas.

RTVCM, emite su programación para toda Castilla-La Mancha, mediante TDT, sin contar la emisión por medio de su web tanto en señal de televisión como la programación radiofónica.

¹³⁹ Agencia española de noticias. Fundada el 3 de enero de 1939. Tiene delegaciones en todo el mundo y es una empresa con capital público.

A continuación, se reproducen literalmente los principios básicos y líneas generales de programación que describe la televisión autonómica de Castilla-La Mancha en su ideario

4.2.2.5 Principios básicos y líneas generales de programación de RTVCM, según su ideario¹⁴⁰.

Más que nunca, hoy se reconoce universalmente la importancia del acceso a la información y cómo el futuro bienestar de una comunidad va a estar directamente relacionado con las posibilidades de su uso y disfrute. Las modernas tecnologías han evidenciado una nueva forma de entender la necesidad de información, que ya no se interpreta únicamente como un derecho de la colectividad; ha pasado a ser un bien que los ciudadanos reclaman cuantitativa y cualitativamente. Por eso, este proyecto debe apostar por el uso y fomento de las nuevas tecnologías que la sociedad de la información y el conocimiento exigen.

Por su naturaleza, la radio y la televisión, en cualquiera de sus modalidades de expresión, son fuentes que constantemente generan contenidos informativos: a través de los espacios de noticias o mediante los programas de entretenimiento; incluso con la publicidad. Formar, informar y entretener han sido siempre las premisas que han dado sentido a la relación emisor-receptor; la base de su entendimiento. En el tratamiento que se dé a esos mensajes y en el equilibrio entre sus contenidos –la proporción que exista entre formación y diversión– está la raíz que diferencia a un medio público de un negocio de comunicación.

Han quedado enunciados ya los principios y valores universales recogidos en la Constitución Española, el Estatuto de la Radio y la Televisión y el Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha. Como consecuencia de ellos, los programas de la Radio y la Televisión de Castilla-La Mancha tendrán como objetivo superior la defensa y difusión de esos mismos valores, de forma que la audiencia se identifique plenamente con las normas de convivencia usuales en las sociedades democráticas: la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político; y este cometido ha de tener una especial trascendencia en los espacios dirigidos a la juventud y a la infancia.

La Radio y la Televisión públicas de Castilla-La Mancha además de atender como corresponde las demandas de una sociedad libre, madura y responsable, han de ser fiel reflejo de la realidad plural de la comunidad a la que se dirigen y mantener permanentemente el respeto a la libertad, la defensa de la igualdad y, con ellas, la búsqueda de la justicia que toda organización democrática persigue.

140 Portal de transparencia de CMM, consultado el 26 de junio de 2017.
www.cmmedia.es/portal-de-transparencia

Todo esto ha de suponer un compromiso añadido para unos medios de comunicación que, por su condición de públicos, deben situarse un paso más adelante en su relación con la sociedad a la que se dirigen. Una comunidad, además, que no debe ser interpretada como un mercado al que se concurre en busca de beneficios —legítimos por otro lado— sino para cumplir con el servicio público esencial que la ley les encomienda.

En base a estos postulados, distinguimos tres grandes bloques a la hora de exponer los principios y objetivos de la programación:

- El fondo y la forma de los contenidos informativos, bien sean emitidos en los espacios de noticias o en el resto de la programación.
- El espíritu y la intención de los programas y
- Las características especiales de la audiencia

El portal de transparencia de CMM nos describe cuales son los ideales que se marca para el tratamiento de la información que emite en su canal hablando de la veracidad y de la identificación de su procedencia.

4.2.2.6 El tratamiento de la información en CMM

La línea editorial y la presentación de las noticias son la parte más sensible de los medios de comunicación. Habitualmente, constituyen la seña de identidad de una empresa informativa y el valor añadido que un usuario busca y elige para informarse.

No puede ser así en el caso de la Radio y la Televisión de Castilla-La Mancha. La identificación entre el medio y su audiencia debe superar las concepciones particulares para situarse en el ámbito de la sociedad entera, que sólo será posible con voluntad de objetividad, imparcialidad y respeto a la verdad.

Es tarea de los medios de comunicación contribuir a la formación de la opinión pública y para ello facilitar el conocimiento de la realidad y de sus diferentes enfoques; consecuencia natural de la condición humana. Para que esa labor sea efectiva, es necesario facilitar sin modificaciones los datos precisos para que cada receptor obtenga sus propias conclusiones. De ahí la importancia de no mezclar ni confundir las informaciones y las opiniones.

A la hora de informar, lo esencial será poner en conocimiento de la audiencia todos los aspectos relevantes de un hecho, sin ocultaciones, evitando la tentación de subrayados, concatenaciones u otras manipulaciones que invadan el terreno de la información con valoraciones subjetivas que puedan llevar confusión a la audiencia.

En cuanto a las opiniones, también necesarias para la formación de la opinión pública, deben facilitarse cuantas sean útiles para la comprensión del objeto de la información y siempre presentadas de forma que el receptor pueda identificar su procedencia.

Hay una tarea más que los servicios informativos y los programas deben realizar para ejercer adecuadamente su labor mediadora entre la noticia y la sociedad a la que se dirigen. Las intenciones de las fuentes de las que procede la información no siempre obedecen a razones de interés general. En su labor, los periodistas deberán salvaguardar la confianza de la audiencia –de la que son representantes– y contrastar la veracidad de las noticias. De igual manera, no se deben presentar como noticias ante la opinión pública lo que sólo son rumores. La verificación ha de ser tenida en cuenta especialmente en aquellos casos en que pudieran verse afectados el honor, la fama y la intimidad de las personas.

La información y la publicidad ocupan terrenos colindantes que en ocasiones resultan difíciles de separar. Informar obliga en muchos casos a divulgar aspectos que pudieran ser interpretados como una invitación al consumo. Es necesario poner toda la atención para no resultar manipulados por intereses comerciales ajenos al hecho informativo en sí. La divulgación de los detalles que pudieran resultar publicitarios sólo estará justificada si aporta elementos esenciales necesarios para la mejor comprensión del hecho que se comunica.

Finalmente, la libertad de expresión –que ampara el derecho a la discrepancia y la crítica–, no debe tener más límites que los impuestos por la ley para salvaguardar el respeto al honor, la fama o la vida privada de las personas –como recoge el Estatuto de la Radio y la Televisión en su artículo 4º–, las derivadas del derecho a la propia imagen (artículo 20 de la Constitución) y cuantas están señaladas en el Título I de la Carta Magna.

4.2.2.7 Otros contenidos de programación en CMM

El ideario de CMM también describe pormenorizadamente cuales deben de ser los contenidos, los límites y las líneas maestras en la programación de esta televisión, haciendo especial hincapié en lo que es correcto y lo que no es correcto para su emisión.

El Estatuto de la Radio y la Televisión concibe a ambos medios como “*vehículo esencial*” para la “*difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones*”. Más allá de este mandato, la Radio y Televisión de Castilla-La Mancha han de ser singularmente castellano-manchegas; o no serán.

En consecuencia, con los medios técnicos y humanos existentes, los contenidos de la programación deberán tener una referencia local y regional que, sin igno-

rar la realidad del mundo que nos rodea, cada día más interdependiente, satisfagan la curiosidad por lo cercano –natural en cualquier audiencia– a la vez que sirven de elemento integrador dentro de la Comunidad.

Los programas de producción propia deben incidir en las circunstancias más próximas a la sociedad a la que se dirigen mediante la difusión y defensa de las particularidades, la cultura y los hechos diferenciales inherentes a Castilla-La Mancha. Poner el objetivo en lo propio será, además, la alternativa que nos diferencie a la vez que nos justifica: nuestra razón de ser.

Para conseguir la utilidad de esta programación se hace necesaria una implicación activa que vaya más allá de la simple enunciación de contenidos y suponga un esfuerzo pedagógico.

Estará entre sus tareas el fomento de la participación política y del debate para la resolución de los conflictos, el respeto y defensa de la pluralidad, la libertad y la igualdad y el refuerzo de los sentimientos de legitimidad de las Instituciones que son cauce y garantía de la convivencia democrática.

La concienciación de la ciudadanía debe extenderse también a otros aspectos como la protección del medio ambiente inculcando el respeto por la naturaleza y la defensa del entorno como un patrimonio que no se agota en el paisaje y abarca, junto a lo natural, cuantos testimonios históricos conforman el acervo de una comunidad.

Asimismo, se ha de promover el aprecio por la vida sana, la salud y la práctica del deporte; que no debe ser tratado únicamente como espectáculo.

En lo tocante a la cultura, no se trata sólo de acercar y exponer; se necesita provocar en la audiencia una respuesta: estimularla para que la perciba como una propiedad común, incluso como una forma de memoria y vivir que merece ser conocida, preservada y disfrutada como una vivencia enriquecedora.

Los programas de distracción son un vehículo adecuado para obtener esa predisposición en la audiencia. El entretenimiento no tiene por qué estar reñido con la divulgación; en un concurso pueden figurar contenidos científicos y detalles históricos; en un magacín, se pueden difundir asuntos culturales o explicar aspectos económicos, y, en suma, cualquier programa puede aspirar a cumplir el doble objetivo de formar y entretener. Lo mismo cabe decir para el aprecio por la naturaleza, la vida sana y el deporte.

Sin abandonar los aspectos pedagógicos, y habida cuenta de la influencia que los medios de comunicación tienen en los comportamientos, será preciso mantener en la programación una actitud de respeto por el idioma que no induzca a su mal uso. En este mismo sentido, se evitarán las expresiones y calificativos, cualquiera que sea su procedencia, que puedan resultar insultantes para las personas.

Las producciones ajenas que hayan de ser emitidas para completar la programación deberán tener en cuenta estas mismas directrices.

El ideario que describe CMM en su portal de transparencia hace también un especial apartado de las audiencias, cuáles son sus ideales, el tratamiento relacionado con los niños y jóvenes, con especial atención al tema de la mujer, sin olvidarnos de los colectivos más desfavorecidos. No se olvidan del tratamiento primordial que se debe de hacer tanto a la tradición como a la historia de Castilla-La Mancha.

4.2.2.8 Las audiencias en RTVCM (actual CMM)

"Anteriormente se ha citado a la juventud y a la infancia como una audiencia ante la que hay que estar extremadamente alerta. Los medios de comunicación ejercen sobre ellos una influencia al menos tan decisiva como la que les pueda proporcionar la escuela. La televisión sobre todo puede generar modelos de conducta fácilmente asumibles por los más jóvenes, que tienden a imitar comportamientos. De ahí que la primera consideración haya sido antes la de insistir en dirigirse a estas audiencias con mensajes basados en los principios y valores característicos de las sociedades libres: la educación para la democracia. Son también aplicables los criterios pedagógicos que se acaban de citar en los contenidos de los programas.

Los niños y los jóvenes resultan más vulnerables ante ciertos mensajes; como puedan ser los publicitarios o los violentos. Por eso, la siguiente consideración será la de tener muy en cuenta los contenidos que se programen antes de decidir su horario de emisión. Además, será preciso disponer de unos códigos de clasificación de forma que los padres puedan decidir y seleccionar los programas que ven sus hijos.

Otro sector de audiencia que reclama atención es el de la mujer. Las actitudes machistas o discriminatorias están hoy en retroceso, pero no han desaparecido por completo. El hábito permanece, consciente o inconscientemente, por eso habrá que ser extremadamente escrupulosos en el tratamiento de los asuntos relacionados con la mujer: las situaciones de desigualdad, la violencia y los malos tratos o la mera presentación de la mujer como un objeto. Los valores de igualdad y respeto deben de ser aplicados con extremado rigor en estos casos.

No deben quedar al margen, en este apartado, los colectivos más desfavorecidos o habitualmente marginados que pueden necesitar igualmente una actitud positiva hacia sus problemas y una atención, si cabe, más beligerante; lo que hoy se conoce como discriminación positiva.

No podemos terminar sin hacer una referencia obligada por nuestra tradición y nuestra historia: la aceptación y el respeto de las distintas culturas y credos que han sido ejemplo de convivencia secular en nuestra tierra".¹⁴¹

4.2.2.9 Premios

- *Cifras y Letras*. Premio Iris 2005 a mejor programa de entretenimiento autonómico.
- *Nuestro campo Bravo*. Premio Iris 2006 a mejor documental autonómico.
- *Ana Isabel Albares*, Premio Iris 2010 a mejor presentador/a de informativo autonómico por CMT Noticias 1.
- *X Premio Silvia Fernández Pacheco* de la Asociación de Periodistas de Ciudad Real (APCR) a la periodista María Rivas en 2014, por su reportaje sobre la violencia de género emitido en el programa En Profundidad.

Durante toda la vida de primero Radio Televisión Castilla-La Mancha, ahora Castilla la Mancha Media, con la llegada de Cospedal en 2011 se planteó privatizarla, pero después ese proyecto se dejó apartado en un cajón y quedo en eso en una simple declaración de intenciones.

4.2.3 Radio Televisión Región de Murcia, RTRM. Nombre comercial 7RM

En la actualidad Radiotelevisión de la Región de Murcia (RTRM) es una empresa pública de la Comunidad Autónoma que tiene atribuida la gestión directa del servicio público de Televisión y Radio Autonómica.

RTRM fue creada por la Ley 9/2004, de 29 de diciembre, y sus competencias y funciones han modificadas por la Ley 10/2012, de 5 de diciembre.

La actividad de la radio y televisión en la Región de Murcia se inspira en los siguientes principios:

- A. El respeto a la libertad de expresión, así como la objetividad, la veracidad y la imparcialidad de las informaciones.
- B. La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustenten estas últimas y su libre expresión, con los límites del apartado cuarto del artículo 20 de la Constitución.
- C. El respeto al pluralismo político, cultural, religioso y social.
- D. La protección de la juventud y de la infancia.

141 www.cmm.es

- E. El fomento de los valores de igualdad y no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo o cualquier circunstancia personal o social.
- F. El respeto al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.
- G. La promoción de los valores históricos y culturales de la Región de Murcia.
- H. El respeto, promoción y defensa de los demás principios que informan la Constitución Española y el Estatuto de Autonomía para la Región de Murcia y de los demás derechos y libertades que en ellos se reconocen y garantizan.
- I. La prestación de un servicio público de calidad promoviendo el respeto y el ejercicio del código ético profesional en el tratamiento informativo.

4.2.3.1 Evolución del modelo de Televisión autonómica en Murcia

La Televisión autonómica de Murcia, en un primer momento se denominó 7 Región de Murcia con las siglas 7 RM, forma parte del Ente Público Radio televisión de la Región de Murcia, constituidos por Onda Regional de Murcia y televisión autonómica de Murcia.

Las emisiones de esta televisión comenzaron el 14 de abril de 2006 con las retransmisiones de las procesiones de Murcia, Cartagena y Lorca. Unos meses después en concreto en junio de ese mismo año a la señal analógica que emitía se unió la transmisión por TDT.

La programación en un primer momento fueron informativos, algunas retransmisiones en directo y muchos programas grabados sobre la región y las costumbres de la comunidad autónoma de Murcia. La programación fue aumentando progresivamente, desde unas horas al día hasta el 20 de septiembre de 2006 que alcanzó las 24 horas del día. Las emisiones no fueron totalmente regulares hasta el 23 de octubre de 2006.

La televisión autonómica de Murcia, cuenta también con un segundo canal de TDT, en este caso la emisión es en alta definición HD. Emite todos los programas creados por la cadena en formato panorámico (16:9), al igual que la publicidad. Su señal puede ser captada sin ningún problema y con excelente calidad de recepción en los municipios limítrofes de Alicante, Almería y Albacete.

4.2.3.2 Transición de Televisión de Murcia. 2012-2015

Desde los inicios de la televisión murciana la gestión de la producción audiovisual, los informativos y la publicidad, estuvo gestionada por el Grupo Empresarial de Televisión Murciana SA (GTM). Esta colaboración finaliza por decisión del Ente público el día 31 de agosto de 2012. Esa misma fecha aparte de la

rescisión del contrato con GTM, se acuerda privatizar la cadena, aprobándose un ERE que afecta a más de 300 empleados, que venían prestando sus servicios para el Ente.

Desde ese mismo momento dejan de emitirse ningún tipo de informativos ni programas en directo, centrándose la programación en archivo, películas, series y programas enlatados en espera de una decisión definitiva.

Tras varios meses en esta situación el lunes 5 de noviembre de 2012, fruto de meses de negociaciones se encarga a las empresas Emurte y Central Broadcaster Media2 la puesta en el aire de los informativos de las 14,30 y de las 20,30 h. Emitiéndose estos programas desde las antiguas instalaciones de la Verdad TV. El resto de la programación no tiene modificaciones, simplemente se emiten programas antiguos, películas y reposiciones.

Los nuevos programas no aparecen en la parrilla de programación hasta el 6 de mayo de 2013 producidos por productoras externas las cuales debían buscar sus propios patrocinadores y financiación debido a que la cadena no se podía hacer cargo de los costes de los mismos. Esta fórmula se repite con otros programas, siendo varias las productoras que arriesgan su dinero para poner en los aires nuevos programas.

En noviembre de 2014 se convoca un nuevo concurso para la adjudicación del contrato y gestión del canal durante los próximos años por un importe de doce millones de euros. Los grupos que se presentan son: Secuoya, Mediapro, 360, GTM y Canal 8.

4.2.3.3 Organigrama RTRM (Institucional, no Secuoya)

Este es el organigrama del Ente público RTRM, que no se debe de confundir con el de 7 RM perteneciente a Secuoya. El Ente público se limita a la actividad institucional y a la gestión de la radio pública. La única excepción se encuentra en el director del control del servicio público de comunicación que es el nexo de unión y de coordinación entre RTRM y 7 RM.

Gráfico 18 Fuente RTRM www.rtrm.es

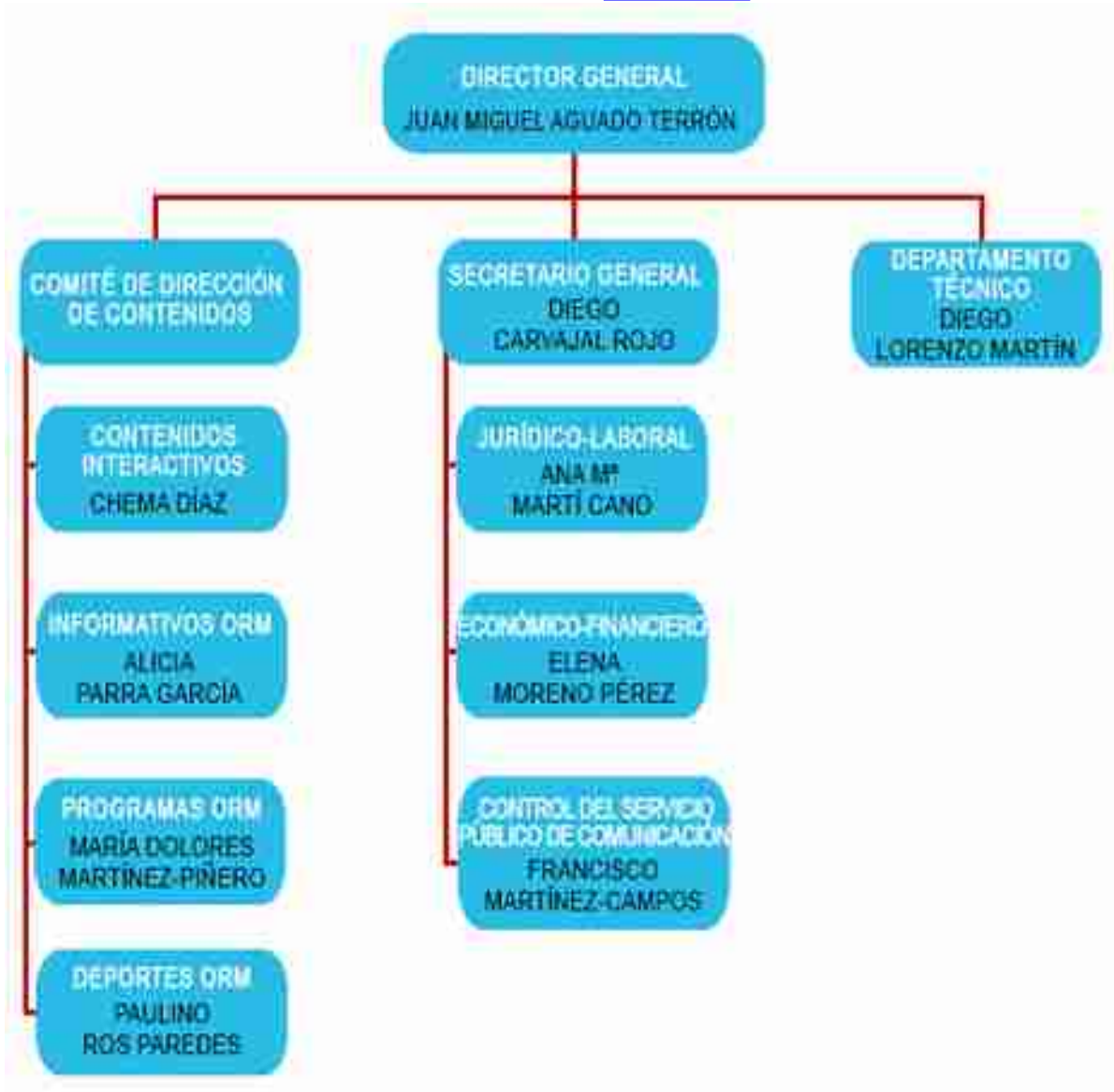


Tabla 19 Fuente elaboración propia con datos de Ente público RTRM

Se habló con Diego Pedro García García¹⁴² Director de RTRM y explicó cómo había sido el proceso y los costes para que Secuoya se hiciese cargo de la explotación del servicio público de radio y televisión en la región de Murcia manifestando:

"Estamos pagando unos nueve millones y medio, porque nos hicieron una baja considerable. Hay un hándicap más, que es que, al hacerse en su momento por el diseño, que eso está pendiente de que algún día se re cuestione, se le paga por parte de la Comunidad Autónoma, está el IVA. Se pierde aproximadamente un millón de euros ahí. En ese momento es cuando Montoro salta con el tema este del IVA de las televisiones autonómicas, entonces en ese momento daba igual, y por temas de seguridad de que el foco no estuviera en el ente, se decidió que el contrato lo sacara la propia Comunidad Autónoma, aunque los pliegos los hicimos nosotros, igual que el contrato marco, hicimos todo aquí. Ahora lo que hacemos es controlar el servicio, pero la que paga es una de las Consejerías de la Comunidad Autónoma. Ahora empieza a ser cuestión de que de cara a los próximos presupuestos quizá tenga sentido volver a recuperarlo aquí para poder deducirnos el IVA".

En entonces Director General continuaba hablando del concurso público realizado y de los presupuestos.

"El concurso salió por 12 millones y medio porque los 15 millones era sumando hasta la Radio. La Radio depende de nosotros directamente, antes teníamos unas 70 personas, no llegaba, unas 65, ahora hay 50 personas en Radio.

- *¿Qué presupuesto tiene el ente de manera global?*

Como te digo, nosotros no pagamos directamente, con lo cual no entran en nuestro presupuesto esos nueve millones y medio. Entonces, hay nueve millones y medio, por un lado, y actualmente cuatro millones y medio lo que es el ente, eso sería el total. En nuestros cuatro millones y medio hay aproximadamente un millón de gastos generales en cuanto a pertenencia a Forta, gastos técnicos... y luego también los antiguos derechos que se compraron a través de los medios que se benefician directamente el gestor, porque nosotros se los dábamos a ellos, pero sin coste, que esos van reduciéndose año a año, y luego el coste de la Radio. El total es de unos cuatro millones y medio. Se van reduciendo, el año que viene serán cuatro millones.

- *Y la plantilla, ¿considera que es adecuada?*

142 Extracto entrevista con Diego Pedro García García, Director General RTRM, realizada el jueves 14 de abril de 2016

La plantilla de ellos es actualmente de 87 personas. Eso sería el staff, que es bastante pequeño, y luego la gente que está para la producción de programas de tipo informativo. También hay unas 35 o 37 empresas de la Región que ya están trabajando y dicen que eso da un empleo indirecto a unas 130 o 140 personas, pero no todos a la vez.

- Secuoya, en su organización, ¿tiene un director que depende directamente de tú o depende de ellos?

El staff es suyo completamente. Nosotros lo que tenemos es una relación casi diaria con ellos de cumplimiento de contrato a nivel de programación”.

A finales de 2016 Diego Pedro García García fue sustituido en la Dirección General por el profesor Juan Miguel Aguado Terrón¹⁴³

Tras el cambio producido en la DG de la Televisión de Murcia, se hizo cargo del ente público el profesor Juan Miguel Aguado y con el también se habló y contaba:

¿Cómo te has encontrado la televisión y cómo está?

Me encuentro con una biografía institucional y una trayectoria inmediata y también prolongada en el tiempo que va dejando sus luces y sus sombras, lógicamente. En este sentido me encuentro con un ente público que viene además de un ERE mal planteado. En este sentido el Gobierno, la Consejería de Cultura han buscado la mejor solución para ese ERE y creo que se ha cerrado razonablemente bien, quizá no de manera perfecta, pero creo que ha sido un cierre muy costoso y muy complicado y creo que eso abre una nueva etapa, un horizonte de renovación en la radio y en lo que corresponde a la gestión directa del ente sobre la radio y por el otro lado efectivamente empiezo a conocer desde dentro un modelo que conocía desde fuera que es un modelo de gestión indirecta bastante intensiva en el caso de la televisión, con algunas peculiaridades que tienen que ver sobre todo con el hecho de que hay dos Consejerías distintas involucradas por un lado con el ente en el contrato programa, y al mismo tiempo el contrato del servicio público de comunicación audiovisual televisiva depende de una Consejería de la que no depende el ente; el ente depende de la Consejería de Cultura, que es la competente en materia de comunicación audiovisual y el contrato depende de la Consejería competente en materia de Telecomunicaciones que es la de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo.

Sobre el papel la cosa funciona de la siguiente manera: el gestor privado responde ante el ente a través del departamento de control de servicio público y por extensión ante la Consejería de Cultura en materia de con-

143 Director General de RTRM. Entrevista realizada el lunes 9 de enero de 2017.

tenidos y en materia de adecuación de los contenidos a la supervisión de la función de servicio público y para todo lo demás, sobre el papel depende de la Consejería de Desarrollo Económico.

Es un planteamiento que sobre el papel igual no permite ver las aristas, pero en la práctica sí que genera algunas aristas, porque el hecho de que el ente o Cultura no sean responsables del contrato implica que en última instancia los conflictos en el desarrollo de la actividad del contrato tanto por una como por otra parte dependan en última instancia de los responsables del contrato. Esto genera algunos desajustes.

Yo entiendo que el modelo es muy innovador o novedoso en cualquier caso y requiere un tiempo de rodaje y es en ese rodaje cuando ves qué engranajes funcionan de manera fluida y cuáles se atascan, chirrían o producen malentendidos o relativas disfunciones y yo creo que es el momento, transcurrido el tiempo y renovada la prórroga al gestor privado de revisar y repasar en qué aspectos la maquinaria funciona bien y en qué aspectos no funciona tan bien y retocarla en la línea de optimizar su funcionamiento.

Yo creo que hay una visión general, ha habido un momento conflictivo en septiembre con una propuesta de reforma de la Ley de Radio Televisión de la Región de Murcia por parte de la oposición que no ha salido, pero que creo que sí que ha puesto de alguna manera el debate sobre esto, sobre si cambiar o revisar el modelo.

En Consejo de Gobierno está prevista para noviembre, si mal no recuerdo según el calendario legislativo, una Ley de reforma del ente y una Ley Audiovisual de la Región de Murcia en ciernes; entiendo que esto refrenda de alguna manera esta idea, que llevamos ya un rodaje con este nuevo modelo que tiene virtudes y que también tiene defectos y probablemente se plantee precisamente esa Ley Audiovisual y esa nueva Ley de Radio Televisión para retocar estas cuestiones.

¿Cuánto es el montante en el que se ha cerrado el contrato de estos tres años?

Hasta donde yo sé exactamente el mismo que se ha venido realizando, sin modificación ni al alza ni a la baja; son 10.400.000 creo recordar, de hecho, en el mismo mes de noviembre el Consejo de Gobierno previo a la renovación de la prórroga aprobó una modificación de crédito por un importe de treinta y pico millones de euros que era exactamente la cantidad resultante de multiplicar 10.400.000 por tres.

¿Sigue teniendo la misma autonomía la productora que lo tiene que la anterior? ¿Es una simple renovación sin modificar ningún parámetro?

Hasta donde yo sé, porque como sabes el ente no es responsable del contrato y, de hecho, no hemos tenido ninguna notificación a ese respecto, lo que sé, lo sé por la prensa y lo que entiendo es que no se ha modificado, es decir, que ha sido una prórroga automática que no ha supuesto ninguna modificación. Tanto en la comisión de seguimiento del contrato programa como en algún otro ámbito hemos preguntado, pero de momento no nos han dado esa información.

¿Hay alguna idea de privatizar también la Radio con Secuoya o se va a dejar autonómica?

Yo no tengo noticias sobre eso.

Este modelo con el que lleváis un tiempo funcionando, ¿crees que puede ser exportable como está ahora o mejorándolo? Porque el gran problema actual de las Autonómicas son las plantillas desmedidas, unos presupuestos astronómicos y luego lo peor, unas deudas impresionantes.

Sobre el discurso del despilfarro tengo algunas prevenciones, de hecho hace muy poco en Forta hemos manejado una investigación desarrollada por la Universidad de Santiago de Compostela en conjunción con otras seis o siete universidades españolas que hacen un recorrido, una comparativa de la televisión autonómica en España con respecto a Europa y estamos bastante por debajo de la media en gasto por ciudadano en televisión; si no recuerdo mal la media está en sesenta y nueve euros per cápita y las televisiones autonómicas más grandes y de mayor presupuesto y de mayor deuda acumulada están en treinta y pico euros per cápita. Hay algunos datos muy interesantes en ese estudio que por lo menos arrojan interrogantes ese discurso.

Y luego está la utilidad: ¿Existe esa función de servicio público? ¿Es realmente necesaria esa función de servicio público? ¿Cómo se realiza de la mejor manera? ¿Se pueden optimizar gastos? Sin lugar a dudas. ¿Hay que revisar cuestiones? Sin lugar a dudas.

Sobre el tema de las plantillas desmesuradas hay que hacer una apreciación, sin perjuicio de que se pueda considerar que las plantillas están sobredimensionadas: En los últimos años las televisiones autonómicas, citando datos de este mismo estudio, han sufrido un recorte cercano al 40% de su presupuesto. Al tratarse de entes públicos y hablo en general de las televisiones autonómicas en España, ¿De dónde pueden recortar presupuesto? Pues prácticamente de cualquier sitio menos del capítulo uno, es decir, que al final, ¿Qué ha ocurrido con las televisiones autonómicas en general en España? Pues que han tenido que cargar ese recorte de en torno al 40% sobre todo en producción, y en producción propia en primer lugar, pero luego en producción, ajena, etc.

¿Qué ha ocurrido? Que, del total del presupuesto dedicado por el ente, de repente, si antes pongamos por caso, el capítulo uno era el 40% y producción era el 60%, como ese 40% de recorte ha repercutido sólo en lo que no era capítulo uno, nos encontramos con proporciones en las que el capítulo uno es el 60 o el 70%, mientras que el resto de costes se va al 30% o el 40%.

Es decir, que ese sobredimensionamiento de la plantilla no obedece sólo a que haya plantillas numerosas, sino también al hecho de que por la naturaleza pública de los entes, los recortes han repercutido sobre todo en producción propia y ajena y no tanto en personal, lo cual ha contribuido a sobredimensionar el capítulo uno, que por otra parte es algo muy parecido a lo que ha ocurrido con las universidades o con el servicio público de salud con los recortes, que al final, como no puedes tocar el capítulo uno, tocas todo lo demás que no es capítulo uno, con lo cual contribuyes a sobredimensionarlo.

Hecha esta observación, que me parece importante, sobre este discurso de que las televisiones autonómicas son grandes dinosaurios con plantillas y gastos sobredimensionados, etc... hay que decir que las televisiones públicas en general están funcionando razonablemente bien encajando como han encajado un 40% de recorte, lo cual habla relativamente bien de su capacidad gestora; no sé cuántas empresas, públicas o privadas son capaces de mantener una razonable calidad en su producto o en su servicio encajando un 40% de recorte presupuestario.

Dicho esto, el modelo de Murcia, citando a los propios directivos de Secuoya, les falta un poco de presupuesto para llegar a ese punto de calidad que se merece la Región de Murcia y de hecho ellos hablan en torno a unos 5 millones aproximadamente. Aquí hay que hacer una salvedad y es que el gestor privado pujó a la baja en la licitación, sobre un contrato de 12 millones lo llevó a 10.400.000. Doce millones más IVA son aproximadamente 15 millones y pujó a la baja.

También es cierto que afirman, por ejemplo, me consta que el Director de 7 Televisión afirma que él no hizo esa oferta, y que si llega a saberlo obviamente no habría pujado a la baja, por lo menos habría arañado ese millón y pico que queda para los 12 millones y hubiera obtenido un pequeño caudal más para salarios, etc.

Lo que ellos plantean es que entre 3 millones y 5 millones más podrían dar ese salto de calidad que dejara a 7 Televisión a la altura de otras televisiones autonómicas de entornos geográficos y poblacionales más o menos similares, como Aragón, que es nuestro referente, o Asturias; Asturias más por similitud geográfica, siendo uniprovincial y Aragón más en número de habitantes, que es torno al millón y medio.

Estamos hablando en torno a los 15 millones o los 20 millones que es en lo que está Aragón, Asturias; si sumas a los 15 que es lo que dice el gestor privado que necesita los 5 que tiene el ente más la radio, al final los números son los mismos. La televisión del Principado de Asturias junto con la radio autonómica son 20 millones, La televisión de Aragón con la radio pública en Aragón, el ente, en definitiva, son 20 millones, y si sumas los 15 del gestor privado con los 5 del ente, estaríamos aproximadamente en lo mismo.

En resumidas cuentas, hacer una televisión de calidad o hacer un servicio público de comunicación audiovisual de calidad sale, como poco, en torno a los 20 millones de euros, y esto lo dice el gestor privado, así como el ente público y las otras televisiones autonómicas.

Ahora bien, en términos de coste el modelo es exportable, sí, pero en términos de coste yo no veo que aporte grandes diferencias si asumimos las necesidades que plantea el gestor privado. Aporta grandes diferencias si lo comparamos con los grandes dinosaurios, pero no es comparable el caso de Murcia con TV3 o con ETB o con Castilla-La Mancha, que si nos fijamos en sus fechas es joven, pero por planteamiento es el modelo antiguo, como Tele Madrid, Canal Sur o la Televisión Gallega y no es comparable por ejemplo con Aragón, que es un modelo más racionalizado.

Castilla-La Mancha es probablemente la última del modelo antiguo y ahora es quizá la primera de las grandes que va a sufrir el problema del IVA; hay una ofensiva importante de la Agencia Tributaria reclamando la no devolución del IVA y esto supone un varapalo presupuestario para todo el sector público, porque no sólo va con las televisiones autonómicas, va con todo el sector de museos, con todo el sector de la cultura pública que es básicamente incrementar un 21% el presupuesto, y estamos hablando de colapsar el sector público de la cultura.

De hecho, los primeros pleitos se han sustanciado en el caso de Castilla-La Mancha y es una cuestión que va a dar que hablar en estos próximos años porque afecta de lleno a la viabilidad presupuestaria de no ya sólo las televisiones autonómicas sino de buena parte del sector público de la cultura.

El problema de un medio público en esa región es que las necesidades de conectividad en cuanto a infraestructuras, etc., son brutales, y la descentralización implica una tendencia inflacionista de la plantilla, si hay que tener una delegación en cada una de las cinco provincias, la plantilla lógicamente crece.

En este sentido también hay que decir que desde el punto de vista organizativo el modelo de Murcia es muy complejo y sería muy complejo exportarlo a comunidades multiprovinciales por cuestiones de operatividad.

En términos económicos ya digo que no veo a priori grandes diferencias y en términos organizativos posiblemente pueda aportar algo de agilidad en procedimientos etc., siempre y cuando los mecanismos de control estén claros y la dependencia contractual sea menos multívoca, es decir, probablemente yo entiendo que esto en el futuro tenga que ir a una Consejería sólo.

Que esté separado el órgano de control de la función de servicio público sea distinto del responsable del contrato implica complicaciones innecesarias en la supervisión de la realización del servicio público.

Tu antecesor me comentaba que uno de los problemas que tenían con la empresa era la operativa que tenían con ellos, ya que al ser una empresa privada y vosotros un ente público las necesidades informativas no siempre quedaban cubiertas de la manera más satisfactoria.

En términos generales creo que en todas las televisiones autonómicas existe un conflicto latente entre la lógica de lo público y de lo privado, sea en Canal Sur, o en Tele Madrid, o en la televisión autonómica más pública que uno se pueda imaginar. No en vano las televisiones autonómicas participan del mercado publicitario, se rigen por unos índices de audiencia que están diseñados para monetizar la publicidad y por lo tanto en términos de lógica privada. De hecho, el debate que hubo cuando TVE salió del mercado de la publicidad y siempre que sucede esto con los medios públicos conlleva este conflicto latente entre la lógica del servicio público y la lógica de la empresa privada.

Esto, que se da de forma más o menos latente en todas las televisiones autonómicas en el caso de un modelo externalizado y en particular de un modelo prácticamente externalizado del todo como es el de la Región de Murcia, creo que es más patente todavía.

Dicho de otro modo, la jerarquía de relevancias en cuanto a sobre qué se informa y más que sobre qué se informa, qué es servicio público y qué no.

Hay fricciones porque es la parte que le toca al ente es la función de control del servicio público, por lo tanto, supervisar qué es servicio público, qué no lo es, etc.

Ahora mismo estamos aceptando como servicio público programas que bajo nuestro criterio no lo son, y aunque tienen audiencia nuestro objetivo no es tener audiencia, es que a esa audiencia le llegue contenido público de calidad, de manera que ahí hay camino por recorrer.

4.2.3.4 Última etapa la llegada del Grupo Secuoya hasta la actualidad

El contrato con Secuoya, para la gestión del canal por un período de tres años, con la posibilidad de prórrogas se firma el 31 de marzo de 2015. El día 1 de abril de 2015 se ponen en antena los nuevos informativos, con dos ediciones diarias, con fines de semana y festivos.

Se estrena imagen corporativa y logotipo el 1 de junio de 2015, con nueva programación, informativos renovados, modernos platos y nuevas tecnologías. La sede se establecer en el municipio cercano a Murcia de Molina de Segura. Otra novedad fue la web renovada con emisión en directo de la programación y descarga de producción grabada.

Gómez Rosario G.¹⁴⁴ en el diario El País, escribía sobre la privatización de la televisión murciana y el reto que esto suponía:

Murcia se ha convertido en la primera comunidad autónoma que externaliza completamente su televisión pública, una opción prevista en la reforma de la Ley General de la Comunicación Audiovisual que emprendió el PP poco después de su llegada al poder. El grupo Secuoya ha ganado el concurso para la gestión indirecta de 7RM, la cadena regional murciana, que en los últimos años se ha mantenido en antena con una programación bajo mínimos. La cesión tiene una duración de tres años con la posibilidad de prorrogarla durante otros tres más. La cuantía global (por el sexenio) asciende a 72.362.999 euros, IVA incluido. El contrato definitivo tiene ahora que ser ratificado por el Gobierno regional, que destinará un máximo de 12 millones anuales para la nueva televisión.

El concurso, al que también optaban Mediapro y el Grupo Empresarial de Televisión de Murcia (GTM, del que forman parte empresas como El Pozo), incluye la gestión integral de la cadena autonómica, que abarca desde la emisión de programas hasta la producción de los informativos, pasando por la comercialización de la publicidad. El objetivo es que el 60% de los contenidos estén dedicados a la divulgación local, según anunció el presidente de Secuoya, Raúl Berdonés¹⁴⁵.

En este artículo del diario El País continúa desgranando las alianzas, con las televisiones locales murcianas, que fueron necesarias para la adjudicación del contrato.

"Alianzas regionales

Para presentarse al concurso, la compañía utilizó su filial Central Broadcaster Media (CBM), que presta servicios a otras cadenas públicas autonómicas, como la balear, la canaria o la madrileña.

En el caso de 7RM se ha asociado con 34 firmas del sector que operan en Murcia y ha suscrito también una serie de alianzas con antiguas televisiones locales de la región para poder utilizar sus infraestructuras. "Nuestra oferta está pensada para elaborar una televisión de cercanía,

144 Murcia privatiza la gestión de su televisión: [Edición Comunidad Valenciana] GÓMEZ, ROSARIO G. El País; Madrid [Madrid]29 Jan 2015: 39.

145 Presidente de la productora Secuoya.

potenciar el sector audiovisual murciano y contribuir a vertebrar la comunidad", afirma Berdonés.

El grupo adjudicatario se compromete a poner en marcha un total de 27 delegaciones y corresponsalías y aspira a crear 80 puestos de trabajo directos y más de 300 indirectos. Secuoya, que cotiza en el MAB, produce contenidos para las cadenas nacionales como las series Algo que celebrar (Antena 3) o Víctor Ros (TVE-1). En los últimos años ha expandido su presencia en Estados Unidos, Perú y Chile".

Todo el tema de la privatización de 7TV y la adjudicación a Secuoya también lo reflejaba en 2015 el diario *El Mundo*¹⁴⁶, ya que escribió mucho, no solo en los medios murcianos sino también a nivel nacional, porque era la primera vez en España que se privatizaba una televisión autonómica.

"La nueva televisión autonómica de Murcia, 7 Televisión Región de Murcia, comenzó sus emisiones en junio. A día de hoy, es la televisión autonómica más barata, con un presupuesto de 12 millones de euros anuales, IVA incluido -en el gráfico se comparan los datos de 2013-. La titularidad es pública, aunque la gestión es indirecta. El grupo Secuoya ganó hace tres meses el concurso abierto y dispone de tres años de concesión. El control por parte del ente público es férreo en cuanto a la prestación de un servicio de información regional. Entre los objetivos marcados desde el Gobierno está, también, dinamizar el sector audiovisual de la Región de Murcia. En la actualidad, 7TVRM cuenta con una plantilla de 85 trabajadores directos y 130 indirectos. Los externos pertenecen a 25 productoras y empresas de servicios. La televisión autonómica de Murcia ha pasado por tres fases. En 2005 empezó a emitir con la concesión a GTM -y a un grupo de empresarios murcianos-. En agosto de 2012, el consejero de Hacienda, Juan Bernal, rescindió el contrato. El ente público RTRM asumió la programación hasta que se redactaron nuevas bases. El 31 de marzo de 2015, Secuoya ganó el concurso. Dos meses después se iniciaron las emisiones actuales. A ese concurso se presentaron otras cuatro empresas: GTM, Mediapro, Canal 8 y Vértice 360. Aunque impugnaron la concesión a Secuoya".

En este capítulo, en el apartado de RTRM, solamente se ha hablado de plantillas y presupuestos que tiene el Ente Público, compuesto por la administración y la radio autonómica. 7RM (canal de televisión), que gestiona la productora SECUOYA, se tratarán todos sus datos pormenorizadamente en el Capítulo 7.

146 Las elecciones 'resintonizan' la radiotelevisión autonómica: Reapertura, despoltización. Los nuevos gobiernos dan un vuelco a las TV regionales. *El Mundo*; Madrid [Madrid]10 July 2015: 65.

4.3 Comparativas televisiones autonómicas estudiadas

4.3.1 Presupuestos Televisiones Autonómicas estudiadas

Los presupuestos que destinan los gobiernos autonómicos de Aragón Castilla-La Mancha y Murcia al mantenimiento de sus respectivas televisiones tienen grandes diferencias como se observa en el cuadro adjunto y algunas similitudes, ahora se pasará al detalle:

TV ESTUDIADAS	PRESUPUESTOS
ARAGÓN TV	46 Mill.
CMM	38 Mill.
7RM	8,9 Mill.

Tabla 20 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media 2016

- Los 46 millones que obtuvo la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión del Gobierno Aragonés, demuestra que continúa en la línea que venía desarrollando los últimos años. Es la televisión de las tres estudiadas con mayor presupuesto.
- La Radio Televisión de Castilla-La Mancha ahora denominada Castilla-La Mancha Media le sigue con ocho millones menos de euros lo que hace un montante de 38 millones, los que figuran en los presupuestos de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, pero en el último trimestre de 2016, debido a un importante desvío presupuestario tuvieron que añadirle una importante inyección presupuestaria, cifra que no se puede concretar por el hermetismo informativo en esta materia de la televisión de Castilla-La Mancha.
- Finalmente, el Gobierno de la Región de Murcia, dentro de su contrato programa, correspondiente al concurso público que adjudicó a la productora Secuoya aporta 8,9 millones de euros del erario público que le paga a la empresa privada. Secuoya se encarga de todo el equipamiento técnico, emisiones, personal, línea editorial, instalaciones etc. En resumen, todo el gasto de 7 RM.

4.3.2 Audiencias Televisiones Autonómicas Estudiadas

Uno de los apartados más importantes de este capítulo son las audiencias de las tres televisiones estudiadas y referenciadas al año 2016. Se verán sus históricos y se compararán unas con otras.

TV ESTUDIADAS	AUDIENCIAS
ARAGÓN TV	9
CMM	5,1
7RM	2,4

Tabla 21 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media 2016

4.3.2.1 Audiencia Aragón Televisión

En primer lugar, se va a analizar la televisión de Aragón y tras estudiar detalladamente su histórico de audiencia se podrá destacar que:

- La televisión de Aragón tiene su primera medición de audiencia en noviembre de 2006 donde obtienen un 4,7%.
- El 2007 inicio un ascenso mensual pasando de un 5,2% en enero y terminando ese mismo año con un 7,6%.
- 2008 y 2009 obtiene unos muy buenos datos de audiencia subiendo mes a mes progresivamente terminando el 2009 con un magnifico 9,5%.
- En el mes de octubre de 2011 alcanza un 13,2% siendo en estos meses la tercera mejor televisión autonómica en índice de audiencia.
- En 2013 asciende Aragón Televisión al segundo puesto por audiencia de las televisiones autonómicas. En este año también supera a la 1 en audiencia.
- En el mes de agosto de 2013 Aragón Televisión se pone en el número 1 de las televisiones autonómicas con un 13,1%.
- 2014 lo termina con un 11,00% y algunos meses de este año obtiene la mejor cuota de pantalla de las autonómicas.
- En 2015 continúa siendo en varios meses la segunda televisión autonómica en audiencia.
- Las vacas flacas comenzaran su llegada en 2016, siendo enero cuando se pierden las dos cifras de audiencia con un 9,6% y cerrando diciembre con un 8,4%.
- En resumen, Aragón Televisión está bajando al igual que el resto de autonómicas en audiencias, siendo un signo preocupante, ya que lleva consigo el descenso de la venta publicitaria.

4.3.2.2 Audiencia CMM (RTVCM)

La televisión autonómica de Castilla-La Mancha, que primero se llamó Castilla-La Mancha Televisión y desde finales de 2016 cambió a Castilla-La Mancha Media (CMM) ha atravesado durante los últimos años una serie de vicisitudes y tensiones políticas que le han supuesto grandes convulsiones que han tenido como consecuencia caídas importantísimas en su audiencia, destacando como elementos más importantes de su evolución en estos últimos años:

- Castilla-La Mancha Televisión nace con un 17,4% de audiencia en el mes de diciembre de 2001.
- En enero del año siguiente (2002) tras la primera novedad de su nacimiento comenzó 2002 con un 2,1%, siendo un progresivo aumento de la audiencia mes a mes. Terminó el año 2002 con un 11,3%.
- Los siguientes años desde el 2002 hasta diciembre de 2008 en ningún momento abandonaron las dos cifras de audiencia terminando este año con un 10,3%.
- En la segunda mitad de 2009 comenzó el descenso de la audiencia cerrando ese mismo año con un 9,6%.
- 2010 se terminó con un 7,3% y el año siguiente 2011 con el cambio político, dejando la dirección general Jordi García Candau, que había sido su fundador y la entrada de Nacho Villa bajo a un 6% en diciembre.
- Desde 2012, el descenso de audiencia fue continuado bajando hasta un 4,1% en los meses de octubre de 2013 y 2014.
- 2015, fue nuevamente el cambio político y la sustitución del director general Nacho Villa por Carmen Amores y ese año con los convulsos cambios se cerró en diciembre con un 4,2%.
- En el último trimestre de 2016 comenzó la remontada y se terminó el año con un diciembre de un 5,6%.
- Para resumir una televisión que ha sufrido los vaivenes políticos y ello ha tenido reflejo en sus audiencias, unos años de muy buenas audiencias, bajadas espectaculares y una tibia recuperación en 2016 que se tendrá que estudiar si continua o no en los próximos años.

4.3.2.3 Audiencias 7 RM (RTRM)

La televisión autonómica murciana, respecto a los índices de audiencia ha sido un vaivén de años de mediciones y otros años sin ellas, han pasado muchísimas vicisitudes, pública, privada, semipública y ahora totalmente privatizada con un contrato programa. De su estudio hay que destacar:

- Las emisiones comienzan en el mes de abril de 2006 y no se tienen datos hasta el mes de noviembre de ese año. 2006 lo cierran con una audiencia del 1,5%.
- El año 2007 comienza su ascenso de audiencia y lo cierra con un 4,2%.
- El siguiente año 2008 continúa su ascenso y cierra en diciembre con un 5,1%.
- 2009 es el mejor de los años, desde que la autonómica murciana tiene mediciones de audiencia, ya que termina el 2009 con un 6,3%.
- En 2010 comienza el descenso de audiencia, debido a los vaivenes organizativos, Eres y privatizaciones de servicios cerrando con un 4,9%.

- El año 2011 se cerró con un 3,5% y nos datos que encendieron todas las alarmas en la televisión murciana.
- Un exiguo 0,7% tuvieron en 2012, en ese momento la televisión murciana ya no tiene casi programación propia y solamente son reemisiones y repetición de programas.
- El último trimestre de 2013, todo el 2014 y 2015 la televisión murciana solamente emitía redifusiones y carecía de programación propia por los que no se tienen datos de audiencia.
- Con la llegada del contrato programa firmado con el grupo de comunicación Secuoya en enero de 2016 comenzaron nuevamente las emisiones regulares y las audiencias, cerrándose este año con una media del 2,4%.

En resumen, después de sus vicisitudes la televisión murciana 7 RM está ahora avanzando en audiencia y experimentando con un nuevo producto que es la externalización total de la gestión de un canal autonómico, los datos de audiencia parece que apuntan a que el modelo puede funcionar, solamente habrá que esperar estos próximos años para ver su evolución.

4.3.3 Plantillas

En el apartado de Plantillas que tienen las televisiones autonómicas que se están estudiando, hay que destacar las enormes diferencias que se encuentran entre ellas y lo que representa esta cifra para sus respectivos presupuestos y costes.

TV ESTUDIADAS	PLANTILLAS
ARAGÓN TV	64
CMM	400
7RM (SECUOYA)	85

Tabla 22 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media 2016

4.3.3.1 Corporación Aragonesa de Radio y Televisión

La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión tiene actualmente 64 empleados y casi toda la producción de programas externalizada, con diferencia de Murcia Aragón tiene el pleno control de toda la televisión y se basa en productoras, pero bajo la supervisión de los directivos de la Corporación.

La plantilla en el ejercicio 2016, son 130 los empleados en alta en la CARTV, Aragón Radio y Aragón TV. El total de trabajadores están distribuidos a razón de 40 personas en la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, 26 en la Radio Autonómica de Aragón, y 64 en la Televisión Autonómica de Aragón. El

colectivo de personas de CARTV, Aragón Radio y Aragón TV se caracteriza por estar casi el 40% por debajo de los 40 años.

La estabilidad laboral, que se traduce en una plantilla indefinida por encima del 85%, y por otro la paridad de género, que se observa del equilibrio entre las tres compañías, CARTV 50% Hombres y 50% Mujeres, Aragón Radio 54% Hombres y 46% Mujeres, Aragón TV 51% Hombres y 49% Mujeres. La representación femenina agregada de las tres empresas en puestos de responsabilidad de área o departamento se sitúa en el 35%. Sobre las posiciones profesionales desempeñadas, señalar que el 63% de la plantilla ocupa puestos de técnico medio o superior, estando el resto distribuido entre administrativos y personal de apoyo (22%) y jefaturas (15%).

4.3.3.2 Descripción CMM o antes RTVCM

La Radio Televisión de Castilla-La Mancha (RTVCM), o como se denomina desde hace pocos meses Castilla-La Mancha Media (CMM). Esta televisión se ha encuadrado dentro de las que se pueden denominar de nueva generación, pero no siguió los pasos de las nuevas que no se cargaron de personal y decidieron contratar sus productos audiovisuales en el mercado exterior, como el caso de Aragón o la privatización del servicio como Murcia. La decisión de la televisión manchega fue no externalizar casi nada y todo realizarse con producción propia, uno de los resultados ha sido que casi no existen productoras audiovisuales en la región y que la plantilla está totalmente sobredimensionada con una plantilla su supera ya los 439 empleados.

4.3.3.3 Radio Televisión Región de Murcia (RTRM) con nombre comercial de 7 RM (Secuoya)

La televisión autonómica murciana (RTRM) con el nombre comercial de 7 RM es una televisión que se realiza completamente privatizada en una productora audiovisual y que en este caso es SECUOYA.

Hay que distinguir dos plantillas muy diferenciadas:

- 1) Los 85 empleados que tiene el Ente Público solamente están en la radio autonómica que no está privatizada y en los servicios centrales y directivos del ente.
- 2) Plantilla del grupo Secuoya para la realización y emisión del producto 7 TV Murcia. Está compuesta por 85 personas y se distribuye de la siguiente forma.

4.4 Comparativa del modelo utilizado por el Gobierno Murciano (Secuoya) frente a los modelos del resto de televisiones autonómicas

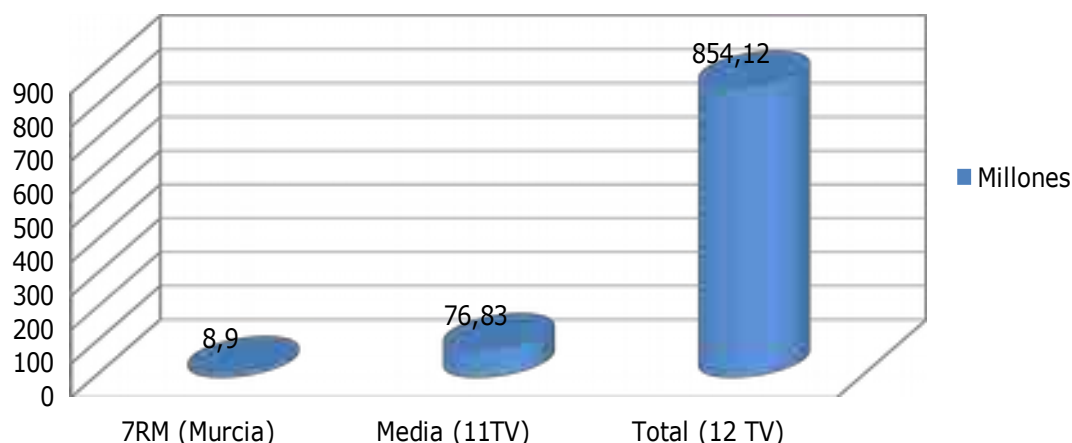
PRESUPUESTOS:

El modelo Secuoya de la Región de Murcia como alternativa de la televisión autonómica española
Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)

En el siguiente capítulo de esta investigación, se hablará de las ventajas y beneficios que tiene, a nuestro juicio, en la actualidad el modelo que presta de televisión autonómica del gobierno de Murcia, frente al resto de gobiernos autonómicos que prestan este servicio.

Hay que destacar que se englobará en este estudio, tanto las televisiones autonómicas históricas nacidas en los años ochenta con grandes rémoras de presupuestos y plantillas, con las más recientemente aparecidas.

Cuadro Comparativo Presupuestos Autonómicos 2016



En primer lugar, se centrará este estudio en los presupuestos que manejan estas televisiones.

En el cuadro anterior se puede ver que las doce televisiones autonómicas que emiten en este año 2016 tienen un presupuesto total de 854,12 millones de euros.

La media aritmética de presupuestos sobre 11 televisiones (sin Murcia) asciende en 2016 a 76,83 millones de euros

El gasto real del contrato programa para 2016 del gobierno murciano para su televisión autonómica (7 RM) no supera los 8,90 millones, lo que supone una diferencia entre el gasto medio y los gastos por el gobierno de Murcia con la productora Secuoya de 67,93 millones menos.

En el estudio de estas cifras se debe aclarar que según la fuente que se consultó

Gráfico 19 Elaboración propia con datos de Kantar Media

las cifras varían, debido al secretismo y la poca información que ofrecen estos medios. Se han utilizado las cifras más contrastadas y más fiables.

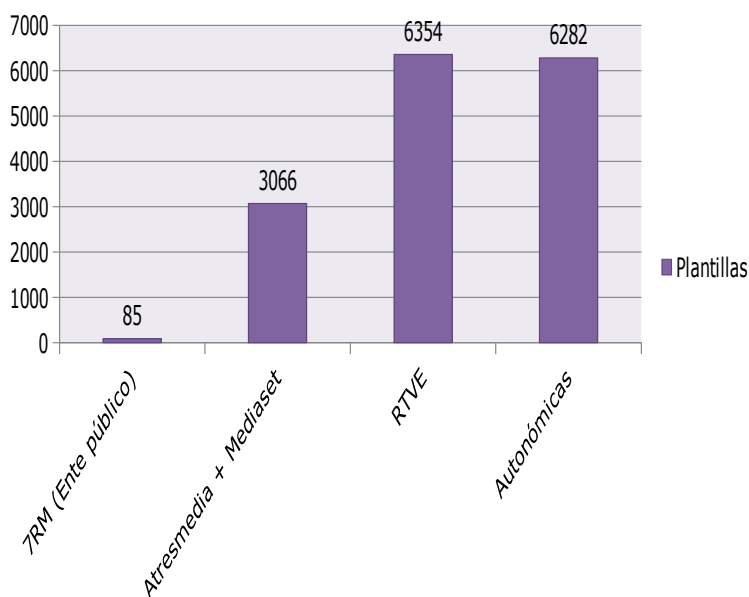
Tampoco se ha tenido en cuenta las subvenciones públicas que reciben las televisiones de sus respectivos gobiernos, la publicidad institucional que les encargan, que en algunos casos se facturan como publicidad para evitar una do-

ble financiación y los ajustes presupuestarios al final de cada ejercicio económico para evitar abultados déficits.

En resumen, la televisión murciana, o mejor dicho como se le está llamando en este estudio, el modelo "secuoya" (debido a la productora que lo realiza), es la más barata del todo el panorama nacional. Siendo unas cifras muy aceptables para tener una televisión autonómica. Sí que hay que destacar, que es una autonomía uniprovincial, con menores gastos que los que tienen otras autonomías con más extensión y población, pero de todas formas es una formula muy barata.

PLANTILLAS:

Comparativa Plantillas Autonómicas, Atresmedia + Mediaset, RTVE y 7RM 2016



Como se ha visto en el apartado de presupuestos, la comparativa de plantillas le sigue a la zaga a los presupuestos. Este apartado es muy opaco y un tabú informativo, ya que no es un dato del que se sientan muy orgullosas las televisiones por sus abultados números.

En este apartado también se vence la balanza hacia el lado del modelo "secuoya". Se puede observar como las televisiones autonómicas tiene una plantilla de 6.282 empleados en plantilla más los contratos programa, trabajadores indirectos de productoras y los cargos institucionales de los distintos gobiernos que también están adscritos a las televisiones autonómicas y que no se computan.

La televisión con mayor plantilla es TV3 con 2364 empleados. Esta televisión, ella sola tiene muy pocos empleados menos que si juntamos las plantillas de las privadas Atresmedia y Mediaset (3066).

Todo el grupo de Radio Televisión tiene 6354 en la actualidad.

Y la televisión autonómica murciana 7RM (Secuoya) tiene 0 empleados que dependan del gobierno autonómico, ya que los trabajadores de la televisión autonómica son todos de la productora Secuoya, eso si hay que aclarar que los 85 empleados que aparecen en todos los listados, no son de la televisión autonómica gestionada por Secuoya, sino del ente público murciano que gestiona la radio autonómica.

Hay que destacar los dos extremos de las televisiones autonómicas: Por un lado, está la televisión autonómica catalana (TV3) con 2364 empleados y en la parte contraria 7 RM (Murcia) con 0 empleados que dependan de los presupuestos del gobierno regional.

AUDIENCIAS:

El estudio de las audiencias, también es un aspecto importante de esta comparativa entre las televisiones autonómicas y la gestionada por la productora Secuoya en Murcia.

En el siguiente gráfico se puede observar:

Comparativa audiencias televisiones autonómicas y 7RM 2016

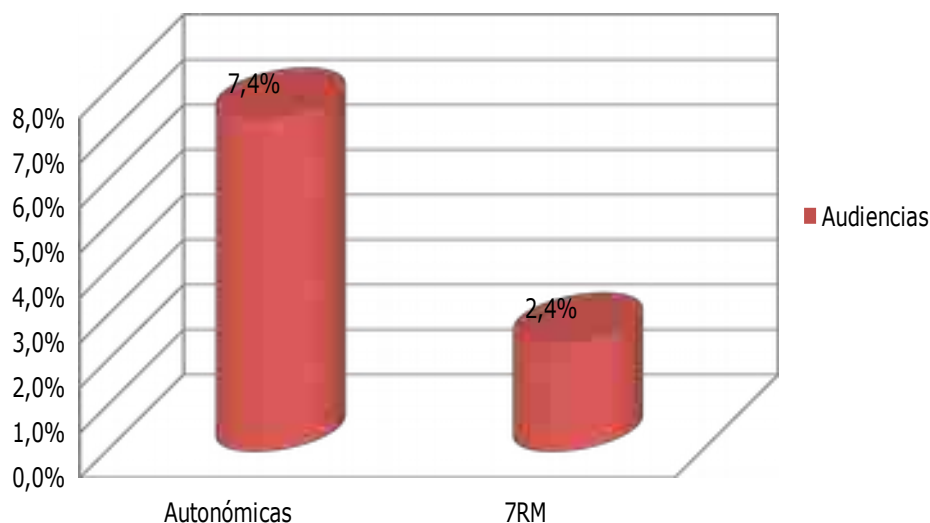


Gráfico 21 Elaboración propia con datos de Kantar Media

En este apartado se debe tener claro varios aspectos iniciales antes de estudiarlo al detalle. En primer lugar, llama la atención que la audiencia media de

las televisiones autonómicas en 2016 fue de un 7,4% y el de 7RM de un 2,4%. Cinco puntos menos que la media nacional.

Este desfase entre la media de las autonómicas y la de Murcia tiene como explicación, no una baja audiencia de la televisión murciana debida a su programación, sino que viene de unos años sin estudios de audiencia (solo emitían redifusiones) y este es el primer año que entra Secuoya y se restituyen los estudios de audiencia. Se puede decir que 7RM comenzó desde cero y sin una base sólida.

Vistas estas premisas, se puede comprobar, según afirman los estudios de audiencia que 7RM, que pasó por varios años reemitiendo solamente programación enlatada, cero programaciones en directo, sin informativos, con cero audiencias. Tras la llegada del nuevo contrato programa y una nueva productora al frente de la televisión, las audiencias están en plena remontada, superándose mes a mes. Se está llegando a todos los puntos de la región y están consiguiendo una estrecha vinculación con los murcianos.

También, no se puede olvidar que la tendencia general de todas las autonómicas es en estos últimos años es un descenso constante de los índices de audiencia. Por el contrario 7RM cambia la tendencia nacional, encontrándose en un ascenso y aceleración constantes de sus audiencias mes a mes.

COSTE PUNTO SHARE:

En este apartado se verán los millones de euros que cuesta cada punto de share nuevo y que se obtiene dividiendo los millones de aportación pública entre la audiencia obtenida. Con este dato se sabe cuánto le cuesta a cada comunidad autónoma los puntos de share que obtienen sus televisiones.

Comparativa Coste Punto Share 2016 Televisiones Autonómicas

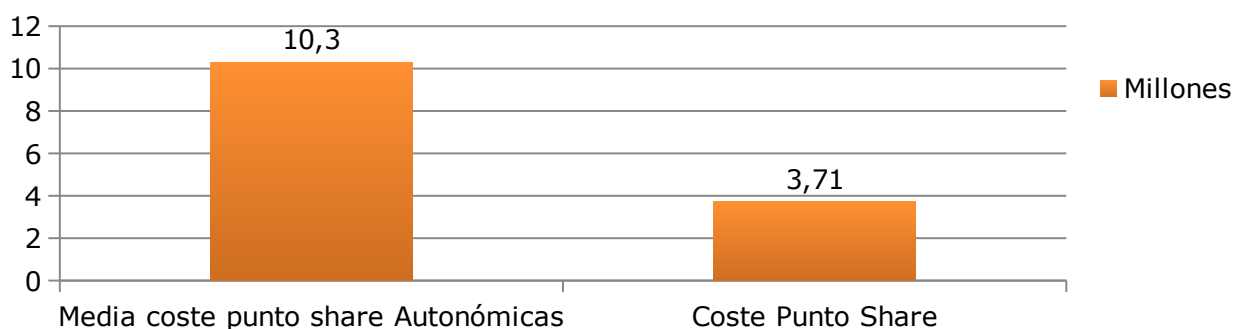


Gráfico 22 Elaboración propia con datos de Kantar Media

Observando el cuadro anterior, se obtiene una nueva ventaja hacia la comparativa entre modelo actual de gestión de las televisiones autonómicas y el nuevo modelo denominado "Secuoya".

El coste medio de un punto de share (2016) de todas las autonómicas en millones de euros es de 10,30, frente al coste que tiene la televisión autonómica privatizada 7 RM con 3,71 millones. Con estos datos se obtiene una diferencia más barata de 6,59 millones por cada punto de audiencia que se obtiene.

7RM, se puede calificar como una televisión muy barata en producción para los murcianos.

En resumen, el modelo denominado "Secuoya" frente a los actuales tiene una serie de ventajas que se detallan a continuación:

- Tiene el presupuesto más bajo de las televisiones autonómicas 8,90 millones anuales (contrato programa que paga el gobierno autonómico). Frente a la media de las once televisiones restantes con 76,83 millones y un total de 854,12 millones de euros.
- También arroja unos datos espectaculares respecto al apartado de plantillas. Cero empleados en 7RM, ya que todos son de la productora Secuoya (con excepción de los 85 del ente público que gestiona la radio autonómica). El resto de autonómicas mantienen a 6.282 empleados, Atresmedia y Mediaset 3066 y todo el grupo RTVE 6.354.
- Otro aspecto importante es el apartado de audiencias (2016). Aquí se observa que la media descendente de audiencias en las autonómicas está en un 7,4% y la televisión murciana de Secuoya un 2,4%. Hay que tener en cuenta que este dato del 2,4% viene desde cero, debido a que los últimos años la televisión murciana estuvo casi inexistente y sin estudios de audiencia. Es ahora cuando se observa un porcentaje ascendente de audiencia.
- Finalmente, el costo de cada punto de audiencia (share) de las autonómicas está en 10,3 millones de euros y vemos como en 7RM ese coste baja hasta 3,71 millones de euros. 6,59 millones menos por punto de share obtenido, con lo que se puede concluir que Murcia, es la televisión autonómica más barata de todo el territorio nacional.

4.4.1 Coste punto de Share

El coste de punto de Share es el porcentaje económico que cuesta en millones de euros cada punto que se aumenta la audiencia en una televisión.

Estudiando la siguiente tabla:

COSTE PUNTO DE SHARE			
TV ESTUDIADAS	APORTACIÓN PÚBLICA EN MILL.	AUDIENCIA	MILL. PUNTO SHARE
ARAGÓN TV	46	9	5,1
CMM	38	5,1	7,45
7RM	8,9	2,4	3,71

Tabla 23 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media 2016

Se puede observar como la televisión que más le cuesta cada punto de subida en el Share es CMM con 7,45 millones por cada punto de Share, una televisión cara, sobre todo debido a la impresionante plantilla que sostiene.

Aragón Televisión con un 5,10 de coste por punto de Share, ha visto como el descenso importante de audiencia en 2016 se ha encarecido en un porcentaje importante lo que le cuesta incrementar cada punto de share.

Y finalmente hay que destacar que a la comunidad autónoma de Murcia le cuesta muy barato cada punto de audiencia que obtiene ya que le sale a tan solo un 3,71 millón de euros.

Murcia tiene una diferencia de 3,74 millones más barato el punto de audiencia que a Castilla-La Mancha Media.

Murcia también le cuesta respecto a Aragón 1,39 millones menos cada punto de share.

Queda suficientemente claro que la opción del modelo que se viene denominando "Secuoya" es el más barato para los habitantes de las comunidades autónomas con televisión propia.

4.4.2 Coste por habitante

Es el coste por habitante que tiene cada ciudadano de una comunidad autónoma para sostener su televisión.

Al estudiar la siguiente tabla:

Tabla 24 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media 2016

COSTE POR HABITANTE			
TV ESTUDIADAS	APORTACIÓN PÚBLICA EN MILL.	HABITANTES	COSTE POR HAB.
ARAGÓN TV	46	1.309.000	35,14 €
CMM	38	2.042.000	18,60 €
7RM	8,9	1.465.000	6,09 €

Se observa como a cada habitante de Aragón le cuesta el sostenimiento de su televisión 35,14 €. Unos datos que reflejan que un presupuesto elevado como es el de Aragón (46 millones de euros) y una población relativamente pequeña, ya que Aragón tiene muchas zonas casi despobladas arrojan una cifra importante de coste por habitante y año.

A los Castellano Manchegos les cuesta anualmente 18,60 €, una cantidad también elevada y todo debido a la política de grandes fichajes mediáticos y una plantilla de más de 400 trabajadores que está haciéndola un proyecto que roza ya la inviabilidad. Si no se toman medidas el gobierno regional castellano manchego tendrá verdaderos problemas económicos para mantenerla.

Y a cada murciano le cuesta tan solo 6,09 € mantener su televisión al año. Se vuelve a comprobar como las televisiones cuya gestión es directa y al modelo de las llamadas históricas les cuesta muchísimo más caro. El ejemplo de una sabia política de gestión en coste los tiene Murcia con tan solo 6,09 €. Teniendo en el otro lado de la balanza los habitantes de Aragón que les cuesta 35,14 Euros el sostenimiento de su televisión autonómica.

4.5 El modelo Secuoya

4.5.1 ¿Qué es Secuoya?

El grupo Secuoya es un grupo empresarial con gran experiencia en el sector audiovisual. Cuenta con un equipo humano con gran experiencia en el sector y altamente cualificado compone la columna vertebral de Grupo Secuoya.

Más de 1.135 profesionales de la comunicación, el periodismo, el marketing, la gestión, la producción, la creación audiovisual. El grupo ha experimentado desde 2008 un crecimiento orgánico que ha sido capaz de diversificarse dentro de su cadena de valor, potenciando las sinergias y ocupando los nichos crecientes en el sector.

Eduardo Fernández¹⁴⁷ en el diario *El Mundo* nos hablaba Secuoya como nuevo modelo autonómico y describía:

"Secuoya presentó ayer su modelo de negocio para las televisiones autonómicas, a menudo infravaloradas en el sector. Si en un lustro más del 70% de las productoras españolas ha cerrado, este joven grupo se ha afianzado en la prestación de servicios y contenidos para cadenas nacionales -TVE, Antena 3 y La Sexta- pero también para regionales, que van de Canarias a Baleares. Desde el 1 de abril, Secuoya gestiona la televisión de Murcia, "la autonómica que ha dado el paso hacia lo óptimo", en

147 SECUOYA, EL NUEVO MODELO AUTONÓMICO.FERNÁNDEZ, EDUARDO. *El Mundo*; Madrid [Madrid]23 Apr 2015: 49.

opinión de Raúl Berdonés. A su juicio, la solución para las autonómicas pasa por la fórmula de "titularidad pública y gestión privada". "De más de 30 millones anuales de subvención hemos pasado a 10 millones, y con el 84% de representación del sector murciano", expuso Berdonés -su compañía sólo se encarga de los informativos y ha firmado acuerdos con productoras locales-. Aunque Secuoya prevé ingresar en Murcia entre 800.000 y 1.000.000 de euros anuales en publicidad, para Berdonés, es "suficiente" un margen del 10%: "Somos un modelo del siglo XXI; el resto está en el siglo pasado".

Al frente de la compañía se encuentra un equipo de profesionales altamente preparados y cualificados en cada uno de los sectores del sector audiovisual, de la comunicación y de la gestión.

Equipo Directivo

- Raúl Berdonés.-Presidente
- J. Pablo Jimeno. -Director General
- Carlos López Martín de Blas. -Secretario General
- Alfredo Cándido Ortiz. -Director Financiero
- Antonio Campos Avilés. -Director Servicios Audiovisuales
- Luis Miguel Calvo. -Director División Digital
- Jaime Guerra. -Director de Contenidos
- Javier Valero Ramos. -Director Ten TV
- Alejandro Samanes. -Directo / TV Murcia
- José Miguel Barrera. -Director División Internacional
- Antonio Ramos Laguna. -Director de Recursos Humanos
- Ricardo Pazos. -Director de Compras de Auditoría Interna

Los objetivos del grupo Secuoya son crear una RED de productoras de contenidos y servicios en nuevos mercados, con vocación de crecimiento global, que permita a Secuoya reproducir su modelo en otros territorios.

Su modelo de negocio se establece creando una serie de acuerdos societarios en los territorios target, con productoras audiovisuales locales o profesionales independientes que aporten negocio, formatos, posicionamiento y que vean en esta alianza la oportunidad de crecer mediante la explotación de un catálogo común para liderar su mercado entrando a formar parte de un grupo global de creación, producción, distribución y servicios audiovisuales.

También se pretende la consolidación y potenciación de las divisiones internacionales del grupo ya establecidas intensificando su actividad profesional en toda la cadena de valor.

4.5.1.1 Las empresas que forman el Grupo Secuoya

Las empresas de Grupo Secuoya forman un grupo sinérgico, coordinado y eficaz que cubre toda la cadena de valor del cliente, con el mundo de la comunicación audiovisual como eje conductor. Todas ellas integran equipos de profesionales unidos por la búsqueda permanente de la excelencia en nuestro trabajo y la satisfacción de nuestros clientes, personas y proyectos vinculados por un proyecto común, apasionados con el futuro.

Clientes:

- Disney Channel con JaJa Show.
- Comisión Europea. -Varios Proyectos
- Canal Sur. -varios proyectos: Alerta Andalucía, Tu al norte y yo al sur
- Programa. -Varios proyectos y T con T.
- TV Principado de Asturias. -Varios proyectos, Servicios de operaciones y mantenimiento del equipamiento técnico
- Ayuntamiento de Madrid. -Proyectos, Campaña parquímetros Madrid
- TV3.- Varios proyectos. -Tenim un plà
- TV Castilla-La Mancha (CMM). -Varios proyectos. -Mi otra Gran Boda, La Historia Secreta de Castilla-La Mancha
- Hearst Magazines.-Proyectos, Grupo Hearst
- Proyectos FEAPS
- Metro Madrid. -Varios Proyectos, Canal Metro
- Fundación Once. -Varios Proyectos y Tengo Once
- Movistar Plus. -Víctor Ros
- Banco Santander. -Proyectos. - Tenemos Chico nuevo en la Oficina y Escuela de Campeones 2013
- Gobierno de España. -Diversas campañas
- Aragón TV.-Amigo Doctor
- MTV. -Producción servicios audiovisuales
- IB3.-Servicios de Noticias
- ETB. -Tú al norte y yo al sur
- Tele Madrid. -Embajadores. - Gestión ENG, 40º Norte
- Cuatro. -Servicios audiovisuales y el cirujano
- Repsol. -video corporativo Repsol
- Santander Universidades. -Varios proyectos. - Tenemos chico nuevo en la oficina
- RTRM. -Gestión integran del canal autonómico 7 TV

- Tactics Europe.-Varios Proyectos, Spot Norue, Worten Kindle,Worten todo Hogar,Worten todo Hogar.
- Agroseguro. -"Comprar, colocar y cocinar de manera segura"
- ONLAE. -Spot Lotería de Navidad
- Atresmedia. -Proyecto Pro. - Gestión de delegaciones y equipos ENG
- Al Jazeera
- Euronews
- Magnolia
- Cuarzo
- Federación Española de Baloncesto
- RTVE. -Entre todos, Tú Oportunidad, Tengoonce, Víctor Ros, españoles por el Mundo, Imágenes informativos TVE, Urbanitas por el campo, Cuestión de Tiempo,
- Wikono se hace con la licitación de TVE de Extremadura y Navarra, Víctor Ros. 2º Temporada
- Guadalinfo
- La sexta. -Varios proyectos, policías en acción, Equipo de investigación, comandancias
- JCDecaux
- Canal metro
- Telecinco. -I love Escassi, Servicios Audiovisuales
- Antena 3.-Varios proyectos. -Deberías saber de mí, 7 Días 7 Noches, Vive Cantando, Algo que celebrar, Al rincón de pensar, Apaches, Al rincón

4.5.2 Su modelo de negocio en RTRM

El origen del grupo Secuoya es precisamente la externalización de áreas operativas de las televisiones, dentro de un modelo que empieza fundamentalmente a mediados del año 2000 en España.

La culminación de ese modelo se obtiene con el modelo de Murcia, ya que esta la fecha solamente se había producido en áreas concretas, nunca en el global de una autonómica como en Murcia actualmente

Desde Secuoya creen firmemente que es un modelo perfectamente replicable en el futuro y que sustituirá a las antiguas autonómicas. Las autonómicas denominadas 3.0 serán un modelo como el de Murcia, donde la gestión será de una empresa privada, toda la parte que tiene que ver con la línea editorial y con la definición de los parámetros del servicio vendrán dados por un pliego de condiciones, y todo el riesgo de ejecución vinculado a ese negocio de la televisión autonómica estará en manos de una empresa privada.

Con esta nueva fórmula de gestión de la televisión autonómica modelo "Secuoya" en Murcia según la productora:

"Desaparecerán los déficits que vienen arrastrando históricamente y toda esta bola que se ha ido generando en las antiguas autonómicas, porque es muy complicado generar en una televisión una cuenta de resultados que dé cero; puedes hacer que gane o que pierda, pero que dé cero, que es lo que necesitas a la hora de gestionar los presupuestos de una Administración Pública es muy complicado".

Uno de los alicientes que a juicio de Secuoya tiene esta nueva fórmula es el bajo coste por punto de share y el coste por punto en habitantes que se obtiene cuando el producto de una televisión autonómica está totalmente arrendado a una empresa privada.

La relación de Secuoya con el gobierno de Murcia, desde la productora han manifestado que están en pleno proceso de adaptación ya que este tipo de contrato programa no existía ni en Murcia ni en ninguna otra comunidad autónoma.

Según manifiestan los responsables de Secuoya:

"El modelo que nosotros estamos llevando adelante que es el de gestión indirecta, tiene mucho futuro porque va a permitir a las Comunidades Autónomas disponer de una televisión autonómica pública que considero necesaria para cubrir todos los acontecimientos de la Comunidad que si no nadie cubriría".

La gestión indirecta del servicio es la baza que utiliza Secuoya, defendiendo que esta fórmula hace que una empresa sepa utilizar mucho mejor los recursos propios, no cargando a la administración pública de un pasivo laboral, optimizando los recursos.

El pliego que se utilizó en Murcia, nació sin ningún referente anterior de otra televisión autonómica en España, y por ello es reconocido por ambas partes, tanto gobierno autonómico como la empresa Secuoya, que tiene muchos defectos y que tendrá que ser mejorado con el tiempo.

En la actualidad el gobierno murciano está redactando una nueva Ley que regirá y organizará la nueva Radio Televisión Murciana, con el fin de regular mucho mejor la relación pública-privada. Uno de los aspectos que en lo que incidirá esta nueva ley será la regulación de la supervisión del control del servicio público. Se están viendo posibilidades de un comité, un consejo asesor, definiendo claramente las funciones del ente público y de la empresa adjudicataria.

Otro de los elementos destacables en este caso, es la utilización al 100% de las productoras murcianas incluso alguna como por ejemplo la Televisión Murciana que era una tele local con muy poquitos recursos, ahora hace para Secuoya el magazine de tarde en directo todos los días.

Respecto a los trabajadores en el pliego de adjudicación se exigían setenta y seis contrataciones y hay en la actualidad ochenta y siete, y de forma indirecta se sobrepasa el número de ciento cincuenta. O sea, que hay entre doscientas cincuenta y trescientas personas que están trabajando en la televisión autonómica de forma indirecta.

Con referencia a los informativos se emiten cuatro, incluidos fines de semana. Además, se están haciendo doscientas retransmisiones anuales, prácticamente, una cada dos días. Tienen deporte, fútbol, carnavales, Semana Santa..., hasta catorce procesiones se hicieron en Semana Santa en directo. Están dotados de tres unidades móviles propias, trabajan no sólo en HD, teniendo dos señales de emisión, una en HD Nativo y otra en SD.

4.5.3 Cómo funciona

El gobierno regional murciano convocó un concurso público para la adjudicación del servicio público de televisión autonómica, al que se presentaron cinco empresas audiovisuales, tres de esas empresas nacionales de amplia solvencia y dos correspondientes a televisiones locales murcianas.

Entre las grandes empresas que optaron por el contrato estuvieron : Secuoya, Vértice, actualmente 360, en la cual había participado el grupo de La Verdad de Murcia, aunque al final no se presentó con ellos, y la de GTM que era una oferta que cumplía pero no arriesgaba (empresa que en su día gestiona la televisión murciana), era la más cara, la que menos personal ofrecía, la que menos horas, la que menos medios técnicos porque utilizaba los que ellos tenían, que eran buenos para el año en el que se montó la antigua televisión pero no ofrecían ningún equipamiento en HD hasta el final del contrato a lo largo de los seis años.

El montante que paga el gobierno regional de Murcia a Secuoya (8,9 millones de euros) con todos los conceptos ya que hicieron una baja considerable en el concurso. Hay un *hándicap* más, que está pendiente de que algún día se "re-cuestione" y que es el IVA y ver quien paga ese montante económico que supera el millón de euros.

Secuoya se ha comprometido a dotar a Murcia en unos años de un gran centro de producción televisiva, pudiendo exportar contenidos tanto dentro de la región como en todo el territorio nacional

Según el pliego de condiciones adjudicado, Secuoya se ha comprometido a aglutinar al 85% de las productoras murcianas y al 82% de las televisiones locales/por cable de la región.

El concurso ganado por Secuoya comprende la gestión indirecta de la televisión pública murciana, que comprende programas, informativos, equipamiento técnico, sedes y toda la comercialización de la publicidad.

7RM tiene en la actualidad conforme vimos en unos de los apartados anteriores más de ochenta puestos de trabajo y supera los 300 puestos de trabajo que se conforman en todas las productoras murcianas con las que trabajan.

Secuoya gestiona este servicio público por medio de su empresa filial CBM, con la marca comercial SECURTEL

Grupo Secuoya firmó el contrato programa con el gobierno murciano, tendrá una vigencia de tres años y una prórroga por otro trienio. Las funciones que desarrollará la productora Secuoya serán la producción de programas de contenido informativo y de servicio público de divulgación y entretenimiento que reflejen las tradiciones y singularidades de la región. Se harán cargo de todos los medios técnicos y del personal y solamente tendrán una supervisión del Ente Público y de coordinación. Esta coordinación será meramente orientativa y no implicará en ningún caso de obligado cumplimiento.

Conforme a los pliegos, el contrato tiene un valor de 59.804.132 euros IVA incluido, por la totalidad del periodo de seis años, prórrogas incluidas.

Secuoya ha aglutinado conforme hemos manifestado anteriormente, a la mayoría de las productoras y cadenas de televisión en emiten en Murcia. Cabe destacar que de cuarenta productoras que existen en la actualidad en la región de Murcia, 34 de ellas trabajan para la nueva televisión autonómica de Secuoya lo que representa el 85%. Si se habla de televisiones locales el porcentaje de las que colaboran con ellos es del 82%.

La mesa de contratación del concurso público valoró, con una importante puntuación en el baremo la capacidad, experiencia y el suministro de equipamiento técnico de última generación.

Hablamos con Juan Pablo Jimeno¹⁴⁸ actual DG del grupo Secuoya y le preguntamos sobre varias cuestiones sobre su entrada en la televisión de Murcia y nos explicaron:

"Me gustaría saber qué os lleva a entrar en Murcia, por qué en un momento el Grupo Secuoya, con tanta historia, decide entrar en el negocio que muchos consideran ruinoso de las televisiones autonómicas."

148 Director General del grupo de comunicación Secuoya.

El origen del grupo es precisamente la externalización de áreas operativas de las televisiones, entonces, dentro de este modelo de externalización que empieza fundamentalmente a mediados del 2000, de esa década, la culminación de ese modelo, que hasta que aparece el modelo de Murcia esta compartimentado en distintas áreas y nunca había habido un modelo global, pues es precisamente Murcia.

Esto era algo que nosotros creíamos que tenía que ser una tendencia natural y que la primera Comunidad que ha empezado a hacerlo es Murcia y que creemos que es un modelo perfectamente replicable en el futuro, igual que tú hablabas antes de las nuevas y las antiguas Autonómicas, yo creo que las 3.0 serán un modelo como el de Murcia, donde la gestión será de una empresa privada, toda la parte que tiene que ver con la línea editorial y con la definición de los parámetros del servicio vendrán dados por un pliego, y todo el riesgo de ejecución vinculado a ese negocio de la televisión autonómica estará en manos de una empresa privada.

¿Qué le permite eso a la Administración Pública? Saber desde el inicio, desde que saca su pliego, qué parte es el coste real en el que va a incurrir. Desaparecerán los déficits que vienen arrastrando históricamente y toda esta bola que se ha ido generando en las antiguas, ¿Por qué? Pues porque es muy complicado generar en una televisión una cuenta de resultados que dé cero; puedes hacer que gane o que pierda, pero que dé cero, que es lo que necesitas a la hora de gestionar los presupuestos de una Administración Pública es muy complicado.

Hay una partida que siempre la "variabilizas" que es la publicidad, entonces, a la hora de definir un presupuesto público, si el mercado publicitario está en caída, tú has definido un presupuesto de gastos que, aunque lo cumplas, que sí que es verdad que está pasando en la Administración Pública, está sujeto a los vaivenes de la publicidad, con lo cual, en cualquier caso, te va a generar un déficit.

¿Hacia dónde van las televisiones autonómicas?

Yo creo que van hacia modelos como el modelo de Murcia, si bien es cierto que costará entrar sobre todo a las más antiguas como Canal Sur, ETB... En todas estas televisiones históricas será más complicado, pero al final será un proceso que te irá llevando, porque si es más eficiente y sigues teniendo la misma capacidad de comunicación, dependerá del presupuesto del que lo quieras dotar, pero para la Administración Pública será mejor, con lo cual el camino irá por ahí.

Respecto a otro de los debates que ha habido históricamente sobre si tienen o no que desaparecer las televisiones autonómicas, yo creo que una televisión autonómica bien definida y con unos contenidos claros de servicio público, que de verdad tenga cercanía con el ciudadano y éste se sienta identificado, tiene todo el sentido del mundo, porque al final el consumo de canales lineales está bajando, está penetrando rápido la televisión de pago y esto lleva a un reposicionamiento de todos los contenidos y de cómo consume la gente y lo que va buscando en cada tipo de canal que yo creo que deja un hueco claro para la televisión autonómica del futuro porque es un contenido de actualidad y cercanía que no te va a cubrir ninguna más, ni las generalistas nacionales ni las de pago. De manera que para comunicar lo que pasa en tu Comunidad Autónoma, para tener esa sensación de cercanía y de saber qué está pasando de verdad, que es básicamente en todas las horas de directo que se hacen en la parrilla de Murcia, o tienes una televisión autonómica o tienen muy complicado desde el Gobierno hasta la Administración, las entidades públicas y privadas, comunicar qué pasa en una Comunidad Autónoma.

Ahí hay un hueco y seguirá; hay una realidad: si todos estamos convencidos que lo peor de la crisis ya ha pasado, es verdad que en este tiempo se ha reducido mucho el gasto público, se han reducido las infraestructuras de colegios, hospitales, etc., que ha generado tanto debate, y sin embargo en la parte de las televisiones públicas, sólo se ha cerrado una y por un error en la ejecución del ERE. Además, vuelve a abrirse en cuanto ha transcurrido el período de tiempo suficiente para poderlo hacer.

Vuestro grupo sigue muy interesado en las convocatorias de cualquier concurso por parte de alguna Comunidad Autónoma.

Para nosotros el core¹⁴⁹ del negocio del grupo y hemos diversificado luego en otras áreas como es en contenidos o como puede ser el área digital, servicios a empresas o internacional, pero el core del grupo sigue siendo esto y creemos que hay una oportunidad para que otras Comunidades Autónomas miren a un modelo rentable como el de Murcia, donde hay dos cosas que son objetivables y que no son muy discutibles, que son los datos tanto del coste por punto de share como del coste por habitante.

A partir de ahí te puede gustar el modelo, puedes querer volver a otro tipo de modelo dando la Fórmula 1, la Champions League o la Liga de Fútbol, con otro coste. Yo creo que volver a eso no tiene sentido, porque no es esa tele de cercanía y es una oferta de contenidos que ya la tienes en otro lado

149 Aquella actividad económica capaz de generar valor, más conocido como core business.

¿Tenéis algún contacto con alguna autonómica?

Hay inquietud.

¿Se han puesto en contacto con vosotros?

Sí, preguntan.

El gran problema que tienen las televisiones que ya están instauradas es la infraestructura que tienen y el personal. Si absorbéis una de estas televisiones y entran trescientos o cuatrocientos, tiene que ser muy difícil de digerir.

Esto conlleva una reestructuración clarísima, que la han hecho ya todas las privadas. Se puede ver en la evolución histórica del número de gente que había por ejemplo en Antena3 para dar el servicio de televisión quitando las otras dos partes del grupo y lo que hay ahora, y no hay color. Esto cambió cuando nacieron Cuatro y La Sexta, que nacieron con unos modelos de televisión mucho más livianos, mientras que Antena3 y Telecinco, junto con las Autonómicas que existían entonces estaban muy basadas en un modelo de organización muy parecido al de TVE, eso es lo que conlleva que hubiese una inflación de costes, de gente y de todo tipo de cosas.

¿Podrías compatibilizar la infraestructura en el momento que hubiese otra televisión, o los contratos que tenéis por ejemplo con Murcia os impiden utilizar el equipamiento que tenéis en Murcia para otros proyectos?

Es difícil de compartir, podría haber una edición, temas de grafismo... pero lo que es la infraestructura básica tiene que estar en cada Comunidad”.

El diario La opinión de Murcia¹⁵⁰ últimamente está hablando de la posible fusión de la productora GTM (que realiza programación para Secuoya) y la actual Secuoya para formar un único grupo de comunicación. La información hablaba de:

“El parecer, el Gobierno Regional no descarta la idea de unir Secuoya y GTM. Es decir, el Gobierno, después de haberse columpiado en la adjudicación del funcionamiento de la Televisión Autonómica en mi condición de consejera de la Radio Televisión Región de Murcia (RTRM) ya lo hice constar así en alguna que otra reunión pretende que la actual concesionaria de la televisión autonómica, Secuoya, comparta sociedad con el Grupo de Televisión Murciana (GTM), la anterior titular del canal, con la

150 La opinión de Murcia.- El Gobierno, GTM y Secuoya . Pyli Alarcón 22.06.2016

perspectiva de la renovación de la concesión, que se habrá de producir en los últimos meses de este mismo año.

Les explico: GTM se presentaba, junto a otros aspirantes, a la concesión de explotación de la Televisión Autónoma, pero ante la sorpresa de muchos, la mía entre otros tantos, no fue la beneficiada por dicha concesión. Sí, la que tenía y continúa teniendo las mejores instalaciones he visto las de GTM y conozco las dispersas de Secuoya y no hay color, la que contaba con magníficos profesionales, y continúa teniéndolos, fue preterida para otorgar la concesión de explotación a otros. Una aparente extravagancia que nos hizo, y nos hace preguntarnos, cuáles fueron los motivos para que los 'sabios' que tuvieron que decidir se decantaran por concederle este honor a una empresa de fuera y no a una que nació aquí y cuyas ilusiones son de aquí. No, se le concedió a Secuoya con ninguna conexión con esta realidad, que se ve obligada a contar con distintos estudios en diferentes instalaciones, con lo que esto significa de dispersión de los esfuerzos y de disgregación de las capacidades. Sí, se decidió otorgar la concesión a Secuoya, que tenía que hacer milagros, y continúa haciéndalos, para realizar su programación desde diferentes lugares, en vez de elegir a GTM, una empresa murciana, con unas instalaciones modelicas, unos buenos profesionales y una gestión seria y responsable”.

4.5.3.1 Datos económicos y plantilla de Secuoya en la concesión administrativa de la Televisión autónoma de Murcia

Como se puede ver en los cuadros siguientes, el negocio de Secuoya en la explotación de la televisión autónoma de Murcia está dando sus primeros pasos, los resultados todavía no son los deseados por la empresa, pero se vislumbra un futuro prometedor, ya que los gastos están muy ajustados y, dentro de unos años, podrán hacer que sea un proyecto rentable, a la par que estratégico.

7 TV REGIÓN DE MURCIA	PRESUPUESTO
INGRESOS	9.425.000,00 €
<i>PRESTACIÓN DE SERVICIO</i>	<i>8.925.000,00 €</i>
<i>VENTA PUBLICIDAD</i>	<i>500.000,00 €</i>
TRABAJOS REALIZADOS OTRAS EMPRESAS	4.335.000,00 €
<i>Arrendamientos de Producción</i>	<i>2.450.000,00 €</i>
<i>Servicios profesionales de Producción</i>	<i>1.600.000,00 €</i>
<i>Varios de Producción</i>	<i>285.000,00 €</i>
MARGEN BRUTO	5.090.000,00 €
SERVICIOS EXTERIORES	929.000,00 €
GASTOS DE PERSONAL	2.710.000,00 €
<i>Sueldos y Salarios personal fijo</i>	<i>2.100.000,00 €</i>
<i>Seguridad Social personal fijo</i>	<i>610.000,00 €</i>
E.B.I.T.D.A.	1.451.000,00 €
AMORTIZACIONES Y OTROS RESULTADOS	950.000,00 €
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	501.000,00 €
RESULTADO FINANCIERO	190.000,00 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	311.000,00 €
<i>Impuesto sobre beneficios</i>	<i>93.300,00 €</i>
RESULTADO DEL EJERCICIO (OP. CONTI)	217.700,00 €

Tabla

25 Fuente realizada exprofeso para esta investigación por el Grupo Secuoya

Se puede ver como la plantilla orgánica está muy ajustada, e incluso, bajo mínimos, siendo los trabajadores básicos para la puesta en antena de una programación adecuada de un canal autonómico. Al tener Secuoya también un canal de TDT a nivel nacional, influye claramente en la preparación y en el gran nivel de sus profesionales, no hay que olvidarse tampoco de la colaboración y la prestación de servicios que les ofrece Forta.

PLANTILLA DIRECTA		UDS
ESTRUCTURA		200
OPERACIONES		100
INFORMATIVOS		100
TOTAL PLANTILLA		400

ESTRUCTURA	DIRECTOR GENERAL	1
	DIRECTOR DEPARTAMENTO	1
	CONDUCTORES	1

INFORMATIVOS	EDITOR/REDACTOR/PRESENTADOR	20
	SUBDIRECCIONES	1
	PROGRAMAS	1
	CARRERA	1
	COMUNIDAD ASISTENTE	1

OPERACIONES	REALIZACIÓN Y POSTPRODUCCIÓN	1
	TECNICOS DE SUELO Y CONTROL	1
	TECNICOS	1
	CONTROL DE CÁMERA Y PLATA	1
	FONDO	1
	CONTINUIDADE	1
	CONDUCTOR	1
	DOCUMENTALISTA PLANTILLA	1

Tabla 26 Fuente realizada exprofeso para esta investigación por el Grupo Secuoya

Hay que recordar también que la concesión de Secuoya en Murcia ha contribuido especialmente, en unos casos la creación, y en otros la consolidación de productoras audiovisuales ubicadas en la región de Murcia, que están, en unos casos produciendo, y en otros coproduciendo programas para el canal autonómico murciano. Las cifras son notablemente positivas, superando el número de veinte las empresas con las que se trabaja, generando, según la época del año, una contratación de personal indirecto, entre ciento cincuenta y doscientos profesionales.

PLANTILLA INDIRECTA	UDS
PRODUCTORAS COLABORADORAS	20
PERSONAL ASERVO	150-200

Tabla 27 Fuente facilitada exprofeso para esta investigación por el Grupo Secuoya

El eje vertebrador de la programación de esta televisión autonómica se encuentra en sus servicios informativos con cuatro ediciones, con los títulos de:

- 7N MATINAL (08:00-10:00)
- 7N NOTICIAS 1 (14:00-15:00)
- 7N NOTICIAS 2 (20:00-21:00)
- 7N EL DÍA EN IMÁGENES (24 Horas)

Comprobando en el siguiente cuadro de audiencias se ve que los telespectadores siguen mayoritariamente los informativos de este canal, con unos picos de audiencia de 8,2 en noticias 1; 5,7 en Noticias 2; 6,7 en el matinal y 1,8 en el día en imágenes.

Son unas cifras que triplican (2,5 media de audiencia de la cadena), en algunos casos, la audiencia total del canal, con lo que se obtiene la clara lectura de que son la piedra angular de la programación y donde más invierte 7 RM, tanto en medios como en personal, a la vista de su presupuesto y plantillas.

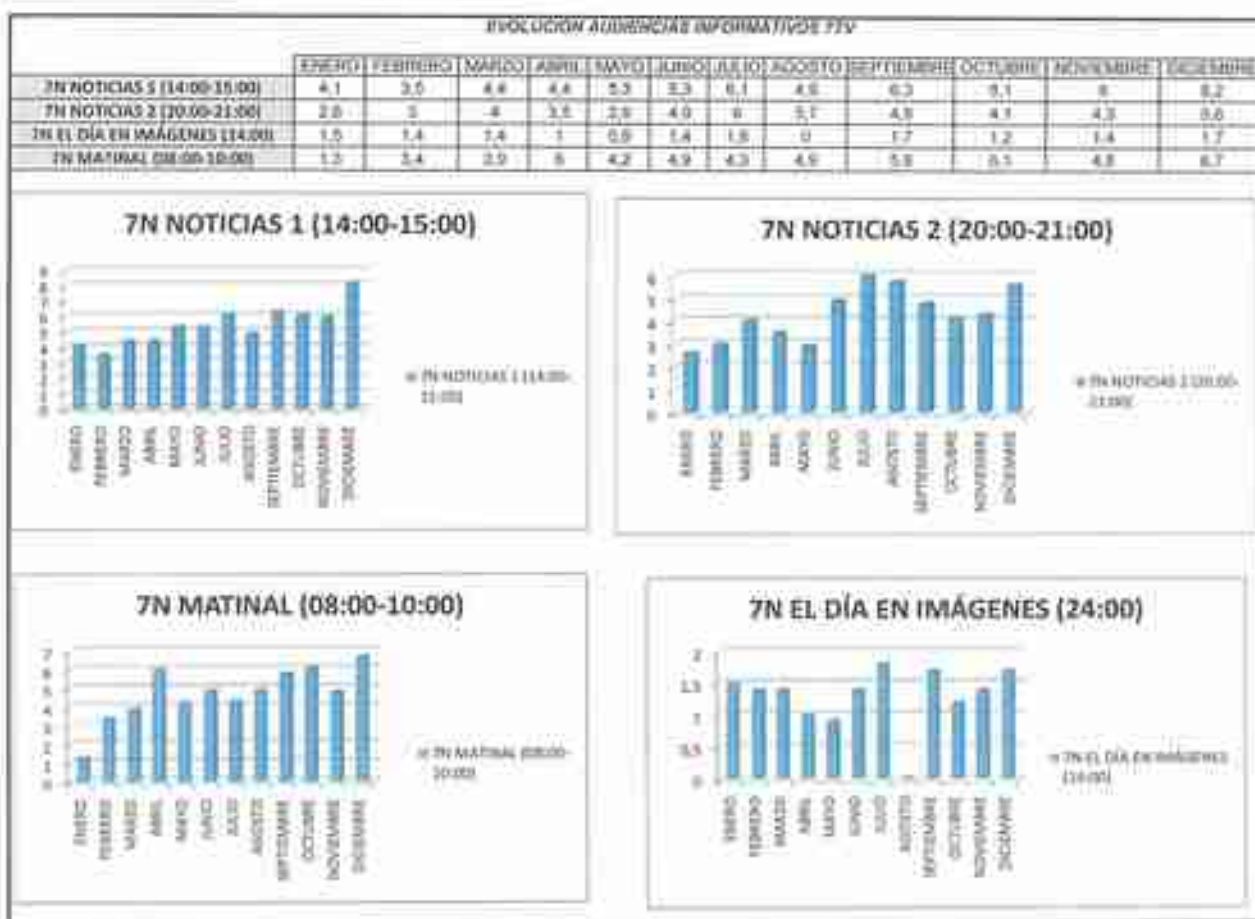


Gráfico 23 Fuente realizada exprofeso para esta investigación del Grupo Secuoya

Si se habla de audiencia total, se observa que, desde la llegada de Secuoya, a principios de 2015, hasta diciembre de 2016, la cuota de audiencia inició una subida constante, partiendo desde casi cero, debido a que los años anteriores el canal estuvo emitiendo programas enlatados y no tenía contratada ninguna empresa de medición de audiencia. Secuoya realizó una importante inversión en sus nuevas instalaciones de Molina del Segura (se dedicará el Anexo 5 a una descripción pormenorizada de las instalaciones).



Gráfico 24 Fuente realizada expreso para esta investigación por el Grupo Secuoya

El actual Director General de 7RM (Secuoya) Alejandro Samanes, habló del día a día de esta televisión autonómica privatizada.

"¿Cómo es la relación con la Autonomía?"

Todos estamos aprendiendo de un modelo que no existía y al que hay que darle sentido. Nos hemos dado cuenta de las carencias que tiene y también de las virtudes que tiene, que son bastantes.

Mi declaración de intenciones es: creo que son muy importantes y que debe haber televisiones autonómicas públicas, porque si no las privadas no iban a tener la posibilidad de una rentabilidad y por tanto no iban a

prestar el servicio público que necesita la Comunidad. Por lo tanto, soy defensor de que haya televisiones autonómicas públicas.

A partir de ahí ya entramos en la discrepancia de si tienen que tener la dimensión que mantienen las históricas a las que aludías antes como ETB o Canal Sur, o si tienen que ser de nueva hornada, como Aragón o Castilla-La Mancha que también son caras, están cercanas a los 50 millones de euros de presupuesto, o el modelo Murcia, que cuesta a las arcas 8.900.000. Imagínate la proporción; entonces creo que, como todo en la vida, hay puntos intermedios.

Creo que la televisión autonómica pública y el modelo que nosotros estamos llevando adelante que es el de gestión indirecta, tiene mucho futuro porque va a permitir a las Comunidades Autónomas disponer de una televisión autonómica pública que considero necesaria para cubrir todos los acontecimientos de la Comunidad que si no nadie cubriría, y te pongo ejemplos reales: acaba de haber inundaciones en Murcia, ha nevado en Murcia, hay equipos deportivos en Murcia, hay Carnavales como los de Águilas de Interés Turístico Internacional; hay muchas cosas que o se dan en la televisión autonómica o no se podrían ver por televisión y no podrían tener acceso los habitantes de la Región de Murcia a ese tipo de acontecimientos.

Por lo tanto, dando por hecho que es importante, dando por seguro que sólo la televisión autonómica lo puede hacer, vamos al tema presupuestario: creo que una gestión indirecta hace que una empresa sepa utilizar mucho mejor, no carga a la Administración Pública de pasivo laboral principalmente y además hace una optimización sacando mucho más rendimiento que una administración, por lo que soy claramente partidario de una fórmula así.

A partir de ahí creo que es importante en la relación entre ente público y la empresa que haya unos elementos que en este concurso no están bien definidos; en el concurso que se creó en Murcia de forma precipitada, hubo un pliego no muy bien hecho en el que dejaba muchísimas lagunas sin regular.

Nosotros tenemos prórroga hasta el 2020 y se está trabajando ahora en hacer una nueva Ley de RTRM que regule mejor el control principalmente de pluralidad informativa sobre la empresa, que nosotros lo estamos haciendo, porque nos interesa como empresa, porque Secuoya trabaja para todo el mundo, entonces por definición no vamos a ser de un partido ni de otro. ¿Que el partido en el Gobierno tiene más presencia? Claro, porque genera más noticias, obviamente, pero ahora mismo en Murcia los cuatro partidos con representación parlamentaria están permanentemente en la televisión, ellos mismos reconocen que nunca habían tenido tanta presencia en televisión y siempre quieren más, son políticos. Como

anécdota, he tenido de un mismo informativo quejas de parte de los cuatro partidos y por lo tanto pienso que lo estamos haciendo bien.

Para ir concluyendo, creo que el modelo es súper válido, creo que lo que hace falta regular mejor es la supervisión del control del servicio público, que es como se denomina, para que haya algún elemento de control, algún comité, algún consejo asesor, y que el ente público tenga clara cuál es su labor, que no es la de dirigir la televisión, porque la empresa se ha presentado a un concurso y ha ganado en base a un pliego y unas condiciones y lo que tiene que hacer es supervisar que lo que ha ganado en ese concurso lo cumpla, no intentar imponerle cosas, porque contra la cuenta de explotación de la empresa no puedes ir. Eso es lo que el Director General del ente no entiende. Si quieres que eso sea distinto, regúlalo para el siguiente concurso.

¿Cómo es la relación con ellos? ¿Cuál es la línea entre la empresa y el ente público? ¿Hay línea directa?

Hay una línea directa, sí. En el propio pliego está articulado que la empresa concesionaria, que además es la responsable de la línea editorial, tendrá un jefe de supervisión del control del servicio público, que además acaban de nombrar a esta figura como Director General de Medios de Comunicación.

Nosotros tenemos reuniones permanentes, semanales, con esta persona, que además tiene acceso permanente a la televisión, en la que tiene un despacho, aunque no está habitualmente porque tampoco tiene trabajo, pero una vez a la semana nos reunimos con él para informarle de lo que vamos a hacer y cuando él necesita cualquier cosa o quiere recabar información se la facilitamos.

Y ahora se quiere poner a otra persona...

Ahora se está viendo si va a seguir el propio Director General de Medios de Comunicación con esa labor que ya ha hecho estos dos años o si se va a poner a otra persona; yo creo que lo inteligente sería que siguiera el mismo, porque además yo creo que lo ha hecho bien, porque nos ha apretado, es decir, ha exigido que cumpliésemos lo que dijimos que íbamos a cumplir, porque la oferta de Secuoya era muy ambiciosa, y al final cumpliendo con el número de informativos, las horas de producción propia, determinados requisitos como la contratación de un número determinado de personas, la destinación del 25% de la prestación de servicio público a las productoras de la Región, que además llegamos al 36%. Si este tipo de cosas se imponen en el pliego se dinamiza el sector audiovisual de la Región.

Nunca habían trabajado tanto como ahora las productoras de la Región y algunas aun así se quejan porque no da para todos, pero 8.900.000 euros es tan poco que las que están trabajando están muy contentas, pero hay alguna que trabaja menos.

¿Tenéis oferta de productoras en Murcia o tenéis que sacar mucho fuera?

No, el 100% en Murcia.

Entonces a raíz de estar vosotros se habrá creado un tejido de productoras que no existía.

Claro, incluso alguna como por ejemplo Televisión Murciana que era una tele local con muy poquitos recursos, ahora como nos hace el magazine de tarde en directo todos los días se ha visto incrementada.

Las productoras que nos hacen los diarios han crecido muchísimo. Y hay otras que nos hacen programas de trece tandas y éstas antes no hacían programas en la tele y ahora sí.

Generáis una bolsa de empleo indirecto importante.

Sí, sí, directamente en pliego se exigían setenta y seis contrataciones y tenemos ochenta y siete, y de forma indirecta sobrepasa las ciento cincuenta. O sea, que hay entre doscientas cincuenta y trescientas personas que están trabajando en la televisión autonómica, sobre todo con el dinero que lo hacemos.

Somos ya la número uno de FORTA en eficacia, estamos en torno al 3% de audiencia en sólo año y medio, que es tiempo que llevamos. Estamos muy contentos porque no nos lo esperábamos. Castilla y León con mucho más presupuesto está en el 1%.

Y venís casi de la nada.

Venimos en negativo, porque la gente pensaba que la televisión autonómica había cerrado. Es mejor empezar de nuevo que retomar una televisión vieja.

Teníamos dos meses de transición. Ni siquiera teníamos instalaciones, porque todavía tenían que hacerse las definitivas, por lo que esos dos meses estuvimos provisionalmente en las instalaciones de La Verdad, periódico de Murcia.

¿Eran las instalaciones donde estuvo la primera televisión?

No, eso era GTM. Esta productora también concurre al concurso, pero perdió, pero era otro modelo distinto. Esa productora no realizaba una gestión indirecta, ellos tenían una parte externalizada de los programas, y sólo por esa parte cobraban 36 millones al año.

Castilla-La Mancha, pese a ser una televisión de las llamadas nuevas, ha incurrido en los mismos defectos que las antiguas.

Por eso soy defensor de este modelo de gestión indirecta, porque si a los políticos de verdad les preocupa la pluralidad informativa, establezca un consejo que controle la existencia de esa pluralidad y deje que la empresa le haga la televisión.

El modelo que estáis haciendo en Murcia me gusta y así lo voy a plasmar, señalando que es el modelo exportable y que es el futuro de las televisiones públicas. Y además se va a llamar así, "Modelo Secuoya".

Ahora estáis viendo los problemas.

Sí, pero bueno, con Paco Martínez Campos al final ha habido una relación perfecta y con Aguado tenemos más problemas porque yo creo que no entiende muy bien el modelo, de hecho, él era defensor de volver al modelo público, porque considera que el dinero no es de nadie y debe ser un servicio público.

¿Todo el equipamiento es vuestro? ¿El ente público no tiene nada?

Es todo nuestro porque así está articulado, por eso digo que aún es más miserable la dotación, porque 8.900.000 no es nada; ahora estoy pactando con el Gobierno para que haya un incremento, pero ni siquiera para nosotros, para el sector, para pagarle un poquito más a la gente, a las productoras.

Con tres informativos diarios.

No, cuatro, incluidos fines de semana. Además, hacemos doscientas retransmisiones anuales, prácticamente una cada dos días. Hacemos deporte, fútbol, carnavales, Semana Santa... hasta catorce procesiones hacemos en directo. Tenemos tres unidades móviles propias, trabajamos sólo en HD, tenemos dos señales de emisión, una en HD Nativo y otra en SD.

Luego el nivel de profesionalidad de la gente; hemos conseguido que la gente tome como referencia la Autonómica, cuando han sido las inundaciones los informativos se han ido al veintitantos por ciento en una tele que no existía hace un año.

Si nos diesen un poquito más de presupuesto pondríamos a esta tele al nivel de Castilla-La Mancha en seis meses.

¿Qué audiencia tenéis actualmente?

El 3% viniendo de cero. En año y medio, porque empezamos la programación en septiembre de 2015

¿Y qué personal?

Ochenta y seis personas fijas, que son fundamentalmente de dirección, estructura y todos los informativos y luego está toda la producción externa con productoras a las que también supervisamos.

¿Los informativos son vuestros?

Sí, es nuestro, lo llevamos nosotros. Y el resto son productoras. Y luego tenemos cinco delegaciones: Cartagena, Caravaca, Yecla, Lorca y Mar Menor, que son habitualmente uno o dos periodistas y uno o dos cámaras que permanentemente están mandándonos porque tenemos vías abiertas de directo, tenemos fibra con todas las delegaciones.

¿Qué presupuesto sería el ideal?

Lo ideal sería exactamente el doble, en torno a 20 millones, porque nos permitiría entrar en derechos, por ejemplo, cuando hay algún producto en FORTA no podemos ir nosotros. Eso habría que regularlo mejor”.

CONCLUSIONES

5 CONCLUSIONES

5.1 Introducción

Por último se llega a las conclusiones de esta investigación. Tras haber utilizado innumerables datos históricos de todo tipo y haber tenido muchísimos problemas, ya que los datos según la fuente consultada arrojan unas cifras u otras, y también haber comprobado que estas televisiones, que están muy politizadas cuando sus resultados no son como ellas quisieran ponen todos los problemas para aportar información y datos constatables de su actividad.

Se responde a la pregunta que se planteó al principio de la investigación sobre si tienen futuro las televisiones autonómicas en nuestro país, y qué caminos deben de tomar si quieren sobrevivir en este momento tan difícil para ellas, ya que el futuro no es todo lo deparador que quisieran.

Finalmente se pondrá sobre la mesa las ventajas, que a nuestro juicio, tiene establecer y trasportar el modelo que se utiliza en Murcia y que se ha denominado "secuoya" para que las televisiones autonómicas funcionen y no sean tan gravosas para los ciudadanos de cada comunidad. Eso sí, propondremos unas modificaciones que, a nuestro juicio, deberían de acometerse a este modelo y que pueda permitir su exportación al resto de comunidades autónomas, ya que de no ser así les depara un futuro poco halagüeño.

5.2 En respuesta a la pregunta principal de esta investigación, ¿Tienen futuro las televisiones autonómicas en España?

Una vez realizadas las investigaciones previstas, habiendo estudiado todas las cifras y parámetros del complejo mundo de las televisiones autonómicas, se han obtenido una serie de conclusiones que se detallan pormenorizadamente:

Las televisiones autonómicas han costado a todos los españoles durante el ejercicio económico de 2016 un montante 851,72 millones de euros. Una cantidad que se debe considerar como "aproximada" ya que hay que manifestar que los entes públicos son muy "opacos" al publicitar sus datos. Aunque al ser entidades públicas están obligadas por la ley a la transparencia total de todas sus cuentas, estas televisiones tratan en todo momento y con salvadas excepciones de no publicitar sus gastos. El motivo no es otro, que intentar minimizar el impacto negativo de sus cifras en estos momentos de crisis donde se cuestiona hasta la saciedad sus gastos, su viabilidad y si son necesarias para sus sociedades.

Según el reciente estudio que ha dirigido la Universidad de Santiago de Compostela, junto a otras universidades españolas, que fue encargado y patrocinado por FORTA, se puede ver claramente como el costo por habitante y año para por el mantenimiento de los medios de comunicación públicos, incluidos el

estatal y los autonómicos están muy por debajo de la media de estos mismos medios en la comunidad europea. El estudio habla que los medios públicos cuestan 38.9 euros por habitante al año frente a los 66.9 euros que cuestan las televisiones públicas europeas a sus ciudadanos.

Se observa que existe una diferencia de 28 euros al año a favor de los ciudadanos españoles, que le cuesta mucho más barato el sostenimiento de los medios de comunicación públicos.

No hay que olvidarse que, en determinados países como el Reino Unido, existe un canon anual que pagan todos los ciudadanos para el sostenimiento de sus medios. En España no existe este canon y los medios viven de las aportaciones públicas, los escasos ingresos publicitarios y en el caso de televisión española el canon especial impuesto a las operadoras de telecomunicaciones.

Si se compara el peso que tiene la inversión económica de la televisión pública en el PIB, en España o si se compara el coste por hogar, la diferencia está clara, ya que se está en ventaja y por lo tanto cuesta mucho menos. En Europa las familias aportan una media de 156,2 euros al año para el sostenimiento de sus medios públicos de comunicación frente a los 98,8 euros que le cuesta a los españoles, no existe un impuesto directo para este concepto, pero se paga de forma indirecta por medio de los presupuestos generales del estado de cada año.

Al hablar del servicio audiovisual público en la UE se ve como representa 2,4 euros por cada 1.000 euros del PIB, mientras que en España baja a 1,7 euros.

Un apartado importante y de enorme trascendencia son las plantillas de las televisiones autonómicas, aunque en este apartado hay que decir que se han tenido enormes problemas para obtener los datos más recientes, ya que el mutismo es total sobre este aspecto y la investigación la se ha tenido que realizar con datos del año 2015, ya que los encontrados de 2016 son por un lado parciales, contradictorios según la base de datos consultada y en algunos casos erróneos.

Si se busca un titular del apartado de Plantilla, se encuentra claramente y, a nuestro juicio, podría considerarse como "demoledor" "Las TV autonómicas tienen 3 veces más plantilla que Telecinco y Antena 3 juntas". No tiene sentido que las televisiones autonómicas soporten en la actualidad unas plantillas tan abultadas, que están haciéndoles entrar en un espiral súper peligrosa que podría llevarles al cierre como fue el caso de la desaparecida Canal 9 de Valencia y que también pudo llevar al cierre de Tele Madrid si no hubiesen aplicado el ERE tan duro de hace unos años.

El ejemplo más descriptivo de este “desmadre” de plantillas se puede representar con el ejemplo de los 2364 trabajadores de la Corporació catalana de Mitjans Audiovisuals y su buque insignia que es su canal de televisión autonómica (TV3). Unas plantillas que vienen del pasado, cuando las audiencias doblaban las actuales y donde los ingresos publicitarios representaban una buena parte de los ingresos.

En la parte contraria de las plantillas se encuentran dos ejemplos claros, por un lado, los 64 empleados de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión donde tienen casi toda la producción externalizada y en donde solamente las áreas de informativos están bajo el control directo de la Corporación. Y, por otro lado, está la televisión murciana totalmente privatizada y en manos de la productora Secuoya. El ente público solamente tiene los cargos institucionales y la radio autonómica, el resto es totalmente responsabilidad de Secuoya.

Las plantillas de todas las televisiones autonómicas suman un total de 6.282 empleados y todo el grupo de Radio Televisión Española tiene 6354. Queda como resumen de todas las televisiones públicas españolas un número desorbitado de 12.636 empleados. Unas cifras totalmente fuera de control, que están poniendo en grave peligro de supervivencia estos canales públicos y que si no se toman medidas urgentemente tendrán consecuencias nefastas. Es necesaria una política de ajuste duro, fomentando ya las externalizaciones, las bajas incentivadas, prejubilaciones y congelación de las ofertas de empleo.

En el apartado de la audiencia se puede decir que el 2016 no ha sido un buen año para las televisiones autonómicas en España. Lo acontecido se puede resumir en estos grandes titulares:

- Las televisiones autonómicas han tenido el peor año de audiencia desde que nacieron, obteniendo una cuota de pantalla acumulada del 7,4%. Casi la mitad de los índices que obtenían hace escasamente una década.
- El consumo de las cadenas de pago ha tenido un crecimiento espectacular pasando al 20,4% del total de audiencias. La implantación de las grandes cadenas de pago auspiciadas por las operadoras de telefonía, con una oferta muy extensa y completa está haciendo que incluso se utilicen estas plataformas para visualizar programas que se pueden ver en abierto por TDT. El secreto se encuentra en la calidad del producto tanto en su producción como en su soporte técnico.
- El duopolio de los dos grandes grupos de comunicación en nuestro país (Mediaset y Atresmedia) consiguen superar el 85% en cuota de pantalla publicitaria. Dejando en unos índices súper bajos al resto de oferta televisiva que no está encuadrada en estos dos grupos. Esta circunstancia hace que estemos ante una auténtica posición dominante que pone en

peligro la supervivencia del resto de empresas que tienen muy difícil poder competir en producto o en contratación de publicidad.

- TVE remonta en 2016 tímidamente, después de varios años de bajada en sus audiencias. El control político, los vaivenes en la programación, en lo no acertado en sus nuevos proyectos y su errática línea editorial de sus informativos hacen que la televisión pública este en claro descenso, aunque habrá que estudiar detalladamente los próximos años, para comprobar si esta subida se mantiene o por el contrario solamente es un dato coyuntural.
- Las grandes derrotadas son las televisiones autonómicas. Es una bajada generalizada, salvo casos muy puntuales de TVG, Canal Sur, CMM y Tele Madrid. El resto desciende importantemente y marcan mínimos históricos.

Casi todas las cadenas autonómicas se hundieron en 2016

- TV3, la líder de las televisiones autonómicas cerró el 2016 con un 11,4% de share, esto es 1,1 puntos menos que hace un año y su peor dato.
- Aragón TV se queda en un 9% (-1,4 puntos).
- ETB2, que registra mínimo histórico con un 7,3% (-0,7 puntos).
- Canal Extremadura con un 5,5% y 1,1 puntos menos.
- TV Canarias con un 5,1% y un retroceso de 0,8 puntos.
- TPA (Asturias) con un 5% y un desplome de 0,6 puntos.
- IB3 de Baleares con un 3,4% y la pérdida de dos puntos de cuota de pantalla.
- Gana TVG (Galicia) con un 9,8% y un alza de medio punto.
- Canal Sur y un 8,6% y tres décimas de crecimiento.
- CMM con 5,1% de share y medio punto de crecimiento.
- Tele Madrid ha cerrado con un 4,8% y 0,7 puntos de alza.

La televisión pública nacional (TVE) no atraviesa sus mejores momentos en este año 2016. El modelo de televisión española y todos sus canales se encuentran en mínimos históricos, aunque se hayan vivido los últimos meses de 2016 un pequeño repunte, que solamente podría ser un espejismo.

- TVE mejora después de muchos años su audiencia y posiciona a la 1 por encima del 10% de cuota, este es un ascenso que para consolidarse tendrá que mantenerse en los próximos meses. Se tendrá que estudiar la nueva reforma de su organización interna, en concreto la elección de su Director General, que repercusión tendrá en sus audiencias y en concreto en la de sus informativos.

- La 1 mejora respecto a las cadenas autonómicas, estas últimas bajan una décima y registran su mínimo histórico.
- La 1 registra una audiencia del 10,1% y mejora en tres décimas el registro anual de 2015, recuperando los dos dígitos en la ponderación de 2016. Un dato que puede ser una recuperación o un simple espejismo.
- En el conjunto de todas las cadenas que componen RTVE en 2016, la suma de la 1, la 2, Clan, 24 horas y Tele deporte registran una mejora de una décima respecto a los datos obtenidos en 2015.

Publicidad

En el apartado de publicidad el año 2016, se puede decir que ha sido un año relativamente bueno. Este año ha arrojado unas cifras de inversión publicitaria global (todos los medios) de 4.207,7 millones de euros frente a los 4.090,5 millones de 2015. Siendo el crecimiento del 2,9%. Se ve como parece que la crisis que "machacó" a los medios desde 2009 está pasando ya a la historia y comienza un resurgimiento en todos los medios publicitarios ya que han sido el incremento 117, 2 millones de euros.

También hay que poner en el punto de mira un dato importante y que no puede pasar desapercibido. El crecimiento del año, es sensiblemente inferior al obtenido en el primer semestre de 2016 que representó un 4,7%, lo que plantea la duda de que ocurrió para que se produjese una importante desaceleración en el segundo semestre del año. La pregunta es si es una desaceleración puntual, o por el contrario indica que se está en plena desaceleración de la inversión publicitaria en el mercado.

Centrando el estudio en el mercado publicitario televisivo: La televisión es la reina de la inversión publicitaria en nuestro país en 2016 y crece un 5,3%, alcanzando la cifra de 2.118,2 millones de euros, representando el 50,3% del total del mercado. Un crecimiento de 1,2 puntos de participación. De acuerdo al estudio realizado por INFOADEX.

Este aumento del 5,3% supone el tercer año consecutivo de crecimiento. Como se decía anteriormente, 2007 fue el año del récord anual de inversión publicitaria en televisión con 3.469 millones de euros. Todavía se está 1350,8 millones por debajo del magnífico record de 2007.

Las televisiones autonómicas tienen entre sus objetivos luchar por aumentar su contratación publicitaria frente al gigantesco duopolio que forman Mediaset y Atresmedia que acapararon en 2016 el 85,4% de la inversión publicitaria en televisión. Según datos e impresiones recogidas por "El Economista" de varias fuentes el objetivo de las autonómicas que forman parte de FORTA es superar

el 7,4% de 2016 de la audiencia ofreciendo un paquete único a los anunciantes de estos medios de comunicación.

El problema que se encuentran las televisiones autonómicas, que no paran de caer en las audiencias y se agravaba con la realidad de que la fórmula descrita anteriormente de venta conjunta de paquetes publicitarios en varias televisiones no está obteniendo el éxito que se pretendía. Los motivos, entre otros, es que algunas de ellas no son muy receptivas a esta fórmula y no han entrado en estos paquetes conjuntos y otras que, si entraron, no están totalmente de acuerdo en los precios establecidos. El resultado da que el panorama no es tan halagüeño como se pretendía y ya están buscando nuevas fórmulas.

En la inversión pública de las televisiones autonómicas se encuentra con una cifra de 851 millones en su conjunto, con datos que no son totalmente definitivos, ya que las televisiones son muy reacias a publicitar estos datos. Encabezando este ranking de inversión se observa a la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), que además de TV3 cuenta con tres canales más que son Esport3, 3/24 y Súper 3/33, siendo la que más cuesta a los ciudadanos en 2016 con 225 millones de euros. Le sigue la andaluza Canal Sur con un presupuesto inicial de 137,5 millones. En el apartado de televisiones caras el tercer puesto es para la televisión vasca con 115,72 millones.

En la otra cara de la moneda, las más baratas son La murciana gestionada íntegramente por la productora Secuoya que solamente les cuesta a los murcianos 8,9 millones, la asturiana con 19,50 millones y los extremeños con 34, 80 millones.

El resto de televisiones se encuentra en el centro del gasto. Como se ha dicho, la más cara es TV3 con 225 millones y la más barata 7RM con 8,90 millones.

En el caso de la televisión catalana la audiencia no acompaña los niveles de inversión ya que a fecha de 2016 respecto a 2007 la caída de la audiencia está en un 31% Y en la misma línea también, Canal Sur, ha visto minados a la mitad su número de televidentes, cerrando el último año con un 8,6 por ciento de share, frente al 16,9 por ciento con el que contaba en 2007.

Las televisiones autonómicas en su conjunto perdieron un 1% entre 2015 y 2016 con datos de bajada de TV3 con un -9% y Televisión Canarias un -14%.

En el apartado positivo se puede destacar CMM con un dato positivo del 11% y Tele Madrid con un 17%.

Al analizar el posicionamiento por punto de Share, se puede destacar y resumir los siguientes conceptos:

- La televisión donde menos cuesta un punto de share es la televisión asturiana con 3,25.
- Le sigue la autonómica murciana 7RM (Secuoya) con un 3,71 millón por cada punto de audiencia.
- Aragón Televisión con un 5,10 continúa estando entre las televisiones donde más barato sale un punto de audiencia.
- Canal Extremadura, televisión autonómica que no forma parte de Forta la vemos que también está dentro de la zona agradable con un 6,33 millón por punto de audiencia.
- La televisión autonómica de Castilla-La Mancha, antes RTVCM y ahora Castilla-La Mancha Media (CMM), se encuentra ya casi en la frontera entre las consideradas televisiones que obtienen un punto de share barato con las caras. Castilla-La Mancha le cuesta su punto de Share 7,45 millones de euros.
- Las televisiones que se podrían considerar caras son la autonómica canaria con 7,80 millones y la de la Baleares IB3 con 8,41 millones de euros por punto de Share.

Si se compara la tabla que se ha visto en esta investigación correspondiente al año 2016 con al periodo 2012-2015 en los costes por punto/share, se puede comprobar como:

- Teniendo la media nacional está en 15 millones el coste punto de share solamente se acerca con TV3 y Tele Madrid
- Entre el 10 y el 15 tenemos a TVG, Canal Sur y ETB 2
- Entre 4 y 5 estaban la televisión canaria, la asturiana, IB3 y CMM
- Los mejores resultados y más barato el punto de share esta compartido entre Aragón Televisión y la televisión del principado de Asturias.
- La tendencia de 2012 a 2015 se ve como continúa en 2016, aunque con recortes presupuestarios se mantiene la tendencia de que las grandes televisiones con mayores prepuestos continúan teniendo los costes de punto de share más altos.
- 7 RM Murcia que no aparecía en el anterior estudio, ya aparece en 2016 y se pone en la televisión más barata en el precio de punto de audiencia por millones de euros con un 2,71.
- En resumen, tener mayores prepuestos no rebaja el precio de coste de audiencia, todo lo contrario, lo amplía.

Los datos de la televisión de pago en España durante 2016 son:

- Este año 2016 se pasa con un fuerte crecimiento el consumo de las televisiones temáticas de pago del 18,8% al 20,4% de la audiencia total, lo que representa un máximo histórico, el anterior se tenía en 2010 con un 20,2%.
- El conjunto de temáticas de pago ha promediado en 2016 un 7% de cuota de pantalla, lo que representa una subida de dos décimas y el mejor resultado de los últimos seis años.
- Las cadenas que gozan de una audiencia más alta son FOX, BEING, LIGA, TNT.AXN, CANAL HOLLYWOOD, COMEDY CENTRAL, AMC, COSMOPOLITAN, CALLE 13 Y #0.

El consumo de televisión en España, baja por cuarto año consecutivo.

En 2016 el consumo de televisión en España tanto en la modalidad lineal como en diferido ha alcanzado la media de 233 minutos persona/día. Son cuatro minutos menos que en 2015, siendo un descenso por cuarto año consecutivo según los datos de Barlovento Comunicación a partir de datos de Kantar Media.

La comparativa realizada entre las televisiones autonómicas estudiadas Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, Castilla-La Mancha Media, antes Radio Televisión Castilla-La Mancha y Radio Televisión Región de Murcia con su empresa adjudicataria del servicio 7 RM del grupo Secuoya demuestran varias consecuencias:

- Una plantilla desmesurada en el caso de CMM, que supera los 400 empleados.
- Las otras dos televisiones tienen unas plantillas ajustadas, en el caso de 7RM, todos los empleados de la televisión son del grupo Secuoya, los trabajadores que aparecen en los listados son del Ente público y de la radio autonómica murciana, que no están en Secuoya.
- Las audiencias en el caso de Aragón están descendiendo como ocurre al resto de autonómicas, la murciana tiene muy pocos meses de estudio de su audiencia y da la sensación que está remontando y CMM ha subido en los últimos meses debido a la compra de formatos y fichajes de estrellas y habrá que ver si esta subida de audiencia se mantiene en 2017 o por el contrario si se une al descenso generalizado de FORTA.
- El coste de la televisión autonómica por habitante nos da los siguientes datos:

COSTE POR HABITANTE			
TV ESTUDIADAS	APORTACIÓN PÚBLICA EN MILL.	HABITANTES	COSTE POR HAB.
ARAGÓN TV	46	1.309.000	35,14 €
CMM	38	2.042.000	18,60 €
7RM	8,9	1.465.000	6,09 €

Tabla 28 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media

Con estos resultados se ve lo costosa que es la televisión para los aragoneses y lo barato que es para los murcianos tener una televisión autonómica.

Secuoya es una productora multinacional, que ganó el concurso público convocado por el gobierno autonómico de Murcia y es la empresa que en la actualidad elabora, dirige y emite la televisión autonómica 7RM. El gobierno murciano paga solamente 8.925.619 + IVA millones de euros a la productora. Secuoya se hace cargo de todos los gastos de equipamiento, producción, emisión y realización de la televisión. Hay que hacer especial hincapié en el tejido de productoras creado por Secuoya en Murcia para la producción de programas con una cifra muy importante de empleados indirectos que genera. El ente público solamente gestiona la radio autonómica y la burocracia administrativa.

Conclusiones finales:

El futuro para las televisiones autonómicas no parece muy halagüeño. Si quieren subsistir deberán, a mi juicio, realizar urgentemente los siguientes cambios:

Modificar sus leyes de funcionamiento, adecuándolas a la realidad audiovisual actual y al siglo XXI, quitando la rigidez, el seudo funcionariado de sus empleados y adaptándolas más a un concepto empresarial privado que público. Deben de ser más empresas mercantiles que empresas públicas. El funcionamiento de sus estructuras y sus empleados como funcionarios, no es el futuro y está creando una serie de "compartimentos estancos" que hace que los empleados sean intocables.

Reducción drástica de las plantillas, adaptándolas a la realidad, ya que algu-

nas están desbocadas

Externalización de un porcentaje amplio de la producción, tanto en entretenimiento, ficción, informativos y medios técnicos.

Creación de un importante tejido de productoras en sus áreas de influencias, con la consiguiente creación de importantes cifras de trabajadores indirectos y así poder descargarse de trabajadores propios.

Permitir y modificar la ley actual permitiéndose la difusión de la señal de las televisiones autonómicas en sus comunidades limítrofes. Con esta medida se ampliaría el mercado publicitario propio y los productos audiovisuales podrían ser rentabilizados en un menor tiempo y a más bajo coste.

Elaboración y ejecución de un duro plan de ajuste de gasto, intentando lograr la reducción de gastos superfluos y sobre todo lo referente al capítulo 1 destinado al personal.

Reducción de los presupuestos, adaptándolos al tiempo actual, después de la dura crisis sufrida. Hay que pretender la correlación de ingresos con gastos, huyendo de los déficits desproporcionados y las macro inversiones

Despolitización de la gestión y de información, mediante la creación de consejos de redacción que permitan a los trabajadores la libertad en el desempeño de su labor informativa y eso se consigue con la elección de los responsables de los informativos por los consejos de redacción

Elección de los directores generales mediante mayorías cualificadas de sus propios parlamentos autonómicos. Se debe de volver a una copia de la ley "zapatero" para la elección del director general de la Radio Televisión Española, donde se eligió por una mayoría cualificada de 2/3 del parlamento nacional. En el caso de las autonomías, esos 2/3 serían también los ideales para la elección de los DG de las autonómicas.

Fomentar la producción asociada, dentro de Forta, siendo el objetivo una amplia coproducción de formatos. Esta fórmula se da en la actualidad muy

débilmente y entre muy pocas televisiones asociadas. Habría que marchar sobre producciones en donde participasen todas las televisiones de Forta.

Hay que potenciar la venta de publicidad conjunta por todas las televisiones autonómicas en grandes paquetes. Un paquete que se garantice su emisión en toda la Forta tendría una venta excepcional y a unos precios muy competitivos.

Coparticipar en los costes de las infraestructuras técnicas con Forta, intentando lograr que los medios técnicos sean mancomunados y de utilización por todas las televisiones, así se conseguiría unos magníficos medios técnicos de última generación de fácil utilización pro todos los miembros Forta.

Abandono de los contratos millonarios de estrellas y formatos. No son tiempos de grandes estrellas. Los grandes formatos y los contratos millonarios de los comunicadores, deben de quedarse en el pasado. Es el momento de apostar por los profesionales propios de cada cadena, que están muy bien preparado y son magníficos comunicadores.

Una urgente negociación con el Ministerio de Hacienda, con el fin de solucionar el problema del Impuesto del Valor Añadido (IVA), ya que la postura ministerial actual de impedir que puedan repercutirlo y exigirles el ingreso de unas desproporcionadas cantidades puede o mejor dicho está poniendo en serio peligro la viabilidad económica de estas empresas. La Forta ya ha puesto el grito en el cielo, pero parece ser que las posturas a esta fecha están muy distanciadas y no se ve en el horizonte un acuerdo.

En respuesta a pregunta principal de esta investigación, ¿Tienen futuro las televisiones autonómicas en España?

Con todos los estudios e investigaciones realizadas durante esta tesis. Una vez comprobados y analizados todos los datos, indagado con mayor o menor suerte en las contabilidades y en las memorias de los entes públicos etc., ya se puede contestar a las preguntas que se planteaban al principio y que se centraban con el título ¿las televisiones autonómicas en nuestro país tienen futuro? Pormenorizando pregunta a pregunta:

a) ¿Tienen el mismo fin ahora que cuando nacieron en los años ochenta?

Evidentemente sí, al estar cerca de los ciudadanos, contar sus realidades, vicisitudes e informar sobre su día a día, hace que estén más cerca-

nas. Todo esto se verá incrementado, si poseen lengua propia, la cual se difundirá y extenderá su uso por todo su territorio.

b) ¿Crean comunidad?

Sí crean comunidad, la vertebran y difunden su realidad autonómica tanto económica como social. De no existir estas televisiones no tendrían nunca repercusión en otros tipos de medios de comunicación de ámbito nacional tanto públicos como privados.

c) ¿Son muy costosas para los gobiernos autonómicos?

Demasiado costosas, debido a unas políticas durante los últimos años de grandes inversiones e incrementos constantes de plantillas que algunas como el caso de Canal 9, les llevó a su desaparición.

d) ¿Llegan a la población?

Sí están llegando actualmente, pero las encuestas marcan un descenso constante de la audiencia, debido a su pertinaz politización y su nula modernización, utilizando programaciones y formulas ya trasnochadas.

e) ¿Están sobredimensionadas sus plantillas?

La respuesta es sí. "Mastodontes" como TV3 con 2364 empleados y 1206 de Andalucía hacen que la plantilla sea un gran problema de difícil resolución y que pone en claro peligro la viabilidad de estas empresas.

f) ¿Por qué desciende constantemente sus audiencias?

El descenso es continuo en todas las televisiones autonómicas y esto es debido a su contante politización, la aparición de nuevas plataformas de pago y una constante competencia de las televisiones privadas. A esto hay que unir una escasa innovación en los formatos, elementos que están lastrando las audiencias constantemente.

g) ¿Es razonable el coste para las arcas públicas de cada punto de Share?

El coste que tiene un punto de share en las televisiones autonómicas españolas en 2016 es de una media de 10,3 millones, lo que las hace que sean extremadamente caras para su financiación.

h) ¿Se puede hacer una televisión con menos inversión?

Sí, se puede hacer una televisión con menos inversión, pero no con las formulas actuales. Hay que cambiar a una nueva gestión, con entrada de empresas privadas que las gestionen. El sistema 100 X 100 público no tiene viabilidad.

i) ¿Existe otra forma de gestión más adecuada para estas televisiones en los tiempos actuales?

Sí, existe otro modelo para que las televisiones autonómicas no sean tan gravosas para los ciudadanos. Esta fórmula es la utilizada por el gobierno murciano con la productora Secuoya, donde todos los medios técnicos y humanos corresponden a la productora. El gobierno autonómico solamente tendría que pagar una cantidad previamente establecida en un concurso público para el servicio de televisión autonómica. Solo se tendrían que negociar precios, condiciones y coordinación.

j) ¿Es posible su privatización y gestión indirecta del servicio público de televisión?

Sí, con la última reforma de la ley audiovisual, se puede utilizar esta fórmula y ejemplo de todo ello es que se está realizando en la región murciana.

k) ¿Si se cambian las fórmulas de gestión tendrían futuro estas televisiones?

Sí, si se hacen estas modificaciones y se realizan concursos públicos tendrían futuro las televisiones, si continúan con la fórmula actual, lo ocurrido con canal 9 no será el único caso de desaparición de una televisión autonómica.

En resumen, la privatización es posible con la nueva Ley y también con una adecuación legislativa adaptada para los nuevos tiempos que facilite la puesta en funcionamiento del "modelo secuoya". Y será una realidad, siempre y cuando se cumplan las siguientes premisas que se han visto en la primera parte de estas conclusiones y que se pueden resumir en:

- Modificación y actualización de las leyes de los entes públicos.
- Reducción de plantillas y adecuación a la nueva realidad tanto social como técnica.
- Externalización de un porcentaje importante de la producción.
- Fomentar la creación por cada televisión autonómica de un amplio tejido de productoras autóctonas.
- Aprobación y ejecución de un riguroso plan de ajuste que aquilate gastos a ingresos en lo posible.
- Modificación de la ley estatal para permitir que la señal de las televisiones autonómicas llegue a las comunidades limítrofes.
- Creación de los consejos de redacción y despolitización de los servicios informativos.
- Modificación de la ley para la elección de los DG, al estilo de la aprobada en la época de Zapatero con un 2/3 de sus respectivos parlamentos.

- Fomentar la producción asociada dentro de Forta.
- Optimización de recursos e inversión en equipamientos técnicos en Forta.
- Regular y establecer definitivamente la venta en conjunto de todos los productos publicitarios de las televisiones Forta.
- Abandono de los contratos millonarios de formatos y estrellas mediáticas.
- Establecimiento urgentemente de una negociación con el Ministerio de Hacienda para negociar el tema del IVA.

Como objetivo prioritario se debería de avanzar hacia un modelo denominado:

HACIA EL MODELO DENOMINADO SECUOYA

Las televisiones deberían de converger en un modelo de estas características ya que:

- Abarata notablemente el gasto destinado a una televisión autonómica..
- Mantiene unos niveles moderados de empleados
- Desarrolla ampliamente el tejido empresarial de las productoras en cada comunidad autónoma.
- Permite tener una cadena autonómica en cada comunidad autónoma por pequeña que sea.
- No soporta una plantilla desproporcionada.
- No deben de invertir en equipamientos técnicos constantemente.
- Deja atrás las injerencias constantes políticas.

Las únicas modificaciones que se deberían de hacer respecto al modelo actual que realiza Secuoya para el gobierno regional de Murcia serían:

- Contratos de un tiempo mayor para su ejecución, ya que las inversiones de las empresas son muy altas y necesitan más años para poder amortizar las importantes inversiones.
- Establecer una comisión ejecutiva con representantes de ambas partes para la coordinación y la ejecución de la línea editorial de la cadena, inversiones, proyectos, contrataciones de directivos etc.
- Todas las decisiones editoriales deberán de ser consensuadas y votadas por una mayoría cualificada de ambas partes.

Con estas modificaciones se cree firmemente que el modelo que se ha denominado "Secuoya" puede ser el futuro de estas televisiones. De no ser así y de

mantenerse los actuales modelos de empresa y de negocio tendrá como consecuencia que en los próximos años cierren alguna más como ya le ocurrió a canal 9 y el gran ERE de Tele Madrid. El Actual formato que se está diseñando para la nueva televisión autonómica de Valencia, a mi juicio, está cayendo en los mismos males de su antecesora y si no lo remedia nadie será una copia con todos los defectos que tuvo canal 9.

FUTURAS LINEAS DE INVESTIGACION.

Una vez terminada esta investigación se abren varias líneas de investigación que sería muy conveniente estudiar y desarrollar como complemento del futuro de las televisiones autonómicas y podrían ser:

- Regulación de los impuestos y en concreto en IVA en los medios de comunicación públicos.
- La emisión de las televisiones autonómicas en las comunidades limítrofes.
- El tejido de las productoras en las comunidades que tienen una televisión autonómica.
- La privatización de los servicios públicos de comunicación.
- La selección del personal de las televisiones autonómicas.
- Los consejos de redacción en las televisiones autonómicas.
- El papel de FORTA en el siglo XXI.
- La elección de los Directores Generales de las televisiones autonómicas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS, COMENTARIOS Y ARTÍCULOS EN REVISTASES ESPECIALIZADAS

- Alarcón Pyli. (2016). El Gobierno, GTM y Secuoya. Murcia. La opinión de Murcia.
- Albornoz Luis Alfonso. (2005). Memoria para optar al grado de Doctor. Revistas Científicas Complutenses. Madrid. UCM
- Albornoz Luis Alfonso. (2018) Televisiones públicas autonómicas en España y normalización lingüística. El caso de Tele Madrid: una cadena autonómica singular. Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria. Madrid. UCM
- Anchel Cubells, José María (2002). Canal 9: Historia una programación (1989 — 1995). Tesis de doctorado. Madrid. UCM

- Ander-Egg. (2000). Metodología y práctica de la animación socio-cultural. Madrid CCS
- Araujo José Ruas. (2003) Televisiones públicas para todos los públicos. "Ámbitos: Revista internacional de comunicación" Nº. 9-10. Sevilla. Universidad de Sevilla
- Ariño Ortiz Gaspar (1988) La televisión privada en Castilla y León." Ejemplar dedicado a los medios de comunicación social" Nº 34. Págs. 85-90 Madrid. Fundes
- Artero J.P et Alia (2011) "La televisión en España. Informe 2011". Madrid. Ediciones IESE.
- Baget Herms J.M. (1993). Historia de la TV en España, 1956-1975. Barcelona. Ediciones Feed Back.
- Benigno Fernández y Alexandre Pereira Meire (2006). "La publicidad en la televisión de Galicia". Revista de Estudios de Comunicación. Zer. Universidad del País Vasco.
- Berne Manero Carmen y Orive Serrano Víctor (2013) "Factores de desarrollo de las televisiones autonómicas públicas desde las recepciones de los grupos de interés. El caso de Aragón Televisión". Ámbitos, revista andaluza de comunicación. Págs. 1-10
- Bonaut Iriarte J. (2010). The perennial problem of televised football in Spain: a historical perspective of the fight for Professional Football League (LFP) TV rights .. Communication & Society 23(2), 71-96.
- Bustamante Enrique. (2013)-Historia de la Radio y la Televisión en España. Barcelona. Gedisa
- Bastamente, E. (2006): Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia. Barcelona: Gedisa.
- Callejo Gallego, Javier; Viedma Rojas Antonio. (2006). Proyectos y estrategias de Investigación Social: la perspectiva de la intervención. Madrid. Editorial Mc Graw Hill.
- Callejo Gallego Javier; del Val Cid, Consuelo; Gutiérrez Brito, Jesús; Viedma Rojas, Antonio. 2010. Introducción a las Técnicas de Investigación Social. Madrid. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Campo Vidal, M. (2010): La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital. Madrid: Academia Tv y Eoi.
- Campos Lucena María Soledad. Velasco Morente Francisco. (2013) -La eficiencia de las televisiones públicas en España: la aplicación del DEA como modelo de medición. -Revista de ciencias sociales. Vol. 19, Nº. 2, págs. 362-378

- Casado Miguel Ángel Miguel Juan Carlos. (2012). Televisiones Autonómicas. - Evolución y Crisis del modelo público de proximidad. Barcelona. - Gedisa
- Cervera Esther. (2014) – Las caras de la noticia. Alcalá de Henares. Editorial Leeme.
- Contreras José Miguel, y Palacio Manuel. (2003) La programación de televisión. Madrid. Editorial Síntesis.
- Corbetta, P. (2007) Metodología y técnicas de investigación social. Madrid. Editorial Mcgraw-Hill Interamericana.
- De Bustos Miguel J. C. y Casado del Reio , M. A. (2012): Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad. Barcelona: Gedisa.
- De Bustos, Juan Carlos (2016) Comunicación y Sociedad. "Impacto de los recortes en las televisiones autonómicas en la industria audiovisual: los casos de Euskadi y Cataluña (2007-2014). Universidad del País Vasco. Vol. 29, Nº. 4. págs. 9-28
- De Moragas Miquel. - Prado Emili (2000) Televisio Pública a l. era digital. Barcelona Editorial: Portic
- De Moragas Miquel, Garitano Endia C y López B (1999): Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la Era Digital. Barcelona: Aldea Global.
- Díaz Lorenzo (1994). La televisión en España. 1954-1995. Madrid. Alianza Editorial;
- Egg Ander (2000). Metodología de la Investigación, México. Editorial McGraw Hill.
- Felici Marzal Javier, Elgezabal Zallo Ramón (2016). "Las televisiones públicas de proximidad ante los retos de la sociedad digital". Comunicación y Sociedad; Universidad del País Vasco. Pamplona 29.4 Páginas 1-7.
- Fernández Eduardo. (2017) Las autonómicas contra el duopolio de facto LAS AUTONÓMICAS, CONTRA EL "DUOPOLIO DE FACTO": Madrid El Mundo.
- Fernández Eduardo. (2015) Secuoya, el nuevo modelo autonómico. Madrid El Mundo; Madrid Pág. 49.
- Fernández Eduardo. (2017) "Choque entre cadenas privadas y autonómicas: La asociación de TV comercial Uteca carga contra el decálogo de Forta" Madrid El Mundo Apr Pág. 48.
- Front Cover. (2009) El Audiovisual digital: políticas y estrategias desde las Comunidades autónomas. Murcia Editorial Ideco
- García Castillejo Ángel. (2014) -La Televisión en España. Marco Legal. Barcelona UOC (Universitat Oberta de Catalunya).

- García Matilla A. (2003): Una televisión para la Educación. La utopía posible. Barcelona: Gedisa.
- Gel Gómez Rosario (2010) Las televisiones recortan gastos, pero no cuestionan el modelo: [Edición Andalucía]. El País; Madrid 21 Apr Pág. 26.
- Gil Blasco José Joaquín (2015). La regularización de las emisiones de televisión autonómicas fuera de la comunidad de origen: El caso de Cataluña (2004-2014). Área Abierta.15.2 Pag 1-17.
- Gómez Rosario G. (2015) Murcia privatiza la gestión de su televisión: [Edición Comunidad Valenciana]. El País; Madrid [Madrid] 29 Pág. 39.
- Gómez Rosario G. (2016). La televisión pública en España cuesta 39 euros por habitante al año: [Edición 1st Ed. Madrid]. El País; Madrid [Madrid] 27 Pág. 37.
- Hernández Gallego María. (2016) La Tv autonómica como reducto: Ramón García quintuplica la audiencia de la cadena pública castellano-manchega en un formato copresentador por Juncal Rivero y basado en el de Juan y Medio para Canal Sur. El Mundo; Madrid [Madrid]08 Oct Pág.: 57.
- Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C; Baptista Lucio (1991). Metodología de la Investigación. México Editorial McGraw Hill.
- Keats D. (1992). La entrevista perfecta, manual para obtener toda la información necesaria para cualquier tipo de entrevista. México. Editorial Pax.
- Llamazares Julio. (2006) Escenas de cine mudo. Madrid Editorial Alfabuara.
- López-Cepeda. Am (2012) "Modelos audiovisuales públicos en España. Perfil profesional, empresarial y político de sus principales órganos internos de gestión. -comunicación y sociedad" Communication & Society. Universidad de Navarra, p 399-427.
- Manfredi Sánchez José Luis. (2008) La televisión pública en Europa. Madrid. Editorial Iberautor Promociones Culturales.
- Marzal Felici Javier (2015) "Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Universidad de Valencia.
- Marzal Felici Javier (2016) Las Televisiones Públicas Autonómicas en el siglo XXI. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Muñoz Razo (1998) Como elaborar y asesorar una investigación de tesis. México Editorial Prentice Hael Hispanoamericana.
- Nahoum CH. (2011) La entrevista en la investigación cualitativa. San Sebastián de los Reyes. Editorial Morata.
- Nahoum, Ch. (1990). El proceso de la entrevista. México Editorial Kapeluz.

- Palacio Manuel (2001) Historia de la Televisión en España. Barcelona Editorial Gedisa.
- Pérez Serrano. G. (2014) -Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. Madrid Editorial La Muralla.
- Ramírez de Ganuza Carmen. (2010). "Cospedal exige privatizar la TV de Castilla La Mancha: La 'popular' propone al presidente autonómico privatizar la televisión pública regional". El Mundo; Madrid [Madrid]02 Sep 2010: Pág. 14.
- Ramonet I: "La gran mutación". (ed.) (2002): La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica. Barcelona: Icarí.
- Ruiz Olabuénaga José Ignacio. (2012) Metodología de la investigación cualitativa. Universidad de Deusto, 2012.
- Ruiz Olabuenaga, José Ignacio (1996), "Metodología de la investigación cualitativa" (Book Review).
- Sampieri y Cols (2003) Metodología de la investigación. México Editorial McGraw Hill.
- Steinar Kvale (2011) Las entrevistas en investigación cualitativa. San Sebastián de los Reyes. Ediciones Morata, S. L. 2011.
- Tamayo y Tamayo Mario. (2004). Diccionario de la metodología y técnica de la investigación. México. Limusa.
- Vázquez Cristina. (2013) Una multitud transversal contra el cierre de RTVV: [Edición Comunidad Valenciana]. El País; Madrid [Madrid]10 Nov 2013: 34.

PAGINAS WEB CON INFORMACION GENERAL DE TELEVISIONES AUTONOMICAS

20 minutos. (2013). Las teles autonómicas cuestan a las arcas públicas 880 millones para una audiencia del 8.6%. Diario 20 minutos. 06-11-2013

<http://www.20minutos.es/noticia/1968802/0/televisiones-autonomicas/balance-situacion/deuda-plantilla-presupuestos/>

Página consultada el 19-09-2015.

Luis Ángel de la Viuda (2015). "En busca de otra televisión. Diario ABC 22-11-15

http://www.abc.es/espana/abci-busca-otra-television-201511220258_noticia.html

Página consultada el 18-04-2017.

José Luis Ramírez (2015). ¿Sabéis cuánto nos cuesta mantener todas las televisiones públicas de España? Adslzone.tv. 17-11-2015.

<http://www.adslzone.tv/2015/11/17/sabeis-cuanto-nos-cuesta-mantener-todas-las-tv-publicas-de-espana/>

Página consultada el 08-12-2015.

Portal de la empresa Barlovento comunicaciones, que realiza estudios de audiencia y mediciones.

<http://www.barloventocomunicacion.es/>

Página consultada varias veces desde septiembre de 2015.

Félix Riera (2015). "La post-televisión: de la televisión antropológica a la sociedad digital". Cac.cat. 07-09-2015

http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q15riera_ES.pdf

Página consultada el 08-12-2015.

Mai Montero (2015). "El futuro de las televisiones autonómicas". Cambio16.com. 12-07-2015.

<http://www.cambio16.com/actualidad/el-futuro-de-las-televisiones-autonomicas/>

Página consultada el 29-09-2015.

Jaume Viñas (2014). "Hacienda veta la devolución del IVA a las televisiones autonómicas". Cincodías.com. 05-08-2014.

http://www.cincodias.com/cincodias/2014/08/04/economia/1407169958_522828.html

Página consultada el 08-12-2015.

Página oficial del Congreso de los Diputados de España.

<http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso>

Página consultada 01-06-2017.

Mariola Cubells. "El ocaso de las televisiones autonómicas". El Diario.es. 15-02-2013.

http://www.eldiario.es/sociedad/ocaso-televisiones-autonomicas_0_100790257.html

Página consultada el 08-12-2015.

Justino Sinova (2015). "Quitar las manos políticas las televisiones". El Mundo.es. 28-08-2015.

<http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/la-libertad-mas-fragil/2015/08/28/quitar-las-manos-politicas-de-la.html>

Página consultada el 06-12-2015.

M. Arroyo (2015). La fórmula Secuoya, la solución para las televisiones autonómicas. Estrelladigital.es. 15-06-2015.

<http://www.estrelladigital.es/articulo/television/formula-secuoya-solucion-tv-autonomicas/20150610185155242538.html>

Página consultada el 01-12-2015.

Portal de la Federación de televisiones autonómicas de España

<http://www.forta.es/>

Página consultada varias veces desde septiembre de 2015.

Huffington Post/Efe (2013). Cierre de RTVV: ¿Cuál es la salud del resto de televisiones autonómicas? Huffington 07-11-2013.

http://www.huffingtonpost.es/2013/11/07/cierre-rtvv-autonomicas_n_4231460.html

Página consultada el 19-09-2015.

Portal de la empresa Kantarmedia, que realiza estudios de audiencia de medios de comunicación, especialmente televisiones.

<http://www.kantarmedia.com/es>

Página consultada varias veces desde septiembre de 2015.

Europa Press Santiago (2015). "El PP aprueba en solitario el mandato marco de la Crtvg". La opinión A Coruña. 01-12-2015.

<http://www.laopinioncoruna.es/galicia/2015/12/01/pp-aprueba-solitario-mandato-marco/1019150.html>

Página consultada el 10-12-2016.

La Pirenaica digital (2015). La reforma laboral avala despidos masivos y baratos en las televisiones autonómicas. Lapirenaicadigital.es 12-09-2015.

<http://www.lapirenaicadigital.es/SITIO/REFORMAAVALADESPIDOS-TELEVISIONESAUTONOMICAS.pdf>

Página consultada el 08-12-2015.

La voz libre (2015). "TV3 la televisión autonómica con más trabajadores". La vozlibre.com. 03-08-2015.

<http://www.lavozlibre.com/noticias/ampliar/1109066/tv3-la-television-autonomica-con-mas-trabajadores>

Página consultada el 14-12-2015.

Efe (2015). Las principales televisiones autonómicas reciben casi 700 millones de sus gobiernos en 2015. Málaga hoy. 11-09-2015.

<http://www.malahoy.es/article/television/2108413/las/principales/televisiones/autonomicas/reciben/casi/millones/sus/gobiernos.html>

Página consultada el 29-09-2015.

Md Marketingdirecto.com (2015). 9 televisiones autonómicas se "lavan la cara" con la entrada de los nuevos gobiernos. Md Marketingdirecto.com. 03-08-2015.

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/medios/9-televisiones-autonomicas-se-lavan-la-cara-con-la-entrada-de-los-nuevos-gobiernos/>

Página consultada el 20-09-2015.

Portal de la Dirección General de Telecomunicaciones del Ministerio de Industria, comercio y turismo.

<http://www.minetur.gob.es/telecomunicaciones/es-ES/Paginas/index.aspx>

Página consultada 01-06-2017.

Lourdes Lucio, Cristina Huete, Vicente G. Olaya, Silvia Rodríguez, Pedro Gorospe, Ana Panteleoni, María Josep Serra, Andreu Manresa, Texma Santana, Concha Montserrat, Francesco Manetto y Sergio Lillo (2015). "El cambio llega a las televisiones autonómicas con los nuevos gobiernos. Diario El País 31-07-2015.

http://www.politica.elpais.com/politica/2015/07/31/actualidad/1438356566_547236.html

Página consultada el 18-04-2017.

Prnoticias. Portal de información del mundo de la televisión.

<http://www.prnoticias.com/periodismo/periodismo-pr/20160810-directores-generales-televisiones-autonomicas>.

Página consultada el 01-06-2017.

Antonio Domínguez Vila (2000). "El marco jurídico-constitucional de la televisión autonómica y local". Anales de la Facultad de Derecho. Universidad de la Laguna, 2000.

[http://www publica.webs.ull.es/upload/REV%20ANALES/17-2000/03%20\(Antonio%20Dom%C3%ADnguez%20Vila\).pdf](http://www publica.webs.ull.es/upload/REV%20ANALES/17-2000/03%20(Antonio%20Dom%C3%ADnguez%20Vila).pdf)

Página consultada el 14-12-2017.

Ministerio de Educación, portal del recursos sobre la historia de la televisión en España.

<http://www.recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque2/pag8.html>

Página consultada el 12-04-2017.

Inés Calderón de Anta (2015). "Algunos disparates salariales en las televisiones autonómicas. Sueldospublicos.com.

<http://www.sueldospublicos.com/texto-diario/mostrar/385400/algunos-disparates-salariales-en-las-televisiones-autonomicas>

Página consultada el 01-12-2015.

Alberto García García (2013). "La evolución de las televisiones autonómicas". Revista de pensamiento, sociedad y tecnología. Septiembre 2013.

http://www.telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2013062110160002&activo=6.do

Página consultada el 12-11-2015.

Vida Universitaria (2018). "Las televisiones públicas autonómicas, hacia un nuevo modelo de convergencia y digitalización". Universidad de Navarra, 19-03-2018.

<http://www.unav.edu/web/vida-universitaria/detallenoticiapestania3/2015/11/12/las-televisiones-publicas-autonomicas-hacia-un-nuevo-modelo-de-convergencia-y-digitalizacion?articleId=7866330>

Página consultada el 12-11-2018.

Juan Carlos Miguel de Bustos (2012). "Televisiones Autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad". Communication & Society Universidad de Navarra, 2012.

http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resena.php?art_id=338

Página consultada el 20-09-2015.

Rubén Arranz (2015). La TV de C's: autonómicas más baratas y acabar con la macrocefalia del TVE. Vozpopuli.com, 16-11-2015.

<http://www.vozpopuli.com/economia-y-finanzas/71524-la-tv-de-c-s-autonomicas-mas-baratas-y-acabar-con-la-macrocefalia-de-tve>

Página consultada el 08-10-2016.

Orive Serrano, Víctor (2013). Marketing y televisión autonómica pública: Una aplicación a la industria de la televisión en Aragón. Zaguán, repositorio institucional de documentos. Universidad de Zaragoza 29-11-2013.

<http://www.zaguan.unizar.es/record/13280?ln=es>

Página consultada el 12-12-2015.

PÁGINAS PARA ENCONTRAR INFORMACIÓN GENERAL CASTILLA-LA MANCHA TELEVISIÓN

20 minutos (2015). El exdirector de la televisión de Castilla-La Mancha llegó a pagar 400.000 euros a un redactor. 20minutos.es. 14-12-2015.

<http://www.20minutos.es/noticia/2627947/0/exdirector-castilla-mancha/rvcm-nacho-villa/redactor-ruben-martin/>

Página consultada el 15-12-2015.

Oscar García (2015). "Nacho Villa gastó más de 136.000 euros con dos Visas de Castilla-La Mancha Televisión". Cadenaser.com. 10-12-2015.

http://www.cadenaser.com/emisora/2015/12/10/ser_toledo/1449760162_830211.html

Página consultada el 18-12-2015.

Página oficial de las Cortes de Castilla-La Mancha

<http://www.cortesclm.es/>

Página consultada el 10-10-2015.

Efe. EC. "Escándalo en Castilla-La Mancha Tv: los insultos de la directora de informativos a su equipo". Elcomercio.es. 11-06-2015.

<http://www.elcomercio.es/culturas/tv/201506/08/escandalo-castilla-mancha-insultos-20150608173149.html>

Página consultada el 14-12-2015.

El Periódico (2015). "Insultos a los periodistas de Castilla-La Mancha TV". Elperiodico.com. 08-06-2015

<http://www.elperiodico.com/es/noticias/tele/trabajo-descalifica-jefa-informativos-castilla-mancha-4257127>

Página consultada el 14-12-2015.

Enclm (2015). "¿Quién es quién? Los 29 nuevos "jefes" de Radio Televisión Castilla-La Mancha?" Encastillalamancha.es. 23-10-2015

<http://www.encastillalamancha.es/noticia/62683/wwwencastillalamanchaes>

Página consultada el 14-12-2015.

La economía del toro (2015). "Grandes datos de audiencia para los toros en TV Castilla-La Mancha". Laeconomiadeltoro.wordpress.com. 09-10-2015.

<http://www.laeconomiadeltoro.wordpress.com/2015/10/09/grandes-datos-de-audiencia-para-los-toros-en-tv-castilla-la-mancha/>

Página consultada el 14-12-2015.

La Vanguardia (2015). "La TV de Castilla-La Mancha manipula un abucheo a Cospedal y lo convierte en aplausos". Lavanguardia.com. 04-03-2015.

<http://www.lavanguardia.com/television/programas/20150304/54427860105/cospedal-abucheos-aplausos-manipulacion.html>

Página consultada el 14-12-2015.

EFE (2015). "El exdirector de Castilla-La Mancha Televisión gastó 133.000 euros en restaurantes y hoteles con su Visa". Lavozdeg Galicia.es. 11-12-2015.

<http://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/espana/2015/12/11/exdirector-general-castilla-la-mancha-television-gasto-133000-euros-restaurantes-hoteles-visas/00031449845458206714980.htm>

Página consultada el 14-12-2015.

Libertad Digital (2015). "De becario de Antena 3 a director de Informativos de Castilla-La Mancha TV". Libertaddigital.com. 08-09-2015.

<http://www.libertaddigital.com/espana/2015-09-08/de-becario-de-antena-3-a-director-de-informativos-de-castilla-la-mancha-1276556586/>

Página consultada el 14-12-2015.

Periódico clm.es (2015). "Cospedal dejó una deuda de seis millones en Radio Televisión Castilla-La Mancha. Periodicoclm.es 14-08-2015.

<http://www.periodicoclm.es/articulo/economia/cospedal-dejo-deuda-millones-radio-television-castilla-la-mancha/20150814171913002717.html>

Página consultada el 14-12-2015.

Luis Balcarce (2015). "El PSOE asalta Radio Televisión Castilla-La Mancha repartiéndolo entre los *camisetas negras*". Periodistadigital.com. 03-11-2015.

<http://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/2015/11/03/el-soe-asalta-radio-television-castilla-la-mancha-cargos---camisetas-negras.shtml>

Página consultada el 14-12-2015.

Página Oficial de la Radio Televisión de Castilla-La Mancha, ahora Castilla-La Mancha Media.

<http://www.rtvcm.es/>

Página consultada el 10-10-2015.

Página oficial de los trabajadores de RTVCM, ahora CMM.

<http://www.trabajadorescmt.com/>

Página consultada el 10-10-2015.

PÁGINAS PARA ENCONTRAR INFORMACIÓN TELEVISIÓN DE ARAGÓN

Página oficial de la televisión autonómica de Aragón.

<http://www.aragontelevision.es/>

Página consultada el 01-02-2015.

Página oficial de las Cortes de Aragón.

<http://www.cortesaragon.es/>

Página consultada el 01-02-2015.

El Diario Aragón (2015). "La televisión aragonesa se convierte en un escollo para el acuerdo entre PSOE y Podemos". Eldiario.es. 15-06-2015.

http://www.eldiario.es/aragon/politica/television-aragonesa-convierte-PSOE-Podemos_0_398610458.html

Página consultada el 01-07-2015.

Extradigital (2015). "Mediapro vuelve a Aragón TV con la producción de programas". Extradigital.es. 09-06-2015.

<http://www.extradigital.es/mediapro-vuelve-a-aragon-tv-con-la-produccion-de-programas/>

Página consultada el 18-08-2015.

Elisabeth López Gómez (2012). "Aragón TV y su pócima secreta: entre lo público y lo privado". Lavozlibre.com. 13-06-2012.

http://www.lavozlibre.com/noticias/blog_opiniones/15/596702/aragon-tv-y-su-pocima-secreta-entre-lo-publico-y-lo-privado/1

Página consultada el 01-02-2015.

Libertad Digital (2015). "Lambán y Echenique financiarán programas en catalán en la televisión aragonesa". Libertaddigital.com. 09-09-2015.

<http://www.libertaddigital.com/espana/2015-09-09/el-psoe-de-aragon-financiara-programas-en-catalan-en-la-television-publica-1276556617/>

Página consultada el 16-09-2015.

PARA ENCONTRAR INFORMACIÓN DE LA TELEVISIÓN DE MURCIA

Página oficial Asamblea Regional de Murcia

[Http://www.asambleamurcia.es/](http://www.asambleamurcia.es/)

Página consultada el 18-12-2015.

Pedro Serrano Solana (2015). "Aragón TV y su pócima secreta: entre lo público y lo privado". Eldiario.es. 16-06-2015.

[Http://www.eldiario.es/murcia/sociedad/Supremo-TSJMUE-ERE-Television-Region_0_399311028.html](http://www.eldiario.es/murcia/sociedad/Supremo-TSJMUE-ERE-Television-Region_0_399311028.html)

Página consultada el 18-12-2015.

Eduardo Fernández (2015). "Grupo Secuoya gestionará la cadena de televisión autonómica". El mundo.es. 20-03-2015

[Http://www.elmundo.es/television/2015/03/20/550c12afe2704eb45f8b4589.html](http://www.elmundo.es/television/2015/03/20/550c12afe2704eb45f8b4589.html)

Página consultada el 18-12-2015.

El Mundo (2015). "Las elecciones resintonizan la radiotelevisión autonómica". El mundo.es. 10-07-2015.

[Http://www.elmundo.es/television/2015/07/10/559ec7de22601d4c068b4593.html](http://www.elmundo.es/television/2015/07/10/559ec7de22601d4c068b4593.html)

Página consultada el 18-12-2015.

Eduardo Fernández (2015). "Raúl Berdonés, de Secuoya: Nuestro prime time empezará a las 20:30 horas". El mundo.es. 15-10-2015.

[Http://www.elmundo.es/television/2015/10/15/561ea9b0e2704e9-c508b4595.html](http://www.elmundo.es/television/2015/10/15/561ea9b0e2704e9-c508b4595.html)

Página consultada el 18-12-2015.

En minúscula (2015). "Grupo Secuoya, adjudicatario de la gestión de la TV autonómica de la Región de Murcia". En minuscula.es. 18-06-2015.

[Http://www.enminuscula.es/noticias-enminuscula/grupo-secuoya-adjudicatario-gestion-tv-autonomica-region-murcia/](http://www.enminuscula.es/noticias-enminuscula/grupo-secuoya-adjudicatario-gestion-tv-autonomica-region-murcia/)

Página consultada el 18-12-2015.

Página Oficial de la productora Secuoya.

[Http://www.gruposecuoya.es/](http://www.gruposecuoya.es/)

Página consultada el 18-12-2015.

ANEXOS

7 ANEXOS

Anexo 1. Siglas y acrónimos

4K - Es un tipo de resolución de pantalla que tiene cerca de 4000 píxeles de resolución horizontal.

7 RM - Siete Televisión (Murcia)

8 TV.- Televisión Autonómica Privada Catalana

ACB – Asociación Española de Clubs de Baloncesto

ALTMARK – Marco Comunitario sobre ayudas estatales en forma de compensación por servicio público.

ARD1 – Primer canal de la televisión pública alemana

ARD3 - Tercer canal de la televisión pública alemana

ASTRA. - Sistema de transmisión de televisión mediante satélites geoestacionarios.

ATLAS – Productora de noticias perteneciente a Mediaset

CANAL 9 – Televisión autonómica Valenciana

CART – Corporación Aragonesa de Radio y Televisión

CCMA – Corporación catalana de Medios Audiovisuales
CEXMA – Corporación Extremeña Medios Audiovisuales
CMM - Castilla la Mancha Media
CNMC – Comisión Nacional del Mercado de las Comunicaciones
CNMV – Comisión Nacional del Mercado de Valores
COPE – Cadena de Ondas Populares española
CRTVG – Corporación de Radio y Televisión Gallega
CYLTV – Castilla y León Televisión
DG – Director General
EFE – Agencia de Noticias de titularidad pública
EITB – Corporación de medios autonómicos vascos
ENG - Cámaras de televisión de tamaño más reducido que las cámaras de estudio o de producción que tienen como característica principal la portabilidad.
ERE – Expediente Regulación de Empleo
ETB – Televisión Autonómica Vasca
ETB 1 Primera cadena autonómica vasca
ETB 2 – Segunda cadena autonómica vasca
ETB 3 – Tercera cadena autonómica vasca
FORTA- Federación de Organizaciones de Radio y Televisión Autonómicas
FR3 – Canal de cobertura regional de la televisión pública francesa
GTM – Productora Audiovisual Murciana
HD – Trasmisión señal de televisión en Alta definición
HISPASAT. - Sistema de trasmisión de televisión mediante satélites geoestacionarios.
HTML - Lenguaje de marcado para la elaboración de páginas web.
IB3 – Televisión Autonómica de las Islas Baleares
INFOADEX –Estudio anual sobre la inversión publicitaria en España
IPTV – Oferta televisiva mediante canales de pago por visión
IVA – Impuesto del Valor Añadido
PIB – Producto Interior Bruto

PNV – Partido Nacionalista Vasco

PP – Partido Popular

PSE – Partido Socialista Euskadi

PSOE – Partido Socialista Obrero Español

RAI – Radio Televisión Italiana

RTBF – Radio Televisión Belga

RTCM – Radio Televisión Castilla-La Mancha

RTRM - Radio Televisión Región de Murcia

RTVA – Radio Televisión Andalucía

RTVE – Radio Televisión Española

RTVV – Radio Televisión Valenciana

SHARE - Porcentaje de audiencia o cuota de audiencia

Súper 33.- Tercer canal televisión autonómica catalana

TDT – Televisión Digital Terrestre

TPA – Televisión Principado de Asturias

TSJ – Tribunal Superior de Justicia

TV – Televisión

TV Movies – Películas rodadas para su exhibición en exclusiva por televisión

TV3 – Televisión autonómica de Cataluña

TVE – Televisión Española

TVG – Televisión Autonómica de Galicia

TVPC – Televisión a la carta

UE – Unión Europea

UEFA – Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol

UHF - Es una banda del espectro electromagnético que ocupa el rango de frecuencias de 300 MHz a 3 GHz.

V Televisión – Televisión Autonómica Privada Gallega

WEB - es un sistema de distribución de documentos de hipertexto o hipermedias interconectados y accesibles vía Internet.

Anexo 2. Índice de figuras

Mapas

Mapa 1 Fuente elaborada por Forta www.forta.es	10
Mapa 2 Fuente elaboración propia.....	11
Mapa 3 Fuente elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media.....	73

Cuadros

Cuadro 1 Fuente Ministerio de Hacienda y Administración Pública. www.minhafp.gob.es	17
Cuadro 2 Fuente, elaboración por El Economista.....	19

Tablas

Tabla 1 Fuente elaboración propia con datos de Forta. www.forta.es	14
Tabla 3 Fuente Kantar Media.....	57
Tabla 4 Elaboración propia con datos de Forta www.forta.es	63
Tabla 5 Fuente Arce Media. Elaboración Media Hotline.....	68
Tabla 6 Fuente Arce Media Elaboración Media Hotline.....	69
Tabla 7 Fuente elaboración propia con datos de El Economista.....	71
Tabla 8 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media.....	74
Tabla 9 Fuente Barlovento comunicación, según datos de Kantar Media.....	94
Tabla 10 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media.....	96
Tabla 11 Fuente Aragón TV. Anuario 2015 www.cartv.es	111
Tabla 12 Fuente elaboración propia, con datos de Kantar Media.....	117

Tabla 13 Fuente, elaboración propia, con datos de Kantar Media.....	117
Tabla 14 Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Media.....	119
Tabla 2 Fuente Barlovento comunicación con datos de Kantar Media.....	135
Tabla 15 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media.....	148
Tabla 16 Fuente: Elaboración propia con datos de Kantar Media.....	150
Tabla 17 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media.....	156
Tabla 18 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media.....	160
Tabla 19 Fuente elaboración propia con datos de Ente público RTRM.....	170
Tabla 20 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media 2016.....	180
Tabla 21 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media 2016.....	181
Tabla 22 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media 2016.....	183
Tabla 23 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media 2016.....	190
Tabla 24 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media 2016.....	191
Tabla 25 Fuente realizada exprofeso para esta investigación por el Grupo Secuoya.....	202
Tabla 26 Fuente realizada exprofeso para esta investigación por el Grupo Secuoya.....	203
Tabla 27 Fuente facilitada exprofeso para esta investigación por el Grupo Secuoya.....	204
Tabla 28 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media.....	222

Anexo 3. Índice de gráficos

Gráficos

Gráfico 1 Fuente Arce Media. Elaboración Media Hotline.....	67
Gráfico 2 Fuente Infoadex.....	72
Gráfico 3 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media.....	76
Gráfico 4 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media.....	77
Gráfico 5 Fuente estudio Facultad Ciencias de la Comunicación de Santiago de Compostela.....	78
Gráfico 6 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media.....	80
Gráfico 7 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media.....	85
Gráfico 8 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media.....	90
Gráfico 9 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media.....	92
Gráfico 10 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media...	95
Gráfico 11 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media.....	104
Gráfico 12 Fuente Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media..	109
Gráfico 13 Fuente: 7RM.....	116
Gráfico 14 Elaborado por Aragón TV en su anuario 2015, con datos de Kantar Media.....	121
Gráfico 15 Fuente CART anuario 2015 www.cart.es	147
Gráfico 16 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media.....	149
Gráfico 17 Fuente elaboración propia con datos de Kantar Media.....	157
Gráfico 18 Fuente RTRM www.rtrm.es	169
Gráfico 19 Elaboración propia con datos de Kantar Media.....	185
Gráfico 20 Elaboración propia con datos de Kantar Media.....	187
Gráfico 21 Elaboración propia con datos de Kantar Media.....	188
Gráfico 22 Elaboración propia con datos de Kantar Media.....	189
Gráfico 23 Fuente realizada exprofeso para esta investigación del Grupo Secuoya.....	205
Gráfico 24 Fuente realizada exprofeso para esta investigación por el Grupo	

Anexo 4. Entrevistas realizadas

- Jesús López Cabeza DG Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (03/05/2016)

¿Cuál es el camino recorrido en estos diez años? Hace pocos días ha sido el aniversario. ¿Cuál es el camino recorrido de la Corporación Aragonesa de Radiotelevisión desde que comenzó?

Nuestro camino recorrido es desde hace diez años, pero sobre todo como un punto y aparte desde una Ley que se aprobó en 1987, con una Ley que nace con gran polémica parlamentaria, la última de la primera legislatura autonómica, y que permanece con varios altibajos donde sí se empieza a construir este edificio en el que estamos, que se entrega en 1992.

Sin embargo, no se logra alcanzar el nivel de consenso, yo creo que es la palabra clave, para definitivamente poner en marcha un proyecto que empieza en 2004, que es cuando se logra el consenso parlamentario. En la historia, si te interesa, hay por el medio un proyecto de gestión indirecta del medio a través de un convenio que puedes recabar con Antena 3. Antena 3 iba a ser el gestor de lo que son los contenidos autonómicos, pero vuelven a ser otra vez turbulentos lo que son los posicionamientos políticos y se vuelve a aparcar. Mientras tanto, el edificio es gestionado en régimen de arrendamiento por iniciativas privadas locales que gestionan y emiten aquí una televisión.

De hecho nosotros heredamos un nombre que no hay forma de quitarnos que es el de Antena de Aragón, que en realidad somos Aragón Televisión, Aragón TV, pero la gente todavía nos identifica con los gestores privados.

En 2004 se logra ese consenso parlamentario, unas iniciativas en las Cortes en las que todos los grupos dicen que es el momento de poner en marcha la televisión, porque había madurado también todo el proceso

autonómico. Desde 1987 estábamos todavía por la vía lenta, menos recursos, había otras prioridades... y cuando al final tienes un Parlamento y un rodaje y una serie de temas pues parece que es el momento en el que se conjugan todas las circunstancias para ponerlo en marcha.

En estos diez años, lo que hemos hecho es, partiendo de unas expectativas que se generaron bastante importantes, dar respuesta a ellas sobre todo en dos líneas. Por un lado, un enfoque de proximidad de la cadena, de cercanía, atendiendo la idiosincrasia del territorio, recogiendo lo que nosotros planteamos, la ventana, el espejo de Aragón, para que los aragoneses se puedan ver, reconocer y conocer. Aragoneses de pueblecitos de Huesca nunca hubieran pensado que ocurrirían determinados acontecimientos en Valderrobles, que está en el otro extremo, en Teruel. Ese efecto yo creo que lo hemos logrado, en el que es eje vertebrador los informativos. Los informativos son el elemento sobre el que pivota luego toda la programación, o el que nos da el armazón en el que justificar la presencia.

Y luego está toda la serie de programas de proximidad. Los informativos son fuertes porque está lo otro, y lo otro es fuerte porque están ellos, porque si no coges una temática de informativos y da lo que da, o sea, 3% para especialistas, en momentos determinados.

- ¿Cuál ha sido la respuesta de la audiencia?

Nosotros hemos tenido la complicidad de la audiencia durante estos años y progresivamente hemos ido aumentando. En este documento que hemos elaborado conmemorativo de los diez años ves desde el primer ejercicio incompleto, el primero completo que fue 6,7%, empezamos las emisiones en abril, hemos ido creciendo paulatinamente hasta 2013 que marca nuestro share más alto hasta la fecha, y a partir de ahí estamos en una fase de consolidación de lo que puede ser un share que en este momento dentro de la media de lo que están obteniendo las autonómicas. Nosotros nos mantenemos junto con la catalana por encima de los dos dígitos, con muchas dificultades ya en 2016 y en una tendencia de seguir estando en el podio entre los tres primeros de las autonómicas, pero sufriendo la multiplicidad de ofertas que aparecen.

- Y estar en el podium con unos presupuestos las otras dos por encima mucho más impresionantes. ¿Cuál es el presupuesto? ¿Es adecuado?

Es verdad que los primeros años tuvimos unos presupuestos más expansivos pero a partir del 2011 se produce un ajuste. Nosotros ahora mismo estamos con 48 millones del conjunto de CARTV, o sea, del conjunto de Radio y Televisión, de los cuales 4 millones y poco son de la radio y el resto de la televisión. Y la forma en la que estamos organizados es una organización matricial, es decir, la CARTV presta servicio a lo que son las dos entidades, lo que son los servicios centrales, pero la Televisión de Cataluña, la corporación, tiene 343, entonces tienes que multiplicar por siete y medio lo que son

nuestros presupuestos. Nosotros estamos muy orgullosos en un análisis de lo que es nuestra eficiencia; sobre todo, el coste por punto de share en relación a lo que es el share alcanzado, donde nos encontramos en el cuadrante más eficiente.

La verdad es que lo que lo tenemos hecho por televisiones hay más dificultades porque tenemos que hacer algunas hipótesis, ya que en los presupuestos no te aparece desglosado lo que es Radio y Televisión. Nosotros lo hemos hecho sobre la corporación, habría que hacerlo en realidad sobre lo que es la parte de televisión y habría que sumar los segundos canales. Aún con todo, seguimos siendo los más eficientes.

Viendo la evolución de los presupuestos, en los primeros ejercicios tenemos que distinguir lo que son las inversiones, que dependerá en cada momento de la obsolescencia tecnológica o de las necesidades de invertir; y luego está otro tema que es la deuda, si tienes endeudamiento, es decir, si has anticipado un gasto pero lo tienes que ir pagando.

En los primeros ejercicios, si los comparamos con la evolución de la audiencia, en 2007, que es un ejercicio completo, nos colocamos en 53 millones de euros, con una aportación del Gobierno de 49 millones. En los años 2008, 2009, 2010, se produce un salto muy importante de 70 millones de gasto, a 67 y a 63, pero con una aportación del Gobierno que crece de 53 a 57 millones, que nos genera unos déficit de explotación. Aquí cogemos la tendencia de ir ganando notoriedad, preponderancia, pero excediendo las capacidades de la propia Comunidad Autónoma.

A partir de 2011 recuperamos la estabilidad presupuestaria volviendo otra vez a unos ratios en torno a los 57 millones, que era la cantidad de inicio. Y aquí coincidimos con la situación de crisis económica y se producen unas bajadas en la aportación del gobierno: 49, 53, 57, 56, 55, 42.

- Pero el dato importante es que en plena crisis económica y publicitaria se mantiene la estabilidad.

A pesar de ello, bajamos, nos dimensionamos y valoramos qué se puede permitir la Comunidad Autónoma y ajustamos la parrilla, y eso con un control que nos permite tener resultados operativos excedentarios que nos permiten atender la carga de la deuda y aún obtener pequeños superávits. Y esto hasta 2015 con el share creciendo, luego se estabiliza, y luego está claro, te dimensionas porque estás constreñido y no tienes más capacidad, tienes que mantenerte, ahora la aspiración es mantener, haber logrado un share y mantenernos ahí.

Realmente desde el inicio hasta aquí la diferencia presupuestaria es muy poquita, la clave es saber cuál es tu tamaño para saber tu alcance. Hay que tener el justo equilibrio entre lo que te puedes permitir y lo necesario para

poder competir. Permitir y competir son los dos temas. ¿Cuánto se gasta Antena 3 con La Embajada? ¿Cuánto vale cada capítulo? Eso el espectador no lo sabe ni le importa, enciende la televisión y si le gusta se queda.

- Vosotros también estáis trabajando con la ficción.

Hemos empezado ahora con la ficción, no habíamos entrado hasta ahora. Tenemos una pequeña ficción y estamos en un proyecto más ambicioso. La ventaja que tiene la ficción es que te moviliza toda una serie de especialidades del sector audiovisual que te genera un motor de actividad. Yo creo que esa es la otra percepción desde la cual tienes que enfocar lo que es una televisión.

Una televisión está para lo que está, informar, formar y entretener con el objetivo claro de hacer una televisión aragonesa; no somos murciana, no somos balear, somos aragonesa, con unos valores que te marca la Ley y que tienes que interpretar y transmitir de manera accesible, sin desviarnos de dónde estamos, para lo que estamos, cuál es la misión, etc.

- Eso es lo que le digo yo siempre a mis alumnos, que una televisión pública y autonómica nunca puede perder la referencia de dónde está. Tú tienes que contarle a tus televidentes lo que quieren ver; para ver otras cosas, o sea, para ver el problema del buque que llega a Cuba, eso se ve en las televisiones nacionales. No hay que tener un corresponsal en Hong Kong.

Sin embargo, si en ese buque hay cuatro aragoneses, sí está justificado que tú mandes a alguien para ver qué les pasa a los aragoneses. Coges la noticia de agencia y lo explicas, tampoco hay que mirarse el ombligo, tienes que explicarlo, pero no te tienes que gastar más de lo necesario.

- Siempre les pongo el ejemplo de mi tierra, de Castilla-La Mancha, cuando los deportes del informativo abren con el Real Madrid y el Atlético de Madrid. Yo si fuese un directivo de esa televisión nunca abriría con eso, porque para eso tienes TVE, Antena 3, Telecinco,... Y lo van a hacer mejor que tú, con mejores medios y siempre mejor que tú. Tú tienes que abrir con los equipos de la región, y abrir con el Albacete que está en 2ª división, cuando juega contra el Zaragoza, y mandar a alguien aquí a sacar información. Pero eso no todas las televisiones lo tienen tan claro como vosotros.

Eso es la clave, y las comerciales también lo tienen claro, pero es que su objetivo es otro y ellos articulan su programación para sus objetivos y son coherentes. Cuando nos incorporamos queremos ser la BBC pero no, no somos la BBC, somos la Televisión de Aragón. Si luego nos parecemos a alguna de las cosas buenas o malas que tiene, estupendo, pero no podemos imitar, tenemos que tener nuestra personalidad.

- ¿Qué ideales de audiencia tenéis? ¿Pretendemos mantenernos, subir?

En este momento nuestro objetivo es mantener los dos dígitos, dentro de que cada vez es más difícil mantener los dos dígitos porque hay nuevos entrantes y hay corrimientos hacia otros canales.

La aparición de la TDT, que en este momento suma casi un cuarto de la audiencia en lo que son pequeñas audiencias, pero ahora mismo tenemos otros cuatro canales, lo que es la televisión de pago, el fenómeno de las series a través de operadores como Netflix o YouTube, que ya es competidor, y el share son 100 puntos a repartir entre todos.

Al final un share de hoy, menor que el de hace unos años, tiene más importancia o es más digno de mención en función de cómo está compitiendo el resto. Nosotros manteniéndonos en los dos dígitos nos daríamos por satisfechos porque el panorama de audiencias se ha complicado tremendamente.

- ¿Y el presupuesto también en la misma línea?

Sí, yo siempre estoy achacando los buenos resultados económicos a la estabilidad, y la estabilidad estaría en torno a los 44 millones. Yo creo personalmente que no lo vamos a tener, porque las Administraciones Públicas lo que van a tener es un presupuesto a la baja. No se puede plantear una remisión del déficit a cero y pensar que no te va a afectar de ninguna manera o que eso va con otros. Hay un tema de prioridades, de servicios esenciales que hay que cubrir y nosotros somos un servicio de interés general muy importante.

Nosotros con los 44 millones podemos atender la amortización de la deuda acumulada durante los años en los que todavía nos queda un recorrido y tener unos costes de explotación y de funcionamiento suficientes, y unas inversiones que nos van a permitir mantenernos tecnológicamente de una forma correcta sin entrar en zona de riesgos.

Para el futuro con mantenernos sería suficiente. Yo veo nubarrones generales y eso lleva a planteamientos en función de que si esos nubarrones se mantienen en un tamaño como el que yo creo que nos permite defendernos o si bajan de escalón.

- ¿Qué cubre el ente con la plantilla y qué estáis cubriendo con productoras externas?

Nosotros somos gestión directa. Nuestro modelo y definición lo que identifica son los elementos esenciales del negocio, es decir, la línea editorial y todo lo que esté relacionado con la línea editorial. Nosotros somos responsables del espectador, no nos podemos apartar si algo que sale por la pantalla no corresponde a esos valores o esos principios.

- O sea, a vosotros os hace la productora un trabajo, pero vosotros decidís si mañana hacéis un directo desde la Plaza del Pilar, o entrevistáis a quién sea.

Eso para la parte de informativos, para la parte de contenidos es lo mismo. Nosotros en plantilla somos 131, de media somos 135 entre bajas, coberturas y demás. Cubrimos los servicios generales, legales, la parte comercial, marketing, la parte técnica, la parte de las direcciones de las televisiones, la jefatura de informativos, los editores, los presentadores, lo que es todo aquello que nos permite controlar la línea editorial.

Lo que tenemos en régimen de externalización, que no me gusta mucho la palabra, de colaboración público-privada, que me gusta mucho más, aunque todo se hace siguiendo la Ley de Contratos del Estado del sector público. Aunque podríamos no estar sujetos a esta ley, nos sujetamos completamente a través de concursos, a través de adjudicaciones por un período, con transparencia; pero una vez que nosotros hemos adjudicado a la empresa privada, lo que estamos es comprando unos contenidos que nosotros vamos a definir de qué tipo son los que queremos que nos suministren, es decir, que hay un sistema de coordinación. Es como si tuviéramos una agencia de noticias que nos tratase perfectamente pero no elaborase para varios. Dado que en Aragón no hay agencias de noticias, generamos una agencia de noticias que nos trabaja bajo demanda. Y eso es lo que nosotros hacemos con los informativos.

Cuando se inicia en 2010 había cierta duda sobre si la parte de la producción de las piezas debería estar incorporado en esa parte de la línea editorial, siempre teniendo claro que cumplíamos con la legislación, ya que la Nueva Ley General Audiovisual no deja duda de que eso se puede hacer. Nosotros de alguna manera nos adelantamos a la legislación: no tenemos la producción externalizada, es que tenemos a nuestra gente.

Con respecto a la parte de contenidos, lo que planteamos desde el inicio, un poco respondiendo a la necesidad de buscar la colaboración público-privada, obteniendo no solamente desde el punto de vista de la flexibilidad sino el *know how*, el saber hacer, del que te va a prestar ese conocimiento, porque tiene mucho más valor que los temas de costes. Los temas de costes son un elemento de te lo puedes permitir o no te lo puedes permitir, pero en el momento en el que montas algo, o lo haces tú con tus recursos, donde nos hubieran exigido un sistema de provisión de puestos, de oposiciones porque somos un sector público, o hacer un concurso y que concurren los que mejor saben hacer esto. Entonces tuvimos afortunadamente varias ofertas, elegimos una y perfectamente nos cumplió al nivel de lo que se estaba haciendo en el resto de televisiones privadas, lo que era el servicio de informativos en Antena 3, Telecinco... Nos lo montaron, organizaron y ahora lo que tenemos es gente, porque esa era otra de las limitaciones, no había sector audiovisual potente para poder abastecer y se desarrolló a raíz de la presencia de la Televisión.

Con el tema de los contenidos planteamos lo mismo y vimos que había otro problema: para obtener unos costes ajustados, lo que vimos es que los

precios de los contenidos audiovisuales a nivel nacional y a nivel autonómico no estaban en un mercado, sino que había precios ocultos que estaban fuera de nuestras posibilidades, con lo cual industrializamos la producción de contenidos, asegurando tiempo por precio, y ahí sí que conseguimos bajar el coste medio de lo que es la hora de compra. No es lo mismo tener que comprar un programa donde tu sabes que compras trece pero los siguientes te los comprarán o no, con lo cual tienes que cargar los trece más el coste de oportunidad de estar luego parado seis meses, pero tu precio es éste, y entonces esto es lo que hicimos. Sacamos paquetes de horas importantes al principio, que luego fuimos reduciendo de tal manera que al que se lo adjudicamos podía tener un coste medio bajo de lo que es la producción.

Ahora mismo tenemos dos paquetes de horas, uno de 1.300 horas y otro de 320, que están adjudicados, y luego tenemos compra equivalente a otras 320 horas que compramos a productoras independientes.

- ¿Todas de Aragón?

Compramos también fuera pero la verdad es que básicamente un 90% son productoras al menos con centro de trabajo en Aragón, lo cual no quiere decir que las empresas no tengan propiedad de fuera. Hemos ido incrementando progresivamente, reduciendo los nacionales, los internacionales obligados, y los de Aragón. Esto se ve como un elemento dinamizador de una industria y una economía; está claro que si los recursos los haces circular dentro de la economía, tiene mucho más sentido si tiene calidad y te responde a los estándares, si no te responde no puede estar subvencionando. Ahora ya hay productoras independientes aquí muy buenas, y a lo largo de estos años estamos en torno a un 90%.

- ¿Qué carencias tenéis ahora mismo? ¿Qué os falta? ¿Qué os encantaría tener que no tenéis?

Nos hemos encontrado que toda la digitalización que hicimos en su momento pues fuimos pioneros, ya llevamos diez años con el tema. En cuanto a la tecnología, tenemos que ir hacia la alta definición, que estamos en estos momentos en esos cambios. Nosotros esperábamos con respecto a la alta definición que el parque de televisores nacionales estuviera por encima del 50% que ya lo está, está en un 60 y tantos por ciento, con lo cual ahora ya con la renovación la alta definición está justificada y es necesaria.

Necesitamos todo el tema de la multiplataforma, poder servir nuestros contenidos y no solamente servirlos sino pensarlos para tener una difusión transmedia, es decir, que puedan estar en otras plataformas, ya que nosotros estamos viendo que el consumo de televisión a la carta es muy importante ya. Sin haberle prestado demasiada atención, estamos en unos cinco millones de descargas de vídeos al año, y eso nos hace pensar que parte de nuestros telespectadores que están recogidos en nuestro share y en nuestros perfiles es

porque nos están consumiendo fuera de nuestro sistema de medición actual, con lo cual nos preocupa el futuro e igual bajamos al 9%, pero habrá que medir lo otro, habrá que compensar esto que no entra en la audimetría, que entrará cuando sea, pero que en estos momentos no está.

Estamos por lo tanto metidos en los nuevos retos que representan las nuevas formas de consumo, vemos grandes peligros donde podemos perder la capacidad, donde la programación no tenga ya sentido porque la carta, el contenido, la relevancia y la marca sean importantes y engarzar bien la parrilla. De manera que cosas que estamos metiendo con una calidad inferior no tengan ningún sentido, porque no lo va a ver nadie. Lo bueno lo seguirán viendo, pero lo malo no, y se nos va a exigir hacer las cosas mucho mejor de lo bueno y tendremos que ver con nuestro presupuesto cuánto bueno podemos hacer, porque 8.760 horas de bueno, con este dinero, no podemos competir.

Habrà que proteger mucho la marca, el prestigio, que yo creo que son los dos valores en los medios de comunicación fundamentales y mantener los estándares de calidad muy altos. Y evitar ser centro de polémica. Evitar estar en la página tres de cualquier diario, en la sección política. Nosotros tenemos que estar en las últimas páginas, en las de comunicación. Si salimos en comunicación está bien.

- ¿Cómo es la relación con las demás autonómicas y con la FORTA?

Bueno, yo creo que la FORTA tuvo un papel muy importante en sus inicios en la parte de la comercialización nacional, y se fortalece cuando aparece la competencia de las privadas y se necesita tener una visión conjunta de comercialización y de adquisición de contenidos que eran disputados por las privadas y se necesitaba sumar recursos. Tuvo un papel aglutinador importante de las televisiones, lo sigue teniendo, pero desde mi punto de vista particular hay un recorrido todavía por hacer mucho más por la cooperación. Mi visión final es muy parecida a lo que puede ser un modelo alemán de lo que es una red de televisiones públicas que colaboran por necesidad, porque los presupuestos se reducen a lo que es un estándar, donde se superan las rivalidades porque no somos competencia pero nos aparece el elemento político que nos distancia, y creo que eso están en vías de superación en una televisión pública 2.0 o 4.0, y entonces ahí aparecen unas capacidades de colaboración tremendas, porque los análisis que nosotros hemos hecho internamente, el principal grupo de compras de contenidos audiovisuales es el conjunto de las televisiones de FORTA. Nosotros compramos más que individualmente Telecinco y Antena 3, así que deberíamos tener contenidos para poder competir, lo que pasa es que lo tenemos atomizado, uno compra diez, otro veinte...

¿Qué problema tenemos? La territorialización. Qué porcentaje va al sector audiovisual autonómico y qué porcentaje va hacia proporcionar al telespectador contenidos audiovisuales de calidad pero superando la barrera

autonómica, donde el servicio público prime sobre la territorialidad.

- ¿Dónde está el problema de FORTA para esta bajada general?

Dentro de las reducciones de presupuestos, que han sido en estos últimos cuatro años en torno al 35%, han influido muchísimo, donde gran parte del gasto estaba concentrado en personal. Entonces si tú bajas un 35% de presupuesto, pero sigues manteniendo la estructura de costes donde el personal es muy importante, lo que haces es reducir la capacidad de compra. Nosotros destinamos más de un 50% de nuestro presupuesto en compras. Eso ha hecho que se haya desviado hacia los contenidos.

Y luego también un cierto grado de despiste general: en estos cuatro años la crisis ha afectado a todos los gobiernos, la propia Ley ha desestabilizado, se han renovado todas las Leyes. Nosotros ahora mismo estamos en una modificación de la Ley de tramitación parlamentaria, es verdad que todas eran antiguas y había que ajustarlas, pero eso mismo produce cambios en las orientaciones o despista, y lo creo que es la conjunción de todo, y luego hay mucha competencia. Es verdad que las FORTAs al tener menos recursos no pueden adquirir determinados tipos de contenidos que son premium, con lo cual tenemos que ir a reformatearnos.

El share es un indicador real de la pérdida de peso de las televisiones autonómicas, pero si miramos el share de informativos, sí, estamos bajando, pero donde realmente presumimos es en los informativos, donde mantenemos diecisiete, dieciocho, diecinueve... dobles dígitos. ¿Está bajando igual en la parte de lo que es un servicio público premium? Pero al final son vasos comunicantes y al final bajará todo.

- No se puede competir con las Televisiones Nacionales en temas como el fútbol.

Las televisiones no pueden llegar ahí y yo creo que hay diferentes teorías. Dentro de los directores de FORTA hay quien dice que el fútbol fue fundamental para posicionar a las televisiones; lo fue, pero a un precio que fue la semilla del diablo, pues generó la situación y el concepto de que las televisiones se utilizaban para otra cosa que no era su finalidad, se compraba muy caro, sin control... Obviamente, si puede tener fútbol, va a ser de pago todo. Nosotros por lo tanto nos orientamos hacia los deportes minoritarios donde nuestra promoción es beneficiosa para el propio deporte y cumplimos un objetivo. Pero hay otros niveles en los que ya no puedes ni debes, porque si las privadas lo hacen, lo compran, es otro mercado.

- ¿Cuál es vuestra opinión acerca de las privatizaciones de las Televisiones Autonómicas?

Yo creo que la Ley lo define bien, entre los dos elementos de gestión

directa o indirecta, yo creo que van a subsistir los dos modelos, todo depende del grado de compenetración que tengan con el estamento político-administrativo. Nosotros somos defensores del servicio público de gestión directa, porque para ser indirecta y sin control, te planteas si a lo mejor lo que debería haber es una televisión privada 100%.

En la medida en que los recursos destinados a las televisiones de gestión directa vayan descendiendo, empieza a ser más atractiva la gestión indirecta, es decir, tú perfectamente puedes estar bajando tu aportación si lo único que te interesa es que haya unos informativos potentes que valen diez millones, das veinte y rellenas la parrilla, pero pierdes el control editorial. Para tener el control editorial y ser relevante tienes que estar dispuesto a invertir más. El pivotar hacia la gestión indirecta es directamente proporcional a la pérdida de peso de la apuesta económica que hagan las Cortes o los Gobiernos sobre el servicio público.

- ¿Tienen futuro las televisiones autonómicas?

Yo creo que tienen futuro en la medida en la que lo temático tiene su nicho. Tienen una oportunidad de conectar con sus telespectadores con cercanía y proximidad hablando de Aragón, hablando de lo que te interesa, pero también tienen una oportunidad si somos capaces de unir esfuerzos, porque la diversidad de España está reflejada en el conjunto de las televisiones autonómicas.

Lo que es una oferta cultural diversa y de contenidos tematizados por Comunidades Autónomas solamente lo puede hacer el conjunto de las televisiones autonómicas. Y es es una oportunidad hacia el mundo y eso ya es marca País... por ejemplo, determinados programas que estén en gallego, catalán o euskera, tenemos una prevención a tenerlo subtulado tremenda en el resto de España y yo estoy viendo las series en inglés, es decir, ¿qué problema hay? Hay un camino amplio y en el entorno internet en cuanto al suministro de contenidos especializados nos abre una gran oportunidad, pero tenemos que aprender a dirigir, a consensuar criterios de programación y a producir contenidos que vayan en esa línea, es decir, tenemos que virar hacia ese tema.

La Directora General de Radio Televisión Castilla-La Mancha ahora, Castilla-La Mancha Media y en este semestre presidenta de la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (Forta), Carmen Amores.

En una entrevista con Efe defiende que el papel de los medios públicos autonómicos es "fundamental" para fomentar la cultura de cada territorio, destaca su bajo coste frente a la media europea y habla sobre su proceso de adaptación a Internet y a las nuevas formas de consumo.

La periodista sevillana es licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y, antes de dirigir CMM, ha sido responsable de Programación y Antena de Canal Sur TV y directora de los canales de televisión de Vocento.

¿Cree que los medios autonómicos son valorados y reconocidos por los ciudadanos de sus respectivos territorios?

Creo que cada vez más, afortunadamente, el ciudadano de cada uno de esos territorios se identifica con su televisión, entre otras cosas, porque es la única que le da una información local y de cercanía. Sin contar con los territorios donde la lengua es distinta y ha sido, sin duda, un elemento fundamental.

¿Cuál es la principal función que cumplen los medios autonómicos públicos?

Son un servicio público a sus ciudadanos y eso nos diferencia y nos posiciona también con respecto a otros medios audiovisuales.

¿Qué papel juegan los medios autonómicos a la hora de apoyar y fomentar la cultura de cada territorio?

Fundamental, por esa capacidad que tienen de diferenciarse con otros. Por ejemplo, el año pasado dimos en CMM la salida de Las Turbas en Cuenca de madrugada. El espectador mayor de esta tierra si no lo ve en su televisión, nunca vería cómo sale.

¿Cuál es a su juicio el error que nunca debería cometer un medio público autonómico y que, aun así, se comete?

No creo que haya un error que podamos destacar. Probablemente, todos hacemos cosas que están bien y que están mal, pero no en esto, en todos los sectores y también en nuestra vida. Yo creo que el error, a lo mejor, es intentar pensar que eres un medio diferente al que eres.

¿Está la plantilla preparada para el "salto digital"?

Sí, estamos haciendo nosotros personalmente (en CMM) una transición hacia lo digital muy medida, preparando a la gente. Hemos destacado sin que prácticamente hayamos podido ampliar plantilla, no lo hemos podido hacer, pero sí hemos redistribuido de manera que hay un departamento multimedia. Somos los primeros que hemos hecho algo que nadie tiene, que son informativos para Facebook, hechos expresamente para Facebook.

El precio de los medios públicos

¿Cuánto cuestan los medios públicos regionales a los ciudadanos?

Esto es parte de la campaña que estamos llevando a cabo ahora mismo en Forta. Hemos encargado un estudio a la Universidad de Compostela y salen datos muy curiosos. El gasto medio por habitante en Europa de televisiones públicas está en una media de 69 euros al año. En España la media, incluyendo TVE, está en 38,6 euros. Tenemos por debajo Lituania y a alguien más. Tenemos un gasto medio por habitante de los más bajos de Europa.

¿Tienen conocimiento los ciudadanos del bajo coste de las televisiones públicas?

No, es un cliché. Hay dos clichés fundamentales, que son caras y que están politizadas. Los informativos de Forta son los más vistos en sus ámbitos de todas las cadenas en general. Son informativos muy regulados, nosotros nos debemos a los parlamentos de cada una de las comunidades, comparecemos ante los grupos parlamentarios, tenemos consejos de administración. Tenemos consejos asesores, en algunos casos como Andalucía y TV3 tienen consejo audiovisual, en otros casos, hay consejos de informativos de redacción también. Yo dudo mucho, lo digo sinceramente, de que unos informativos con tantos ojos sobre ellos puedan estar burdamente politizados. Creo que, además, si están muy seguidos, no seré yo quien diga que la audiencia se equivoca.

¿Cómo se han visto afectados los medios públicos autonómicos por la crisis?

Otro de los datos que sale de estudio es que hemos bajado en los últimos años un 35,2 por ciento el presupuesto de todas las televisiones y radios públicas, es mucho. El estudio también remarca que, sin embargo, en Europa el presupuesto oficial de subvención de explotación sigue subiendo, no ha bajado, en unos casos sube mucho, en otros menos. Alemania, por ejemplo, que

es un país muy estable con muchos años de televisión pública, este último año lo ha subido un 9 por ciento.

¿Ve factible que las televisiones públicas autonómicas supriman la publicidad como hizo en su momento TVE?

Lo que sí nos está ocurriendo es que hay cada vez menor inversión publicitaria en las autonómicas, ahora mismo, es un dato la verdad que muy brutal, casi el 90 por ciento de la inversión publicitaria se concentra en los dos grandes grupos privados, lo que nos queda es muy poco a repartir para todos. No solo para nosotros, para el resto de TDTs que están emitiendo en abierto y nacional, para el pago, para las autonómicas. No sé si desaparecerá, pero ahora casi está desaparecida prácticamente.

¿Se va a incorporar la nueva Radio Televisión Valenciana a la Forta?

Sí, han solicitado ya la inclusión. Van a estar dentro de Forta, es una buena noticia. Están siguiendo todos los pasos, acaban de decidir quién es su directora general, es una mujer también. Van poco a poco, pero adelante y ya han solicitado estar dentro de la Forta, como estuvieron siempre, por otro lado.

¿Cree necesario la creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA) que preveía la Ley General de Comunicación Audiovisual aprobada en 2010 y que, finalmente, no se puso en marcha?

Tenía todo el sentido un consejo que legislara, protegiera, especializado. Tenía mucho sentido.

¿Se han adaptado los medios autonómicos a los últimos avances tecnológicos?

Sí, están haciéndolo también. En algunos casos, por ejemplo, TV3 lleva mucho tiempo ya, ellos son muy innovadores casi siempre, tienen un presupuesto muy grande, no es comparable a otras cadenas y radios que tienen menor presupuesto, pero en general yo creo que todas las cadenas autonómicas están en la clave de que tienen que dispersarse en lo digital porque no hay otra.

¿Qué iniciativas se están llevando a cabo en las distintas cadenas autonómicas?

Las webs son ya muy interactivas. Se ponen en marcha también aplicaciones. Nosotros, por ejemplo, hemos hecho el primer servicio de alerta de noticias regionales a través de una app. Ahora ya todo se ve, la radio se ve, la prensa se ve y la televisión se sigue viendo cada vez en más soportes distintos y de manera diferente, que es lo que ha cambiado realmente, la manera de consumir.

ENTREVISTA CON EL DIRECTOR GENERAL DE RADIO TELEVISIÓN DE LA REGIÓN DE MURCIA, DON DIEGO PEDRO GARCIA (14/04/2016)

- ¿Qué camino ha recorrido la Corporación hasta llegar a hoy en día?

Nacimos hace 10 u 11 años y es un modelo mixto, pero siempre en el borde de lo que marcaba la ley de la máxima externalización; no privatización, pero sí externalización. De hecho lo único que teníamos en la parte de televisión como ente público eran los editores junto con el jefe de informativos, que en ese momento era Paco, estaban en la sede de la propia empresa que llevaba la producción.

Ahí hubo un primer error en su momento y es que se sacaron dos lotes, como se ha hecho en muchos sitios: transporte y difusión iban por otro lado, la parte técnica, pero la parte de producción constaba de un lote de producción de programas y otro de producción de programas informativos y no había ninguna incompatibilidad. Al contrario, se favoreció que fuera la misma empresa, con lo cual la empresa tuvo demasiado poder por así decirlo, porque encima los pliegos eran muy ambiguos, sólo se fijaba el precio por programa, y más allá de eso en lo único en lo que se podía entrar era en la calidad del programa, de certificarlo o no, pero no había un modelo de penalizaciones o de baremación del cumplimiento, con lo cual realmente funcionaba incluso de forma más libre de lo que funciona actualmente la gestión indirecta. Entonces eso junto con la crisis económica hizo que el modelo final no acabara de funcionar.

En los años 2010-2011, por cuestión del déficit regional se llegó a un acuerdo con el entonces explotador de estos dos concursos de producción para bajar la facturación, que era de unos 42 millones de euros, y se rebajó a 21 millones de euros. En el segundo año se mantuvo así y cuando se llegó a 2012 el gobierno quería reducir todavía un poquito más, en torno a unos 15 millones de euros, que es la cifra con la cual estuvimos trabajando. Pero la empresa al contrario, tenía unos papeles que en su momento se pusieron un poco así como que el acuerdo era durante esos dos años y cuando vencía volvía a facturar los 42, con lo cual se estuvo negociando con ellos, pero no hubo manera. Y en ese momento se produce un cambio de gobierno a nivel estatal, el tema del déficit empezó a ser clave para la relación entre el gobierno central con las Comunidades Autónomas, y a través de ellas se puso el foco por parte

del Ministerio de Hacienda, el cual realmente tenía una toma de control absoluta de las Comunidades Autónomas para decir que el foco son las Televisiones Autonómicas, especialmente en aquellas que no tienen lengua propia, las uniprovinciales todavía más, y hay que optar por ver otros mecanismos.

Se habló incluso de cierre, pero se dio la posibilidad que de hecho se reflejó en el propio 2012, en julio, con un cambio de la Ley de dibujar otros modos de gestión. Ahí se insistió mucho desde el Ministerio, de hecho eso se utilizó como arma en la negociación que se tuvo desde julio hasta agosto. Yo entonces estaba en Hacienda, era funcionario de la Comunidad Autónoma de Murcia, llevaba la parte audiovisual allí, y me tocó por parte de la Consejería venir aquí estar con el antiguo director de aquí en las negociaciones con GTM en las cuales no hubo ninguna posibilidad porque se negaron y casi preferían que se rescindiese el contrato, indemnizara, y luego volver a optar; es decir, hubo un momento en que no había colaboración ninguna y jugaban a que a nivel político no hubiera ese atrevimiento a cerrar una televisión con todo lo que conllevaba.

- ¿De quién era el personal?

Ellos tenían en ese momento unas 296 personas y habían llegado a tener un máximo de unas 350. El ente tenía unas 80 personas de las cuales no te he comentado la parte de radio, la radio tiene 25 años, es de las más antiguas y es de gestión directa, pública 100%, con unos problemas bestiales porque tenían la misma plantilla que entró hace 25 años, envejecida, con costumbres no muy al uso y unas fórmulas de trabajo antiguas.

Realmente trabajadores públicos en el ámbito de la televisión podía haber 15 o 16 personas, un director de informativos, un director de programas, un director de la cadena y los editores. Siete editores y algún personal como la mínima parte administrativa del ente, que son seis o siete personas también, es decir que nunca ha estado sobredimensionado. Y todo estaba en esta empresa que ya digo, el problema era que una vez que se redujo esa aportación económica a ellos directamente los trasladaron, no se hizo ninguna modificación de contrato durante los años 2010-2011 y lo que hicieron fue bajar las horas de producción, con lo cual teníamos una parrilla que era puramente de redifusiones, se hacían los informativos y poco más, pero el resto de programas eran cosas que ya se habían puesto una y otra vez.

Eso al final ayudó a que el propio sector, aunque es muy pequeño, ya empieza a ser algo, pero ha sido siempre muy pequeño en la Región, pues ninguno defendiera a la Televisión, porque además el accionariado de la Televisión eran empresarios regionales pero no del sector audiovisual y empresarios no de la región, de Madrid, que cada vez que se hacía algún tipo de contratación, tiraban primero de sus relaciones que de lo que había aquí, con lo cual la imagen en la Región era muy mala y todo eso al final ayudó a

que aprovechando que era verano, se rescindiera el contrato con la productora. Nos llevó dos años para esto.

El director que entonces estaba aquí tampoco estaba muy contento con esto y presentó su dimisión y en su momento desde Hacienda me pidieron a mí hacerme cargo.

- ¿Cómo funcionó ese tiempo desde que se va la empresa hasta que tenéis una nueva?

Lo primero que hacemos es cambiar la Ley. El anterior director aguanta hasta la aprobación de la Ley, más que nada porque él todavía esperaba seguir con la gestión directa. Se dijo que esto era imposible por lo que se tenía autorizado a nivel político de presupuestos y de cuestión económica, y en la propia Ley ya se marca la gestión indirecta como forma de gestión para la Televisión. Esta Ley se aprueba en diciembre de 2012.

En ese momento la emisión empieza a ser unas redifusiones continuas, primero empecé con una emisión continua de EuroNews, para no entrar en negro, y luego esas emisiones se empiezan a completar con redifusiones, algún acuerdo con *Vaughan* de cursillos de inglés, que esto siempre es muy socorrido, y se empieza a hacer un concurso para obtener un informativo, porque teníamos estos diez trabajadores, que hablábamos que eran editores, que los reconvertimos en redactores-presentadores y empiezan a hacer un informativo. Esto se arrastra hasta abril del año pasado, que ya se ha completado todo este proceso de transición.

En la Ley que aprobamos se marca la gestión indirecta pero se da un plazo de un año desde el 10 de diciembre de 2012 a 10 de diciembre de 2013 para tener un período de transición en el cual se habla de esto, es decir, se producirá algún tipo de informativo y unos contenidos mínimos, básicamente retransmisiones que sean específicamente de interés general y que no se puedan soslayar, y lo que teníamos de los derechos que en su momento se compraron por FORTA como aquello que anteriormente hizo la productora. Durante ese tiempo se aumentó a un segundo informativo diario, sólo teníamos de lunes a viernes, no teníamos posibilidades de más. Hicimos un pequeño contrato que alquilamos una sede de una anterior emisora regional privada, la del Grupo La Verdad, que dejó de emitir (ahora mismo emite una señal de publicidad), entonces les alquilamos esas instalaciones y desde ahí se estuvieron haciendo esos dos informativos diarios de mediodía y de la noche, más un programa cultural de media hora de entrevista. Eso es lo que hacíamos, y aparte de eso, de lo que nos sentimos un poco orgullosos es de que sin ningún euro, durante ese tiempo, casi 30 empresas de la Región hicimos un acuerdo, a través de las asociaciones y luego con cada una de las que estuvieron interesadas, un acuerdo de intercambio: nosotros pagábamos solamente el IVA y lo que hacíamos es que les dejábamos explotar la publicidad asociada a su propio programa, pero también en todas las bandas que teníamos de repetición de programas íbamos metiendo promos adornadas

con la publicidad que ellos podían conseguir y sabían que no podíamos dar más porque tampoco queríamos consolidar nunca ese modelo, porque ese modelo. Paco, el antiguo director lo sufrió, era una tensión continua, veníamos también de gente que eran editores que pasaron de un trabajo fácil, por así decirlo, a un trabajo inhumano, entonces la tensión era continua, también había algún problema personal con el antiguo director, que no era una persona fácil.

Esto debería haber sido en un año, realmente no era muy realista pensar que iba a ser en un año, pero las Leyes son así, mis cuentas es que iba a ser un año y medio, que además era mi cuenta para volverme a la Administración, porque la medida era la que cumplimos, la que dependía de nosotros, que a los tres meses teníamos aprobado el Mandato Marco, ya que quisimos hacerlo todo de acuerdo a la Ley General de Comunicación Audiovisual. Aprobamos el Mandato Marco en marzo y desarrollamos, también apoyado en el sector, colegios de periodistas, asociaciones de productores, profesionales también, un Contrato Programa que queríamos aprobarlo en junio pero se aprobó en agosto. Y ahí ya lo teníamos todo para sacar el concurso. El problema es que a nivel político hubo un cambio de Presidente, vino un Presidente nuevo, volvió a pensárselo todo, siguen los Consejeros aunque luego también cambian, y viene el tema del déficit, cosas que se iban a hacer.. y hasta que se le convenció pasó un año más. Luego se hizo la licitación, fue bien, aunque aquí el que mejor instalación y medios e historia tenía era la antigua GTM, que era la que se presentaba. El equipamiento técnico, instalaciones y personal eran suyos.

- Yo estuve en las instalaciones de GTM en Sangonera y todo era suyo.

Pagado con presupuesto público, pero todo era suyo. Por eso digo que era el modelo más pegado ahí, lo único que teníamos nosotros eran estos editores para fijar la línea editorial, pero estabas bordeando lo antiguo, la Ley y el tercer canal que entonces había, porque al modificarse la Ley General de Comunicación Audiovisual con este modelo de gestión pues ya no hay ningún problema, como también lo ha tenido en su momento Canarias con la denuncia... nosotros tenemos lo mínimo. Canarias sí que tiene parte de las instalaciones tuyas y parte de la productora, pero bueno, en este caso era mínimo.

- Vosotros os encontráis sin nada, con el nombre del ente público únicamente.

No teníamos nada. Teníamos el contrato, teníamos tres demandas tuyas, las frecuencias... El transporte y difusión si era nuestro, con lo cual directamente podíamos tirar de continuidad, que fue lo que hicimos para redifusión y pinchar señal de satélite, fue directo, es decir, que ahí no los necesitamos a ellos. Ellos si que tenían una cabecera de HD.

Y el problema es que siempre has tenido la losa de que siempre nadie te garantizaba que era seguro llegar a puerto; cada 'x' tiempo había que volver a reconvencer. Al Presidente de la Comunidad Autónoma nunca, porque él estaba muy convencido de que él sí quería una Televisión Autonómica, pero el

consejero de Hacienda y Vicepresidente, que era del que yo dependía, siempre hacía la cuenta de que cada mes que pasaba se ahorraba un millón de euros porque hacía la cuenta de los 15, entonces no tenía especialmente prisa, porque tenía la presión del sector. Le gustaba, pero él lo interiorizaba porque tenía la presión en Madrid que era muy dura, de hecho también tuvimos que hacer un ERE en la Radio y al final se hizo una rebaja equivalente a la que se hizo por cese de interinos. Pero siempre es mucho más sencillo a nivel administrativo que a nivel de una empresa pública, donde tienes que hacer un expediente de regulación de empleo, negociar con los sindicatos, y ya digo, con empleados que tienen 25 años de antigüedad, unos derechos adquiridos...

- ¿Qué opinión le merece la fórmula mixta con la productora Secuoya?

Hicimos el concurso y el último retraso, de unos tres meses o así, se debió a que se presentaron cinco empresas, de las cuales había tres ofertas muy sólidas, muy trabajadas, la de Secuoya, la de Vértice, actualmente 360, en la cual había participado el grupo de La Verdad aunque al final no se presentó con ellos, y la de GTM que era una oferta que cumplía pero no arriesgaba. Era la más cara, la que menos personal ofrecía, la que menos horas, la que menos medios técnicos porque utilizaba los que ellos tenían, que son buenos para el año en el que se montó pero no ofrecían ningún equipamiento en HD hasta el final del contrato a lo largo de los seis años, tampoco la unidad móvil la volvía a reequipar,... Luego había dos ofertas, una era una televisión local muy flojita, que ofrecía cosas totalmente distintas de lo que se pedía, un segundo canal, cuando no teníamos ni la frecuencia, es un gasto para mí, utilizando los informativos para emitirlos en bucle haciendo un 24 horas. Y luego una oferta de MediaPro que no era lo que pedíamos, no era una televisión autonómica, era una televisión social, en la cual iban a estar básicamente en la calle todo el tiempo con programas de entrevista y de participación ciudadana todo el tiempo, no contaban para nada con las productoras, y en todo momento se marcó que no podemos obligar a que sean murcianas, pero sí la producción independiente, se premiaba el hacer más producción independiente. Nosotros decíamos que se tenían que reservar los informativos, pero que veíamos muy mal que cualquier cosa que no sean informativos lo hiciera la propia adjudicataria. Y no les podíamos decir que fueran de Murcia, pero el dinero sale de Murcia. Pero al final como salió por la Comunidad Autónoma con intervención y el tema de la Directiva Europea de Servicios, no podías meter en nada que no fuera para Murcia. Pero no ofrecían ni platós, es decir, decían que ellos tenían muchos platós en Madrid y Barcelona y que tienen más unidades móviles que ninguno, pero no ponían disponibilidad de ninguna de ellas para el proyecto. Ellos alegaban que como se gestionaba de forma privada, gestionarían como entendían. Eso sí, era la más barata.

Después de esto, como entra en vigor la nueva Ley de Contratos en la cual se puede suspender y hay un recurso especial administrativo, usaron el recurso especial administrativo, en especial GTM que ha ido incluso al contencioso-administrativo y que pidió la paralización de todo en todo

momento. Esto le sirvió para tres meses pero no más, hasta el 1 de abril del año pasado que ya se empezó a emitir dos meses de una mejora que ellos hicieron que daban dos meses sin cobrar con una programación un poco *light*, y ya desde el 1 de junio una programación que es la que tenemos actualmente, en la cual ellos hacen los programas informativos, hacen bastantes, porque hacen toda la mañana en vez de un magacín hacen un programa tipo 24 horas aunque no en bucle, sino que se va siguiendo y luego los informativos de mediodía, noche, madrugada, programas especiales,... Y luego, una de las cosas que pedíamos aparte de contar con las productoras, es contar también con las televisiones locales autonómicas, porque ya habíamos tenido bastante mala experiencia, no en carne propia, porque aquí lo único que hacían era en La Verdad, o en La Opinión o en sus propios medios siempre afean a la televisión autonómica, pero aparte de eso, tenían la reclamación histórica de lo que pasaba en Valencia, por lo cual aún está pendiente de a lo mejor ir a la cárcel, y es que allí les pagaban el transporte de difusión de la señal tanto a Popular como al Grupo Vocento, allí Las Provincias, aquí La Verdad, pero que son los mismos. Aquí siempre el Gobierno se ha negado porque los técnicos que estábamos eran jefes de servicios, directores, y teníamos claro que eso era una completa ilegalidad, y habían hecho sus convenios con base a intercambios de publicidad, pero al final no deja de ser una cosa de que tú tienes tu negocio y yo hago publicidad y te la pago, pero no mezclamos.

Aquí había esa presión y lo que queríamos era intentar contar con ellos. Aquí han contado mucho con Televisión Murciana, que fue pionera en televisión local autonómica en Murcia y, de hecho, de sus instalaciones utilizan un 25% para esa televisión y un 75% para nuestros programas de variedades, como el Murcia Conecta que es como España Directo , pero el nuestro más un programa tipo Juan y Medio por la tarde, un programa de tertulias, y lo hacen subcontratado a ellos con medios técnicos.

Luego en delegaciones utilizan también las fibras, porque estos también se dedican al cable, que tienen con distintas televisiones locales y gente así, y un poco por ahí la parte de Popular nos hacen los programas tipo religioso-social, la misa, el programa de cocina y algunos de los que ruedan los productores se hacen en las instalaciones de La Verdad. Yo recuerdo en su momento que estaba en la parte de la administración con las reuniones que había y aquello no era guerra, pero sí un clima hostil; todo eso ha cambiado bastante.

¿Cuál es el principal *hándicap* que tenemos? El dinero ahora mismo hace que los sueldos sean muy bajos aunque el porcentaje de producción es muy alto, porque el objetivo que nos marcamos que era el 25% y fuera de la productora está en un 35%.

- ¿Cuánto os cobra Secuoya?

Estamos pagando unos nueve millones y medio, porque nos hicieron una baja considerable. Hay un *hándicap* más, que es que al hacerse en su momento por el diseño, que eso está pendiente de que algún día se recuestione, se le paga por parte de la Comunidad Autónoma, está el IVA. Se pierde aproximadamente un millón de euros ahí. En ese momento es cuando Montoro salta con el tema este del IVA de las televisiones autonómicas, entonces en ese momento daba igual, y por temas de seguridad de que el foco no estuviera en el ente, se decidió que el contrato lo sacara la propia Comunidad Autónoma, aunque los pliegos los hicimos nosotros, igual que el contrato marco, hicimos todo aquí. Ahora lo que hacemos es controlar el servicio, pero la que paga es una de las Consejerías de la Comunidad Autónoma. Ahora empieza a ser cuestión de que de cara a los próximos presupuestos quizá tenga sentido volver a recuperarlo aquí para poder deducirnos el IVA.

El concurso salió por 12 millones y medio porque los 15 millones era sumando hasta la Radio. La Radio depende de nosotros directamente, antes teníamos unas 70 personas, no llegaba, unas 65, ahora hay 50 personas en Radio.

- Una plantilla muy importante, para los que hemos trabajado en radio.

Pues ellos dicen que son poquísimos, que no tienen técnicos y demás, pero bueno, el problema es que ellos llevan 25 años hablando con políticos y son muy políticos. Ya ha salido la sentencia final del ERE en la cual el Superior de Justicia aquí nos dio la razón a la empresa, pero el Supremo, entrando en causas políticas, ha dicho que es improcedente, con lo cual hay que pagar más indemnización y ahora han logrado que con la composición actual de la asamblea se haga una moción diciendo que se ejecute lo que más beneficie a los trabajadores; pero bueno, en un ERE improcedente se paga la indemnización, no hay más historias. Y hay otras medidas compensatorias, las que quieras.

- ¿Qué presupuesto tiene el ente de manera global?

Como te digo, nosotros no pagamos directamente, con lo cual no entran en nuestro presupuesto esos nueve millones y medio. Entonces, hay nueve millones y medio por un lado, y actualmente cuatro millones y medio lo que es el ente, eso sería el total. En nuestros cuatro millones y medio hay aproximadamente un millón de gastos generales en cuanto a pertenencia a FORTA, gastos técnicos... y luego también los antiguos derechos que se compraron a través de los medios que se benefician directamente el gestor, porque nosotros se los dábamos a ellos pero sin coste, que esos van reduciéndose año a año, y luego el coste de la Radio. El total es de unos cuatro millones y medio. Se van reduciendo, el año que viene serán cuatro millones.

- Y la plantilla, ¿considera que es adecuada?

La plantilla de ellos es actualmente de 87 personas. Eso sería el *staff*, que es bastante pequeño, y luego la gente que está para la producción de programas de tipo informativo. También hay unas 35 o 37 empresas de la Región que ya están trabajando y dicen que eso da un empleo indirecto a unas 130 o 140 personas, pero no todos a la vez.

- Secuoya, en su organización, ¿tiene un director que depende directamente de tí o depende de ellos?

El *staff* es suyo completamente. Nosotros lo que tenemos es una relación casi diaria con ellos de cumplimiento de contrato a nivel de programación.

- Si mañana hay que hacer un directo, ¿cuál es la relación, se decide desde aquí?

Si bien en el primer contrato era todo tan laxo que no especificaba nada, aquí el Mandato Marco te dice principios generales. En el contrato de programas ya te dice que tienen que estar las retransmisiones de todos los eventos que tengan interés turístico internacional, también de las asambleas, el debate de los presupuestos y demás, es decir, llega ya a un nivel. Pero es que en el contrato todavía fuimos más allá, muchas de las cosas no imponiéndolas, sino premiándolas con puntos. Entonces ellos no solamente emiten lo de interés turístico internacional, sino nacional y regional. Luego hay más, por ejemplo que haya siempre imágenes de la asamblea cada vez que haya cualquier cosa y si no lo ponen en la página web. A nivel de retransmisiones deportivas no hay equipo ahora, lo cual nos facilita mucho el nivel de interlocución, porque al no tener la Liga de Fútbol Profesional no se venden los paquetes, no se pagan los derechos y a cambio de la producción y poco más se está emitiendo bastante, pero ya digo, muchas cosas ya iban obligadas. El pliego ahora, salvo que surja una necesidad, por ejemplo que venga un Ministro mañana y lo hablaríamos, pero de la programación del año, tienen fijado 50 y no sé cuántas retransmisiones, no sé cuántos seguimientos, es decir, hay mucha parte que ya por el miedo en su momento, lo tenemos.

Esto también se nos ha vuelto un poco en nuestra contra porque tenemos a los pepitos grillo: los que perdieron, que era GTM, como siguen con su demanda, nos mandan dos o tres escritos al mes diciendo lo que no están cumpliendo, y luego una asociación de productores que es él peleando contra el mundo, que como a él no le contratan nada, también está en contra de Secuoya y también nos manda escritos. Pero ya digo, el pliego cierra mucho.

La relación es fluida pero no fácil. Ellos van a defender sus derechos económicos y siempre quieren algo a cambio. Pero bueno, para mí esa no es una de las mayores debilidades, porque al final si a mí me dijeras cuál es tu modelo ideal, a mí me gustaría parecerme más a Aragón, es decir, lo mismo

que hemos hecho pero al final sí que es una gestión indirecta, pero no una gestión indirecta al estilo Castilla y León, que aquello no es gestión indirecta porque no existía, pero aquella es una gestión indirecta pura. Es el Gobierno, no hay ente, y le contrata a unos señores a cambio de que hagan lo que dice un Contrato Programa. Eso es una gestión indirecta pura. Aquí hacemos un seguimiento, no podemos decir un contrato servicio, porque no tenemos unos servicios contratados y ellos tienen que gestionar como ellos entienden, pero sí que hay una relación diaria. Aquí cumplimos con unas determinadas empresas locales y allí con el territorio tan amplio, pues lo puedes entender, pero... La única pega que le veo a este es el tener un único interlocutor, es decir, si yo hubiera tenido toda la libertad que no teníamos por cuestiones económicas, hubiera quitado toda la parte de los productores y al final tendría un contrato de transporte y difusión que va por otro lado, luego los tengo a ellos. Pero si yo ya he puesto la retransmisión con sus unidades móviles por un lado... Es decir, ellos manteniendo los informativos, y la parte de control de los programas de servicio público los hubiera contratado por otro lado, de forma que con el sector la interlocución fuera diaria y no tener un alguien ahí en medio. De ese modo esto ya empezaría a funcionar bastante mejor, porque el dinero ya no enturbiaría otras cosas.

- Yo creo que es el mejor contrato que se puede hacer, porque veníais de una situación muy difícil y muy precaria.

Claro, la alternativa era el cierre, entonces se hizo, no con heroicidad, pero se hizo siempre buscando sacar lo mejor y ya digo, no sale perfecto, nos hubiera gustado poder dar juego a más porque yo no creo que una Administración o un ente tenga que tener unas instalaciones hoy en día, aunque hay quién piensa que sí. Teniendo en cuenta todas las que había en la región de antiguas televisiones, porque ahora mismo ellos tienen las instalaciones de una antigua televisión autonómica, la Televisión Murciana, una de otra antigua televisión autonómica, la de La Verdad y la sede principal está en la antigua sede de una televisión pública local, la de Molina de Segura, que era la antigua Thader Televisión, en la cual ellos tienen la sede principal donde hacen los informativos, entonces todo eso ya existía más la de GTM que era igual que las otras tres juntas. Pero, ¿por qué la Administración tiene que gastar dinero en eso? Si eso hubiera sido un lote, probablemente el lote lo hubiera ganado GTM, pero no tenía por qué ganar la producción de informativos. De esa manera das juego, das competencia y hace más fácil el que puedas, teniendo ese nivel de presión, de interlocución en cada uno de ellos.

- ¿Cuál es la audiencia actual?

Ahora mismo las debilidades son básicamente el dinero, no hay dinero para que trabajen todos todo el tiempo. Eso mismo al final hace que los programas se vayan sosteniendo poco tiempo y te puedes ir a la irrelevancia, nuestras audiencias tras Semana Santa indican que somos referencia porque

ha habido momentos en que la gente se iba a televisiones locales y hemos tenido días como el entierro de la sardina con un 14 y pico por ciento arrastrado durante tres horas, donde sólo nos ha superado Telecinco. Y un 22% en algún momento, lo que pasa es que no es el *prime time*, y le hemos ganado a todas las televisiones autonómicas ese día menos a TV3. Es decir, que tienes días, lo que pasa es que la media normal está en el dos con poco; ahora estamos en un dos con cuatro, que cuando acabemos el mes y hagamos las correcciones nos iremos otra vez al dos. Veníamos de tener un cero con algo, un uno.

Para mí la principal debilidad es esa más la situación política que hace por un lado que ahora mismo el Gobierno es del Partido Popular pero está en minoría en la Asamblea y la mayoría hay muchas veces que la oposición la acuerda entre Ciudadanos, Podemos y el Partido Socialista, aunque nunca para ponerse de acuerdo y hacer moción de censura. Siempre, como en todos sitios se critica la Televisión Autonómica y aquí no gusta el modelo, y aquí se critica el modelo porque es un bicho raro, somos los únicos así, y entonces se critica, en algunos casos convencidos como el Partido Socialista, que abogan por la gestión directa, como en su momento dijo el consejo de sabios de Zapatero, de cómo hay que hacer una televisión, como el modelo que hizo de Televisión Española, que puede gustar o no, pero es su criterio pero luego tienes a Podemos que ha dicho una cosa, apoyado en la asociación que te dije que está peleada con el mundo. Cuando el programa electoral decía que el director general de aquí, que ya ves tú lo que es, tenían que elegirlo por referéndum popular a segunda vuelta, con mayoría reforzada, es decir, un despiste completo.

Pero luego cuando hablan con nosotros dicen que ellos se sienten contentos, porque al final la empresa quiere quedar bien con todo el mundo y eso también tiene su parte negativa, porque un día sale un programa en el que ponen al Presidente que parece que ha descubierto América y se pasan tres pueblos, y al día siguiente sólo sale la oposición criticando, porque tienen que quedar bien con todo el mundo. Entonces en lugar de mantenerse en un nivel institucional, que es lo que pedíamos en el contrato programa, defendiendo las cuestiones lógicas de democracia, estatuto y poco más...

- ¿Entonces vosotros no podéis entrar en la línea editorial que marcan los informativos?

La línea editorial la marcan ellos, nosotros vamos a pescozones. Aportas el cabreo, porque claro, el Gobierno en vez de llamarles a ellos nos llama a nosotros y nosotros les decimos que nos han quitado la línea editorial, pero no podíamos tenerla porque gestión indirecta es gestión indirecta. Ellos de momento no cobran del ente, con lo cual...

- ¿Hasta cuándo tienen el contrato?

Ellos tienen contrato hasta el año que viene con una prórroga contemplada de tres años más. Vamos a ver, ellos nadan y guardan la ropa, entonces ellos quieren quedar bien con el Gobierno, pero también quieren quedar bien con la oposición, porque es lógico, porque la oposición puede coger mañana y cambiar la Ley, y eliminar esa prórroga, y porque aspiran a la gestión de otras comunidades de signo contrario y no quieren que se les marque que en Murcia son del Partido Popular, porque tienen la posibilidad de negocio en Extremadura... Entonces ya digo, nosotros no dependemos del Gobierno pero sí económicamente, con lo cual vamos a tener siempre una buena relación, pero procuramos siempre marcar la distancia con el partido del gobierno y con el resto de partidos. Somos empleados públicos.

Esto en una empresa es más difícil, es una debilidad que tiene el sistema. La otra debilidad es el juego que hay en todos los sitios con la Televisión Autonómica. Aquí, dado que todo depende de un único contrato, es más débil, y entonces si te cargas ese contrato te lo cargas todo y nadie quiere hacerlo, se quejan pero luego le dan palmaditas en la espalda a Secuoya y es la forma de conseguir visibilidad, que es lo que cada uno quiere. Pero hay que tener cuidado de que cualquier día alguien se cargue esto por juego político. Esperamos que el año que viene con nuevo Contrato Programa ver si se puede reforzar algo, intentar plantear al Gobierno la recuperación del IVA, si por otro lado la baja que en su momento se hizo si el contrato lo hubiera sacado el Ente, lo hubiera reaprovechado y en vez de sacarlo a la Comunidad Autónoma se fue a Hacienda. Si podemos volver a tirar lo que en su momento se pactó con Hacienda, que eran esos 15 millones anuales, teniendo en cuenta todo, pues tenemos ahí cerca de otro millón de euros, lo que no es mucho comparado con los entornos de otras televisiones autonómicas, pero nos serviría para seguir manteniendo lo que se hace en la parte informativa, que yo creo que cumple sobradamente, en esa parte sí que estamos ya en un 5% ya de audiencia y mejorar el servicio público, que algunos no nos van a dar audiencia, pero nos permite ir creando tejido industrial que es otra de las partes importantes.

- ¿Cómo ve el futuro de las televisiones autonómicas?

Al haber hecho esto y ser los únicos, al momento del cierre del Canal 9 esta era una muy buena opción. ¿Ventajas? Era lo más barato sin duda, a costa de condiciones laborales en alguno de los casos y a costa de que las instalaciones que se necesitan en televisión no son los macrocosas que tienen otros sitios. Realmente es barato y es muy rápido. Montar Canal 9 cuando realmente lo tengan, miraremos con el contador que hicieron en su momento a ver cuánto han tardado, porque ellos iban a tardar... cada año lo iban a tener para el día de la Región en octubre y ya van pasando... Hacen esto y al mismo tiempo vuelven a sacar una recomendación diciendo que lo mejor es que vuelvan por tercera vez a reincorporar a los 1.600 trabajadores despedidos. Hicieron un ERE, en el cual de 1.600 trabajadores se quedaron en 300 y pico; modificaron el ERE porque entró la Abogada del Estado, y el problema es que

si vuelven a entrar tendrán que volver a negociar con los sindicatos.

Aquí tenemos dos sindicatos: UGT con el cual siempre es fácil hablar, y Comisiones con el que siempre es muy complicado. Allí tienen varios más, entonces siempre habrá un sindicato que al final te denuncie en los tribunales. Es la táctica de Compromís, le irá bien a nivel político, y de Podemos que a nivel estatal van juntos pero a nivel de Valencia no. Y eso es muy lento.

Aquí lo que pensamos es que si realmente tiene sentido para la oposición modificar el modelo y el Gobierno o el Partido Popular no está de acuerdo, pero ve que no va a haber otra, pues lo mejor es empezar a hablar no para hacer ahora cuando acabe este primer contrato, sino cuando se acabe la prórroga, porque para mover algo público hace falta mucho. Lo ideal sería así, es decir, dentro de tres años hacer un nuevo contrato. Lo que me comentan es que nadie nos envidia evidentemente, pero sí que envidian el haber quitado lastre de esa manera y el empezar algunas cosas de cero.

- En Castilla – La Mancha han hecho un monstruo y luego ves el 4% de audiencia y dices, aquí me falla algo.

Hay que tener en cuenta que hoy en día en televisión un 4% de audiencia puede ser... El 5% de audiencia teniendo un sólo canal tiene que ser el techo que te puedes plantear, mientras no cambie el duopolio y haya medidas anticoncentración, porque en España se han hecho unas medidas facilitando la concentración de unos medios que ya lo tenían todo y no tiene sentido, cuatro medios se han quedado en dos y eso con 30 canales. Entonces estás compitiendo con gente que tiene ocho canales y que está planificando cada una de las cadenas dentro de un grupo que va a ver la gente.

- ¿Sabes dónde está el problema que he visto en todas las televisiones? Cuando se pierde la referencia de qué eres, de lo local. Yo he visto muchas teles, y Castilla – La Mancha la he visto mucho. Tú lo que no puedes hacer en un informativo de Castilla – La Mancha, teniendo un equipo como es el Albacete que está en Segunda A, que esa noticia de deportes vaya la sexta; y que me hables del partido de ayer del Barcelona con el Atlético de Madrid y me lo hagas con un directo en todos los informativos desde la puerta del Vicente Calderón. Te hace el antepartido, el postpartido, etc. y la noticia del Albacete, que es lo que la gente quiere, va relegada al último bloque. Eso es perder la referencia, es como si tú abrieras todos los días todo con Madrid y Barcelona y tienes un equipo en Segunda A aquí y dice la gente: ¿Y los míos cuándo? Ése es el problema de las autonómicas.

Nuestros informativos no tienen nacional, quiero decir, nuestro nacional es relacionado con la Región, por así decirlo. Y luego tiene un bloque nacional e internacional pequeño. Aquí se exigió que el 60% del informativo tenía que ser regional. Pero además cuando ponemos los antecedentes y las condiciones para los pliegos, lo primero que decimos, y además lo comentamos en la

Asamblea es que nosotros no podemos hacer una televisión generalista, por eso decimos que, en un entorno de 30 canales, tú tienes que buscar tu nicho. Y mi nicho es la murcianía.

- Saber quién eres y qué es lo que quieren, porque el que quiere buscar una noticia de Murcia no la va a buscar en Telecinco a las tres o esta noche con Pedro Piqueras, porque no va a salir a no ser que sea uno que ha salido con una escopeta y ha matado a cinco. Si ahora mismo la gente que está aquí oye ocho coches de policía y una movida ahí en la puerta de El Corte Inglés, quiere que en su televisión le cuenten qué ha pasado que había un loco en la puerta, porque no va a salir en otra.

Pero por eso cuando en el año que nace esta casa, y en su momento también nace la de Castilla – La Mancha, un poquito antes, o Aragón, o Baleares, el problema es que la referencia eran Valencia o Madrid, es decir, es que en su momento se hicieron como Canal Sur, a modelo de TV3, que copió a Televisión Española. Cuando nacemos nosotros están las privadas, pero una todavía codificada, Canal +, y Antena 3 y Telecinco, y empezaba La Sexta al mismo tiempo que empezamos nosotros, es decir, que ha cumplido también diez años ahora, y además con poca antenización, que llegaba a más sitios 7 que La Sexta y además no es el mismo entorno. Entonces en ese momento era una televisión generalista más porque todas eran televisiones generalistas.

No celebramos diez años sino que esto es un rebautismo y llevamos un año, somos una televisión de nicho que es lo que puede ser ahora; el problema es que tienes ese lastre y que esto para hacerlo bien no costaba 12 millones, costaba 20 o 25 millones. Y ese más justifica el tener delegaciones en Bruselas o en Madrid que no las necesitas o para quedar bien con el político cuando va, y vea tu micrófono...

- ¿Cuánto vale tener una delegación en Bruselas? Castilla – La Mancha tenía una en Shangai, ya me dirás, si es que eso ya es pintoresco. Pero que Castilla – La Mancha tenga, estando en Toledo, una delegación en Madrid, que tardas 20 minutos de Toledo a Madrid en un coche, y me montas una delegación con enlaces que tiene hasta un pequeño plató allí, productores, chóferes... que tardas 20 minutos, que el cámara se puede coger un coche. El futuro no está en 400 o 500 trabajadores, todo producción propia... no va por ahí. A mí me gusta mucho vuestra fórmula.

Las privadas tienen una externalización muy grande, entonces ¿por qué no la vas a tener tú a nivel público?

- Yo he trabajado en Antena 3, con ellos y en dos productoras, o sea que conozco perfectamente cómo funciona el tema, entonces yo veo el futuro así, porque si no el modelo de la televisión autonómica no es sostenible.

No podemos ser los únicos, nosotros ahora mismo en FORTA tenemos

problemas porque las otras cadenas, sobre todo desde que Secuoya tiene este canal nacional y que lo ven como posible competencia, aunque no tiene nada que ver, no quieren que gente de esta empresa esté en las comisiones, entonces ser la oveja negra siempre es complicado; es más fácil disfrazarlo de que tienes una gestión o sin disfrazarlo, tener la gestión directa en la que tú tienes la línea editorial y recuperar lo mínimo para tener esa línea editorial con probablemente el mismo personal público que tenemos ahora. No necesitas mucho más, necesitas poquito más, y el resto igual que está, solo que al final tienes que crear industria, no puedes delegar el crear esa industria en una única empresa para que luego subcontrate.

- Es que luego en la Región creáis riqueza, porque si luego trabajáis con cuatro productoras que os traen los cuatro programas, es es estar dando puestos de trabajo indirectos y se crea riqueza.

Sí. Lo que tampoco ha venido mal es que en este primer paso fueran ellos porque así el quién es quién no es, pues sí que será la empresa muy mala, pero los criterios han sido objetivos y ya no es que es por criterios políticos, lo que pasa es que en su momento trabajaban tres, el presupuesto era de 45 millones o 46, en el mejor caso fueron 50, y de esos, 42 iban automáticamente a GTM, y tenías otro que pagabas FORTA, lo que comprabas allí, el fútbol... y te quedaba algo, y entonces todos los años se hacía algo y se hacían unos pequeños programas, que eran tres, sólo esto a nivel político. Todo esto ha estado bien para decir, pongo a alguien allí, que son los criterios razonables.

- Os puede venir muy bien esta experiencia de estos años, al Ente le va a venir muy bien porque cuando negociéis el próximo contrato, ya lo tenéis más claro.

Lo único que hay que tener es la independencia y el apoyo del Gobierno para eso. El problema es que la situación ha sido también tan convulsa, con un tercer Presidente... hemos tenido uno durante 20 años, pero ahora en tres años hemos tenido tres, entonces todavía no tienen claro la política audiovisual y bueno, nosotros lo hemos dibujado mil veces pero no lo entienden.

- Sí, pero lo van a entender cuando la vean suya. Hasta que no tengan el concepto de que esto es cercano y que si hay un acto importante en la calle y si no la va autonómica la gente dirá que no lo habéis sacado, porque hay que hacer eso, sincronizar a la gente con el Ente.

Aquí había privadas, autonómicas y locales que en su momento, en época de bonanza, siempre había mucha publicidad institucional en ellas, y había muy buen trato con ellas por parte del Gobierno. Incluso el mismo que se tenía con la autonómica, porque eran de grandes empresarios de la Región, grupos tan importantes como Vocento que aquí es La Verdad, o Popular, que está relacionado porque es la sede de la UCAM, que no es Popular sin más, se podría llamar UCAM TV, entonces son realmente unas relaciones muy fluidas.

Eso ahora se está poniendo en su nivel, también cuando ya tenemos pues no gran audiencia pero evidentemente eres la referencia; la única chincheta es que GTM que también tenía televisiones locales que en su momento las tenía dejadas, ahora las ha querido reactivar, pero bueno, eso también va decayendo y se quedará en nada. Justo antes de rescindir el contrato con GTM en el año 2012, mi predecesor, que también en su momento tuvo sus rifirrafes con Kantar, que decía que no estaban bien los audímetros y los cambiaban cada dos por tres, pues fue un poco de Quijote y dentro de FORTA fue el único que dijo de borrarse. Allí todo el mundo dice que está descontento, pero a la hora de la verdad, si tienes publicidad, es la única herramienta que admite el mercado.

Yo en su momento, soy más práctico. No me gusta Kantar, sé que hay un porcentaje de mentira importante, pero no hay otra cosa, entonces yo quijotesco lo justo, entonces siempre planteaba el volver a Kantar, lo único que en ese momento no teníamos ningún presupuesto y no queríamos hacer nada, sin programación no podíamos decir que íbamos a volver, pero cuando empezamos a hacer distintas producciones con estas productoras de intercambio de publicidad, pues ya ellas nos decían que tenían publicidad, pero desde Madrid les pagaban tanto si acreditaban un porcentaje de audiencia y entonces conseguimos autorización del Gobierno no para entrar al contrato, que nos costaba 170 y tantos mil más IVA, pero negociamos con ellos hacer un contrato reducido, que nos daban los datos pero no el acceso a la herramienta informática, sino que nos daban un resumen horario de programas al día y nos daban todos los datos pero luego, para abaratarlo más, que no fueran públicos. Y entonces lo hemos tenido durante un año y medio de este período de transición así, y no salíamos en Kantar. Empezamos cuando se reactivó un 0,5, un 0,8, y hemos estado sobre el uno, uno y algo, teniendo en cuenta que lo único que se veía eran los informativos y algunos programas de repetición que estaban ahí mas el cine para arropar el informativo. Después del informativo y la entrevista, siempre había una película, con lo cual, eso ayudaba un poco.

- ¿La continuidad la hacen ellos o la hacéis vosotros?

La hace una tercera empresa. Y ya digo, teníamos eso y ya con el nuevo adjudicatario se puso en su momento en el Contrato Programa que había obligación por parte del ente de seguir midiendo pero una medición básica. Hemos llegado a un acuerdo con ellos y desde el 1 de enero nos hemos sumado de nuevo al contrato de FORTA, un poco más reducido de lo que constaba en su momento y nos dividimos, nosotros pagamos la medición básica y ella el resto para justificar, porque ellos son los que explotan la publicidad, y desde el 1 de enero sí que tenemos ya todos los datos completos. Lo que teníamos antes no lo podíamos decir y no nos servía para mucho.

El irnos a negro como Canal 9 es una losa que ya es muy difícil, lo que hagas nuevo ya no puede ser lo mismo, no puedes decir que has tenido un período negro, tienes que decir que es otra cosa. - Aunque ahora se ha

cambiado la imagen por la empresa, se ha cambiado el logo, la web, pero no deja de ser una continuidad sigue siendo 7.

Yo te lo digo sinceramente, a mí me gusta la fórmula vuestra porque veo que no hay otra solución. O se hace algo así, lo de ir 100% con todo el personal y una Comunidad Autónoma, sea lo grande que sea. TV3 es una losa para ellos y Televisión Española para todos. Además vosotros, uniprovinciales, que tienes una limitación aún mayor...

En el mundo actual y tal y como está el duopolio y estas cosas, una cosa también modelo que siempre hablamos todos y que nunca llega nada, sobre todo también por las grandes es importar no el modelo porque es imposible, pero sí algunas cosas de la ZDF, coger y decir que no vamos a hacer solamente un programa juntos cada cinco años y ponerlo, sino que hay una parte de la programación que puede ser perfectamente la misma porque las compramos. Le estamos comprando a Paramount, Warner, en su momento derechos deportivos, que hoy con Telefónica es imposible, pero imagínate que compramos algún derecho deportivo. ¿Qué sentido tiene el que cada uno haga su propia señal? Cuando hoy en día esto sería tan sencillo como conexión-desconexión. No hay manera. Hasta por lo del idioma, es que TV3 está dando la Champions y la Fórmula 1 y con intercambiar los audios, que hoy todo el mundo podemos, intercambiando su cabecera, ya lo tienes, en catalán en el suyo y aquí no pasaría nada si lo tuvieras en catalán, en castellano, en vasco, y cada uno en su cabecera pone cuál es el primero y ya está, y no pasa absolutamente nada.

Pero como dices tú, si hasta para entrevistar al que está en la banda tienes que poner a un reportero propio porque parece que si no, no eres suficientemente importante, pues tienes esa cosa... Pero hay cosas, eso sí, es sangrante... Nosotros ya no firmamos esto de Warner porque con el actual modelo hemos dicho que no y bueno, ya nos pensaremos las nuevas películas, vaqueros y toda esta gente los compran ellos, pero si compráramos algo ahí, pues yo no tengo el dinero que le cobra Sony a Antena 3, pero estoy convencido que si yo sumo todo lo de FORTA es muchísimo más caro.

Eso mismo, lo que he dicho a nivel deportivo, cualquier cosa, porque nos pasa con Kantar. Vamos a ver, somos los primeros *paganinis* de Kantar, ¿cómo es posible que Telecinco, teniendo siete señales en abierto y teniendo cobertura nacional, pague menos que nosotros? Es increíble.

- ¿Cómo considera que funciona FORTA?

FORTA es simplemente una federación, pero no tiene un poder de contratación. Si FORTA fuera nuestra ZDF y diera una señal realmente ahí, entonces la película la compras tú, validez para todo el territorio nacional, te encargas de doblarla y lo pagamos entre todos, porque nos sale más barato al catalán, al castellano, al euskera, al valenciano si es distinto, y ya está. Sale

más barato y tenemos cosas conjuntas. Y nos resuelve el 40% de la programación. A lo mejor de esa manera es mucho más fácil tener un segundo canal y empezar a poder competir con lo que compiten todas ahora. ¿Cómo puedo competir y tener una audiencia? ¿Quién tiene esas audiencias? La audiencia se tiene que repartir y lo contamos, que el 100% cada vez, aunque las horas se mantienen, pero cada vez es de menos gente, porque según los estratos de población pues se van a otros sitios.

- ¿Cuál sería su modelo de gestión y de Televisión Autonómica ideal?

Para mí lo ideal sería no lo de Aragón, sino una cosa mixta. Tener un ente reducido, tener no esos editores sino yo iría un poquito más, porque arrastramos una radio anquilosada que al final tiene que tener una función y entonces visto a medio plazo, yo creo que lo ideal en un sitio como nosotros sería tener una redacción multiplataforma, internet con una página propia, radio y televisión, pero la redacción. Y que la redacción, como si fuera una agencia de noticias, por decirlo así, y se encargara de las noticias, ENG's externas, no nuestras, porque aquí el problema es que para salir en la radio sale el técnico y el redactor, entonces eso no. Tener una redacción de empleados públicos que trabajen aquí y que fijen la línea editorial, pero la fijen redactando, no solamente ordenando noticias. Y a partir de ahí lo otro por concursos públicos con suficiente tiempo, también de acuerdo a lo que se va amortizando las distintas cosas: una cosa son las instalaciones, otra cosa son unidades móviles para retransmisiones, otra cosa es transporte y difusión, que tiene otros parámetros, y otra cosa producción de informativos o de programas informativos teniendo en cuenta que aquí se redactan las noticias, pero ni se locutan para la radio ni se presentan para la televisión, eso me lo pone la empresa.

Entonces sí que hay que contar con la externalización porque lo vemos en otras cosas, no puedes mantener a una persona en lo mismo durante mucho tiempo, contar con eso, y dar juego. Y los programas de servicio público intentar hacerlos no como hizo Valencia con lotes, porque al final la parte de calidad no puede entrar, pero sí algo parecido a lo que conocemos de la financiación del 6%, haciendo una convocatoria pensada más en el entorno regional y hacer convocatorias periódicas. Por ejemplo el programa de cocina, hacerlo para uno o dos años y con eso financiarlo y que te lo traigan, fichero no sé cuánto, que va directamente a la continuidad y que sale con mínimo 24 horas, 48, o el que sale directo con la línea de ingesta correspondiente. Yo creo que eso para nosotros, que no tenemos lastre, es lo mejor.

Juan Miguel Aguado, Director General de RTRM, Radio Televisión Región de Murcia

¿Qué te lleva a dejar la Universidad y venir a la Televisión de Murcia?

Yo en la Universidad siempre he colaborado con medios, también con medios en el extranjero incluso en mi etapa formativa pero mi vocación ha sido siempre de investigación y análisis.

Llegado el momento, siempre muy centrado en el tema del cambio digital y de cómo afecta el cambio digital a los medios, en particular el cambio digital vinculado con la movilidad, la Segunda Revolución Digital que se llama.

En un momento dado se ponen en contacto conmigo antiguos alumnos míos que habían entrado en política y me comentan que había cambiado la Ley recientemente y que a partir de ese cambio precisamente la elección del Director General ya no dependía directamente del Gobierno sino que se hacía a propuesta de la Asamblea Regional por mayoría de dos tercios y que estaban buscando un candidato o candidata que no fuera una persona de partido sino alguien independiente, de prestigio, capaz de suscitar el mayor apoyo posible para iniciar una nueva etapa y demás.

En un principio lo veía todo muy complicado, pero de alguna manera fueron solventándose las dificultades y llegado el momento dije que sí dejando claras dos cuestiones, una que yo no soy un hombre de medios, con una gran experiencia en medios, y por tanto que eso se tuviera en cuenta. Tengo experiencia en gestión, evidentemente, y tengo ideas acerca de lo que debe ser, incluso de hacia dónde deben caminar en particular los medios públicos de naturaleza autonómica, sobre todo en el marco de esa Segunda Revolución Digital, pero mi experiencia en medios es limitada y no soy de ningún partido político ni milito. Tengo mis ideas, que algunas son bastante eclécticas y tengo mi concepción de lo que debe ser un medio público autonómico pero esa concepción no responde ni al programa ni a los parámetros de ninguna formación política o de todas al mismo tiempo.

Los representantes políticos decidieron en su momento y a partir de ahí me embarqué en la aventura.

Cuando he dado este paso no es sólo por lo que a mi trayectoria profesional se refiere, por supuesto, sino también porque creo que desde la universidad y en particular desde la investigación y el análisis se pueden aportar cosas y en

ese sentido es en el que me he decidido a dar el paso, probablemente porque llevo toda la vida oyendo hablar de la distancia que existe entre la Universidad y la empresa o entre la Universidad y el mundo real, como si la Universidad no fuera parte del mundo real y de alguna manera era un desafío al que no podía negarme, precisamente porque creo que la Universidad forma parte del mundo real y que en la Universidad, particularmente en la investigación y el análisis se ponen en marcha ideas muy necesarias para renovar la práctica de los medios y en ese sentido asumí el reto.

¿Cómo te has encontrado la televisión y cómo está?

Me encuentro con una biografía institucional y una trayectoria inmediata y también prolongada en el tiempo que va dejando sus luces y sus sombras, lógicamente. En este sentido me encuentro con un ente público que viene además de un ERE mal planteado. En este sentido el Gobierno, la Consejería de Cultura han buscado la mejor solución para ese ERE y creo que se ha cerrado razonablemente bien, quizá no de manera perfecta, pero creo que ha sido un cierre muy costoso y muy complicado y creo que eso abre una nueva etapa, un horizonte de renovación en la radio y en lo que corresponde a la gestión directa del ente sobre la radio y por el otro lado efectivamente empiezo a conocer desde dentro un modelo que conocía desde fuera que es un modelo de gestión indirecta bastante intensiva en el caso de la televisión, con algunas peculiaridades que tienen que ver sobre todo con el hecho de que hay dos Consejerías distintas involucradas por un lado con el ente en el contrato programa, y al mismo tiempo el contrato del servicio público de comunicación audiovisual televisiva depende de una Consejería de la que no depende el ente; el ente depende de la Consejería de Cultura, que es la competente en materia de comunicación audiovisual y el contrato depende de la Consejería competente en materia de Telecomunicaciones que es la de Desarrollo Económico, Turismo y Empleo.

Sobre el papel la cosa funciona de la siguiente manera: el gestor privado responde ante el ente a través del departamento de control de servicio público y por extensión ante la Consejería de Cultura en materia de contenidos y en materia de adecuación de los contenidos a la supervisión de la función de servicio público y para todo lo demás, sobre el papel depende de la Consejería de Desarrollo Económico.

Es un planteamiento que sobre el papel igual no permite ver las aristas pero en la práctica sí que genera algunas aristas, porque el hecho de que el ente o Cultura no sean responsables del contrato implica que en última instancia los conflictos en el desarrollo de la actividad del contrato tanto por una como por otra parte dependan en última instancia de los responsables del contrato. Esto genera algunos desajustes.

Yo entiendo que el modelo es muy innovador o novedoso en cualquier caso y requiere un tiempo de rodaje y es en ese rodaje cuando ves qué engranajes

funcionan de manera fluida y cuáles se atascan, chirrían o producen malentendidos o relativas disfunciones y yo creo que es el momento, transcurrido el tiempo y renovada la prórroga al gestor privado de revisar y repasar en qué aspectos la maquinaria funciona bien y en qué aspectos no funciona tan bien y retocarla en la línea de optimizar su funcionamiento.

Yo creo que hay una visión general, ha habido un momento conflictivo en septiembre con una propuesta de reforma de la Ley de Radio Televisión de la Región de Murcia por parte de la oposición que no ha salido, pero que creo que sí que ha puesto de alguna manera el debate sobre esto, sobre si cambiar o revisar el modelo.

En Consejo de Gobierno está prevista para noviembre, si mal no recuerdo según el calendario legislativo, una Ley de reforma del ente y una Ley Audiovisual de la Región de Murcia en ciernes; entiendo que esto refrenda de alguna manera esta idea, que llevamos ya un rodaje con este nuevo modelo que tiene virtudes y que también tiene defectos y probablemente se plantee precisamente esa Ley Audiovisual y esa nueva Ley de Radio Televisión para retocar estas cuestiones.

¿Cuánto es el montante en el que se ha cerrado el contrato de estos tres años?

Hasta donde yo sé exactamente el mismo que se ha venido realizando, sin modificación ni al alza ni a la baja; son 10.400.000 creo recordar, de hecho en el mismo mes de noviembre el Consejo de Gobierno previo a la renovación de la prórroga aprobó una modificación de crédito por un importe de treinta y pico millones de euros que era exactamente la cantidad resultante de multiplicar 10.400.000 por tres.

¿Sigue teniendo la misma autonomía la productora que lo tiene que la anterior? ¿Es una simple renovación sin modificar ningún parámetro?

Hasta donde yo sé, porque como sabes el ente no es responsable del contrato y, de hecho, no hemos tenido ninguna notificación a ese respecto, lo que sé, lo sé por la prensa y lo que entiendo es que no se ha modificado, es decir, que ha sido una prórroga automática que no ha supuesto ninguna modificación. Tanto en la comisión de seguimiento del contrato programa como en algún otro ámbito hemos preguntado, pero de momento no nos han dado esa información.

¿Hay alguna idea de privatizar también la Radio con Secuoya o se va a dejar autonómica?

Yo no tengo noticias sobre eso.

Este modelo con el que lleváis un tiempo funcionando, ¿crees que puede ser exportable como está ahora o mejorándolo? Porque el gran problema actual de

las Autonómicas son las plantillas desmedidas, unos presupuestos astronómicos y luego lo peor, unas deudas impresionantes.

Sobre el discurso del despilfarro tengo algunas prevenciones, de hecho hace muy poco en FORTA hemos manejado una investigación desarrollada por la Universidad de Santiago de Compostela en conjunción con otras seis o siete universidades españolas que hacen un recorrido, una comparativa de la televisión autonómica en España con respecto a Europa y estamos bastante por debajo de la media en gasto por ciudadano en televisión; si no recuerdo mal la media está en sesenta y nueve euros per cápita y las televisiones autonómicas más grandes y de mayor presupuesto y de mayor deuda acumulada están en treinta y pico euros per cápita. Hay algunos datos muy interesantes en ese estudio que por lo menos arrojan interrogantes ese discurso.

Y luego está la utilidad: ¿Existe esa función de servicio público? ¿Es realmente necesaria esa función de servicio público? ¿Cómo se realiza de la mejor manera? ¿Se pueden optimizar gastos? Sin lugar a dudas. ¿Hay que revisar cuestiones? Sin lugar a dudas.

Sobre el tema de las plantillas desmesuradas hay que hacer una apreciación, sin perjuicio de que se pueda considerar que las plantillas están sobredimensionadas: En los últimos años las televisiones autonómicas, citando datos de este mismo estudio, han sufrido un recorte cercano al 40% de su presupuesto. Al tratarse de entes públicos y hablo en general de las televisiones autonómicas en España, ¿De dónde pueden recortar presupuesto? Pues prácticamente de cualquier sitio menos del capítulo uno, es decir, que al final, ¿Qué ha ocurrido con las televisiones autonómicas en general en España? Pues que han tenido que cargar ese recorte de en torno al 40% sobre todo en producción, y en producción propia en primer lugar, pero luego en producción, ajena, etc.

¿Qué ha ocurrido? Que del total del presupuesto dedicado por el ente, de repente, si antes pongamos por caso, el capítulo uno era el 40% y producción era el 60%, como ese 40% de recorte ha repercutido sólo en lo que no era capítulo uno, nos encontramos con proporciones en las que el capítulo uno es el 60 o el 70%, mientras que el resto de costes se va al 30% o el 40%.

Es decir, que ese sobredimensionamiento de la plantilla no obedece sólo a que haya plantillas numerosas, sino también al hecho de que por la naturaleza pública de los entes, los recortes han repercutido sobre todo en producción propia y ajena y no tanto en personal, lo cual ha contribuido a sobredimensionar el capítulo uno, que por otra parte es algo muy parecido a lo que ha ocurrido con las universidades o con el servicio público de salud con los recortes, que al final, como no puedes tocar el capítulo uno, tocas todo lo demás que no es capítulo uno, con lo cual contribuyes a sobredimensionarlo.

Hecha esta observación, que me parece importante, sobre este discurso de que las televisiones autonómicas son grandes dinosaurios con plantillas y gastos sobredimensionados, etc... hay que decir que las televisiones públicas en

general están funcionando razonablemente bien encajando como han encajado un 40% de recorte, lo cual habla relativamente bien de su capacidad gestora; no sé cuántas empresas, públicas o privadas son capaces de mantener una razonable calidad en su producto o en su servicio encajando un 40% de recorte presupuestario.

Dicho esto, el modelo de Murcia, citando a los propios directivos de Secouya, les falta un poco de presupuesto para llegar a ese punto de calidad que se merece la Región de Murcia y de hecho ellos hablan en torno a unos 5 millones aproximadamente. Aquí hay que hacer una salvedad y es que el gestor privado pujó a la baja en la licitación, sobre un contrato de 12 millones lo llevó a 10.400.000. Doce millones más IVA son aproximadamente 15 millones y pujó a la baja.

También es cierto que afirman, por ejemplo me consta que el Director de 7 Televisión afirma que él no hizo esa oferta, y que si llega a saberlo obviamente no habría pujado a la baja, por lo menos habría arañado ese millón y pico que queda para los 12 millones y hubiera obtenido un pequeño caudal más para salarios, etc.

Lo que ellos plantean es que entre 3 millones y 5 millones más podrían dar ese salto de calidad que dejara a 7 Televisión a la altura de otras televisiones autonómicas de entornos geográficos y poblacionales más o menos similares, como Aragón, que es nuestro referente, o Asturias; Asturias más por similitud geográfica, siendo uniprovincial y Aragón más en número de habitantes, que es torno al millón y medio.

Estamos hablando en torno a los 15 millones o los 20 millones que es en lo que está Aragón, Asturias; si sumas a los 15 que es lo que dice el gestor privado que necesita los 5 que tiene el ente más la radio, al final los números son los mismos. La televisión del Principado de Asturias junto con la radio autonómica son 20 millones, La televisión de Aragón con la radio pública en Aragón, el ente en definitiva, son 20 millones, y si sumas los 15 del gestor privado con los 5 del ente, estaríamos aproximadamente en lo mismo.

En resumidas cuentas, hacer una televisión de calidad o hacer un servicio público de comunicación audiovisual de calidad sale, como poco, en torno a los 20 millones de euros, y esto lo dice el gestor privado así como el ente público y las otras televisiones autonómicas.

Ahora bien, en términos de coste el modelo es exportable, sí, pero en términos de coste yo no veo que aporte grandes diferencias si asumimos las necesidades que plantea el gestor privado. Aporta grandes diferencias si lo comparamos con los grandes dinosaurios, pero no es comparable el caso de Murcia con TV3 o con ETB o con Castilla-La Mancha, que si nos fijamos en sus fechas es joven, pero por planteamiento es el modelo antiguo, como TeleMadrid, Canal Sur o la Televisión Gallega y no es comparable por ejemplo con Aragón, que es un modelo más racionalizado.

Castilla-La Mancha es probablemente la última del modelo antiguo y ahora es quizá la primera de las grandes que va a sufrir el problema del IVA; hay una ofensiva importante de la Agencia Tributaria reclamando la no devolución del IVA y esto supone un varapalo presupuestario para todo el sector público, porque no sólo va con las televisiones autonómicas, va con todo el sector de museos, con todo el sector de la cultura pública que es básicamente incrementar un 21% el presupuesto, y estamos hablando de colapsar el sector público de la cultura.

De hecho los primeros pleitos se han sustanciado en el caso de Castilla-La Mancha y es una cuestión que va a dar que hablar en estos próximos años porque afecta de lleno a la viabilidad presupuestaria de no ya sólo las televisiones autonómicas sino de buena parte del sector público de la cultura.

El problema de un medio público en esa región es que las necesidades de conectividad en cuanto a infraestructuras, etc, son brutales, y la descentralización implica una tendencia inflacionista de la plantilla, si hay que tener una delegación en cada una de las cinco provincias, la plantilla lógicamente crece.

En este sentido también hay que decir que desde el punto de vista organizativo el modelo de Murcia es muy complejo y sería muy complejo exportarlo a comunidades multiprovinciales por cuestiones de operatividad.

En términos económicos ya digo que no veo a priori grandes diferencias y, en términos organizativos posiblemente pueda aportar algo de agilidad en procedimientos etc., siempre y cuando los mecanismos de control estén claros y la dependencia contractual sea menos multívoca, es decir, probablemente yo entiendo que esto en el futuro tenga que ir a una Consejería sólo.

Que esté separado el órgano de control de la función de servicio público sea distinto del responsable del contrato implica complicaciones innecesarias en la supervisión de la realización del servicio público.

Tu antecesor me comentaba que uno de los problemas que tenían con la empresa era la operativa que tenían con ellos, ya que al ser una empresa privada y vosotros un ente público las necesidades informativas no siempre quedaban cubiertas de la manera más satisfactoria.

En términos generales creo que en todas las televisiones autonómicas existe un conflicto latente entre la lógica de lo público y de lo privado, sea en Canal Sur, o en TeleMadrid, o en la televisión autonómica más pública que uno se pueda imaginar. No en vano las televisiones autonómicas participan del mercado publicitario, se rigen por unos índices de audiencia que están diseñados para monetizar la publicidad y por lo tanto en términos de lógica privada. De hecho, el debate que hubo cuando TVE salió del mercado de la publicidad y

siempre que sucede esto con los medios públicos conlleva este conflicto latente entre la lógica del servicio público y la lógica de la empresa privada.

Esto, que se da de forma más o menos latente en todas las televisiones autonómicas en el caso de un modelo externalizado y en particular de un modelo prácticamente externalizado del todo como es el de la Región de Murcia, creo que es más patente todavía.

Dicho de otro modo, la jerarquía de relevancias en cuanto a sobre qué se informa y más que sobre qué se informa, qué es servicio público y qué no.

Hay fricciones porque es la parte que le toca al ente es la función de control del servicio público, por lo tanto supervisar qué es servicio público, qué no lo es, etc.

Ahora mismo estamos aceptando como servicio público programas que bajo nuestro criterio no lo son, y aunque tienen audiencia nuestro objetivo no es tener audiencia, es que a esa audiencia le llegue contenido público de calidad, de manera que ahí hay camino por recorrer.

¿Tenéis algún organismo o alguna comisión que se encargue de coordinar?

En la práctica es el departamento de control del servicio público el que realiza esa función. Ese departamento emite unos informes mensuales y también unos informes trimestrales y por supuesto anuales. Esos informes se remiten al responsable del contrato, tal y como aparece establecido en el contrato, que es la Dirección General de Simplificación Administrativa, de la Consejería de desarrollo económico, que es el responsable del contrato.

Los informes tal y como se han planteado constan de una parte cuantitativa que consigna el número de horas de programación del servicio público emitidas cada mes, el número de retransmisiones en directo emitidas de acuerdo con el pliego de condiciones y otros elementos medibles cuantitativamente a partir del pliego de condiciones de la licitación y del contrato.

Junto a eso, se emiten también informes de tipo cualitativo en los que se hacen apreciaciones sobre la naturaleza de determinada programación en cuanto a su función de servicio público.

El responsable del control del servicio público ha manifestado por correo electrónico que esas observaciones son subjetivas y por lo tanto no evaluables y que lo que interesa de cara a los informes trimestrales son el cómputo de variables cuantificables, que son el número de horas de programación del servicio público emitidas, etc.

Esto forma parte de la materia prima de los informes trimestrales, en base a los cuales emite sus pagos trimestralmente el responsable del contrato al

gestor privado que realiza la función de servicio público de comunicación audiovisual televisiva.

Dicho de otro modo, ¿qué mecanismo de control o de supervisión de la función del servicio público tiene ahora mismo el ente? Pues ahora mismo únicamente contar las horas de los programas que tienen función de servicio público sin entrar en las observaciones de tipo cualitativo.

Por ejemplo, un programa como Murcia Conecta Verano, que básicamente consiste en reporteros que van proponiendo conversaciones aparentemente divertidas a los bañistas que están en las playas, desde el punto de vista de la función de servicio público, yo me permito dudar que tenga esta función. Es un ejemplo de este tipo de fricciones que hay que trabajar y hay que tratar de mejorar.

¿Tenéis alguna línea directa?

Si tu pregunta es si hay productores o editores delegados, no hay. Yo pienso que sería una posible solución a este tipo de problemas y a este tipo de fricciones.

El jefe del departamento de control del servicio público tiene presencia física, está todos los días en la sede de la televisión, tiene reuniones casi diarias con informativos, programas, etc, y hace sugerencias; pero ni el ente ni el jefe del departamento de control del servicio público tienen una capacidad ejecutiva respecto del adjudicatario del servicio público de comunicación audiovisual televisiva, pues si les interesa o les parece bien o intuyen que a alguien le puede interesar lo aceptan, y si no les interesa no lo aceptan, porque quien tiene la posibilidad de imponer sanciones es el responsable del contrato, que es la Consejería de desarrollo económico.

Tenéis una audiencia de 2.2%, ¿estáis contentos, o consideráis que estáis por debajo? ¿Cuál sería la ideal?

Estamos por debajo, estamos empezando, pero también es cierto que en informativos las audiencias son razonablemente buenas. A mí es una cuestión que me preocupa, me parece importante tener buenas audiencias en informativos, no me preocupa que Murcia Conecta Verano tenga un 2.5 de audiencia, me preocuparía que nuestros informativos tuvieran un 2.5 de audiencia, ya que me parecen la columna vertebral del servicio público.

En este sentido creo que se están haciendo razonablemente bien las cosas, que se está mejorando y que queda todavía camino por recorrer sin lugar a dudas. En términos generales de audiencia también. También es cierto que ahora en 2017 entrará finalmente 7 Televisión en el Plan de Comercialización Conjunta de FORTA, lo cual permitirá, no ya sólo optimizar

el mercado publicitario o mejorar las posibilidades de explotación del mercado publicitario, sino también remozar su publicidad, dando empaque a la tele.

Ha habido algunos desencuentros con FORTA porque ellos también tienen un papel complicado, porque por un lado el operador es un gestor privado que realiza las funciones de la televisión pública, pero por otro lado ese mismo grupo es competencia porque también es operador a nivel nacional.

Lógicamente el acceso a la dinámica interna de FORTA ha sido un poquito delicado aunque finalmente se ha resuelto en un proceso en el que al final el ente va a ser el que paga las métricas de audiencia para que el gestor privado pueda entrar en el Plan de Comercialización Conjunta y que los beneficios de la publicidad van a revertir íntegramente en el gestor privado. A partir de ahí quedan cosas por mejorar.

Con el modelo actual que tiene la televisión autonómica en España, ¿Tenemos futuro o hay que modificarla?

Creo que el futuro no es sólo una cuestión de viabilidad económica y de redimensionamiento y redefinición en cuanto al modelo de gestión, que también, pero creo que sobre todo es una cuestión de una redefinición de los canales y el modo en el que se realiza la función de servicio público, y me explico: creo que el concepto de radiotelevisión pública necesita redefinirse en el marco precisamente de una corporación de medios, como ya están haciendo algunas televisiones como Castilla-La Mancha Media, que es un caso reciente de unos primeros pasos en ese proceso de redefinición.

El otro día estuve como una empresa de intermediación de youtubers que lleva dos años operando en el mercado hispanohablante exclusivamente. Tienen oficinas en México DF, Miami y Madrid. Tienen una cartera de aproximadamente 500 youtubers de gama media, es decir, no estamos hablando de El Rubius ni nada de eso y una audiencia de 50.000.000 en dos años. Estos operadores de telecomunicaciones están entrando a saco en el mercado televisivo.

Veo las variables clarísimas, es decir, hay que encontrar una identidad de servicio público de comunicación audiovisual en el nuevo entorno digital y creo que ese es el gran desafío para las televisiones o para los medios públicos autonómicos en general.

Manteniendo una fidelidad de una audiencia de 40 años para arriba que es importante y que además demográficamente tiene un peso muy importante porque vivimos en el país en el que vivimos con el mapa demográfico que tenemos, pero al mismo tiempo hay que empezar a trabajar, a redefinir tu propia identidad como servicio público, la manera en que realizas ese servicio público y yo entiendo que esto pasa en una primera fase por cambiar las proporciones.

Por ejemplo nos va a pasar lo mismo que a los músicos; la industria musical tradicionalmente ha tenido un modelo de negocio basado en la venta de contenido a través de soporte en discos y utilizaba los conciertos como vía de promoción de ese producto que vendía, y se ha dado completamente la vuelta, ahora es exactamente al revés, los discos son la vía de promoción para realmente el modelo de negocio que son los conciertos. Del mismo modo nosotros tendremos que redefinirnos, primero explotando una de nuestras fortalezas que es el directo y la información de cercanía y al mismo tiempo posicionarnos dando un mayor protagonismo a los contenidos a la carta o contenidos bajo demanda.

Los desafíos son muy importantes, porque si no vamos a hacer un servicio público que no tiene demanda, y nos va a pasar como a las cabinas de telefónica, que no tienen ya utilidad en la calle si todo el mundo tiene un móvil.

Nos mantiene la cercanía, la proximidad. Por ejemplo, cuando hubo las inundaciones en toda la Región, especialmente en la costa del Mar Menor, ¿Quién estaba ahí? Nosotros. Y el resto de España se enteró porque nosotros estábamos allí, de manera que esa función de información de cercanía, de vertebración del territorio, etc., sigue siendo necesaria y sigue siendo muy importante, el desafío que tenemos es cómo redefinimos la manera de cumplir esa misión en el nuevo entorno.

No funciona el formato de los años 80.

Porque el público emigra. Las maneras, los escenarios, las rutinas de consumo han cambiado.

Pablo Jimeno, Director General de Secuoya y Alejandro Samanes, Director General de 7RM

Me gustaría saber qué os lleva a entrar en Murcia, por qué en un momento el Grupo Secuoya, con tanta historia, decide entrar en el negocio que muchos consideran ruinoso de las televisiones autonómicas.

El origen del grupo es precisamente la externalización de áreas operativas de las televisiones, entonces, dentro de este modelo de externalización que empieza fundamentalmente a mediados del 2000, de esa década, la culminación de ese modelo, que hasta que aparece el modelo de Murcia esta compartimentado en distintas áreas y nunca había habido un modelo global, pues es precisamente Murcia.

Esto era algo que nosotros creíamos que tenía que ser una tendencia natural y que la primera Comunidad que ha empezado a hacerlo es Murcia y que creemos que es un modelo perfectamente replicable en el futuro, igual que tú hablabas antes de las nuevas y las antiguas Autonómicas, yo creo que las 3.0 serán un modelo como el de Murcia, donde la gestión será de una empresa privada, toda la parte que tiene que ver con la línea editorial y con la definición de los parámetros del servicio vendrán dados por un pliego, y todo el riesgo de ejecución vinculado a ese negocio de la televisión autonómica estará en manos de una empresa privada.

¿Qué le permite eso a la Administración Pública? Saber desde el inicio, desde que saca su pliego, qué parte es el coste real en el que va a incurrir. Desaparecerán los déficits que vienen arrastrando históricamente y toda esta bola que se ha ido generando en las antiguas, ¿Por qué? Pues porque es muy complicado generar en una televisión una cuenta de resultados que dé cero; puedes hacer que gane o que pierda, pero que dé cero, que es lo que necesitas a la hora de gestionar los presupuestos de una Administración Pública es muy complicado.

Hay una partida que siempre la "variabilizas" que es la publicidad, entonces, a la hora de definir un presupuesto público, si el mercado publicitario está en caída, tú has definido un presupuesto de gastos que aunque lo cumplas, que sí que es verdad que está pasando en la Administración Pública, está sujeto a los vaivenes de la publicidad, con lo cual, en cualquier caso, te va a generar un déficit.

¿Hacia dónde van las televisiones autonómicas?

Yo creo que van hacia modelos como el modelo de Murcia, si bien es cierto que costará entrar sobre todo a las más antiguas como Canal Sur, ETB... En todas estas televisiones históricas será más complicado pero al final será un proceso que te irá llevando, porque si es más eficiente y sigues teniendo la misma capacidad de comunicación, dependerá del presupuesto del que lo quieras dotar, pero para la Administración Pública será mejor, con lo cual el camino irá por ahí.

Respecto a otro de los debates que ha habido históricamente sobre si tienen o no que desaparecer las televisiones autonómicas, yo creo que una televisión autonómica bien definida y con unos contenidos claros de servicio público, que de verdad tenga cercanía con el ciudadano y éste se sienta identificado, tiene todo el sentido del mundo, porque al final el consumo de canales lineales está bajando, está penetrando rápido la televisión de pago y esto lleva a un reposicionamiento de todos los contenidos y de cómo consume la gente y lo que va buscando en cada tipo de canal que yo creo que deja un hueco claro para la televisión autonómica del futuro porque es un contenido de actualidad y cercanía que no te va a cubrir ninguna más, ni las generalistas nacionales ni las de pago. De manera que para comunicar lo que pasa en tu Comunidad Autónoma, para tener esa sensación de cercanía y de saber qué está pasando de verdad, que es básicamente en todas las horas de directo que se hacen en la parrilla de Murcia, o tienes una televisión autonómica o tienen muy complicado desde el Gobierno hasta la Administración, las entidades públicas y privadas, comunicar qué pasa en una Comunidad Autónoma.

Ahí hay un hueco y seguirá; hay una realidad: si todos estamos convencidos que lo peor de la crisis ya ha pasado, es verdad que en este tiempo se ha reducido mucho el gasto público, se han reducido las infraestructuras de colegios, hospitales, etc... que ha generado tanto debate, y sin embargo en la parte de las televisiones públicas, sólo se ha cerrado una y por un error en la ejecución del ERE. Además vuelve a abrirse en cuanto ha transcurrido el período de tiempo suficiente para poderlo hacer.

Vuestro grupo sigue muy interesado en las convocatorias de cualquier concurso por parte de alguna Comunidad Autónoma.

Para nosotros el *core* del negocio del grupo y hemos diversificado luego en otras áreas como es en contenidos o como puede ser el área digital, servicios a empresas o internacional, pero el *core* del grupo sigue siendo esto y creemos que hay una oportunidad para que otras Comunidades Autónomas miren a un modelo rentable como el de Murcia, donde hay dos cosas que son objetivables y que no son muy discutibles, que son los datos tanto del coste por punto de *share* como del coste por habitante.

A partir de ahí te puede gustar el modelo, puedes querer volver a otro tipo de modelo dando la Fórmula 1, la *Champions League* o la Liga de Fútbol, con

otro coste. Yo creo que volver a eso no tiene sentido, porque no es esa tele de cercanía y es una oferta de contenidos que ya la tienes en otro lado

¿Tenéis algún contacto con alguna autonómica?

Hay inquietud.

¿Se han puesto en contacto con vosotros?

Sí, preguntan.

El gran problema que tienen las televisiones que ya están instauradas es la infraestructura que tienen y el personal. Si absorbéis una de estas televisiones y entran trescientos o cuatrocientos, tiene que ser muy difícil de digerir.

Esto conlleva una reestructuración clarísima, que la han hecho ya todas las privadas. Se puede ver en la evolución histórica del número de gente que había por ejemplo en Antena3 para dar el servicio de televisión quitando las otras dos partes del grupo y lo que hay ahora, y no hay color. Esto cambió cuando nacieron Cuatro y La Sexta, que nacieron con unos modelos de televisión mucho más livianos, mientras que Antena3 y Telecinco, junto con las Autonómicas que existían entonces estaban muy basadas en un modelo de organización muy parecido al de TVE, eso es lo que conlleva que hubiese una inflación de costes, de gente y de todo tipo de cosas.

¿Podrías compatibilizar la infraestructura en el momento que hubiese otra televisión, o los contratos que tenéis por ejemplo con Murcia os impiden utilizar el equipamiento que tenéis en Murcia para otros proyectos?

Es difícil de compartir, podría haber una edición, temas de grafismo... pero lo que es la infraestructura básica tiene que estar en cada Comunidad.

¿Cómo es la relación con la Autonomía?

Todos estamos aprendiendo de un modelo que no existía y al que hay que darle sentido. Nos hemos dado cuenta de las carencias que tiene y también de las virtudes que tiene, que son bastantes.

Mi declaración de intenciones es: creo que son muy importantes y que debe haber televisiones autonómicas públicas, porque si no las privadas no iban a tener la posibilidad de una rentabilidad y por tanto no iban a prestar el servicio público que necesita la Comunidad. Por lo tanto, soy defensor de que haya televisiones autonómicas públicas.

A partir de ahí ya entramos en la discrepancia de si tienen que tener la dimensión que mantienen las históricas a las que aludías antes como ETB o Canal Sur, o si tienen que ser de nueva hornada, como Aragón o Castilla-La Mancha que también son caras, están cercanas a los 50 millones de euros de pre-

supuesto, o el modelo Murcia, que cuesta a las arcas 8.900.000. Imagínate la proporción; entonces creo que, como todo en la vida, hay puntos intermedios.

Creo que la televisión autonómica pública y el modelo que nosotros estamos llevando adelante que es el de gestión indirecta, tiene mucho futuro porque va a permitir a las Comunidades Autónomas disponer de una televisión autonómica pública que considero necesaria para cubrir todos los acontecimientos de la Comunidad que si no nadie cubriría, y te pongo ejemplos reales: acaba de haber inundaciones en Murcia, ha nevado en Murcia, hay equipos deportivos en Murcia, hay Carnavales como los de Águilas de Interés Turístico Internacional; hay muchas cosas que o se dan en la televisión autonómica o no se podrían ver por televisión y no podrían tener acceso los habitantes de la Región de Murcia a ese tipo de acontecimientos.

Por lo tanto, dando por hecho que es importante, dando por seguro que sólo la televisión autonómica lo puede hacer, vamos al tema presupuestario: creo que una gestión indirecta hace que una empresa sepa utilizar mucho mejor, no carga a la Administración Pública de pasivo laboral principalmente y además hace una optimización sacando mucho más rendimiento que una administración, por lo que soy claramente partidario de una fórmula así.

A partir de ahí creo que es importante en la relación entre ente público y la empresa que haya unos elementos que en este concurso no están bien definidos; en el concurso que se creó en Murcia de forma precipitada, hubo un pliego no muy bien hecho en el que dejaba muchísimas lagunas sin regular.

Nosotros tenemos prórroga hasta el 2020 y se está trabajando ahora en hacer una nueva Ley de RTRM que regule mejor el control principalmente de pluralidad informativa sobre la empresa, que nosotros lo estamos haciendo, porque nos interesa como empresa, porque Secuoya trabaja para todo el mundo, entonces por definición no vamos a ser de un partido ni de otro. ¿Que el partido en el Gobierno tiene más presencia? Claro, porque genera más noticias, obviamente, pero ahora mismo en Murcia los cuatro partidos con representación parlamentaria están permanentemente en la televisión, ellos mismos reconocen que nunca habían tenido tanta presencia en televisión y siempre quieren más, son políticos. Como anécdota, he tenido de un mismo informativo quejas de parte de los cuatro partidos y por lo tanto pienso que lo estamos haciendo bien.

Para ir concluyendo, creo que el modelo es súper válido, creo que lo que hace falta regular mejor es la supervisión del control del servicio público, que es como se denomina, para que haya algún elemento de control, algún comité, algún consejo asesor, y que el ente público tenga clara cuál es su labor, que no es la de dirigir la televisión, porque la empresa se ha presentado a un concurso y ha ganado en base a un pliego y unas condiciones y lo que tiene que hacer es supervisar que lo que ha ganado en ese concurso lo cumpla, no intentar imponerle cosas, porque contra la cuenta de explotación de la empresa no pue-

des ir. Eso es lo que el Director General del ente no entiende. Si quieres que eso sea distinto, regúlalo para el siguiente concurso.

¿Cómo es la relación con ellos? ¿Cuál es la línea entre la empresa y el ente público? ¿Hay línea directa?

Hay una línea directa, sí. En el propio pliego está articulado que la empresa concesionaria, que además es la responsable de la línea editorial, tendrá un jefe de supervisión del control del servicio público, que además acaban de nombrar a esta figura como Director General de Medios de Comunicación.

Nosotros tenemos reuniones permanentes, semanales, con esta persona, que además tiene acceso permanente a la televisión, en la que tiene un despacho aunque no está habitualmente porque tampoco tiene trabajo, pero una vez a la semana nos reunimos con él para informarle de lo que vamos a hacer y cuando él necesita cualquier cosa o quiere recabar información se la facilitamos.

Y ahora se quiere poner a otra persona...

Ahora se está viendo si va a seguir el propio Director General de Medios de Comunicación con esa labor que ya ha hecho estos dos años o si se va a poner a otra persona; yo creo que lo inteligente sería que siguiera el mismo, porque además yo creo que lo ha hecho bien, porque nos ha apretado, es decir, ha exigido que cumpliésemos lo que dijimos que íbamos a cumplir, porque la oferta de Secuoya era muy ambiciosa, y al final cumpliendo con el número de informativos, las horas de producción propia, determinados requisitos como la contratación de un número determinado de personas, la destinación del 25% de la prestación de servicio público a las productoras de la Región, que además llegamos al 36%. Si este tipo de cosas se imponen en el pliego se dinamiza el sector audiovisual de la Región.

Nunca habían trabajado tanto como ahora las productoras de la Región y algunas aun así se quejan porque no da para todos, pero 8.900.000 euros es tan poco que las que están trabajando están muy contentas pero hay alguna que trabaja menos.

¿Tenéis oferta de productoras en Murcia o tenéis que sacar mucho fuera?

No, el 100% en Murcia.

Entonces a raíz de estar vosotros se habrá creado un tejido de productoras que no existía.

Claro, incluso alguna como por ejemplo Televisión Murciana que era una tele local con muy poquitos recursos, ahora como nos hace el *magazine* de tarde en directo todos los días se ha visto incrementada.

Las productoras que nos hacen los diarios han crecido muchísimo. Y hay otras que nos hacen programas de trece tandas y éstas antes no hacían programas en la tele y ahora sí.

Generáis una bolsa de empleo indirecto importante.

Sí, sí, directamente en pliego se exigían setenta y seis contrataciones y tenemos ochenta y siete, y de forma indirecta sobrepasa las ciento cincuenta. O sea, que hay entre doscientas cincuenta y trescientas personas que están trabajando en la televisión autonómica, sobre todo con el dinero que lo hacemos.

Somos ya la número uno de FORTA en eficacia, estamos en torno al 3% de audiencia en sólo año y medio, que es tiempo que llevamos. Estamos muy contentos porque no nos lo esperábamos. Castilla y León con mucho más presupuesto está en el 1%.

Y venís casi de la nada.

Venimos en negativo, porque la gente pensaba que la televisión autonómica había cerrado. Es mejor empezar de nuevo que retomar una televisión vieja.

Teníamos dos meses de transición. Ni siquiera teníamos instalaciones, porque todavía tenían que hacerse las definitivas, por lo que esos dos meses estuvimos provisionalmente en las instalaciones de La Verdad, periódico de Murcia.

¿Eran las instalaciones donde estuvo la primera televisión?

No, eso era GTM. Esta productora también concurre al concurso pero perdió, pero era otro modelo distinto. Esa productora no realizaba una gestión indirecta, ellos tenían una parte externalizada de los programas, y sólo por esa parte cobraban 36 millones al año.

Castilla-La Mancha, pese a ser una televisión de las llamadas nuevas, ha incurrido en los mismos defectos que las antiguas.

Por eso soy defensor de este modelo de gestión indirecta, porque si a los políticos de verdad les preocupa la pluralidad informativa, establezca un consejo que controle la existencia de esa pluralidad y deje que la empresa le haga la televisión.

El modelo que estáis haciendo en Murcia me gusta y así lo voy a plasmar, señalando que es el modelo exportable y que es el futuro de las televisiones públicas. Y además se va a llamar así, "Modelo Secuoya".

Ahora estáis viendo los problemas.

Sí, pero bueno, con Paco Martínez Campos al final ha habido una relación perfecta y con Aguado tenemos más problemas porque yo creo que no entien-

de muy bien el modelo, de hecho él era defensor de volver al modelo público, porque considera que el dinero no es de nadie y debe ser un servicio público. ¿Todo el equipamiento es vuestro? ¿El ente público no tiene nada?

Es todo nuestro porque así está articulado, por eso digo que aún es más miserable la dotación, porque 8.900.000 no es nada; ahora estoy pactando con el Gobierno para que haya un incremento pero ni siquiera para nosotros, para el sector, para pagarle un poquito más a la gente, a las productoras.

Con tres informativos diarios.

No, cuatro, incluidos fines de semana. Además hacemos doscientas retransmisiones anuales, prácticamente una cada dos días. Hacemos deporte, fútbol, carnavales, Semana Santa... hasta catorce procesiones hacemos en directo. Tenemos tres unidades móviles propias, trabajamos sólo en HD, tenemos dos señales de emisión, una en HD Nativo y otra en SD. Luego el nivel de profesionalidad de la gente; hemos conseguido que la gente tome como referencia la Autonómica, cuando han sido las inundaciones los informativos se han ido al veintitantos por ciento en una tele que no existía hace un año.

Si nos diesen un poquito más de presupuesto pondríamos a esta tele al nivel de Castilla-La Mancha en seis meses.

¿Qué audiencia tenéis actualmente?

El 3% viniendo de cero. En año y medio, porque empezamos la programación en septiembre de 2015

¿Y qué personal?

Ochenta y seis personas fijas, que son fundamentalmente de dirección, estructura y todos los informativos y luego está toda la producción externa con productoras a las que también supervisamos.

¿Los informativos son vuestros?

Sí, es nuestro, lo llevamos nosotros. Y el resto son productoras. Y luego tenemos cinco delegaciones: Cartagena, Caravaca, Yecla, Lorca y Mar Menor, que son habitualmente uno o dos periodistas y uno o dos cámaras que permanentemente están mandándonos porque tenemos vías abiertas de directo, tenemos fibra con todas las delegaciones.

¿Qué presupuesto sería el ideal?

Lo ideal sería exactamente el doble, en torno a 20 millones, porque nos permitiría entrar en derechos, por ejemplo cuando hay algún producto en FOR-TA no podemos ir nosotros. Eso habría que regularlo mejor.

ENTREVISTA JOSE MIGUEL CONTRERAS

¿Cuál es tu opinión sobre el momento actual de la televisión en España?

Parece evidente que vivimos un período de encrucijada al coincidir varios fenómenos diferentes que interaccionan unos con los otros. El duopolio controla absolutamente la televisión en abierto, pero carece de perspectiva respecto a la evolución futura del mercado publicitario. La crisis de las televisiones públicas corre el peligro de convertirse ya en crónica. Se carece de un modelo claro y consensuado que permita visualizar una evolución sostenible de cara al futuro. Los grandes operadores de pago parece que empiezan a tomar en serio sus inversiones en el terreno televisivo, pero aún no han conseguido establecer una sólida posición en el mercado. Finalmente, las nuevas fórmulas televisivas distribuidas a través de la OTT se configuran como una evidente amenaza para el sistema convencional que, de momento, las contempla como una amenaza difícilmente medible.

¿Hacia dónde van las televisiones en este momento?

Todo el sector es consciente de que estamos en una etapa de cambio profundo. El mercado televisivo español será muy diferente en los próximos años. Ahora bien, nadie es capaz de establecer la intensidad, ni el tiempo de implantación de esos cambios. Hay una inercia natural al conservadurismo. Se espera a que esos nuevos fenómenos se manifiesten para empezar a actuar en consecuencia. Es evidente de que se trata de un grave error. Esta actitud pasiva implicará el quedar ajeno a esos procesos de cambio. Si se asumieran papeles más activos por parte de los operadores más importantes, las modificaciones sustanciales podrían condicionarse para buscar ser actores principales en ese nuevo mercado que se avecina.

¿Qué diferencias o similitudes hay entre las televisiones españolas y las europeas?

Los problemas principales que se viven en los distintos países de nuestro entorno son similares. La mayor diferencia radica en algunos detalles trascendentes. Por un lado, lo habitual es encontrar operadores de televisión de pago más asentados y con recorridos de mayor experiencia. En el caso de las televisiones de pago, se suele contar con modelos de financiación más sólidos. Las amenazas respecto a la implantación de las nuevas formas de distribución de contenidos son las mismas que en España.

¿Qué papel juegan las televisiones públicas?

La industria audiovisual europea no puede analizarse sin tener en cuenta el papel de las televisiones públicas. Ocupan en todos los mercados una posición preminente. Lo que no se puede poner en duda es que si todo el sector vive un periodo de convulsión y cambio, las televisiones públicas tendrán que reposicionarse. La creciente presencia de grandes operadores globales, como Netflix, HBO o Amazon, obligará a cambios legislativos en la UE y a que los servicios públicos reorienten parte de su modelo de contenidos y reformulen sus métodos de financiación.

¿Qué opinas sobre las televisiones autonómicas españolas?

El modelo es manifiestamente fallido. Desde sus orígenes, se echó en falta un diseño asimilable con el entorno industrial en el que se imbricaba. Los tiempos han corrido en contra del modelo implantado. La crisis económica y el debilitamiento de la inversión pública en el sector han terminado por afectar seriamente a su desarrollo. En su conjunto, las televisiones autonómicas en España carecen de un esquema coherente y sólido. Subsisten diferentes modelos, con distintos objetivos y diferentes configuraciones.

¿Deberían de reinventarse el modelo televisivo autonómico?

Existe una evidente incertidumbre sobre su futuro, no tanto porque peligre su subsistencia como por la necesidad de que se configure una fórmula que garantice su viabilidad económica y su eficacia social. Hace falta, por tanto, una reinención completa del modelo que debe coexistir y competir con nuevos operadores tanto locales, como globales.

¿Consideras que tienen futuro y como sería su futuro?

Su futuro dependerá de su capacidad de readaptación al nuevo ecosistema que se está empezando a dibujar. Resulta indispensable rediseñar una oferta de contenidos que sea coherente con la identidad territorial que da sentido a su existencia. Además tiene que ser compatible con la creciente oferta que el mundo digital está poniendo cada día a disposición de los espectadores. El peligro evidente es que una pérdida continuada de la audiencia acabe por convencer a los políticos de la falta de sentido en invertir importantes cantidades de dinero en un servicio de discutible utilidad social. Al final, este va a ser el punto determinante.

Anexo 5. Leyes de creación y funcionamiento de las televisiones autonómicas estudiadas (CART, CMM, 7 RM)

LEY DE CREACIÓN DE LA CORPORACIÓN ARAGONESA DE RADIO Y TELEVISIÓN

LEY 8/1987, de 15 de abril, de creación, organización y control parlamentario de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

El Presidente de la Diputación General de Aragón, hago saber que las Cortes de Aragón han aprobado y yo, en nombre del Rey y por la autoridad que me confieren la Constitución y el Estatuto de Autonomía, promulgo y ordeno la publicación de la siguiente Ley.

PREAMBULO El Estatuto de Autonomía de Aragón contiene referencias genéricas a la posible existencia de servicios de radio y televisión propios de la Comunidad Autónoma. Esta aspiración estatutaria encuentra un inequívoco amparo legal en la legislación básica del Estado sobre la materia.

Así, el Estatuto de Radiodifusión y Televisión (Ley 4/80, de 10 de enero) afirma en su artículo 2, párrafo segundo, que: "El Gobierno podrá conceder a las Comunidades Autónomas, previa autorización por Ley de las Cortes Generales, la gestión directa de un canal de televisión de titularidad estatal que se cree específicamente para el ámbito territorial de cada Comunidad Autónoma".

Por su parte, la Ley 46/83, de 26 de diciembre, regula posteriormente el procedimiento para esa concesión del tercer canal de televisión. Entre sus disposiciones figura la exigencia de que "con carácter previo a la concesión (...) la Comunidad Autónoma solicitante regulará mediante Ley la organización y el control parlamentario del tercer canal, de acuerdo con las previsiones de la Ley 4/1980".

La presente Ley responde, pues, al propósito de la Comunidad Autónoma de crear el marco jurídico necesario para la puesta en marcha de un servicio autonómico de radio y televisión, desde la consideración, hecha por el propio Estatuto de la Radio y la Televisión, de que se trata de un "servicio público esencial".

Las especiales características geográficas y demográficas del territorio aragonés dan al sistema de comunicaciones una importancia capital para todos los procesos de vertebración y desarrollo político, económico, social y cultural de la Comunidad. Una visión moderna de lo que son las comunicaciones no puede obviar el hecho de que hoy éstas no se reducen a las carreteras y el ferrocarril,

sino que incluyen todos los sistemas de transmisión de información; y entre ellos figuran, quizá siendo de los más importantes, la radio y la televisión.

La Ley de creación del ente público "Corporación Aragonesa de Radio y Televisión" atribuye a ésta la gestión de estos servicios en la Comunidad Autónoma y la observancia de los fines de información veraz, pluralismo político, participación ciudadana, fomento de los valores de la tolerancia y el diálogo, y enriquecimiento cultural propios de todo servicio público, además de los específicos de contribuir a la consolidación del proceso autonómico aragonés.

Se regula también el control parlamentario de su funcionamiento y se articula el siempre necesario contacto con las distintas esferas de la sociedad aragonesa a través del Consejo Asesor; también se faculta a la Diputación General de Aragón para crear las sociedades mercantiles que deban hacerse cargo de la gestión directa de cada una de las modalidades posibles del servicio de radiodifusión y televisión, proveyéndose la suscripción de su capital social a través de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

CAPÍTULO I OBJETO, AMBITO DE APLICACION Y PRINCIPIOS GENERALES

Artículo 1.-Por la presente Ley se crea la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y se regulan los servicios de radiodifusión y televisión de la Comunidad Autónoma de Aragón. El ámbito geográfico de estos servicios abarca la totalidad del territorio de Aragón.

Artículo 2.-La actividad de los servicios de radiodifusión y televisión cuya titularidad corresponda a la Comunidad Autónoma de Aragón se inspirara en los siguientes principios:

- a) La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.
- b) El respeto a la libertad de expresión.
- c) La separación entre informaciones y opiniones, y la identificación de quienes sustentan estas últimas. Igual tratamiento diferenciador requerirá la publicidad.
- d) El respeto al pluralismo político, cultural, lingüístico, religioso y social.
- e) La promoción de la cultura aragonesa, así como de las diversas modalidades lingüísticas.
- f) El respeto y la especial atención a la juventud y a la infancia.
- g) El fomento de la mutua solidaridad y la corrección de los desequilibrios económicos, sociales y culturales entre los diferentes territorios de Aragón. A este fin se procurará un equilibrio de infraestructura y de medios materiales y personales entre las diversas provincias y comarcas de Aragón.

h) El respeto a cuantos derechos reconoce la Constitución y el Estatuto de Autonomía.

CAPITULO II ORGANIZACION Sección I LA CORPORACION ARAGONESA DE RADIO Y TELEVISION

Artículo 3.-1. La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión es una Entidad de Derecho Público, con la naturaleza prevista en el artículo 7.1.b) de la Ley 4/1986, de 4 de junio, de la Hacienda de la Comunidad Autónoma de Aragón. Tiene personalidad jurídica propia y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines. La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión quedará adscrita administrativamente al Departamento de Presidencia de la Diputación General de Aragón.

2. Las funciones atribuidas a la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión se entienden sin perjuicio de las competencias que corresponden a las Cortes de Aragón y a la Diputación General, y de las que en periodo electoral tienen atribuidas las Juntas Electorales.

Artículo 4.-La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión se estructura, en cuanto a su funcionamiento, administración y dirección, en los siguientes órganos:

- a) El Consejo de Administración.
- b) El Consejo Asesor.
- c) El Director General.

Sección II EL CONSEJO DE ADMINISTRACION

Artículo 5.-1. El Consejo de Administración estará compuesto por doce miembros elegidos para cada Legislatura por el Pleno de las Cortes de Aragón, por mayoría de dos tercios, entre personas de relevantes méritos profesionales. Dicha elección se efectuará dentro de los seis primeros meses de la legislatura correspondiente.

2. El Presidente de la Diputación General de Aragón nombrará a los Consejeros electos, disponiendo la publicación de dichos nombramientos en el "Boletín Oficial de Aragón".

3. La condición de miembro del Consejo de Administración es incompatible con cualquier vinculación con empresas publicitarias, de producción de programas filmados, grabados en magnetoscopio o radiofónicos, casas discográficas o cualquier tipo de entidades relacionadas con el suministro o dotación de material o programas a la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y sus sociedades o cualquier otra entidad pública o privada de medios de comunicación, así como con todo tipo de prestación de servicios o de relación laboral en acti-

vo con la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, con Radiotelevisión Española o con sus respectivas sociedades.

4. Los miembros del Consejo de Administración cesarán en sus cargos por las siguientes causas:

a) Por la conclusión de la correspondiente Legislatura, si bien seguirán ejerciendo sus funciones hasta la toma de posesión de los nuevos Consejeros.

b) Por dimisión o renuncia.

c) Por incompatibilidad declarada por las Cortes de Aragón por mayoría de dos tercios.

d) Por fallecimiento o incapacidad permanente.

e) Por cualquier otra causa que impida legalmente el desempeño del cargo.

Las vacantes que se produzcan serán cubiertas por las Cortes según el procedimiento establecido en el apartado 1. del presente artículo.

Artículo 6.-1. La Presidencia del Consejo de Administración, que tendrá carácter meramente funcional, será rotativa entre los miembros que la integren. Tendrá una duración de tres meses y se iniciará por el Consejero de más edad, siendo el orden cronológico, de mayor a menor, el que se aplicará para la rotación.

Si en el transcurso de la legislatura se tuviere que proceder a la sustitución de algún vocal, el sustituto, a efectos de la Presidencia rotativa, se colocará en el lugar que correspondiere al sustituido.

2. El Director General asistirá con voz y voto a las reuniones del Consejo de Administración, excepto cuando se traten cuestiones que le afecten personalmente.

Artículo 7.-Corresponden al Consejo de Administración las siguientes atribuciones:

a) Velar por el cumplimiento en la programación de lo dispuesto en la presente Ley.

b) Emitir su parecer sobre el nombramiento del Director General.

c) Recibir notificación previa del nombramiento y cese del Director General y de los Directores o Administradores de sus sociedades.

d) Proponer a la Diputación General por mayoría de dos tercios el cese del Director General.

e) Aprobar, a propuesta del Director General, el plan de actividades de la Corporación, que fijará los principios básicos y las líneas generales de la programación, así como los correspondientes planes de actuación de sus sociedades.

- f) Aprobar la Memoria anual relativa al desarrollo de las actividades de la Corporación y de sus sociedades.
- g) Aprobar las plantillas de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y sus modificaciones, así como las de sus sociedades.
- h) Aprobar el régimen de retribuciones del personal y emitir su parecer.
- i) Conocer periódicamente la gestión presupuestaria y emitir su parecer.
- j) Aprobar a propuesta del Director General, los anteproyectos de presupuestos de la Corporación y de sus sociedades.
- k) Constituir la Junta General de las sociedades.
- l) Dictar normas reguladoras sobre la emisión de publicidad por los distintos servicios de la Corporación, atendiendo al control de calidad de la misma, al contenido de los mensajes publicitarios y a la adecuación del tiempo de publicidad a la programación y a las necesidades de estos medios.
- m) Determinar semestralmente el porcentaje de horas de programación destinadas a los grupos políticos y sociales significativos, fijando los criterios de distribución entre ellos.
- n) Conocer y resolver los conflictos que puedan plantearse en relación con el derecho de rectificación.
- o) Determinar anualmente el porcentaje de producción propia que debe incluirse en la programación de cada medio.
- p) Conocer de aquellas cuestiones que, aun no siendo de su competencia, el Director General someta a su consideración.
- q) Establecer su régimen de funcionamiento interno.
- r) Todas las demás previstas en la legislación vigente.

Artículo 8.-Los acuerdos del Consejo de Administración se adoptarán por mayoría de los miembros presentes, salvo en los supuestos comprendidos en los apartados b), e), g), h), j) y m) del artículo anterior, que requerirán mayoría absoluta. En todo caso, respecto al apartado j), los anteproyectos de presupuestos se remitirán a la Diputación General en los plazos legales, haciendo constar, en el supuesto de que no se alcance la mayoría absoluta, el sentido del voto de cada uno de los miembros del Consejo de Administración.

Sección III EL DIRECTOR GENERAL

Artículo 9.-1. El Director General de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión será nombrado por la Diputación General, previa consulta al Consejo de Administración.

2. La duración de su mandato coincidirá con la de la legislatura en que hubiese sido elegido, si bien continuará ejerciendo en funciones hasta la toma de posesión del nuevo Director General.

3. El cargo de Director General es incompatible con el desempeño de cualquier otro cargo público, estando sujeto, asimismo, al régimen de incompatibilidades fijado para los miembros del Consejo de Administración.

Artículo 10.-Corresponden al Director General, como órgano ejecutivo de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, las siguientes atribuciones:

a) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones reguladoras de la Corporación y los acuerdos adoptados por el Consejo de Administración en las materias de su competencia.

b) Someter a la aprobación del Consejo de Administración, con antelación suficiente y en el plazo que reglamentariamente se determine, el plan anual de actividades, la memoria y los anteproyectos de presupuestos, tanto de la Corporación como de sus sociedades filiales.

e) Impulsar, orientar, coordinar e inspeccionar los servicios de la Corporación y de sus sociedades filiales, adoptando las disposiciones y medidas internas de funcionamiento y organización, sin perjuicio de las competencias atribuidas a otros órganos.

d) Actuar como órgano de contratación de la Corporación y de sus sociedades, sin perjuicio de la facultad de delegación.

e) Autorizar los pagos y gastos de la Corporación y de sus sociedades, sin perjuicio de la facultad de delegación.

f) Organizar la dirección y nombrar con criterios de profesionalidad al personal directivo de la Corporación y de sus sociedades, previa notificación al Consejo de Administración.

g) Ordenar la programación de acuerdo con los principios básicos aprobados por el Consejo de Administración.

h) Representar a la Corporación, sin perjuicio de que la comparecencia en juicio y su defensa podrá ejercerse por el órgano que la tenga atribuida en la Diputación General.

i) La competencia sobre aquellas materias no atribuidas expresamente a otros órganos.

Artículo 11.-1. La Diputación General podrá cesar al Director General, oído o a propuesta del Consejo de Administración, mediante resolución motivada, por alguna de las siguientes causas:

- a) Imposibilidad física o enfermedad de duración superior a tres meses continuos.
- b) Incompetencia manifiesta o actuación contraria a los criterios, principios u objetivos a que se refiere el artículo 2 de esta Ley.
- c) Condena en sentencia firme por delito doloso.
- d) Por incurrir en alguna de las causas de incompatibilidad.

2. Asimismo, y a propuesta motivada del Consejo de Administración, adoptada por mayoría de dos tercios del número de sus miembros, la Diputación General cesará al Director General.

Artículo 12.-En los casos de cese o renuncia se procederá inmediatamente a la designación del nuevo Director General siguiendo el procedimiento establecido en la presente Ley.

Sección IV EL CONSEJO ASESOR

Artículo 13.-El Consejo Asesor de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión estará compuesto por los siguientes miembros:

- a) Tres vocales representantes de los trabajadores de la Corporación y de sus sociedades, elegidos con criterios de representación y proporcionalidad referidos a la implantación de las organizaciones sindicales.
- b) Tres vocales designados por las diputaciones provinciales, a razón de uno por cada una de las mismas.
- c) Tres vocales designados por la Diputación General, a propuesta de las asociaciones, instituciones y entidades docentes, culturales y profesionales, entre personas de méritos relevantes.
- d) Tres vocales representantes de los usuarios de los servicios públicos elegidos por las asociaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas.
- e) Tres vocales libremente designados por la Diputación General.

Artículo 14.-1. El Consejo Asesor será convocado al menos trimestralmente por el Consejo de Administración y emitirá opinión o dictamen cuando sea requerido expresamente por aquél y, en todo caso, con respecto a las competencias que sobre programación tiene atribuidas el Consejo de Administración.

2. El Consejo Asesor aprobará sus propias normas de funcionamiento.

CAPITULO III REGIMEN JURIDICO Y MODOS DE GESTION Sección I GESTION PÚBLICA

Artículo 15.-1. La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión se regirá por lo previsto en la presente Ley y en las disposiciones reglamentarias que la desarrollen, sin perjuicio de la aplicación, en su caso, de las disposiciones conteni-

das en las leyes reguladoras del Tercer Canal y del Estatuto de Radiotelevisión Española.

2. Sus relaciones jurídicas externas, adquisiciones patrimoniales y régimen de contratación estarán sujetos al Derecho privado, sin otras excepciones que las previstas en la legislación vigente.

3. De los acuerdos que dicten los órganos de gobierno de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y de las pretensiones que en relación con ellos se deduzcan conocerá la jurisdicción que en cada caso corresponda, sin necesidad de formular reclamación previa en vía administrativa.

Sección II GESTION MERCANTIL

Artículo 16.-1. La gestión de los servicios públicos de Radiodifusión y Televisión será realizada por sendas empresas públicas que revestirán la forma de sociedades, regidas por el Derecho privado, sin más excepciones que las previstas en la presente Ley.

2. Por la presente Ley se autoriza a la Diputación General para la creación de las citadas empresas públicas en forma de sociedades anónimas, previo informe del Consejo de Administración de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

Asimismo, se autoriza a la Diputación General para crear otras empresas, bajo la forma de sociedad anónima, en las áreas de comercialización, producción, comunicación, o en otras análogas con el fin de conseguir una gestión eficaz.

3. El capital de las citadas sociedades será íntegramente suscrito y desembolsado por la Diputación General de Aragón, a través de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, que detendrá su titularidad y no podrá enajenarse, hipotecarse, gravarse, pignorarse, embargarse o cederse en cualquier forma onerosa o gratuita.

Artículo 17.-1. Los Estatutos de las sociedades mencionadas en el artículo anterior establecerán el cargo de Administrador único, nombrado y separado por el Director General de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, previa notificación al Consejo de Administración.

2. El Director del medio correspondiente tendrá la calidad de Administrador único y bajo la supervisión del Director General, será el responsable de su programación.

3. El Administrador ostentará las facultades que los Estatutos establezcan en materia de autorización de gastos, de ordenación de pagos y de contratación. Asimismo determinarán las facultades reservadas al Director General de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, que será considerado órgano de esas sociedades, especialmente en materia de contratación, autorización de pagos y gastos y nombramiento del personal directivo.

4. El cargo de Administrador estará sujeto al mismo régimen de incompatibilidades que el de los miembros del Consejo de Administración y el Director General de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

CAPITULO IV PROGRAMACION Y CONTROL

Sección I DIRECTRICES DE PROGRAMACION

Artículo 18.-El Gobierno de la Nación y la Diputación General podrán disponer la difusión de todas las declaraciones o comunicaciones oficiales de interés público que crean necesarias, con indicación de su origen. Por razones de urgencia, apreciadas por el órgano de procedencia, estos comunicados y declaraciones tendrán efecto inmediato.

Artículo 19.-La Diputación General podrá establecer, por razones de interés general, las obligaciones que se deriven de la naturaleza del servicio público de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y, oído el Consejo de Administración, hacerlas cumplir.

Sección II PERIODO Y CAMPAÑAS ELECTORALES

Artículo 20.-Durante las campañas electorales se aplicará el régimen especial que establezcan las normas electorales. Su aplicación y control corresponderá a la Junta Electoral competente, que cumplirá su cometido a través del Consejo de Administración y, en caso de urgencia, del Director General.

Sección III PLURALISMO DEMOCRATICO Y ACCESO A LOS SERVICIOS DE RADIODIFUSION Y TELEVISION

Artículo 21.-La ordenación de los espacios de radio y televisión facilitará el acceso a los mismos de los grupos sociales y políticos más significativos, teniendo en cuenta criterios objetivos, como la representación parlamentaria, implantación política, sindical, social y cultural, ámbito territorial de actuación y otros de análogo carácter.

Asimismo se posibilitará el acceso a los grupos políticos, sociales y culturales de menor significación.

Sección IV DERECHO DE RECTIFICACION

Artículo 22.-El derecho de rectificación relativo a las informaciones radiodifundidas o televisadas se ejercerá en los términos establecidos por la normativa vigente sobre dicha materia, y más concretamente por el artículo 25 de la Ley 4/80, de 10 de enero, del Estatuto de Radio y Televisión.

Artículo 23.-La protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar, y a la propia imagen se regirá por lo dispuesto en la legislación vigente.

Sección V CONTROL PARLAMENTARIO

Artículo 24.-1. Las Cortes de Aragón ejercerán el control parlamentario de la actuación de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y de sus sociedades a través de la Comisión que designen y de conformidad con lo que disponga el Reglamento de la Cámara.

2. El Director General comparecerá ante dicha Comisión parlamentaria cuando ésta lo convoque, a fin de dar cuenta de la información que le sea requerida.

CAPITULO V PRESUPUESTOS Y FINANCIACION

Artículo 25.-El presupuesto de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión se ajustará a lo establecido por la Ley de Hacienda de la Comunidad Autónoma de Aragón, a las previsiones de las leyes de Presupuestos de la Comunidad Autónoma y a las singularidades establecidas en la presente Ley.

Artículo 26.-1. Los anteproyectos de presupuestos de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y de sus sociedades, elaborados bajo el principio de equilibrio presupuestario, se remitirán al Consejero de Economía y Hacienda, con antelación suficiente a efectos de su integración en el Proyecto de Ley de Presupuestos de la Comunidad Autónoma.

2. La contabilidad se ajustará a las normas aplicables a las empresas públicas de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Artículo 27.-1. El control financiero de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y de sus sociedades se efectuará de acuerdo con lo establecido por la Ley de la Hacienda de la Comunidad Autónoma.

2. El Director General rendirá cuentas periódicamente de la gestión presupuestaria ante la Comisión parlamentaria a que se refiere el artículo 26 de la presente Ley.

Artículo 28.-1. Sin perjuicio del presupuesto de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y del presupuesto separado de cada una de sus sociedades, se establecerá un presupuesto consolidado con la finalidad de evitar déficit de caja, eventual o definitivo, y de permitir su cobertura mediante el superávit de las entidades y las sociedades integradas en el presupuesto consolidado.

2. Se autoriza, en virtud de la presente Ley, el régimen de minoración de ingresos respecto del presupuesto de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

Artículo 29.-1. La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión se financiará con cargo a los ingresos y rendimientos de las actividades que realice y, en su defecto, a los presupuestos de la Comunidad Autónoma.

2. La financiación de sus sociedades se hará mediante la comercialización y venta de sus productos, participación en el mercado publicitario y los fondos consignados en los presupuestos de la Comunidad Autónoma.

3. La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y sus sociedades se financiarán también con subvenciones o créditos acordados por el Estado, especialmente por la subvención prevista en la Disposición Transitoria decimocuarta del Estatuto de Autonomía de Aragón.

4. Con carácter extraordinario y previo acuerdo del Consejo de Administración, la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión podrá recurrir a operaciones de tesorería por cantidades anuales inferiores al diez por ciento de su presupuesto y por un plazo no superior a seis meses.

Artículo 30.-La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y sus sociedades gozarán del mismo trato arancelario y fiscal que la legislación vigente otorgue al Ente Público Radiotelevisión Española.

CAPITULO VI PATRIMONIO

Artículo 31.-El patrimonio de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, así como el de sus sociedades, quedará integrado en el Patrimonio de la Comunidad Autónoma de Aragón y tendrá la consideración de dominio público, como patrimonio afecto al servicio público correspondiente, estando exento de toda clase de tributos o gravámenes.

CAPITULO VII PERSONAL

Artículo 32.-1. Las relaciones de trabajo en el seno de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y de sus sociedades se regirán por lo dispuesto en la legislación laboral.

2. La pertenencia al Consejo de Administración o al Consejo Asesor no generará en ningún caso derechos laborales respecto a la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión y sus sociedades.

Idéntico criterio se aplicará al Director General y a los administradores de las sociedades.

3. La situación de los funcionarios de la Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón que se incorporen a la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión o a sus sociedades será la establecida en la legislación de la Función Pública.

4. La contratación del personal con carácter fijo sólo se podrá realizar mediante las correspondientes pruebas de admisión establecidas y convocadas por el Director General de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, de acuerdo con el Consejo de Administración, con respeto de los principios de publicidad, igualdad, mérito y capacidad.

DISPOSICION ADICIONAL

La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión podrá federarse con otras entidades de radio y televisión mediante convenios de colaboración en orden a la

coordinación, cooperación y ayuda en el cumplimiento y desarrollo de sus atribuciones.

DISPOSICION TRANSITORIA 1.

Se dota a la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión con un fondo de ochenta millones de pesetas para atender a sus gastos de instalación, funcionamiento y cumplimiento de objetivos durante el presente ejercicio de 1987.

Para la provisión de dicho fondo se concede un crédito extraordinario a los Presupuestos de la Comunidad Autónoma por el mencionado importe.

2. Por la Diputación General se dictarán, una vez aprobados los presupuestos de explotación y de capital de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión para 1987, las normas necesarias para la adecuación de los Presupuestos de la Comunidad Autónoma, en función de lo dispuesto en la presente Ley.

DISPOSICION FINAL

Se faculta a la Diputación General para dictar las disposiciones reglamentarias necesarias para el desarrollo y ejecución de lo dispuesto por la presente Ley, sin perjuicio de las instrucciones que la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión pueda dictar para conseguir la coordinación y el buen funcionamiento de sus servicios.

Por tanto, ordeno que todos los ciudadanos, Tribunales, autoridades y poderes públicos a los que corresponda, observen y hagan cumplir esta Ley.

Zaragoza, a quince de abril de mil novecientos ochenta y siete.

El Presidente de la Diputación General de Aragón, SANTIAGO MARRACO SOLANA

LEY DE CREACIÓN DE RADIO TELEVISIÓN CASTILLA-LA MANCHA (RTVCM)

La Televisión y la Radio de Castilla-La Mancha son dos sociedades anónimas de titularidad pública que pertenecen al Ente Público de Radiotelevisión de Castilla-La Mancha.

El Ente Público de Radiotelevisión de Castilla-La Mancha se estructura en tres órganos:

a) Consejo de Administración

b) Director General

c) Consejo Asesor

El Consejo de Administración está integrado por trece miembros elegidos para cada legislatura por Las Cortes de Castilla-La Mancha. Tiene, entre otras funciones, la de velar por el cumplimiento de lo establecido en la ley en materia de programación, aprobar los anteproyectos de presupuestos del Ente Público y de sus sociedades, dictar las normas de carácter interno reguladoras de la emisión de publicidad o determinar anualmente el porcentaje de producción propia incluido en cada medio.

El Director General es el órgano ejecutivo del Ente Público RTVCM. Lo nombra el Gobierno de Castilla-La Mancha, oído el Consejo de Administración, y la duración de su mandato coincide con la de la legislatura de Las Cortes. Sus funciones son las de gestionar el Ente Público y sus sociedades. Organiza su dirección y nombra el personal directivo.

El Consejo Asesor estará compuesto por tres vocales designados por las Cortes de Castilla-La Mancha entre personas de reconocido prestigio cultural, tres vocales representantes de la Junta de Comunidades designados por el Consejo de Gobierno, tres vocales representantes de los Ayuntamientos de la Región designados por la Federación de Municipios y Provincias de Castilla-La Mancha, tres vocales designados por la Universidad de Castilla-La Mancha entre personas de relevantes méritos culturales y tres vocales representantes de los trabajadores del Ente Público y de sus sociedades designados por las Centrales Sindicales.

Según establece la Ley de Creación del Ente Público de Radiotelevisión de Castilla-La Mancha, "Mientras que no tenga lugar la constitución del Consejo Asesor (...) sus funciones las ejercerá el Consejo Asesor de Radio y Televisión Española en Castilla-La Mancha".

Las Cortes de Castilla-La Mancha ejercen el control de la actuación del Ente Público y de sus sociedades a través de la Comisión de Control del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha.

La fiscalización de la actividad económica y financiera del Ente Público y de sus empresas públicas y filiales se lleva a cabo a través de la Intervención General. También está sometida al control de la Sindicatura de Cuentas de Castilla-La Mancha sin perjuicio de las competencias que pudieran corresponder al Tribunal de Cuentas.

El 26 de mayo de 2000, Las Cortes regionales aprobaron la Ley de Creación del Ente Público de Radiotelevisión de Castilla-La Mancha que fue publicada en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha el 1 de junio siguiente. Un año después, el 30 de mayo de 2001, comenzaba sus emisiones la Radio de Castilla-La Man-

cha. El 13 de diciembre de 2001 salía al aire el primer programa de la Televisión de Castilla-La Mancha.

Principios básicos y líneas generales de programación

Aprobados por el Consejo de Administración del Ente Público Radiotelevisión de Castilla-La Mancha.

Preámbulo

La Constitución Española de 1978 establece en su artículo 20.3:

“La Ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España”.

La Ley 4/1980, de 10 de enero, desarrolla este mandato en el Estatuto de la Radio y de la Televisión que, en su preámbulo, las configura como “servicio público esencial, cuya titularidad corresponde al Estado” y concibe como

Vehículo esencial de información y de participación política de los ciudadanos, de formación de la opinión pública

Cooperación con el sistema educativo

Difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones

Medio capital para contribuir a que la libertad y la igualdad sean reales y efectivas

Especial atención a la protección de los marginados y a la no discriminación de la mujer

El Estatuto de la Radio y de la Televisión también señala en su artículo 4º los principios que deben guiar la actividad de los medios de comunicación social del Estado:

- a. La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones
- b. La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas y su libre expresión, con los límites del apartado cuarto del artículo veinte de la Constitución
- c. El respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico
- d. El respeto al honor, la fama, la vida privada de las personas y cuantos derechos y libertades reconoce la Constitución
- e. La protección de la juventud y de la infancia

f. El respeto de los valores de igualdad recogidos en el artículo catorce de la Constitución

El Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha ,en el artículo 32.9, atribuye a la Junta de Comunidades competencias de desarrollo legislativo y ejecución en materia de radio y televisión, en el marco de las normas básicas del Estado; y la Ley 3/2000, de 26 de mayo, crea el Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha y determina entre las atribuciones de su Consejo de Administración "velar por el cumplimiento en materia de programación" de los principios que están recogidos en el Capítulo IV:

- i. El respeto a los principios que informan la Constitución Española y el Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha y a los derechos y libertades que en ellos se reconocen y garantizan.
- ii. La objetividad, la veracidad e imparcialidad de las informaciones.
- iii. El respeto a la libertad de expresión.
- iv. El respeto al pluralismo político, cultural y social.
- v. El respeto y especial atención a la infancia y a la juventud.
- vi. El respeto a los principios de igualdad y de no discriminación.
- vii. La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas, y su libre expresión con los límites del apartado 4 del artículo 20 de la Constitución.
- viii. El fomento y la promoción de la cultura e identidad de Castilla-La Mancha.

La Ley de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha , en su artículo 6º, también atribuye al Consejo de Administración la aprobación de los principios básicos y las líneas generales de la programación.

En cumplimiento de los preceptos citados y teniendo como referencia los principios y valores establecidos en la normativa de superior rango anteriormente referidos, el Consejo de Administración del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha aprueba los siguientes

PRINCIPIOS BÁSICOS Y LINEAS GENERALES DE PROGRAMACIÓN DE RTVCM

Más que nunca, hoy se reconoce universalmente la importancia del acceso a la información y cómo el futuro bienestar de una comunidad va a estar directamente relacionado con las posibilidades de su uso y disfrute. Las modernas tecnologías han evidenciado una nueva forma de entender la necesidad de información, que ya no se interpreta únicamente como un derecho de la colectividad; ha pasado a ser un bien que los ciudadanos reclaman cuantitativa y cualitativamente. Por eso, este proyecto debe apostar por el uso y fomento de

las nuevas tecnologías que la sociedad de la información y el conocimiento exigen.

Por su naturaleza, la radio y la televisión, en cualquiera de sus modalidades de expresión, son fuentes que constantemente generan contenidos informativos: a través de los espacios de noticias o mediante los programas de entretenimiento; incluso con la publicidad. Formar, informar y entretener han sido siempre las premisas que han dado sentido a la relación emisor-receptor; la base de su entendimiento. En el tratamiento que se dé a esos mensajes y en el equilibrio entre sus contenidos –la proporción que exista entre formación y diversión– está la raíz que diferencia a un medio público de un negocio de comunicación.

Han quedado enunciados ya los principios y valores universales recogidos en la Constitución Española, el Estatuto de la Radio y la Televisión y el Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha. Como consecuencia de ellos, los programas de la Radio y la Televisión de Castilla-La Mancha tendrán como objetivo superior la defensa y difusión de esos mismos valores, de forma que la audiencia se identifique plenamente con las normas de convivencia usuales en las sociedades democráticas: la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político; y este cometido ha de tener una especial trascendencia en los espacios dirigidos a la juventud y a la infancia.

La Radio y la Televisión públicas de Castilla-La Mancha además de atender como corresponde las demandas de una sociedad libre, madura y responsable, han de ser fiel reflejo de la realidad plural de la comunidad a la que se dirigen y mantener permanentemente el respeto a la libertad, la defensa de la igualdad y, con ellas, la búsqueda de la justicia que toda organización democrática persigue.

Todo esto ha de suponer un compromiso añadido para unos medios de comunicación que, por su condición de públicos, deben situarse un paso más adelante en su relación con la sociedad a la que se dirigen. Una comunidad, además, que no debe ser interpretada como un mercado al que se concurre en busca de beneficios —legítimos por otro lado– sino para cumplir con el servicio público esencial que la ley les encomienda.

En base a estos postulados, distinguimos tres grandes bloques a la hora de exponer los principios y objetivos de la programación:

- El fondo y la forma de los contenidos informativos, bien sean emitidos en los espacios de noticias o en el resto de la programación.
- El espíritu y la intención de los programas y
- Las características especiales de la audiencia

EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACION EN RTVCM

La línea editorial y la presentación de las noticias son la parte más sensible de los medios de comunicación. Habitualmente, constituyen la seña de identidad de una empresa informativa y el valor añadido que un usuario busca y elige para informarse.

No puede ser así en el caso de la Radio y la Televisión de Castilla-La Mancha. La identificación entre el medio y su audiencia debe superar las concepciones particulares para situarse en el ámbito de la sociedad entera, que sólo será posible con voluntad de objetividad, imparcialidad y respeto a la verdad.

Es tarea de los medios de comunicación contribuir a la formación de la opinión pública y para ello facilitar el conocimiento de la realidad y de sus diferentes enfoques; consecuencia natural de la condición humana. Para que esa labor sea efectiva, es necesario facilitar sin modificaciones los datos precisos para que cada receptor obtenga sus propias conclusiones. De ahí la importancia de no mezclar ni confundir las informaciones y las opiniones.

A la hora de informar, lo esencial será poner en conocimiento de la audiencia todos los aspectos relevantes de un hecho, sin ocultaciones, evitando la tentación de subrayados, concatenaciones u otras manipulaciones que invadan el terreno de la información con valoraciones subjetivas que puedan llevar confusión a la audiencia.

En cuanto a las opiniones, también necesarias para la formación de la opinión pública, deben facilitarse cuantas sean útiles para la comprensión del objeto de la información y siempre presentadas de forma que el receptor pueda identificar su procedencia.

Hay una tarea más que los servicios informativos y los programas deben realizar para ejercer adecuadamente su labor mediadora entre la noticia y la sociedad a la que se dirigen. Las intenciones de las fuentes de las que procede la información no siempre obedecen a razones de interés general. En su labor, los periodistas deberán salvaguardar la confianza de la audiencia –de la que son representantes– y contrastar la veracidad de las noticias. De igual manera, no se deben presentar como noticias ante la opinión pública lo que sólo son rumores. La verificación ha de ser tenida en cuenta especialmente en aquellos casos en que pudieran verse afectados el honor, la fama y la intimidad de las personas.

La información y la publicidad ocupan terrenos colindantes que en ocasiones resultan difíciles de separar. Informar obliga en muchos casos a divulgar aspectos que pudieran ser interpretados como una invitación al consumo. Es necesario poner toda la atención para no resultar manipulados por intereses comerciales ajenos al hecho informativo en sí. La divulgación de los detalles que pudieran resultar publicitarios sólo estará justificada si aporta elementos esenciales necesarios para la mejor comprensión del hecho que se comunica.

Finalmente, la libertad de expresión –que ampara el derecho a la discrepancia y la crítica–, no debe tener más límites que los impuestos por la ley para salvaguardar el respeto al honor, la fama o la vida privada de las personas –como recoge el Estatuto de la Radio y la Televisión en su artículo 4º–, las derivadas del derecho a la propia imagen (artículo 20 de la Constitución) y cuantas están señaladas en el Título I de la Carta Magna.

OTROS CONTENIDOS DE PROGRAMACION EN RTVCM

El Estatuto de la Radio y la Televisión concibe a ambos medios como “vehículo esencial” para la “difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones”. Más allá de este mandato, la Radio y Televisión de Castilla-La Mancha han de ser singularmente castellano-manchegas; o no serán.

En consecuencia con los medios técnicos y humanos existentes, los contenidos de la programación deberán tener una referencia local y regional que, sin ignorar la realidad del mundo que nos rodea, cada día más interdependiente, satisfagan la curiosidad por lo cercano –natural en cualquier audiencia– a la vez que sirven de elemento integrador dentro de la Comunidad.

Los programas de producción propia deben incidir en las circunstancias más próximas a la sociedad a la que se dirigen mediante la difusión y defensa de las particularidades, la cultura y los hechos diferenciales inherentes a Castilla-La Mancha. Poner el objetivo en lo propio será, además, la alternativa que nos diferencie a la vez que nos justifica: nuestra razón de ser.

Para conseguir la utilidad de esta programación se hace necesaria una implicación activa que vaya más allá de la simple enunciación de contenidos y suponga un esfuerzo pedagógico.

Estará entre sus tareas el fomento de la participación política y del debate para la resolución de los conflictos, el respeto y defensa de la pluralidad, la libertad y la igualdad y el refuerzo de los sentimientos de legitimidad de las Instituciones que son cauce y garantía de la convivencia democrática.

La concienciación de la ciudadanía debe extenderse también a otros aspectos como la protección del medio ambiente inculcando el respeto por la naturaleza y la defensa del entorno como un patrimonio que no se agota en el paisaje y abarca, junto a lo natural, cuantos testimonios históricos conforman el acervo de una comunidad.

Asimismo, se ha de promover el aprecio por la vida sana, la salud y la práctica del deporte; que no debe ser tratado únicamente como espectáculo.

En lo tocante a la cultura, no se trata sólo de acercar y exponer; se necesita provocar en la audiencia una respuesta: estimularla para que la perciba como una propiedad común, incluso como una forma de memoria y vivir que merece ser conocida, preservada y disfrutada como una vivencia enriquecedora.

Los programas de distracción son un vehículo adecuado para obtener esa predisposición en la audiencia. El entretenimiento no tiene por qué estar reñido con la divulgación; en un concurso pueden figurar contenidos científicos y detalles históricos; en un magacín, se pueden difundir asuntos culturales o explicar aspectos económicos, y, en suma, cualquier programa puede aspirar a cumplir el doble objetivo de formar y entretener. Lo mismo cabe decir para el aprecio por la naturaleza, la vida sana y el deporte.

Sin abandonar los aspectos pedagógicos, y habida cuenta de la influencia que los medios de comunicación tienen en los comportamientos, será preciso mantener en la programación una actitud de respeto por el idioma que no induzca a su mal uso. En este mismo sentido, se evitarán las expresiones y calificativos, cualquiera que sea su procedencia, que puedan resultar insultantes para las personas.

Las producciones ajenas que hayan de ser emitidas para completar la programación deberán tener en cuenta estas mismas directrices.

LAS AUDIENCIAS EN RTVCM

Anteriormente se ha citado a la juventud y a la infancia como una audiencia ante la que hay que estar extremadamente alerta. Los medios de comunicación ejercen sobre ellos una influencia al menos tan decisiva como la que les pueda proporcionar la escuela. La televisión sobre todo puede generar modelos de conducta fácilmente asumibles por los más jóvenes, que tienden a imitar comportamientos. De ahí que la primera consideración haya sido antes la de insistir en dirigirse a estas audiencias con mensajes basados en los principios y valores característicos de las sociedades libres: la educación para la democracia. Son también aplicables los criterios pedagógicos que se acaban de citar en los contenidos de los programas.

Los niños y los jóvenes resultan más vulnerables ante ciertos mensajes; como puedan ser los publicitarios o los violentos. Por eso, la siguiente consideración será la de tener muy en cuenta los contenidos que se programen antes de decidir su horario de emisión. Además, será preciso disponer de unos códigos de clasificación de forma que los padres puedan decidir y seleccionar los programas que ven sus hijos.

Otro sector de audiencia que reclama atención es el de la mujer. Las actitudes machistas o discriminatorias están hoy en retroceso, pero no han desaparecido por completo. El hábito permanece, consciente o inconscientemente, por eso habrá que ser extremadamente escrupulosos en el tratamiento de los asuntos relacionados con la mujer: las situaciones de desigualdad, la violencia y los malos tratos o la mera presentación de la mujer como un objeto. Los valores de igualdad y respeto deben de ser aplicados con extremado rigor en estos casos.

No deben quedar al margen, en este apartado, los colectivos más desfavorecidos o habitualmente marginados que pueden necesitar igualmente una actitud positiva hacia sus problemas y una atención, si cabe, más beligerante; lo que hoy se conoce como discriminación positiva.

No podemos terminar sin hacer una referencia obligada por nuestra tradición y nuestra historia: la aceptación y el respeto de las distintas culturas y credos que han sido ejemplo de convivencia secular en nuestra tierra.

Ley 3/2000 de 26/05/2000 de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha. (Publicada en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha. 1 de junio del año 2000).

Las Cortes de Castilla-La Mancha han aprobado y yo, en nombre del Rey, promulgo la siguiente Ley:

Exposición de Motivos

El artículo 32.9 del Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha atribuye a la Junta de Comunidades competencias de desarrollo legislativo y ejecución en materia de radio y televisión en el marco de las normas básicas del Estado.

La consolidación de Castilla-La Mancha como Comunidad Autónoma y realidad diferenciada, cada vez con mayores competencias, y las características geográficas y demográficas de la Región, hacen inaplazable una gradual asunción de decisiones en materia de radio y televisión, dos de los elementos básicos que configuran la sociedad de la información.

El Estatuto de la Radio y Televisión aprobado por la Ley 4/1980 de 10 de enero, ya previó en su artículo 2.2 la posibilidad de que el Gobierno otorgara a las Comunidades Autónomas la concesión de la gestión directa de un canal de televisión de titularidad estatal para el ámbito territorial de cada Comunidad Autónoma, y la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, de regulación del tercer canal, exigía que las comunidades autónomas regularan mediante ley la organización y control parlamentario de dicho canal.

Desde entonces, el marco normativo de la radiodifusión y televisión ha ido enriqueciéndose y complicándose. Así, la mera mención de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, reguladora de la televisión privada, la ley 37/1995, de 12 de diciembre de las telecomunicaciones por satélite, la ley 41/1995, de 22 de diciembre, de televisión local por ondas terrestres, el Real Decreto Ley 6/1996, de 7 de junio, de liberalización de las telecomunicaciones, la disposición adicional 44 de la Ley 66/1997, de 30 de diciembre, sobre radiodifusión sonora y de televisión digital terrenal, además de los numerosos reales decretos, directivas comunitarias y acuerdos internacionales sobre la materia pueden dar una idea de ese enriquecimiento normativo y complejidad del sector de las telecomunicaciones.

Este desarrollo legislativo del sector de la radiodifusión y televisión ha sido obligado dado el desarrollo tecnológico experimentado en el sector de las telecomunicaciones: el paso de los sistemas analógicos a los digitales, la transmisión de señales denominada terrenal, el cable y los satélites, son algunos de los avances que han abierto espacios hasta hace poco insospechados en el mundo de las comunicaciones.

A los desarrollos normativos y tecnológicos les han acompañado importantes cambios en la realidad social y en los medios de comunicación, sobre todo en lo que se refiere a la oferta y demanda de éstos y de los nuevos servicios y posibilidades de las telecomunicaciones. La aparición de cadenas privadas de cobertura nacional, la implantación de canales autonómicos cuyas señales rebasan sus límites naturales, la proliferación de emisiones locales o el fenómeno de los grandes grupos multimedia, por señalar algunos trazos, configuran un panorama ante el cual es imposible que Castilla-La Mancha permanezca inactiva, dadas las competencias que en esta materia tiene atribuidas.

La importancia que la radiodifusión y la televisión tienen para la vertebración y desarrollo de la Comunidad Autónoma y para el cumplimiento de objetivos básicos que el Estatuto de Autonomía en su artículo 4 señala para la Junta de Comunidades (el acceso de todos los ciudadanos de la Región a los niveles educativos y culturales que les permitan su realización cultural y social y la realización de un sistema eficaz de comunicaciones que potencie los intercambios humanos, culturales y económicos entre todos los castellano-manchegos) obliga a la Comunidad Autónoma a caminar en este nuevo ámbito, como quien tiene encomendadas determinadas competencias o como posible concesionaria de servicios públicos de titularidad estatal.

La presente ley crea el "Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha" como entidad de derecho público con personalidad jurídica propia, y le posibilita, a través de empresas públicas, la puesta en funcionamiento de medios de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico y el despliegue de actuaciones en un sector esencial en la nueva sociedad de la información. También regula la organización de esos medios y el control parlamentario de sus actuaciones, de acuerdo con las previsiones de la legislación estatal.

La ley abre la posibilidad de creación de estos medios, cuando las condiciones técnicas y financieras lo aconsejen, y refuerza la sujeción de su actuación a los principios constitucionales de pluralismo y participación social.

CAPÍTULO I

NATURALEZA Y FUNCIONES

Artículo 1

Se crea el Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha, al que corresponde la gestión de los servicios de radiodifusión y televisión públicos cuyo ámbito territorial es el de esta Comunidad Autónoma.

Artículo 2

1.- El Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha es una entidad de derecho público, con personalidad jurídica propia y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines. Se regirá por lo dispuesto en esta ley y en las normas que la desarrollen.

2.- En sus relaciones jurídicas externas y en el régimen de adquisiciones patrimoniales y contratación estará sujeta al derecho privado. De los acuerdos que dicten los órganos de gobierno del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha y de las pretensiones que en relación con ellos se deduzcan conocerá la jurisdicción que en cada caso corresponda, sin necesidad de formular reclamación previa en vía administrativa.

CAPÍTULO II

ORGANIZACIÓN

Sección Primera

Órganos

Artículo 3

El Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha se estructura, a efectos de funcionamiento, administración, dirección y asesoramiento, en los siguientes órganos:

- A. Consejo de Administración
- B. Director General
- C. Consejo Asesor

Sección Segunda

Consejo de Administración

Artículo 4

1.- El Consejo de Administración estará integrado por trece miembros elegidos, para cada legislatura, por el Pleno de las Cortes de Castilla-La Mancha en la forma que establezca la legislación básica del Estado y nombrados por el Consejo de Gobierno.

2.- La condición de miembro del Consejo de Administración será incompatible con la vinculación directa o indirecta a empresas publicitarias, de producción de programas filmados, grabados en magnetófonos o radiofónicos, casas disco-

gráficas o cualquier tipo de entidades relacionadas con el suministro o dotación de material y programas a Radio Televisión Española, el Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha, o cualquier otra sociedad de Radio o Televisión.

También será incompatible con todo tipo de prestación de servicios o relación laboral en activo con Radio Televisión Española, el Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha, las sociedades de ambos entes, o con cualquier otra entidad similar, pública o privada.

Artículo 5

1. La Presidencia del Consejo de Administración será puramente funcional y se ejercerá de forma rotativa por un periodo de cinco meses por cada uno de sus miembros. El orden de rotación se determinará teniendo en cuenta la mayor edad.

2. Para que el Consejo de Administración se entienda válidamente constituido, será necesaria la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros.

3. La adopción de acuerdos se hará por la mayoría de miembros presentes, salvo los casos en que esta Ley exija una mayoría cualificada.

4. El Consejo de Administración se reunirá en sesión ordinaria una vez al mes y con carácter extraordinario cuando lo decida la Presidencia o lo solicite la mayoría absoluta de sus miembros.

5.- En lo no previsto en la presente Ley, el régimen de funcionamiento del Consejo de Administración será el establecido en la ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común para los órganos colegiados.

Artículo 6

1.- Corresponden al Consejo de Administración las atribuciones siguientes:

a) Velar por el cumplimiento en materia de programación de lo establecido en la presente ley.

b) Emitir su parecer sobre el nombramiento del Director General.

c) Recibir notificación previa del nombramiento y cese del Director General del Ente Público y de los directores de sus sociedades.

d) Proponer el cese del Director General, por la causa enumerada en el artículo 9.1.

e) Aprobar, a propuesta del Director General, el Plan de actividades del Ente Público y el Plan de actuación sus sociedades, fijando los principios básicos y las líneas generales de la programación, así como las Memorias Anuales correspondientes.

f) Aprobar, con carácter definitivo, las plantillas del Ente Público y sus sociedades y el régimen retributivo de su personal, ajustándose a las directrices establecidas al efecto por el Consejo de Gobierno.

g) Aprobar, a propuesta del Director General, los anteproyectos de presupuestos del Ente Público y de sus sociedades.

h) Dictar normas de carácter interno, reguladoras de la emisión de publicidad a través de las sociedades del Ente Público, atendiendo al control de calidad de la misma, al contenido de los mensajes publicitarios y a la adecuación del tiempo de publicidad a la programación.

i) Determinar semestralmente el porcentaje de horas de programación destinado a los grupos políticos, sociales y culturales más significativos, respetando el pluralismo.

j) Determinar anualmente el porcentaje de producción propia que deberá incluirse en la programación de cada medio.

k) Conocer cualquier otra cuestión que el Director General someta a su consideración.

2.- Requerirán para su aprobación mayoría cualificada de dos tercios de sus miembros los acuerdos en que venga exigida por la normativa estatal aplicable o por los propios estatutos de la sociedad y en todo casos los que se refieren a las letras b), d), e), f), g), i) y j), del apartado anterior.

Si no se alcanzase un acuerdo por mayoría de dos tercios en lo relativo al apartado b) se entenderá que el Consejo de Administración se abstiene, dándose por cumplido el trámite.

Por lo que se refiere al apartado e) una vez que hubiese transcurrido un mes sin obtener acuerdo por mayoría cualificada de dos tercios, será suficiente la mayoría absoluta.

De no conseguirse la mayoría de dos tercios en el acuerdo a que se refiere la letra g), el anteproyecto de presupuesto se remitirá al Consejo de Gobierno en el plazo legal, haciendo constar el sentido del voto de los miembros del Consejo de Administración.

Sección Tercera

Director General

Artículo 7

1.- El Director General es el órgano ejecutivo del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha y será nombrado por el Consejo de Gobierno, oído el Consejo de Administración.

2.- La condición de Director General es incompatible con el desempeño de cualquier otro cargo público y estará sujeto al régimen de incompatibilidades de altos cargos de la Junta de Comunidades y al fijado para los miembros del Consejo de Administración.

3.- La duración de su mandato será la misma que la de la legislatura de las Cortes de Castilla-La Mancha en que hubiera sido nombrado, aun cuando continuar en sus funciones hasta la toma de posesión del nuevo Director General.

4.- El Director General asistirá con voz y voto a las reuniones del Consejo de Administración, excepto cuando se trate de materias que le afecten personalmente.

Artículo 8

Corresponden al Director General las siguientes atribuciones:

A) Cumplir y hacer cumplir lo dispuesto en la presente ley y en sus normas de desarrollo, así como los acuerdos adoptados por el Consejo de Administración en las materias que sean competencia de este órgano colegiado.

B) Proponer al Consejo de Administración la aprobación del Plan de Actuación, la memoria anual y el anteproyecto de presupuestos del Ente Público y de sus sociedades.

C) Orientar, impulsar, coordinar e inspeccionar los servicios del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha y los de sus sociedades y dictar las instrucciones y medidas internas necesarias para su funcionamiento y organización.

D) Actuar como órgano de contratación del Ente Público y de sus sociedades, y autorizar los gastos y pagos.

E) Ordenar la programación de conformidad con los principios básicos aprobados por el Consejo de Administración.

F) Organizar la dirección del Ente Público y de sus sociedades, y nombrar, con criterios de profesionalidad, el personal directivo, notificando dichos nombramientos al Consejo de Administración.

G) Ostentar la representación del Ente Público y en consecuencia, comparecer en juicio en nombre del mismo, confiriendo a tal efecto los oportunos apoderamientos.

H) Las competencias que no vengan atribuidas expresamente a otros órganos serán asumidas por el Director General.

Artículo 9

1.- El Consejo de Gobierno podrá cesar al Director General, oído el Consejo de Administración, mediante resolución motivada, por alguna de las siguientes causas:

- a) Imposibilidad física o enfermedad de duración superior a tres meses continuos.
- b) Incompetencia manifiesta o actuación contraria a los criterios, principios y objetivos a los que se refiere la presente Ley.
- c) Condena mediante sentencia firme por delito doloso.
- d) Incompatibilidad

2.- Asimismo el Consejo de Gobierno podrá cesar al Director General, a propuesta del Consejo de Administración, aprobada por mayoría de dos tercios, por causa fundada en uno de los supuestos del apartado anterior.

Sección Cuarta

Consejo Asesor

Artículo 10

1.- Las sociedades del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha tendrán un único Consejo Asesor, compuesto por los siguientes miembros:

- a) Tres vocales designados por las Cortes de Castilla-La Mancha entre personas de reconocido prestigio cultural.
- b) Tres vocales representantes de la Junta de Comunidades designados por el Consejo de Gobierno.
- c) Tres vocales representantes de los Ayuntamientos de la Región, designados por la Federación de Municipios y Provincias de Castilla-La Mancha.
- d) Tres vocales designados por la Universidad de Castilla-La Mancha, de acuerdo con el Consejo de Administración, entre personas de relevantes méritos culturales.
- e) Tres vocales representantes de los trabajadores del Ente Público y de sus sociedades, designados por las centrales sindicales más representativas según criterios de proporcionalidad.

2.- El Consejo Asesor será convocado al menos semestralmente por el Consejo de Administración y emitirá su opinión o dictamen en los asuntos sobre los que sea requerido y en todo caso respecto a las competencias que sobre programación tiene atribuidas el Consejo de Administración.

3.- Los miembros del Consejo Asesor serán nombrados por el Consejo de Gobierno, así como su Presidente y Vicepresidente, si bien estos últimos lo serán previa elección por el Consejo Asesor por mayoría absoluta de sus miembros.

4.- El mandato de los miembros del Consejo Asesor será efectivos hasta que las instituciones y los órganos que los designen los renueven. Los representantes de los trabajadores cesarán cuando sean proclamados oficialmente los resultados de las elecciones sindicales y serán sustituidos de acuerdo con la representatividad resultante de las mismas.

CAPÍTULO III

GESTIÓN

Artículo 11

1.- La gestión de los servicios públicos de radiodifusión y televisión será realizada por empresas públicas con forma de sociedades anónimas, bajo los principios de eficacia y autoridad. Estas sociedades anónimas se regirán por el derecho privado, sin más excepciones que las establecidas en la legislación vigente.

2.- El Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha queda autorizado para la constitución de dichas empresas públicas.

3.- El capital de las citadas sociedades será íntegramente suscrito por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha a través del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha y no podrá enajenarse, hipotecarse, gravarse, pignorarse o cederse en cualquier forma onerosa o gratuita.

4. El Consejo de Gobierno, a propuesta del Director General y de acuerdo con el Consejo de Administración, podrá acordar la creación de sociedades filiales en las áreas de comercialización, producción, comunicación u otras análogas para conseguir una gestión más eficaz. La constitución y capital de estas sociedades estarán sujetos a las limitaciones que legalmente les sean aplicables.

Artículo 12

1.- Los estatutos de las sociedades mencionadas en al artículo anterior establecerán el cargo de Administrador Único que será nombrado y separado, previa notificación al Consejo de Administración, por el Director General del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha. En el caso de las sociedades encargadas de la gestión de los servicios públicos de radiodifusión y televisión, el Administrador Único será también director general, responsable de su programación.

2.- Los Estatutos de las sociedades establecerán las facultades que en materia de autorización de gastos, órdenes de pago y contratación se atribuyan al Administrador Único y aquellas que se reserven al Director General del Ente Público.

3.-El cargo de Administrador Único estará sujeto al mismo régimen de incompatibilidades que el de Director General del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha.

CAPÍTULO IV

PROGRAMACIÓN Y CONTROL

Sección Primera

Principios de Programación

Artículo 13

La programación que emitan los servicios públicos de radiodifusión y televisión gestionados por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha se inspirará en los siguientes principios:

- A) El respeto a los principios que informan la Constitución Española y el Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha y a los derechos y libertades que en ellos se reconocen y garantizan.
- B) La objetividad, la veracidad e imparcialidad de las informaciones.
- C) El respeto a la libertad de expresión.
- D) El respeto al pluralismo político, cultural y social.
- E) El respeto y especial atención a la infancia y a la juventud.
- F) El respeto a los principios de igualdad y de no discriminación.
- G) La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas, y su libre expresión con los límites del apartado 4 de la Constitución.
- H) El fomento y la promoción de la cultura e identidad de Castilla-La Mancha.

Sección Segunda

Directrices de programación y derechos de antena

Artículo 14

El Consejo de Gobierno podrá establecer las obligaciones que se deriven de la naturaleza de servicio público del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha y, previa consulta al Consejo de Administración, hacerlas cumplir.

Artículo 15

Sin perjuicio de lo establecido en la artículo 13 de la ley 46/1983, de 26 de diciembre, para el Gobierno de la Nación, el Consejo de Gobierno de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha podrá disponer que se difundan por los servicios de radiodifusión y televisión gestionados por la Comunidad Autónoma

a través del Ente Público, todas las declaraciones o comunicaciones oficiales de interés público que crea necesarias con indicación de su origen. Por razones de urgencia, apreciada por el Consejo de Gobierno, estos comunicados y declaraciones deberán emitirse inmediatamente.

Sección Tercera

Derecho de rectificación

Artículo 16

El derecho de rectificación y su procedimiento se regirá por lo previsto en las normas generales sobre la materia.

Sección Cuarta

Periodo electoral

Artículo 17

Durante las campañas electorales se aplicará el régimen especial que establezcan las normas electorales, correspondiendo la aplicación y el control de las mismas a la Junta Electoral competente que cumplirá su cometido a través del Consejo de Administración y del Director General del Ente Público.

Sección quinta

Control Parlamentario directo

Artículo 18

Las Cortes de Castilla-La Mancha ejercerán el control parlamentario de la actuación del Ente Público y de sus sociedades a través de la Comisión que designen y de conformidad con lo que disponga el reglamento de las Cortes.

CAPÍTULO V

PRESUPUESTO Y FINANCIACIÓN

Artículo 19

El presupuesto y la contabilidad del Ente Público, así como, de cada una de sus empresas públicas y filiales se ajustará a lo previsto en la Ley 6/1997, de 10 de julio, de Hacienda de Castilla-La Mancha y a las instrucciones que al respecto dicte la Consejería de Economía y Hacienda.

Artículo 20

1.- El Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha se financiará con cargo a los Presupuestos Generales de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha mediante los ingresos y rendimientos de las actividades que realice.

2.- Las empresas públicas gestoras de los servicios públicos de radiodifusión y televisión se financiarán con las subvenciones consignadas en los Presupuestos Generales de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, ingresos comerciales propios y participación el mercado publicitario.

Artículo 21

1.- La fiscalización de la actividad económica y financiera del Ente Público y de sus empresas públicas y filiales se ejercerá por la Intervención General conforme a lo previsto en la Ley 6/1997, de 10 de julio, de Hacienda de Castilla-La Mancha, con el régimen de organización y delegación de competencias que resulte de aplicación. Asimismo se somete al control de la Sindicatura de Cuentas de Castilla-La Mancha en los términos de su ley reguladora, sin perjuicio de las competencias que pudieran corresponderle al Tribunal de Cuentas.

2.- El Director General del Ente Público y, en su caso, los Directores de las sociedades, rendirán cuentas periódicamente de su gestión ante la Comisión de las Cortes de Castilla-La Mancha

CAPÍTULO VI

PATRIMONIO

Artículo 22

Los bienes y derechos del Ente Público, así como su íntegra participación en las empresas públicas y sus filiales, formarán parte del Patrimonio de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

CAPÍTULO VII

PERSONAL

Artículo 23

1.- Las relaciones de carácter laboral en el Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha y en sus sociedades a las que se refiere la presente Ley, se regirán por la legislación laboral con sujeción al principio de autonomía de las partes.

2.- El ingreso con carácter fijo en el Ente Público y en sus sociedades sólo se podrá hacer mediante las oportunas pruebas de admisión, establecidas y convocadas por el director General de acuerdo con el Consejo de Administración y con arreglo a los principios básicos definidos por la legislación estatal.

3.- La situación de los funcionarios que puedan incorporarse al Ente Público o a sus sociedades se regirá por lo que dispongan las normas sobre función pública de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

4.- La pertenencia al Consejo de Administración o al Consejo Asesor regulados en esta Ley no dará lugar al nacimiento de derechos de carácter laboral respecto al Ente Público o a sus sociedades.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera

El Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha podrá firmar convenios con otros organismos públicos encargados de la gestión de los servicios públicos de radiodifusión y televisión, sobre conexiones entre las diferentes cadenas, intercambio de programas y servicios o sobre la cesión temporal de medios y servicios.

Segunda

Se establecerá por Decreto del Consejo de Gobierno la adscripción administrativa del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Mientras que no tenga lugar la constitución del Consejo Asesor a que se refiere la presente Ley, sus funciones las ejercerá el Consejo Asesor de Radio y Televisión Española en Castilla-La Mancha.

DISPOSICIONES FINALES

Primera

Se faculta al Consejo de Gobierno para dictar las disposiciones reglamentarias que requiera el desarrollo y aplicación de la presente Ley, sin perjuicio de las disposiciones y circulares que el Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha pueda dictar para el correcto y coordinado funcionamiento propio y de las sociedades gestoras o filiales.

Segunda

La presente Ley entrará en vigor al día siguiente a su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Toledo, 29 de mayo de 2000

El Presidente

JOSÉ BONO MARTÍNEZ

Ley 6/2001, de 24-05-2001, de Modificación de la Ley 3/2000, de 26 de mayo, de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha

(Publicada en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha. 25 de mayo de 2001).

Las Cortes de Castilla-La Mancha han aprobado y yo, en nombre del Rey, promulgo la siguiente Ley

Exposición de Motivos

La Ley 30/1999, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, establece en su artículo 26.2 la posibilidad de que los órganos colegiados establezcan su régimen propio de convocatorias, si éste no está previsto por sus normas de funcionamiento, añadiendo la propia Ley que en ese régimen se podrá prever una segunda convocatoria si bien exige que se determine el número de miembros necesarios para constituir válidamente el órgano.

La ley 3/2000, de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha, previó efectivamente un régimen de convocatorias pero omitió la regulación de la segunda convocatoria cuestión que, sin embargo, resulta de gran utilidad para el desarrollo de las instituciones.

El Consejo de Administración del Ente Público es un órgano colegiado, con importantes funciones reconocidas legalmente, una de cuyas singularidades radica en que sus miembros son elegidos directamente por las Cortes de Castilla-La Mancha. Esta extracción de los miembros aconseja que sean los representantes directos del pueblo de la Región los que regulen el régimen jurídico completo del Consejo, aunque, lógicamente, éste también pueda hacerlo.

Artículo único.- Se modifica el apartado 2, del artículo 5, de la Ley 3/2000, de 25 de mayo, de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha, que quedará con la siguiente redacción:

“2.- Para que el Consejo de Administración se entienda válidamente constituido en primera convocatoria será necesaria la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros. Si no existiera dicho quórum, el Consejo se constituirá válidamente en segunda convocatoria, veinticuatro horas después de la señalada para la primera, con la asistencia de la tercera parte de sus miembros.”

Disposición final

La presente Ley entrará en vigor al día siguiente a su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Toledo, 24 de mayo de 2001

El Presidente en funciones (artículo 7.2 de la Ley 7/1997, de 5 de septiembre)

JOSÉ M^a BARREDA FONTES

Ley 4/2002, de 04-04-2002, de Modificación de la Ley 3/2000, de 26 de mayo, de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha

Publicada en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha, 15 de abril de 2002, y en el Boletín Oficial del Estado, 30 de Mayo de 2002) modifica el art. 5.1. Y añade la disposición adicional 3^a de la Ley 3/2000, de 26 de Mayo.

Exposición de Motivos

La radio y la televisión de Castilla-La Mancha son hoy una realidad sin que hayan transcurrido dos años desde que se aprobara la Ley de Creación del Ente Público encargado de su puesta en marcha. Se ha realizado un importante esfuerzo y salvado serias dificultades de diferente naturaleza para cumplir el mandato de las Cortes Regionales que aprobaron la Ley 3/2000, de 26 de Mayo. Junto a los aspectos meramente técnicos, en algunos casos derivados de la extensión y características geográficas de la Región, han aparecido asociados otros inconvenientes relacionados con la dificultad de completar el Consejo de Administración a consecuencia de la ruptura del consenso alcanzado para su constitución inicial. Ese obstáculo pudo ser salvado mediante una mínima reforma legal que atajaba el intento de alterar los dictados de la voluntad popular mediante argucias que provocaron una cierta paralización de los trabajos del Consejo y la atribución a la minoría de las responsabilidades que el sistema democrático reconoce a la mayoría. La modificación que ahora se lleva a cabo tiene por objeto una revisión del funcionamiento del Consejo de Administración del Ente Público que siendo respetuoso con el pluralismo político que la forma de elección de sus miembros garantiza, asegure la necesaria estabilidad del órgano y mejore el desempeño de las tareas que por ley tiene encomendadas. Las formas organizativas adoptadas por las diferentes comunidades autónomas que han legislado sobre la materia, se pueden resumir en dos: aquellas que optan por una Presidencia del Consejo de Administración meramente funcional, rotativa y de corta duración, y las que han preferido configurar el Consejo de Administración poniendo al frente del mismo un Presidente, un Vicepresidente y un Secretario, elegidos por el propio órgano. La Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana han establecido este último sistema que viene funcionando correctamente, sin merma de la representatividad de sus miembros y de las opciones políticas presentes en el Parlamento Regional, por lo que resulta un modelo idóneo que servirá para dotar de mayor estabilidad al Consejo de Administración del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha.

Artículo 1: Se modifica el apartado 1, del artículo 5 de la Ley 3/2000, de 26 de Mayo, de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha, que quedará redactado del siguiente modo:

“1. – El Consejo de Administración elegirá entre sus miembros un Presidente, un Vicepresidente y un Secretario. El Presidente, en caso de empate, tendrá voto de calidad”.

Artículo 2: Se añade una disposición adicional a la Ley 3/2000, de 26 de Mayo, de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha, con la siguiente redacción:

“Disposición Adicional Tercera: Para la elección de Presidente y Vicepresidente del Consejo de Administración los asistentes convocados al efecto escribirán un

solo nombre en la papeleta y resultarán elegidos, por orden de votos, los que hayan obtenido un número más elevado. Si del resultado de dicha votación no se produjera la elección de un Vicepresidente, se procederá a una nueva votación, sólo para dicho puesto, resultado elegido el que más votos obtenga.”

Disposición final

La presente Ley entrará en vigor al día siguiente a su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Toledo, 10 de Abril de 2002

Ley 6/2015, de 30 de julio, de modificación de la Ley 3/2000, de 26 de mayo, de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha. [2015/9605]

Las Cortes de Castilla-La Mancha, han aprobado y yo, en nombre del Rey, promulgo la siguiente Ley

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La Ley de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha acomodó la forma de elección de los miembros del Consejo de Administración del referido ente a las mayorías previstas en el Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980.

El sistema de elección establecido en aquel Estatuto se mantuvo en vigor hasta que el Real Decreto-Ley 15/2012, de 20 de abril, de modificación del régimen de administración de la Corporación RTVE, alteró la forma en que se elegían a los miembros de su Consejo de Administración.

Con la presente ley se pretende adecuar la legislación regional a la estatal estableciendo un régimen idéntico al previsto en el citado Real Decreto-Ley, de modo que de no obtenerse la mayoría cualificada de dos tercios en una primera votación puedan elegirse los miembros por mayoría absoluta en una segunda votación.

La modificación legal incorpora de forma expresa la normalidad institucional constituida por el desempeño en funciones de las competencias propias del Consejo de Administración durante el periodo que media entre la terminación de una legislatura y la designación de un nuevo Consejo de Administración en la siguiente, tal como se ha venido produciendo en la realidad y más concretamente entre la VIII y IX Legislaturas de las Cortes de Castilla-La Mancha.

Por último, se prevé que pudiera transcurrir un plazo prudencial sin que el Consejo de Administración emita su parecer sobre informes o propuestas remitidas por el Consejo de Gobierno, dándose por cumplido el trámite por la falta de respuesta.

Artículo único. Reforma de la Ley 3/2000, de 26 de mayo, de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla La Mancha.

Uno. El artículo 4.1 de la Ley de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla-La Mancha quedará redactado conforme al siguiente tenor literal:

Artículo 4

1.- El Consejo de Administración estará integrado por trece miembros elegidos, para cada legislatura, por el Pleno de las

Cortes de Castilla-La Mancha por mayoría de dos tercios. De no conseguirse dicha mayoría en primera votación será suficiente para la elección la mayoría absoluta en la segunda.

El Consejo de Administración elegido será nombrado por el Consejo de Gobierno.

Al finalizar una legislatura el Consejo de Administración continuará en funciones hasta que sea elegido el que le suceda.

Dos. El apartado 4, del artículo 5, tendrá la siguiente redacción:

4.- El Consejo de Administración se reunirá en sesión ordinaria una vez al mes y con carácter extraordinario cuando lo decida la Presidencia, lo solicite la mayoría absoluta de sus miembros o el Consejo de Gobierno. En este último caso, si se tratara de que el Consejo de Administración emita el parecer al que se refiere el artículo 6, 1, b), de la presente

Ley, la sesión extraordinaria deberá celebrarse antes de que transcurran setenta y dos horas desde que fuera solicitada, entendiéndose cumplido el trámite si no se produjera la sesión en el referido plazo.

Disposición transitoria única. Consejo de Administración en funciones.

Hasta que se constituya el Consejo de Administración tras la entrada en vigor de la presente ley, seguirá en todas sus funciones el elegido en la legislatura anterior.

Disposición final única. Entrada en vigor.

La presente ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación.

Toledo, 30 de julio de 2015

El Presidente

EMILIANO GARCÍA-PAGE SÁNCHEZ

LEY DE CREACIÓN DE LA RADIO TELEVISIÓN DE LA REGIÓN DE MURCIA

Ley 9/2004, de 29 de diciembre, sobre Creación de la Empresa Pública Regional Radio Televisión de la Región de Murcia.

Preámbulo

El artículo 11.5 del Estatuto de Autonomía de la Región de Murcia, aprobado por Ley Orgánica 4/1982, de 9 de junio, establece que corresponde a la Comunidad Autónoma el desarrollo legislativo y la ejecución en materia de radio y televisión en el marco de las normas básicas del Estado. Del mismo modo, le corresponde, en el marco de las normas básicas del Estado, el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de prensa, y, en general, de todos los medios de comunicación social.

En el mismo sentido, el artículo 14 del Estatuto de Autonomía para la Región de Murcia dispone que, en materia de medios audiovisuales de comunicación social del Estado, la Comunidad Autónoma ejercerá todas las potestades y competencias que le correspondan en los términos y casos establecidos en la Ley Reguladora de Estatuto Jurídico de Radio y Televisión.

Dicho Estatuto Jurídico está constituido por la Ley 4/1980, de 10 de enero, así como por la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal. Con arreglo a las mismas, el Gobierno de la nación podrá conceder a las comunidades autónomas la gestión directa de un canal de televisión de titularidad esta-

tal que se cree específicamente para el ámbito territorial de cada Comunidad Autónoma.

A este fin, y con carácter previo a la concesión de la Comunidad Autónoma solicitante, regulará mediante ley la organización y el control parlamentario del referido tercer canal.

En este marco normativo, el objeto de la presente Ley es la creación de una empresa pública regional para la gestión de los servicios públicos de radiodifusión y televisión de la Región de Murcia, así como la regulación de estos mismos servicios en el ámbito regional, con arreglo a los principios contenidos en la legislación básica estatal.

La Ley se estructura en cinco capítulos, divididos en veintisiete artículos; cuatro disposiciones adicionales, dos transitorias, una derogatoria y dos finales. A lo largo de su articulado se contienen las normas relativas al objeto, ámbito de aplicación y principios generales, creación y organización de la empresa pública regional, gestión mercantil, programación y control parlamentario, régimen presupuestario, patrimonial y de personal.

Capítulo I

Objeto, ámbito de aplicación y principios generales

Artículo 1

La presente ley tiene por objeto regular el servicio público de comunicación audiovisual de titularidad de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y establecer el régimen jurídico del ente público empresarial al que se encomienda la gestión directa del servicio público de comunicación audiovisual radiofónico de ámbito autonómico y el control del cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la gestión indirecta del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito autonómico.

De acuerdo a lo establecido en el Título IV de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual, 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.

En cumplimiento de las misiones establecidas en el párrafo anterior, el servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico, tendrá por objeto la producción, edición y difusión de un conjunto de canales de radio, televisión y servicios de información en línea con programaciones diversas y equilibradas

para el conjunto de la población murciana, cubriendo todos los géneros, destinadas a satisfacer las necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad murciana y a preservar el pluralismo en los medios de comunicación.

El conjunto de las producciones y emisiones de radio y televisión del Ente Radiotelevisión de la Región de Murcia, deberá cumplir con las obligaciones de servicio público de esta Ley, que se concretarán en los objetivos generales fijados en el mandato marco y serán desarrollados por los sucesivos contratos programa.

Artículo 1

Redactado por el número uno del artículo único de la Ley [REGIÓN DE MURCIA] 10/2012, 5 diciembre, de modificación de la Ley 9/2004, de 29 de diciembre, de creación de la empresa pública regional Radiotelevisión de la Región de Murcia («B.O.R.M.» 10 diciembre). Vigencia: 10 diciembre 2012

Artículo 2

La actividad de los medios de comunicación social gestionados por la Región de Murcia a que se refiere la presente Ley se inspirará en los principios siguientes:

- a) El respeto a la libertad de expresión, así como la objetividad, la veracidad y la imparcialidad de las informaciones.
- b) La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustenten estas últimas y su libre expresión, con los límites del apartado cuarto del artículo 20 de la Constitución.
- c) El respeto al pluralismo político, cultural, religioso y social.
- d) La protección de la juventud y de la infancia.
- e) El fomento de los valores de igualdad y no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo o cualquier circunstancia personal o social.
- f) El respeto al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.
- g) La promoción de los valores históricos y culturales de la Región de Murcia.
- h) El respeto, promoción y defensa de los demás principios que informan la Constitución española y el Estatuto de Autonomía para la Región de Murcia y de los demás derechos y libertades que en ellos se reconocen y garantizan.
- i) La prestación de un servicio público de calidad y promoviendo el respeto y el ejercicio del código ético profesional en el tratamiento informativo.

Capítulo II

Creación y organización

Sección primera

Creación de la empresa pública regional Radiotelevisión de la Región de Murcia

Artículo 3

1. Se crea el ente público empresarial Radiotelevisión de la Región de Murcia (RTRM), al que se le atribuye la gestión directa del servicio público de comunicación audiovisual radiofónico de ámbito autonómico y el control del cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la gestión indirecta del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito autonómico.

2. RTRM tiene personalidad jurídica propia y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines. Se regirá por la presente ley y sus disposiciones de desarrollo y, en lo no previsto en las mismas, por la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, y por la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

3. En materia de contratación se somete a la normativa de contratos del sector público. En cualquier otra relación jurídica externa, así como en el ámbito laboral, RTRM se rige por el Derecho privado.

4. Las funciones que se atribuyen a Radiotelevisión de la Región de Murcia se entienden sin perjuicio de las competencias que corresponden a la Asamblea Regional y al Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, y de las que en periodo electoral corresponden a las juntas electorales.

Sección segunda

Órganos de Radiotelevisión de la Región de Murcia

Artículo 4

Radiotelevisión de la Región de Murcia se estructura, en cuanto a su funcionamiento, administración general, dirección y asesoramiento, en los siguientes órganos:

- a) Consejo de Administración.
- b) Director General.

Sección tercera

El Consejo de Administración

Artículo 5

1. El Consejo de Administración constará de nueve miembros elegidos para cada legislatura por la Asamblea Regional entre personas de reconocido prestigio. Su composición deberá reflejar el pluralismo político y social de la Región

de Murcia. Su constitución tendrá lugar dentro de los tres primeros meses de cada legislatura.

2. Los miembros del Consejo de Administración cesarán en sus cargos al término de la correspondiente legislatura, aunque seguirán ejerciendo sus funciones hasta la toma de posesión de los nuevos locales.

3. La condición de miembro del Consejo de Administración es incompatible con cualquier vinculación directa o indirecta con empresas publicitarias, editoriales, periodísticas, cinematográficas y agencias de prensa o de producción de programas filmados o registrados en magnetoscopios o radiofónicos; con empresas discográficas o con cualquier tipo de entidad relacionada con el suministro o la dotación de material o de programas al ente público empresarial RTRM, así como a la empresa que resulte adjudicataria de la gestión indirecta del servicio público de comunicación audiovisual televisivo.

Se entiende por vinculación indirecta la causada por relación de matrimonio, por parentesco de afinidad hasta segundo grado o consanguinidad en cuarto grado, con personas con intereses económicos en las agencias, medios o empresas antes mencionadas.

La condición de miembro del Consejo de Administración es, asimismo, incompatible con la de miembro de la Asamblea Regional o del Gobierno regional, con el ejercicio de cualquier cargo de elección o designación política y con funciones de alta dirección en partidos políticos, organizaciones sindicales o empresariales.

4. Para que el Consejo de Administración se entienda válidamente constituido en sesión será necesaria la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros. Los acuerdos del Consejo de Administración se adoptarán por mayoría de los miembros presentes, salvo en los casos en que la presente Ley exija una mayoría cualificada.

5. La Presidencia del Consejo de Administración será puramente funcional y se ejercerá de forma rotatoria, trimestralmente, entre sus miembros. En caso de sustitución de algún consejero, el sustituto ocupará, a los efectos de turno rotatorio en la Presidencia, el lugar que corresponda al sustituido.

6. La Vicepresidencia del Consejo de Administración la ejercerá el miembro al que le corresponda la Presidencia en el siguiente turno. Sus funciones serán las mismas del Presidente en los casos en que sustituya a éste.

Artículo 6

Los miembros del Consejo de Administración no tendrán derecho a retribución por el ejercicio de sus funciones, sin perjuicio de la percepción de indemnizaciones por desplazamiento y asistencia a las sesiones, en la cuantía que fije la

normativa regional o, en su defecto, en la que establezca la Asamblea Regional para los miembros de la Cámara no sujetos al régimen de dedicación exclusiva

Artículo 7

1. Los miembros del Consejo de Administración cesarán en sus funciones en los siguientes casos:

- a) Al término de la legislatura.
- b) Por fallecimiento.
- c) A petición propia.
- d) Por declaración legal de incapacidad.

2. Las vacantes que se produzcan serán cubiertas por la Asamblea Regional en la forma señalada en el apartado 1 del artículo 5.

Artículo 8

1. Corresponden al Consejo de Administración las competencias siguientes:

- a. Elaborar los criterios rectores de la dirección editorial.
- b. Emitir su parecer sobre el nombramiento del Director General, que, para ser afirmativo, deberá formularse por acuerdo de dos tercios de sus miembros. Si no se alcanzara esta mayoría se entenderá que el Consejo de Administración se abstiene de emitir su parecer sobre el nombramiento del Director General, dándose por cumplido el trámite.
- c. Aprobar, a propuesta del Director General, el plan anual de actividades de RTRM para el servicio de comunicación audiovisual radiofónico y de supervisión del contrato-programa para el servicio de comunicación audiovisual televisivo.
- d. Aprobar la memoria anual relativa al desarrollo de las actividades de la entidad.
- e. Aprobar las directrices básicas en materia de personal.
- f. Aprobar el régimen de retribución del personal de Radiotelevisión de la Región de Murcia, de acuerdo con lo establecido para el personal al servicio del sector público autonómico.
- g. Aprobar el anteproyecto de presupuesto de Radiotelevisión de la Región de Murcia.
- h. Aprobar convenios generales o que supongan una relación de continuidad con entidades públicas o privadas para coproducir o difundir producciones ajenas.
- i. Dictar instrucciones sobre la emisión de publicidad institucional y privada en Radiotelevisión de la Región de Murcia, teniendo en cuenta el control de la cali-

dad del contenido de los mensajes publicitarios, la adecuación del tiempo de publicidad a la programación y las necesidades de estos medios, garantizando el cumplimiento de la normativa básica española, así como la de la Unión Europea.

j. Determinar semestralmente el porcentaje de horas de programación destinadas a los grupos políticos y sociales significativos, fijando los criterios de distribución entre ellos en el cumplimiento de lo establecido en el artículo 20 de la Constitución y en el artículo 21 de esta ley.

k. Conocer de aquellas cuestiones que, aun no siendo de su competencia, el Director General someta a su consideración.

l. Conocer periódicamente la gestión presupuestaria y emitir su parecer sobre la misma.

m. Todas aquellas no atribuidas expresamente a otro órgano.

2. Los acuerdos se adoptarán por mayoría simple, excepto aquellos a los que se refieren los apartados c, e, f, g y j, que se tomarán por mayoría absoluta de los miembros del Consejo de Administración y sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado b. En lo que respecta al apartado g y en el caso en que no se alcance acuerdo por mayoría absoluta, el anteproyecto de presupuesto se remitirá a la Consejería de Hacienda en el plazo legal, haciendo constar el sentido del voto de cada uno de los miembros del Consejo de Administración

Artículo 9

1. El Consejo de Administración se reunirá en sesión ordinaria, al menos una vez al mes, y también por razón de urgencia a criterio del Presidente, o cuando lo solicite la mayoría absoluta de sus miembros o el Director General. La convocatoria se efectuará por escrito y deberá incluir, en todo caso, el orden del día.

2. Para tratar asuntos no incluidos en el orden del día será preciso que el Consejo lo acepte por mayoría absoluta.

3. El Consejo de Administración designará un secretario de actas que, sin voz ni voto, tendrá las funciones que reglamentariamente se le asignen, sin que pueda recaer dicha designación en persona que forme parte de dicho Consejo.

4. En todo lo no previsto en esta Ley, el Consejo de Administración establecerá su régimen de funcionamiento interno, sin perjuicio de la aplicación de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común en relación a los órganos colegiados.

Sección cuarta

El Consejo Asesor

Artículo 10

Sección quinta

El Director General

Artículo 11

1. El Director General de Radiotelevisión de la Región de Murcia será nombrado por el Consejo de Gobierno, entre personas de reconocido prestigio. Su designación corresponderá a la Asamblea Regional de entre los candidatos propuestos por los distintos grupos parlamentarios. El candidato designado deberá obtener una mayoría de dos tercios de los miembros de la Asamblea Regional en primera votación, o mayoría absoluta en una segunda votación a efectuar no más tarde de siete días de la primera. El plazo para la designación del nuevo Director General será de dos meses desde la constitución de la Asamblea Regional en cada periodo legislativo.

2. El Director General será el órgano ejecutivo de la entidad, y tendrá las mismas incompatibilidades que los miembros del Consejo de Administración, señaladas en el artículo

3. El Consejo de Gobierno determinará la retribución que, con cargo al Presupuesto de Radiotelevisión de la Región de Murcia, percibirá el Director General, así como las condiciones de desempeño de dicho cargo, no previstas en la presente Ley.

4. El Director General podrá asistir con voz y sin voto a las reuniones del Consejo de Administración, con la sola excepción de las cuestiones que le afecten personalmente

5. El mandato del Director General será de la misma duración que la legislatura de la Asamblea Regional en que haya sido designado. No obstante, permanecerá en el ejercicio del cargo hasta la designación del nuevo Director General.

Artículo 12

Corresponde al Director General:

a. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones que regulen Radiotelevisión de la Región de Murcia y los acuerdos adoptados por el Consejo de Administración en las materias que sean de competencia de este órgano colegiado.

b. Someter a la aprobación del Consejo de Administración, con antelación suficiente, el plan anual de actividades, la memoria anual y los anteproyectos de presupuesto de Radiotelevisión de la Región de Murcia, así como las cuestiones a que se refieren las letras f), g) e i), del apartado 1 del artículo 8 de esta ley.

c. Desempeñar la jefatura de personal de RTRM y dictar las instrucciones y circulares relativas al funcionamiento y a la organización interna.

- d. Actuar como órgano de contratación de Radiotelevisión de la Región de Murcia.
- e. Autorizar los gastos y ordenar los pagos de Radiotelevisión de la Región de Murcia.
- f. Nombrar con criterios de profesionalidad el personal directivo, atendiendo a principios de mérito y capacidad, previa notificación al Consejo de Administración.
- g. Ordenar la programación, de acuerdo con los principios básicos y las líneas generales aprobados por el Consejo de Administración.
- h. Ostentar la representación de Radiotelevisión de la Región de Murcia y, en consecuencia, ejercitar las acciones procedentes, sin perjuicio de los poderes que pueda o deba otorgar.
- i. Negociar y suscribir los convenios colectivos con el personal laboral del ente público empresarial, de acuerdo con los criterios generales de la consejería competente en materia de función pública

Artículo 13

1. El cese del Director General de Radiotelevisión de la Región de Murcia solo podrá producirse por alguna de las siguientes causas:

- a) Por renuncia, a petición propia.
- b) Por incompatibilidad sobrevenida.
- c) Por imposibilidad física o enfermedad continuada, superior a tres meses.
- d) Por condena, en sentencia firme, por delito doloso.
- e) Por solicitud del Consejo de Administración, por mayoría de dos tercios del número de sus miembros.
- f) Por revocación de su cargo por mayoría absoluta de los miembros de la Asamblea Regional.

2. Sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo anterior, el Consejo de Gobierno a propuesta motivada del Consejo de Administración adoptada por mayoría de dos tercios del número de sus miembros, podrá cesar al Director General.

Capítulo III

Gestión mercantil

Artículo 14

1. El servicio público de comunicación audiovisual radiofónico de ámbito autonómico será gestionado de forma directa por el ente público empresarial RTRM.

2. El servicio público de comunicación audiovisual televisivo de ámbito autonómico se gestionará de forma indirecta. RTRM se encargará de asegurar que los contenidos responden a las obligaciones de servicio público, que serán definidos en función de contratos programa basados en el mandato marco dictado por la Asamblea Regional, como se establece en los siguientes artículos.

3. La competencia para la contratación de la empresa prestadora del servicio público de comunicación audiovisual televisivo se atribuye a la consejería competente en materia de infraestructuras y servicios de telecomunicaciones

4. Tanto la gestión directa de la radio, como indirecta de la televisión, no incluyen los aspectos relacionados con el transporte y difusión de la señal, que serán gestionados por la consejería competente en materia de infraestructuras y servicios de telecomunicaciones.

5. En el caso de que la normativa estatal implique la compartición de canal radioeléctrico entre los licenciatarios de televisión autonómica privada y del servicio público televisivo de ámbito autonómico, los primeros quedarán obligados a la participación en el contrato suscrito por la Administración, contribuyendo a su mantenimiento en un porcentaje económico equivalente al espectro asignado a su emisión

Artículo 15

Corresponde a la Asamblea Regional de Murcia, por una mayoría cualificada de dos tercios, establecer los objetivos generales de la función de servicio público de comunicación audiovisual, en desarrollo de lo dispuesto en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Entre dichos objetivos, se incluirá el fomento de la producción audiovisual murciana y el impulso y desarrollo industrial del sector audiovisual regional. Estos objetivos generales se fijarán en un mandato marco para un periodo de nueve años

Artículo 16

1. Corresponde al Consejo de Gobierno, en aplicación del mandato marco regulado en el artículo anterior, aprobar, para un periodo mínimo de 3 años, los contratos programa a los que se refiere la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

2. En estos contratos programa se identificarán de manera expresa los contenidos de servicio público en materia radiofónica y televisiva y se concretarán los porcentajes de géneros de programación que deban emitirse. En el ámbito televisivo se concretará el porcentaje de la financiación destinado a la producción independiente realizada por el sector audiovisual regional.

3. El Director General de RTRM suscribirá el contrato programa del servicio público de comunicación audiovisual radiofónico con el titular de la consejería a la que esté adscrito el ente. Dicho contrato programa incluirá la subvención a

RTRM para cada uno de los años de vigencia del mismo, que el Gobierno le otorgará para el cumplimiento de sus obligaciones de servicio público.

Artículo 17

Artículo 17 suprimido por el número trece del artículo único de la Ley [REGIÓN DE MURCIA] 10/2012, 5 diciembre, de modificación de la Ley 9/2004, de 29 de diciembre, de creación de la empresa pública regional Radiotelevisión de la Región de Murcia («B.O.R.M.» 10 diciembre). Vigencia: 10 diciembre 2012

Capítulo IV

Programación y control parlamentario

Artículo 18

Los principios que han de inspirar la programación de los medios de comunicación social a que se refiere esta Ley, son los señalados en su artículo 2.

Artículo 19

El Consejo de Gobierno de la Región de Murcia podrá disponer que se difundan las declaraciones o comunicaciones oficiales de interés público que crea necesarias, con indicación de su origen. Por razones de urgencia, apreciadas por el órgano de procedencia, estos comunicados y declaraciones tendrán efecto inmediato.

Artículo 20

Durante las campañas electorales se aplicará el régimen especial que establezcan las normas electorales. La aplicación y el control de las normas corresponderán a la Junta Electoral competente, que habrá de cumplir su cometido a través del Consejo de Administración, o, en caso de urgencia, del Director General.

Artículo 21

La ordenación de los espacios de radio y televisión se hará de forma que tengan acceso a los mismos los grupos políticos y sociales más significativos, debiéndose adecuar el acceso a las minorías de uno u otro carácter. Con esta finalidad, el Consejo de Administración y el Director General, en el ejercicio de sus competencias respectivas, habrán de tener en cuenta criterios objetivos, tales como la representación parlamentaria, la implantación política, sindical, social y cultural, el ámbito territorial de actuación y otros del mismo carácter.

Artículo 22

El derecho de rectificación y la protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, en relación con las informaciones difundidas por los medios de Radiotelevisión de la Región de Murcia, se regirán por lo dispuesto en la normativa estatal y autonómica de aplicación.

Artículo 23

1. Una comisión de la Asamblea Regional ejercerá el control parlamentario de la actuación de la empresa pública regional Radiotelevisión de la Región de Murcia.

Capítulo V

Régimen presupuestario, patrimonial y de personal

Artículo 24

1. El presupuesto del ente público empresarial Radiotelevisión de la Región de Murcia se ajustará a la normativa presupuestaria vigente y a las singularidades que establece la presente ley.

2. Los anteproyectos de presupuestos de la empresa pública y de cada una de sus sociedades filiales, se remitirán a la Consejería de Hacienda a los efectos de su integración en el anteproyecto de Ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma y su aprobación como proyecto de ley por el Consejo de Gobierno.

Los presupuestos se elaborarán y gestionarán bajo el principio de equilibrio presupuestario.

3. (suprimido).

4. Sin perjuicio de los controles legalmente establecidos, el director general de Radiotelevisión de la Región de Murcia rendirá cuentas, al menos una vez al año, de la gestión presupuestaria ante la Comisión a que se refiere el artículo 23 de esta ley.

5. Radiotelevisión de la Región de Murcia ajustará su contabilidad y su ejecución presupuestaria a la normativa aplicable a las entidades de derecho público regionales

Artículo 25

La Radiotelevisión de la Región de Murcia se financiará con cargo a las cantidades consignadas en las leyes de presupuestos generales de la Comunidad Autónoma para compensar el cumplimiento de la misión de servicio público de comunicación audiovisual y mediante los ingresos y rendimientos de sus propias actividades, incluidos los de las comunicaciones comerciales

Artículo 26

El patrimonio del ente público empresarial Radiotelevisión de la Región de Murcia quedará integrado, a todos los efectos, en el patrimonio de la Comunidad Autónoma y tendrá la consideración de dominio público como patrimonio afecto al servicio público correspondiente y, por lo tanto, gozará en el orden tributario de las exenciones que sean pertinentes

Artículo 27

1. Las relaciones laborales en la empresa pública regional Radiotelevisión de la Región de Murcia y de sus sociedades filiales, se regirán por la legislación laboral común, en cualquier caso, según lo acordado y establecido en el Pacto por la Estabilidad en el Empleo de la Región de Murcia del año 2002, se promoverán relaciones contractuales estables en aquellas actividades de carácter permanente.
2. La pertenencia al Consejo de Administración no generará ningún derecho de carácter laboral
3. Los funcionarios de la Comunidad Autónoma que se incorporen a la empresa pública regional Radiotelevisión de la Región de Murcia o a cualquiera de sus sociedades filiales, quedarán en la situación administrativa que legalmente corresponda.
4. La contratación de personal con carácter fijo se realizará mediante las correspondientes pruebas de admisión establecidas y convocadas por el Director General, de acuerdo con el Consejo de Administración, bajo los principios de igualdad, mérito, capacidad y publicidad.
5. Se fomentará el desarrollo de la formación profesional permanente como sistema de promoción y perfeccionamiento.

Disposiciones adicionales

Primera Cese de la actividad de Onda Regional de Murcia, S.A. y Televisión Autónoma de Murcia, S.A

1. Radiotelevisión de la Región de Murcia deberá proceder a realizar todas las actuaciones y operaciones societarias necesarias para el cese de su actividad, en cualquier caso antes del 31 de diciembre de 2012, de la sociedad mercantil Onda Regional de Murcia, S.A. (ORM,S.A.) y de la sociedad mercantil regional Televisión Autónoma de Murcia, S.A. (TAM, S.A.) mediante la cesión global de sus activos y pasivos a RTRM, la cual se subrogará en los derechos y obligaciones de las sociedades extinguidas, a excepción de lo contemplado para el transporte y difusión de la señal.

Se autoriza al Consejo de Gobierno a ampliar hasta un máximo de seis meses el plazo establecido en el párrafo anterior si fuera necesario.

2. Hasta que se proceda a la autorización de las operaciones descritas en el apartado anterior, las citadas sociedades mercantiles continuarán rigiéndose por lo dispuesto en la Ley 9/2004, de 29 de diciembre, de Creación de Radiotelevisión de la Región de Murcia, y por sus respectivos decretos de creación.

3. Todas las operaciones societarias, transmisiones patrimoniales y actos derivados directa o indirectamente de la aplicación de esta disposición gozarán del

mismo tratamiento fiscal que las propias de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

4. Radiotelevisión de la Región de Murcia sucederá a ORM, S.A. y TAM, S.A. en todos los bienes, contratos y, en general, derechos y obligaciones que se deriven de la cesión global de activos y pasivos a la que se refiere el párrafo primero. A este fin, RTRM quedará subrogada en la misma posición jurídica que ostentaba ORM, S.A. y TAM, S.A. en todos sus bienes, derechos, obligaciones, relaciones jurídicas, procedimientos administrativos o judiciales en curso. La subrogación de RTRM en los contratos de arrendamientos de los inmuebles de los que fueran titulares OMR, S.A. y TAM, S.A. no dará lugar por sí sola a la extinción de los contratos ni al aumento de la renta o la percepción de cantidad alguna por el arrendador.

5. La consejería competente en materia de infraestructuras y servicios de telecomunicaciones se subrogará en los contratos de transporte y difusión de la señal de las sociedades filiales de RTRM.

Segunda Personal de Onda Regional de Murcia, S.A. y de Televisión Autonómica de Murcia, S.A

El personal laboral de Onda Regional de Murcia, S.A. y de Televisión Autonómica de Murcia, S.A. quedará integrado en Radiotelevisión de la Región de Murcia desde la entrada en vigor de esta ley, respetando su régimen jurídico actual

Tercera Aprobación del mandato marco y del contrato programa

Se someterá a la aprobación de la Asamblea Regional de Murcia el primer mandato marco regulado en el artículo 15, en el plazo de tres meses desde la entrada en vigor de esta ley.

Asimismo, se insta al Consejo de Gobierno a aprobar el primer contrato programa, regulado en el artículo 16 de la presente ley en el plazo de tres meses a contar desde la aprobación del mandato marco por la Asamblea Regional.

Para sucesivos contratos programa, dentro del mismo mandato marco, el Consejo de Gobierno deberá aprobar los mismos con una antelación mínima de dos meses a la finalización del que estuviera vigente.

Disposición transitoria única

1. Mientras no se realice la primera adjudicación y puesta en marcha del contrato para la gestión indirecta del servicio público de comunicación audiovisual televisiva, se encomienda a RTRM la gestión directa del mismo a efectos de garantizar la continuidad del servicio.

En este periodo de transición, que no deberá superar los 12 meses a contar desde la entrada en vigor de esta ley, RTRM podrá realizar y emitir una progra-

mación televisiva destinada a satisfacer las necesidades informativas, culturales, educativas y de entretenimiento de la sociedad murciana.

2. El Consejo de Gobierno podrá prorrogar, a propuesta del Director General de RTRM, por causas excepcionales y de resultar ello necesario, el plazo concedido en el apartado primero de esta disposición transitoria.

3. En el supuesto de extinción del ente Radiotelevisión de la Región de Murcia, se estará a lo dispuesto en la normativa laboral estatal sin que, en ningún caso, la Administración pública de la Región de Murcia integre al personal laboral del mismo.

Disposición derogatoria única

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan, contradigan o resulten incompatibles con lo dispuesto en esta ley y específicamente se entenderán suprimidas todas las referencias normativas a las sociedades filiales recogidas en el articulado de la Ley 9/2004, de 29 de diciembre, de creación de la Empresa Pública Regional Radiotelevisión de la Región de Murcia.

Disposiciones Finales

Primera La presente Ley entrará en vigor el día de su publicación en el «Boletín Oficial de la Región de Murcia».

Segunda Se autoriza al Consejo de Gobierno para que dicte las disposiciones necesarias para el desarrollo y ejecución de esta Ley.

Por tanto, ordeno a todos los ciudadanos a los que sea de aplicación esta Ley, que la cumplan y a los Tribunales y Autoridades que corresponda que la hagan cumplir.

Anexo 6. Instalaciones técnicas Secuoya, Murcia



INSTALACIONES Y MEDIOS TÉCNICOS DE 7TV REGION DE MURCIA

CENTRO DE PRODUCCIÓN DE INFORMATIVOS

El Centro de Producción principal está ubicado en la calle Cuesta del Puente, 22, 30500 Molina de Segura, Murcia. En este edificio se producen los informativos y parte de los programas, se ubica la continuidad y aquellas áreas técnicas comunes como control central e ingesta, así como las áreas auxiliares necesarias (maquillaje, almacén, oficinas, aula,...). Este edificio y su equipamiento se dedican por completo a la prestación del servicio de la Televisión Autónoma de Murcia 7TV REGION DE MURCIA.



El edificio se encuentra en una zona de fácil acceso en las afueras de Molina de Segura, a pocos minutos de los accesos a la ciudad por las avenidas Juan de Borbón y Juan Carlos I y de la conexión con las autovías A-30 y A-7, lo que facilita el movimiento de los equipos ENG en sus desplazamientos por toda la región



El edificio de Molina de Segura cuenta con un total de 1875 metros cuadrados, distribuidos en dos plantas, de 1100 metros cuadrados la planta inferior y 725 metros cuadrados la planta superior.

La distribución presentada en los planos de las páginas siguientes corresponde a un diseño pensado específicamente para su uso como Centro de Producción de Informativos para 7TV REGION DE MURCIA.

El uso de cada área y su superficie se muestra en la siguiente tabla

PLANOS DE UBICACIÓN DE ÁREAS								
ÁREA	PLATO	SUPERFICIE (M ²)	UBICACIÓN	SUPERFICIE (M ²)	UBICACIÓN	SUPERFICIE (M ²)	UBICACIÓN	SUPERFICIE (M ²)
	PLATO 1	100,00		ESTUDIO PLATO 1	100,00		CONTROL DE CONTINUIDAD	100,00
	PLATO 2	100,00		ESTUDIO PLATO 2	100,00		CONTROL DE REALIZACIÓN	100,00
	PLATO 3	100,00		ESTUDIO PLATO 3	100,00		CONTROL DE REALIZACIÓN	100,00
	PLATO 4	100,00		ESTUDIO PLATO 4	100,00		CONTROL DE REALIZACIÓN	100,00
	PLATO 5	100,00		ESTUDIO PLATO 5	100,00		CONTROL DE REALIZACIÓN	100,00
	PLATO 6	100,00		ESTUDIO PLATO 6	100,00		CONTROL DE REALIZACIÓN	100,00

La sala de racks tiene una ubicación, cerca de los controles y los platós muy buena para la instalación inicial y para el posterior mantenimiento. Tiene una puerta doble que abre al pasillo principal para poder entrar los equipos directamente. La segunda puerta al control de realización resulta útil por razones operativas y de seguridad.

La edición se encuentra justo enfrente, al otro lado del pasillo. Y junto a ella el área combinada de Control Central e ingesta. El locutorio se integra dentro del Control Central para su uso como Control de Exteriores, con el debido aislamiento acústico para su correcta operativa.

El control de realización y el control de continuidad se localizan a continuación, justo ya lindando con el plató, uno a cada lado del pasillo.

Los platós completan el área técnica. Todas las puertas de acceso a los platós son puertas acústicas que proporcionan el adecuado aislamiento para la producción de los programas.

Y entre el plató 2 y la puerta trasera hay un área que se usa como zona auxiliar del plató y como garaje de unidad móvil.

Las instalaciones cuentan con un grupo electrógeno para mantener la alimentación de los equipos durante fallos del suministro cuya duración supere la capacidad de carga de la SAI, con capacidad y autonomía suficiente para alimentar a todo el equipamiento de producción.

En la azotea existe una plataforma accesible desde el interior, donde están colocadas las antenas de comunicaciones y la maquinaria del aire acondicionado. Esta plataforma tiene suelo de tramex y barandilla en todo el perímetro, por lo que es totalmente segura para trabajar en ella sin necesidad de equipos de seguridad personal.

MEDIOS MATERIALES Y TÉCNICOS DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN DE INFORMATIVOS

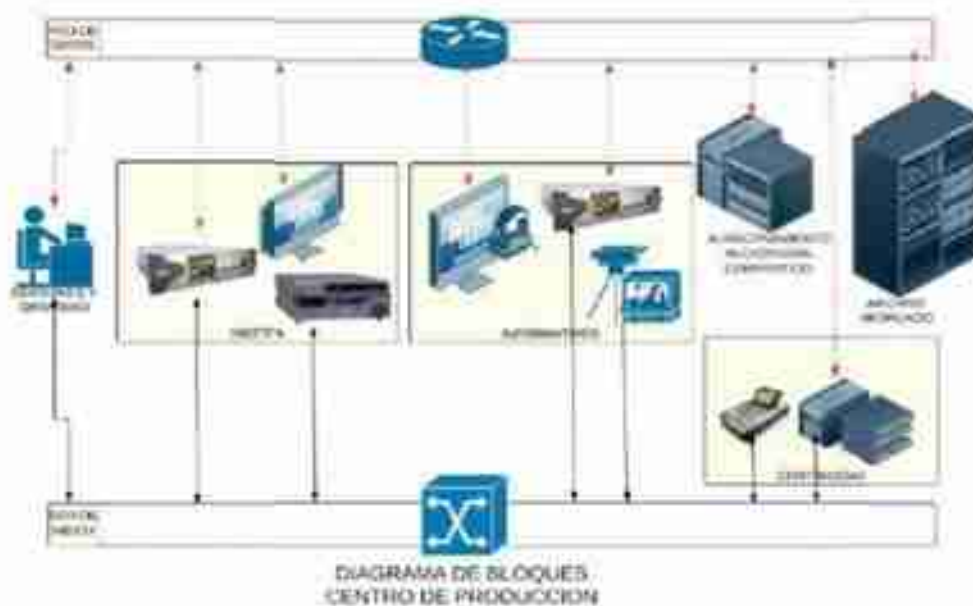
Se incluirá en la descripción de este apartado:

Equipamiento de producción audiovisual. Aquí se engloban todas aquellas infraestructuras técnicas específicas de la actividad televisiva que se va a desarrollar.

Equipamiento electrónico y de comunicaciones. En este apartado se describirán lo que podemos llamar estructura técnica ofimática corporativa, con aquellas infraestructuras técnicas generales comunes necesarias en una empresa sea cual sea su actividad.

Equipamiento de producción audiovisual en exteriores. Conexiones a través de las redes de cable de la Región. Enlaces 4G. Unidad móvil Unidades de transmisión por satélite, unidad de enlace COFDM

Por su amplitud y complejidad, vamos a describirlo por áreas funcionales, partiendo de la versión global que se ilustra con la siguiente imagen, donde se esquematizan las interconexiones entre las diferentes áreas y el equipamiento integrado en ellas.



Todo se estructura alrededor de dos grandes redes de intercambio:

- Una red de datos para el intercambio de vídeo y audio en formato ficheros XDCAM HD422 1080i50 encapsulado MXF sobre una estructura de red ETHERNET 1Gb.
- Una red de vídeo para el intercambio de vídeo y audio en formato señal electrónica HD-SDI, la interfaz sencilla de 1,5Gbit/s que forma parte de la RECOMENDACIÓN UIT-R BT.1120-8 de señales de alta definición para el trabajo en la producción audiovisual, y es el estándar adoptado por los fabricantes del sector broadcast hoy en día.

Ambas se interrelacionan entre sí varios puntos clave, mediante el uso de servidores o interfaces de vídeo capaces de transformar en tiempo real señales audiovisuales en ficheros y viceversa.

Ingesta es el primero y básico de estos puntos, aquí las señales de vídeo y audio son convertidas en ficheros guardados en un gran almacenamiento compartido al que acceden todos los clientes de edición para el montaje de piezas y programas. Una vez completados los programas, se envían al archivo para su custodia y uso futuro

El segundo punto es el Estudio de Informativos, donde los servidores de vídeo asociados al play-out reciben los ficheros de las piezas de las noticias y las reproducen como vídeo para su mezcla con la señal del plató y la realización del informativo completo. La señal de este programa se graba en ingesta para disponer de él en formato fichero, cerrando así el círculo.

El tercer punto es Continuidad, donde el servidor de emisión reproduce los ficheros de los programas terminados y proporciona las señales de audio y vídeo necesarias para la mezcla de emisión.

Como cuarto punto de unión entre ambas redes de intercambio de contenidos están las ediciones de alto nivel y grafismo, que trabajan directamente sobre los ficheros disponibles en el almacenamiento compartido y además están equipados con interfaces A/V que permiten a los programas de edición capturar contenidos en tiempo real, así como proporcionar una señal de vídeo a medida que se reproduce la secuencia editada de un programa.

Control Central sólo intercambia señales de audio y vídeo.

El archivo profundo sólo intercambia ficheros con el almacenamiento compartido y con el servidor de emisión.

El envío de las señales de la continuidad al radiodifusor (COTA) se realiza en formato señal electrónica HD-SDI / SDI. Dado que se exige también la difusión por un canal de TDT de resolución estándar, se dotará a la Continuidad de un conversor de HD a SD para alimentar a este canal de radiodifusión.

A este objeto de la transmisión por TDT en SD y HD se ha contratado un enlace de contribución dedicado entre el Centro de Producción y el Centro Nodal de COTA, la empresa que actualmente está contratada por RTRM para el transporte y difusión de la señal. Por seguridad, este enlace se implementa doble, principal y reserva, sobre dos medios de transmisión diferentes. El enlace principal funciona sobre fibra óptica, y el enlace de reserva sobre un radioenlace.

La red de radiodifusión y transporte así como la red de enlaces de intercambio con FORTA son responsabilidad de RTRM como titulares de la licencia del canal de TV autonómica.

CONTROL CENTRAL

La función del Control Central es el intercambio de señales útiles para la producción entre las diferentes áreas del centro y con el exterior.

Así se encarga de la recepción de señales vía satélite y fibra óptica y las envía al estudio, continuidad o ingesta de acuerdo con las necesidades en cada momento.

También recibe señales del estudio o ingesta para enviarlas a continuidad para su emisión o a un destino externo como puede ser FORTA. Aunque Ingesta y Control Central van a compartir espacio físico, se trata de unidades funcionales diferentes.



En cuanto a la recepción por satélite se cuenta con dos antenas motorizada, más una fija, con un total de 3 receptores de satélite SD/HD MPEG2/H264 ADTEC RD-70 1080P

Los enlaces institucionales considerados son los enlaces con la Consejería de Presidencia en el Palacio de San Esteban en Murcia, la Asamblea Regional en Cartagena, la sede de ONDA REGIONAL y con los estadios de fútbol de Murcia y Cartagena, establecidos sobre la red de F.O. de la Comunidad de la Región de Murcia, y completados por la empresa COTA en el último tramo de conexión al Centro de Producción.

Las líneas de FORTA, que ya en su momento se instalaron con el CCR de COTA como punto intermedio entre FORTA, se mantendrán con la misma infraestructura pero con punto final de destino en el Centro de Producción de Informativos en Molina de Segura.

A través de la red técnica y centro nodal IP de SELECT ASTERISCO, una compañía murciana especializada en impulsar, implantar y gestionar soluciones tecnológicas avanzadas, van a establecerse y gestionarse los enlaces con las delegaciones en la región, con los Centros de Producción de programas 1 y 2 en cuyos platós va a realizarse parte de la programación, y con la red de cable que TVM y las otras empresas de cable integradas en la red de delegaciones explotan en la región de Murcia.

A través de esta red de cable podrán realizarse conexiones en directo desde cualquier punto de la capital y de los demás municipios que cuenten con red de distribución de TV por cable, mediante un equipo portátil, integrado en una mochila para ser portado por el equipo cámara / redactor con facilidad, con capacidad para modular la señal de audio y vídeo procedente de la cámara para inyectarla en la red de cable. Se completará la cobertura de las zonas adonde no llegue el cable mediante el uso de enlaces COFDM y 4G.

El Control Central aloja también una serie de sistemas auxiliares comunes a toda la instalación, como son la relojería, el sistema de intercomunicación y la generación de sincronismos.



CONTINUIDAD

Continuidad es el área encargada de la secuencia y mezcla de programas y señales que se emite y difunde al público en general.

En esta secuencia y mezcla se incluye la inserción de un logotipo identificativo de la cadena, de los mensajes de clasificación por edades de los programas, de mensajes promocionales o informativos sobreimpuestos a la imagen del programa principal, la inclusión de los subtítulos,...

La estructura del servidor de continuidad se ha dimensionado de forma que por cada canal de emisión haya un canal de reserva que esté funcionando simultáneamente, así que el operador podrá pasar de uno a otro sin saltos, simplemente pulsando una tecla en el mezclador, en caso de problemas con uno de los canales del servidor. Además se ha dimensionado con dos canales para la ingesta de material ajeno y de un canal adicional de reproducción para las tareas de servicio habituales de revisión y trimado del material.

El sistema está compuesto por 3 x VectorBox 8000 1+2 para las señales principales y backup, con una entrada y dos salidas en alta definición con dos canales de emisión, uno de ingesta y recepción de ficheros de vídeo. Emisión desde el almacenamiento central o copiado automático al local.

Generador de caracteres, incluido en el propio servidor de continuidad, uno por cada canal independiente considerado. La función de este generador de caracteres no es simplemente la incrustación de rótulos o de elementos promocionales sobre la señal de emisión sino también servir de herramienta rápida y flexible para la comunicación de noticias importantes de última hora. La inserción del logotipo de la cadena y de los gráficos de señalización como las indicaciones de la clasificación por edades se lleva a cabo en el propio mezclador de continuidad, usando su módulo de gráficos, pero también puede emplearse el generador de caracteres ante circunstancias especiales.

Matriz de vídeo ROSS VIDEO NK-3G34 de 34 entradas por 34 salidas, con fuente de alimentación redundante. Obviamente la matriz cumple la tarea esencial de proporcionar un enrutamiento flexible de las señales hacia el mezclador, el monitorado y el servidor. También es un elemento de conmutación que puede sustituir temporalmente al mezclador para el enrutamiento de las señales hacia la emisión, de forma que aunque se pierdan algunas funciones auxiliares como la inserción de gráficos, se mantenga la emisión sin interrupciones consiguiendo que un espectador medio no perciba nada extraño.

Hay previstos dos paneles de control de matriz modelo RCP-NKM, un panel XY para matrices de hasta 72x72, e incluye un display LCD para la visualización de los nombre de entradas y salidas, y mensajes de error y estatus de la matriz. Con un panel sería suficiente, se contará con dos por seguridad.

Sistema de automatización, en este caso integrado con el servidor de continuidad, como ya se ha indicado más arriba. Puesto que se pide una triple emisión con contenidos diferenciados:

1. Canal 7RM HD, con posibilidad de emisiones diferenciadas en pruebas específicas
2. Canal 7RM en resolución estándar
3. Difusión a través de INTERNET, obviamente limitada a aquellos programas de producción cuyos derechos de emisión pertenezcan a 7RM

Se necesita una lista de emisión para cada uno de estos destinos. Y por seguridad, una redundante a la principal, de forma paralela a la estructura del servidor de emisión. Y para el trabajo propio de la continuidad como la elaboración de escaletas, comprobación del material y puntos de trimado,... una lista adicional de servicio y uso diverso.

El sistema de automatización controla la matriz, los mezcladores, los insertadores de logo, el generador de caracteres y el servidor de emisión, de forma que una vez establecida la escaleta no se requiera ninguna intervención del operador de continuidad salvo en los eventos en directo o si sucediera algún imprevisto.

También controla los canales de ingesta del servidor de emisión, de forma que la grabación y trimado de eventos en pseudo-directo se puedan realizar directamente desde un cliente de la automatización, así como la ingesta local de producción ajena desde cinta. Para esta última función incorpora un interfaz de control de VTRs.

El audio de cada canal de emisión pasará a través de un limitador de audio FINALIZER para el ajuste y mantenimiento del nivel correcto de audio de emisión.

Sistema de copia legal CREATECNA, para cumplir con el imperativo legal de mantener una copia fiel de la emisión durante los seis meses posteriores. Se grabarán los tres canales de emisión previstos, aunque los canales en HD y SD coincidirán durante un 99% del tiempo, y se mantendrán los registros durante el tiempo establecido. Incluye software de grabación y de búsqueda, servidores de captura (1 por canal) y tarjetas Osprey-para la digitalización de la señal. Almacenamiento suficiente para almacenar la copia legal a 1 Mbps.



ESTUDIO Y CONTROL DE REALIZACIÓN DE INFORMATIVOS

El estudio de noticias de 190 metros cuadrados cuenta con cuatro cámaras PANASONIC AK-HC1800G, nativas HD, con 3 CCD para la captación de imagen con 2010x1120 pixeles totales, con salidas HD-SDI y SDI. Se dejará lista la instalación para la incorporación de una quinta cámara cuando sea necesario.

Estas cámaras estarán robotizadas en sus movimientos pan-tilt y en el control de ópticas (zoom, foco e iris).

Esto se consigue con el uso de las cabezas robóticas pan-tilt PANASONIC PH-405E y las ópticas CANON KJ17ex7.7. El cabezal modelo PH-405E es capaz de soportar el peso de la cámara más el monitor de prompter, con un nivel de ruido durante el funcionamiento NC35, lo que permite su uso en directo sin ningún problema. Dos de las cámaras estarán equipadas con un monitor de prompter.

Desde el puesto de control de cámaras en el control de realización se manejarán las cámaras por un único operador mediante un panel de control de cámaras y robótica PANASONIC AW-RP120GJ, quien realizará los movimientos, ajustes de óptica y ajustes de la señal (ganancia, nivel de negro) necesarios para lograr el mejor encuadre y la mejor calidad de imagen en cada caso.

También se cuenta con una cámara autónoma PANASONIC montada sobre una grúa e integrada por completo en la realización del plató de informativos.

El estudio de informativos está directamente conectado al sistema de noticias a través de los servidores de vídeo y del control de play-out integrado en el control de realización.

Las piezas editadas por la redacción se transfieren a dos servidores de vídeo Avid AirSpeed 5000 MPEG-2 HD, con dos canales de grabación /reproducción cada uno de ellos, uno de los cuales será back-up del otro para sustituirlo "on line" de forma inmediata en caso de fallo grave, simplemente seleccionando la entrada correspondiente en los mezcladores de audio y vídeo. Por cada canal de servidor se cuenta con una entrada, una salida principal y una salida auxiliar de vídeo HD-SDI

Cada uno de ellos presenta una capacidad de almacenamiento de media de 8 TB útiles, en un RAID 50 a partir de diez discos de 1 TB cada uno para la protección de la media. También por seguridad presentan conexiones de red, discos de arranque de sistema "mirrored" y fuentes de alimentación redundantes. Tanto las fuentes de alimentación como los drives de discos (media y sistema) pueden cambiarse en caliente en caso de fallo.



Son capaces de manejar diferentes formatos y resoluciones tanto en grabación como en reproducción: DV25 (4:1:1 and 4:2:0), DV 50 (4:2:2), IMX 30 y 50, HDV 25Mbps, MPEG-2 HD 17.5, 35 (thin and full raster) y 50 Mbps. Admiten transferencias FTP en ambos sentidos de ficheros MXF OP1a.

Las imágenes procedentes del plató se mezclan con las señales exteriores procedentes del control central y con las piezas suministradas por los servidores de vídeo en un mezclador de doble bus mezcla / efecto ROSS VIDEO CARBONITE, con 24 entradas, 8 salidas auxiliares, 4 keyers por cada bus de mezcla efecto. Incorpora salida de multipantalla para el monitorado de presencia, integrada la configuración del multipantalla en el propio mezclador. Se usarán dos paneles de control de bus auxiliar, para la selección de señales en el monitorado de cámaras y en el control de sonido. Incluye una fuente de alimentación redundante para chasis y panel.

Completará el equipamiento de vídeo un generador de caracteres de un canal, ROSS VIDEO XPR1-0101-M3 SPression Prime, absolutamente integrado con el sistema de noticias a efectos de creación y lanzamiento de rótulos, sin descartar el manejo manual para la inserción de gráficos en los momentos de mayor complejidad como pueda ser un especial electoral.

Y, conectado al sistema de texto iNEWS, un control de play-out llamado iNEWS COMMAND, desde el que se controlará la emisión de las noticias que componen los informativos en alternancia con las imágenes procedentes del plató. A partir de la escaleta creada y aprobada por el responsable editorial del informativo, el ayudante de realización irá lanzando las piezas y los rótulos asociados a las mismas, controlando tanto los servidores de vídeo como el generador de caracteres, y actualizando el prompter de forma automática según se vaya avanzando en la escaleta prevista.

Se usa un PC con los interfaces y software necesario para la reproducción de archivos de audio.

Como elemento central del control de audio asociado a la realización está la mesa de mezclas YAMAHA QL5.

Este modelo dispone, entre otras, de las siguientes funcionalidades: Capacidad de mezcla de 48 entradas y 20 buses a 96 kHz, procesamiento de dinámica, de puerta de ruido y de compresor por cada entrada, ecualización paramétrica de cuatro bandas con una selección de algoritmos de tipo I y tipo II, insertos de canal, delay, surround, panoramización en estéreo y fase, funciones para la producción en surround. Con 8 buses de mezcla, 8 buses auxiliares y un bus estéreo con ecualización paramétrica, retardo, compresor y limitador y Patch digital totalmente ruteable entre todos sus canales de entrada y salidas se tienen cubiertas todas las necesidades de enrutamiento del centro.

En cuanto al sistema de iluminación, se cuenta con un armario de dimmers para la regulación de las luces STRAND LIGHTING con 14 chasis, 6 canales por cada chasis, y parrilla en cada plató. El número de focos en cada momento se ajusta en función de las necesidades de producción.



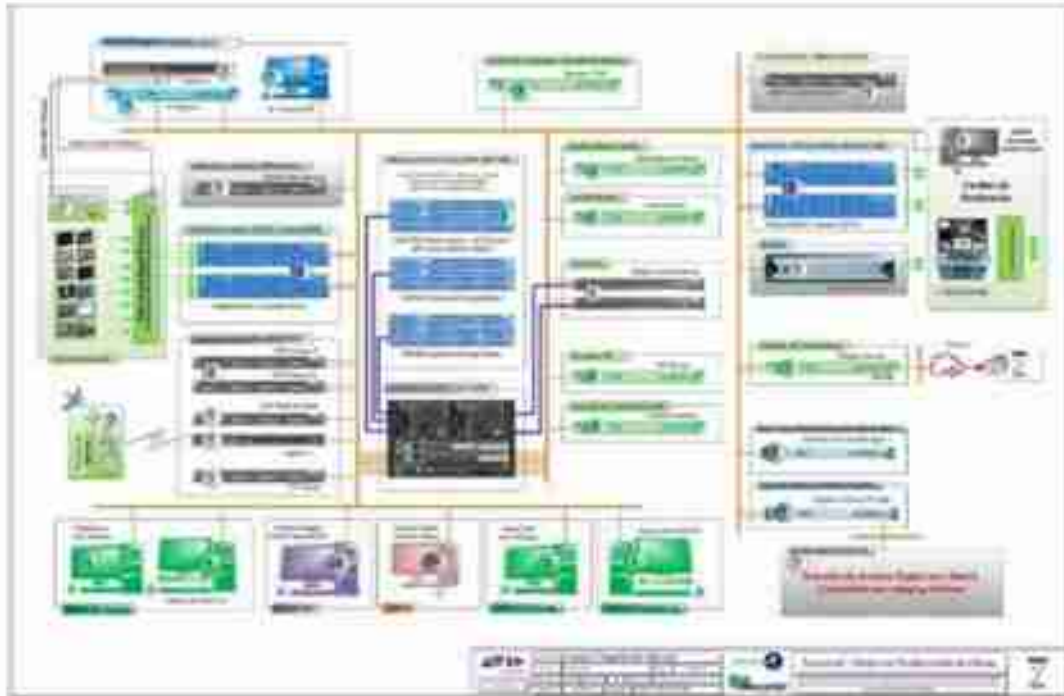
REDACCIÓN Y EDICIÓN DE NOTICIAS Y SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS

El sistema de noticias es un sistema complejo que integra trabajo sobre texto, locución y edición de audio y vídeo en un mismo puesto de trabajo de redacción audiovisual. Todo el sistema descrito bajo este epígrafe estará dedicado a la producción de informativos y programas informativos, incluyendo la información deportiva. La estructura descentralizada adoptada implica que la producción de programas se llevará a cabo en otros centros de producción asociados o se entregará como producto terminado listo para su emisión por otras productoras bajo encargo o en régimen de co-producción. Adjuntamos un esquema para una mejor comprensión de la explicación textual

Lo que para el redactor audiovisual es una única aplicación (o dos que se abren en el mismo ordenador,) en realidad es una compleja agrupación de distintas aplicaciones y bases de datos.

Por un lado está el sistema de edición de texto con sus bases de datos relativos a las informaciones procedentes de las noticias de agencias, las escaletas de informativos y otros usos auxiliares para la gestión del trabajo de la producción de informativos, en nuestro caso el sistema seleccionado es el conocido y ampliamente implantado en el mercado AVID INEWS.

Por razones históricas, al ser el primer elemento que se desarrolló para integrar el trabajo del redactor en un entorno colaborativo, y ser utilizado en muchos sitios de forma independiente y no ligada a un determinado sistema de edición de vídeo, sigue manteniendo una estructura hardware y software separada del resto. Una de las ventajas de AVID es que integra ambos sistemas (vídeo y texto) en una única aplicación del usuario.



La actual integración de AVID INEWS con el software de edición, permite que la aplicación de cliente INTERPLAY CENTRAL funcione contra sus servidores, de forma que la edición del texto y la edición del material audiovisual está absolutamente unificada. La administración de usuarios y licencias mediante perfiles de uso permitirá delimitar el alcance del acceso a las posibilidades del sistema (p.ej derechos de borrado) para una mejor organización y seguridad del sistema.



En el caso del sistema de texto, que se emplea no sólo por los redactores audiovisuales sino también por otros trabajadores como producción u operadores de ingesta, se cuenta con 30 licencias simultáneas. Como las exigencias técnicas de un sistema puramente de texto son muy pequeñas, puede abrirse la aplicación prácticamente desde cualquier dispositivo, de hecho para los presentadores en el set de informativos se tendrán iPads conectados vía WIFI para el seguimiento de las escaletas, en lugar de ordenadores portátiles.

Con iNEWS se crearán las escaletas de los informativos y programas, con preescaletas de trabajo independientes, herramientas de asignación de noticias a cada redactor, control de tiempos de piezas y escaletas, inclusión de rótulos, etc...todo ello totalmente integrado con las ediciones y con el sistema de playout del control de realización de informativos.

Usando la misma aplicación iNEWS, lo que facilita el trabajo de todos y simplifica el puesto de trabajo, se creará una escaleta especial llamada Escaleta Maestra de Asignaciones (EMA), donde aparecerán todas las noticias que cada día entrarán en el sistema desde cualquier origen: cobertura ENG, envío desde delegaciones, envío de agencia, intercambio FORTA,... indicando el nombre, descripción del contenido informativo, bin de ingesta, medios asignados a la cobertura, ...La entrada en EMA correspondiente a una cobertura ENG servirá como parte de cámara. Esta escaleta será editada por productores y editores, y consultada por cualquier otro trabajador implicado en el proceso, como redactores y operadores en ingesta.

Por otro lado está el almacenamiento compartido de material audiovisual más la base de datos necesaria para la localización de identificación correcta de todo el material organizado.

El almacenamiento compartido ofrecido es AVID ISIS 5500 (Infinitely Scalable Intelligent Storage). Desarrollada a partir de tecnología estándar Gigabit Ethernet para asegurar su compatibilidad y estabilidad, ofrece acceso ininterrumpido a la media almacenada desde cualquier equipo cliente conectado a la red ISIS, de forma simultánea y sin cortapisas, con una arquitectura abierta que soporta distintos tipos de clientes y permite una administración simple pero completa.

La configuración usada incluye tres chasis Avid ISIS 5500, cada uno de ellos con una capacidad de almacenamiento de 32 TB que se ven disminuidos al aplicar un sistema de protección RAID 5 por motivos de seguridad de los datos almacenados. Cada chasis incorpora dos conmutadores de red ISS2000 integrados y tres fuentes de alimentación ICP600. Están dimensionados en función de las necesidades de almacenamiento de material y de ancho de banda para garantizar el acceso simultáneo de los clientes previstos en escritura y lectura simultáneos en resolución HD 1080i50.

Para la administración y funcionamiento del array de discos que es la íntima naturaleza de ISIS se emplea una aplicación llamada SYSTEM DIRECTOR. Por seguridad, se ha redundado en frío. Por lo tanto se tendrá un SYSTEM DIRECTOR conectado al sistema y un segundo configurado y apagado que se pondrá en servicio en caso de fallo del primero. Por defecto, incluye 330 licencias de cliente. Son clientes de ISIS los servidores de vídeo empleados para ingesta y play-out y los equipos de edición de todos los niveles.

A través del SYSTEM DIRECTOR se accede a diversas funcionalidades para la supervisión y gestión del funcionamiento del almacenamiento y su red integrada, para su uso por gestores de contenidos y administradores de sistemas como encargados técnicos del buen estado y correcto funcionamiento de todo el sistema.

Pero las ingentes cantidades de material audiovisual almacenadas en ISIS no servirían de mucho si no hubiera un sistema de base de datos que mantuviera indexados e identificados todos los ficheros almacenados, de forma que estén localizados y accesibles en cada momento: AVID INTERPLAY PRODUCTION.

Interplay Production se compone de un software de base de datos y gestión de assets, aplicaciones específicas para trabajos desde clientes diseñadas para trabajar en entornos colaborativos y una serie de opciones diseñadas para optimizar o realizar determinadas tareas del flujo de trabajo.

La base de todo ello es INTERPLAY PRODUCTION ASSET MANAGEMENT, el software de base de datos y gestión de assets que por su complejidad y por la rapidez de respuesta requerida, se subdivide en varias combinaciones de hardware y software. Funciona sobre una batería de máquinas y aplicaciones, la primera y más básica es la INTERPLAY ENGINE, que se ofrece en su versión redundada en frío, por lo que habrá dos, principal y secundario, a cambiar manualmente en caso de fallo. Como la base de datos de INTERPLAY está en los discos locales del servidor en línea habrá que cambiar los discos de servidor para no perder la base de datos de la media almacenada. Esta configuración incluye 5 licencias de cliente INTERPLAY EDITOR más una licencia INTERPLAY ACCESS CLIENT, desde la que ejecutar la gestión de contenidos necesaria para mantener el sistema en su ocupación y rendimiento óptimos, incluyendo por supuesto todas las tareas propias de la gestión de contenidos del almacenamiento compartido como reservas, borrado, estructura en bins, administración por niveles de usuario, etc....

Cuanto un sistema Interplay alcanza o supera los 30 clientes, como es nuestro caso, requiere un servidor Lookup, dos si se emplea la configuración en cluster, y también al menos un Media Indexer para mantener la indexación de los ficheros, dos si se desea redundancia. Se incluye uno de cada tipo. Cada servidor Media Indexer maneja los registros de hasta 5 millones de ficheros y 265 clientes conectados. De esta forma el crecimiento en el número de usuarios sólo implica la compra de las licencias necesarias, y en su caso el hardware de usuario necesario, hasta agotar el ancho de banda del almacenamiento compartido.

Para el intercambio de ficheros audiovisuales entre el almacenamiento compartido ISIS y los servidores de vídeo de continuidad y play-out, así como con el archivo, se requiere al menos un AVID INTERPLAY TRANSFER, incluyéndose dos en nuestro sistema en función de la carga de trabajo simultánea estimada, que superaría la capacidad de un solo transfer.

Y por último, de nuevo el punto de partida, el puesto de trabajo de redacción. Hay 20 licencias de cliente Interplay Central Advance Client, que al ser flotantes podrán abrirse desde cualquier ordenador en cualquier momento, siempre que no se supere el número máximo de licencias simultáneas disponibles. La configuración ofrecida del sistema de noticias permite la ampliación de este número de licencias sin necesidad de variar dramáticamente el hardware ni la configuración establecida.

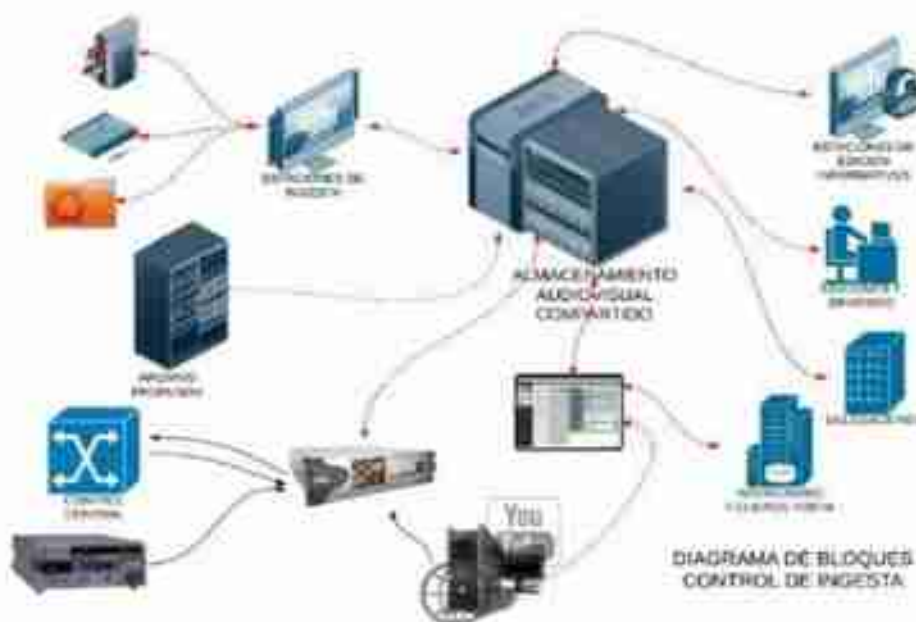
Con este software el redactor podrá visionar y seleccionar las imágenes necesarias para su trabajo, editarlas, añadir la locución, insertar los rótulos y gráficos precisos, y enviar la pieza a los servidores de play-out para su inclusión en el informativo en directo. El puesto se completa con los accesorios necesarios como los microauriculares necesarios para la grabación y revisión de la locución. Para este trabajo en la redacción basta cualquier PC, en concreto se van a emplear equipos de microtorre HP Pro 3500

La dotación del puesto de periodista se completa con unos microauriculares SENNHEISER directamente conectados vía interfaz USE al PC.

INGESTA CENTRALIZADA, CAMBIO DE FORMATO Y CONTROL DE CALIDAD

A continuación se describe la ingesta centralizada en el centro de producción de programas, pues la estructura descentralizada del proyecto implica que los centros de producción de programas sean autónomos a este respecto.

La función principal de la ingesta es la puesta a disposición en el almacenamiento audiovisual compartido de todo el material audiovisual nuevo, de forma que pueda ser editado e incluido en las noticias a la mayor rapidez. Para ello se graban las señales de vídeo procedentes de enlaces exteriores que se enrutan a través deControl Central o de los VTRs de ingesta.



Esta grabación se realiza mediante un software específico AVID INTERPLAY CAPTURE a través de unos servidores de vídeo que automáticamente dan de alta el material en la base de datos del almacenamiento compartido, así el material puede empezarse a editar al minuto de comenzar la grabación. El nombre y bin de destino del material grabado se determinan con el software de ingesta, pudiendo programarse las grabaciones con antelación, de forma periódica o puntual, o bien realizarse de forma instantánea en función de la actualidad informativa. Con este software también se controlan los puntos de cruce de la matriz y las funciones de reproducción de los VTRs.

La matriz empleada en ingesta es un subconjunto de la matriz de Control Central. Dado el número limitado de señales a manejar y la necesidad de optimizar costes y equipamiento, en lugar de dotar a cada área de una matriz y luego interconectarlas va a usarse la misma para ambas áreas. El software de ingesta sólo operará sobre aquellos destinos propios como son los servidores de grabación o los VTRs.

El sistema de control de la ingesta se instala sobre dos servidores redundantes modelo AVID AS3000.

El software Interplay Capture incluye de origen licencias para 5 workstation y 5 canales de ingesta, aunque se puede trabajar directamente sobre los servidores. Se amplía con licencias para otros cinco canales de ingesta para poder manejar hasta 10 canales de ingesta simultáneamente, aunque en principio sólo se van a dotar servidores de vídeo para 8 canales. En nuestro caso se instalaría en los servidores y en las estaciones de trabajo instaladas en la ingesta, que formarán parte del grupo de trabajo INTERPLAY.

Presenta pantallas principales para la programación y supervisión de las grabaciones y ventanas auxiliares, que el operador puede presentar, ocultar y mover, y que complementan las funciones e información disponibles en las pantallas principales

Los servidores de vídeo de ingesta son AVID AIRSPEED 5000 MPEG2 HD, dos equipos con cuatro canales cada uno, lo que hace un total de 8 canales de ingesta. Por cada canal de servidor se cuenta con una entrada, una salida principal y una salida auxiliar de vídeo HD-SDI.

Cada uno de ellos presenta una capacidad de almacenamiento de media de 8 TB útiles, en un RAID 50 a partir de diez discos de 1 TB cada uno para la protección de la media. También por seguridad presentan conexiones de red, discos de arranque de sistema "mirrored" y fuentes de alimentación redundantes. Tanto las fuentes de alimentación como los drives de discos (media y sistema) pueden cambiarse en caliente en caso de fallo.

Son capaces de manejar diferentes formatos y resoluciones tanto en grabación como en reproducción: DV 25 (4:1:1 and 4:2:0), DV 50 (4:2:2), IMX 30 y 50, HDV 25Mbps, MPEG-2 HD 17.5, 35 (thin and full raster) y 50 Mbps. Admiten transferencias FTP en ambos sentidos de ficheros MXF OP1a.

La completa integración con INTERPLAY CAPTURE ofrece un manejo fiable de las señales y la programación de las grabaciones. La aplicación de Remote Console proporciona la capacidad de monitorizar y controlar los clips grabados, incluyendo su reproducción, marcaje de puntos de entrada y salida, creación de listas de reproducción, etc...desde un PC cualquiera de la red. El acceso se controla mediante usuario y contraseña para garantizar la integridad de la media y su uso.

Con los cambios tecnológicos que se han sucedido en el mercado audiovisual durante los últimos años, la mayor parte del material a ingestar estará ya en formato fichero, siendo la función de la ingesta darlo de alta en el sistema y transcodificarlo si viniera en un tipo de fichero no compatible con el sistema de noticias. Toda la ingesta de material procedente de cámaras ENG se hace así, puesto que ya graban en tarjetas de memoria de diferentes formatos, así como el procedente de colaboradores que llegará a través de INTERNET o red de datos privada.

También los programas coproducidos o encargados a otras productoras murcianas está previsto que lleguen en formato fichero, vía INTERNET o en un almacenamiento extraíble (memoria o disco USB), de forma que desde ingesta pasen al almacenamiento compartido y de ahí a continuidad y al archivo, pudiendo además usarse el material depositado en el almacenamiento para el montaje de promociones.

Hay dos estaciones de trabajo equipadas con todos los periféricos necesarios para esta función de ingesta de ficheros, workstations HP Z420 dotadas de una licencia de AVID NEWS CUTTER, para la consolidación del material sobre ISIS. Una de estas estaciones estará destinada por completo a la ingesta, y la segunda estará compartida con documentación y gestión de contenidos, pues fuera de los picos de demanda previos al informativo, con una sola unidad en ingesta será suficiente.

Una de ellas estará además equipada con un periférico con entradas y salidas en vídeo banda base AVID MOJO, para asegurar la ingesta desde todo tipo de orígenes, sobre todo de aquellos que sean originalmente HD y que no puedan grabarse directamente a través de los AIRSPEED.

Hay otro origen de contenidos que ha alcanzado gran auge en los últimos tiempos, que es INTERNET.

Algunos de estos contenidos pueden descargarse como ficheros y ser incorporados al sistema empleando un transcodificador como el que se describe posteriormente.

Pero hay otros contenidos como los que aparecen en redes sociales, páginas web, etc... que hay que capturarlos tal cual se muestran en el navegador. La forma más rápida y flexible de hacer esto es mediante el uso de un conversor a vídeo, bien externo o interno, incorporado a un PC ubicado en el locutorio, y conectado a la matriz de vídeo vía un conversor HDMI / HD-SDI.



De esta forma la navegación se graba como un vídeo más, está disponible de forma inmediata y puede editarse.

Los intercambios de noticias con otras televisiones FORTA hace ya tiempo que se realizan mediante ficheros sobre una red privada de datos. Al no ser aún HD, va a ser necesario transcodificar todo el material de los intercambios, en uno y otro sentido. Para la transcodificación de este y otro material diverso se contará con un HARMONIC PROMEDIA CARBON CODER. ProMedia® Carbon es una solución de transcodificación de ficheros que facilita la conversión de media a una gran variedad de formatos de grabación, edición y difusión broadcast, web y móvil.

Puede automatizarse gran parte de su funcionamiento mediante el uso de la utilidad "watch folders", mediante la cual cualquier nuevo fichero que aparezca en esa carpeta es detectado y procesado por el programa de acuerdo con las instrucciones determinadas para esa carpeta. Sólo hay que planificar la estructura de carpetas adecuada en función de las necesidades y establecer la forma de trabajo que maximice el aprovechamiento de estos recursos.

Como parte del AVID INTERPLAY PRODUCTION, pero destinado a la ingesta, tenemos el AVID INTERPLAY TRANSCODE SERVICES, un servicio en red que realiza de forma transparente al usuario, en el background del sistema, la transcodificación de la media entre diferentes formatos de archivo. Incluye una licencia de cliente de ISIS y se instala en su propio servidor. Permite manejar como un único asset diferentes resoluciones de un mismo contenido. Dada su integración con el sistema, puede iniciarse la edición de los materiales incluso antes de que termine la transcodificación completa del fichero.

Ingesta actúa también como sala de cambio de formatos, así que cuenta también con VTRs para el uso de material ajeno grabado en cinta o para poder volcar a cinta algún programa si fuera preciso. Buscando la máxima capacidad técnica, hay VTRs de los formatos más habituales en el mercado, DVCPRO HD y BETACAM DIGITAL.

Contarán con un panel específico de la matriz para poder enrutar las señales entre los diversos orígenes y destinos que se requieran para su trabajo.

ARCHIVO

Sistema de archivo multimedia TARSYS de TEDIA MEDIA, con usuarios nominales ilimitados, 6 sesiones simultáneas de consulta y catalogación y 14 más de sólo consulta, con doble almacenamiento en baja y alta resolución para facilitar la consulta de los materiales sin necesidad de ser descargados.

TARSYS presenta la ventaja esencial de manejar el mismo formato de archivo de media que el archivo histórico ".MXF OP1A" mientras que AVID ARCHIVE emplea ".MXF OP Atom", lo que implicaría la necesidad de transcodificaciones del material audiovisual para el intercambio entre ambos sistemas de archivo con las subsiguientes complicaciones.

Existe un almacenamiento intermedio (caché) entre el almacenamiento de trabajo de edición (AVID ISIS) y el almacenamiento en la librería, una caché en disco con una capacidad nominal de 24 TB en un chasis INFORTREND.

En cuanto al soporte físico del archivo definitivo, se ha adoptado por la última novedad tecnológica frente a la solución clásica de la librería de cintas de datos, como es la librería de discos. El almacenamiento en disco duro presenta las siguientes ventajas:

- Ilimitados accesos de lectura / escritura, limitados a un acceso por drive en el caso de las librerías de cintas.
- Tiempo de acceso a la media de 10 sg frente a 100 sg
- Menores problemas de mantenimiento al carecer de elementos mecánicos complejos como el brazo robotizado y los drives de lectura / escritura
- Actualización inmediata a soportes (discos) de mayor capacidad, sin necesidad de cambiar el tipo de drives como sucede con las librerías de cintas.
- Cualquier ordenador puede leer los ficheros de media alojados en cualquiera de los discos, el contenido íntegro del programa audiovisual sin los metadatos asociados que están alojados en la base de datos de TARSYS.

Se ha optado por una librería DAC ALTO II con 48 slots de discos, donde se alojarán discos duros de 6TB cada uno, lo que nos proporciona un almacenamiento disponible "on line" de hasta 288 TB. La librería de discos es ampliable mediante la adición de chasis adicionales de 80 slots cada uno. Los discos pueden sacarse e introducirse "en caliente".

El intercambio de materiales con el archivo histórico de RTRM se realiza a través de un servidor FTP

GRAFISMO Y POST-PRODUCCIÓN

Hay un sistema de edición para las producciones más elaboradas, equipada con editor AVID NEWS CUTTER más un interfaz AV.

Y también hay 3 equipos AVID NEWS CUTTER sólo software con en la redacción de informativos como apoyo al trabajo diario de los informativos.

El software de edición es el mismo en ambos casos, con las mismas características. Aparte de las funciones básicas de edición no lineal, su inclusión dentro de un entorno colaborativo con ISIS INTERPLAY y INEWS, añade nuevas capacidades al NEWS CUTTER como poder abrir una sesión de INEWS en su interior, accediendo de forma directa a las piezas e historias creadas por los redactores para darlas el toque final cuando sea necesario, y manteniendo el enlace entre texto y contenido audiovisual. Como los bins de la media no están asociados ni a usuarios ni a proyectos específicos, un montador puede abrir bins de otros proyectos o permitir acceso a los suyos incluso mientras trabaja con ellos



Y hay un puesto de grafismo y postproducción de alto nivel sobre una estación de trabajo equipada con una tarjeta interfaz de vídeo y audio BLACKMAGIC DECKLINK STUDIO y tiene licenciados los siguientes programas de edición y creación:

- Final Cut Studio v7 (Final Cut Pro 7, DVD Studio Pro 4, Motion 4, Color 1.5, Compresor 3.5, Sound TrackPro 3, MXF exSuite (Import/Export)).
- Adobe Creative Suite CS6 (Adobe Premiere Pro CS6, After Effects CS6, Photoshop CS6 Extended,
- Adobe Audition CS6, SpeedGrade CS6, Prelude CS6, Illustrator® CS6, Encore® CS6, Flash® Professional CS6, Media Encoder CS6, Bridge CS6) Avid Media Composer v6.5.

Hay un tercer puesto más sencillo sobre un MAC PRO, con sólo la ADOBE CREATIVE SUITE CS6 licenciada

SET ESCENOGRAFIA VIRTUAL

Se cuenta con un set de escenografía virtual en el plató 2 del centro de producción principal, donde un croma de obra cubre tres paredes y suelo. La iluminación está repartida para proporcionar una iluminación uniforme a toda la extensión del croma, donde podrían situarse varias personas

Este set puede ser empleado para grabaciones mediante cámara ENG que luego serán editadas y montadas en post-producción, o bien para la producción en directo.

Actualmente este set, sin ser desmontado, se encuentra cubierto con tres pantallas de vídeo unidas sobre las que se realiza un videomapping empleando sendos proyectores y un MAC PRO para la gestión de los gráficos a proyectar, creándose así un decorado adaptable para la grabación de diferentes programas

SISTEMAS ENG

Como elemento de dinamización del sector audiovisual murciano, CBM ha optado por encargar la mayor parte de los trabajos relacionados con la captación de imágenes. Por lo tanto, en lugar de comprar numerosas cámaras ENG contrata el servicio completo de grabación (equipo, operador y vehículo) con varias productoras a lo largo y ancho de toda la región de Murcia, buscando proveedores locales en cada comarca.

Cada una de estas productoras aporta el equipamiento que ya tenían o que han comprado gracias a los ingresos de esta contratación, trabajando con cámaras que graban sobre soportes distintos a la cinta magnética, normalmente algún tipo de tarjeta de memoria, estándar o propia del fabricante.

Para casos concretos y de especial importancia se cuenta además con dos cámaras ENG propias, Panasonic AJ-PX270, con todos los accesorios habituales.

ESTUDIOS Y CONTROLES DE REALIZACIÓN DE PROGRAMAS. REDACCIÓN Y EDICIÓN DE PROGRAMAS

Todos los programas no informativos van a producirse fuera del Centro de Producción principal. Algunos de ellos requerirán de plató y otros no, en función del formato de programa. Para una mejor comprensión hemos reunido en este epígrafe todos los sistemas relacionados con la producción de programas en lugar de dividirlos

En Murcia capital se tendrán dos centros de producción secundarios en las sedes de LA VERDAD TELEVISION (en adelante CENTRO DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS 1) y TELEVISION MURCIANA (en adelante CENTRO DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS 2), conectados con el centro principal a través de una red IP de intercambio de vídeo y de ficheros.

CENTRO DE PRODUCCION DE PROGRAMAS 1

Este antiguo centro de producción ubicado en el Camino Viejo de Monteagudo s/n se empleó para la realización de los informativos hasta que se completó la adecuación del nuevo edificio en Molina de Segura y la instalación de todo el equipamiento técnico necesario, asegurando así la continuidad de las emisiones en el momento de inicial del contrato, especialmente del elemento esencial del servicio público que son los informativos. Y posteriormente se mantuvo como centro de producción de programas no informativos, conectado al Centro de Producción principal mediante red de comunicaciones IP.

Está asignado por completo a la producción para 7TV REGION DE MURCIA

El edificio cuenta con un plató y control de realización en la planta baja, junto con peluquería y maquillaje, almacén, sala de equipos y otras áreas auxiliares en esa planta.

En la primera planta se encuentra un espacio de oficinas, con estaciones de trabajo de edición no lineal, así como una terraza para antenas.

Actualmente allí se encuentra el departamento de publicidad, así como varias productoras con contrato en vigor con CBM / 7TV REGION DE MURCIA para la producción o co-producción de programas no informativos, a los que CBM permite el uso de cualquier parte de las instalaciones y equipamiento que necesiten para su trabajo adicionales a los medios aportados por las propias productoras.



CENTRO DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS 2

Además, como segundo centro de producción de programas, se ha firmado un acuerdo con TELEVISIÓN MURCIANA, televisión con 19 años de implantación en la región, con una licencia de emisión TDT autonómica con cobertura en toda la Región de Murcia. Este centro de producción no es de uso exclusivo, sino que está compartido con los usos previos de TVM.

Cuenta con un plató para informativos junto a una redacción digitalizada más otro plató con capacidad para cuatro sets permanentes desde el que actualmente se están produciendo programas de cocina, deportes, toros y debates para su canal local.

Cuenta con un plató adicional con croma key, todos ellos con su correspondiente control de realización. Para la producción de los programas de 7TV REGION DE MURCIA ha actualizado sus sistemas de cámaras ENG, cámaras de estudio y control de realización, así como post-producción al estándar HD nativo con que 7TV REGION DE MURCIA produce toda su programación. También dispone de salas de post-producción, equipos ENG y otras áreas auxiliares como peluquería y maquillaje, almacenes, etc...



Además este centro es el centro nodal del sistema de comunicaciones IP que une todas las delegaciones y centros de producción con enlaces datos y vídeo en directo, al ser también la sede de la empresa de comunicaciones SELECT ASTERISCO que proporciona la infraestructura de dicha red de comunicaciones

DELEGACIONES

Para una mejor cobertura informativa de la Región se han establecido delegaciones de informativos, con medios técnicos y humanos bastantes en los municipios más importantes (Cartagena, Lorca, Caravaca de la Cruz, Yecla, San Javier), basándonos en televisiones locales ya existentes en los casos en que ha sido posible (TELECARTAGENA, COMARCAL TV, TELECARAVACA, TELEYECLA) a fin de aprovechar unos medios técnicos y humanos ya existentes.

En Madrid, en la sede del GRUPO SECUOYA en Alcobendas, se cuenta con los medios de WIKONO para el seguimiento de la actividad política, empresarial, social y cultural relacionada con la Región de Murcia que se desarrolle en la capital.

El material técnico básico de una delegación consta de dos cámaras ENG, una edición no lineal y microfonia de cable para la cámara, estando este material básico adscrito 100% a la producción de 7TV REGION DE MURCIA, y un teléfono móvil corporativo.

UNIDADES MÓVILES

Para contrato de 7TV REGION DE MURCIA CBM cuenta con dos unidades móviles de producción asignadas al 100% a este proyecto, una de ellas es también una unidad de transmisión, que se describen con detalle a continuación. En función de las necesidades y requisitos de los diferentes eventos a cubrir, además alquila las unidades de producción y de transmisión que sean necesarias para cumplir con los compromisos contractuales de la concesión.

Para las retransmisiones y conexiones en directo cuenta también con un enlace COFDM

UNIDAD MÓVIL 1 / DSNG

Unidad móvil de producción HD, propiedad de la empresa CBM, instalada sobre vehículo MERCEDES BENZ SPRINTER. Una furgoneta de carga acompaña siempre a esta unidad móvil para el transporte de los materiales.



Esta unidad móvil incorpora también un sistema de transmisión por satélite, para realizar retransmisiones en directo. También puede emplearse como unidad DSNG para conexiones en los informativos.

Cuenta con dos cadenas de transmisión, de forma que funcionan como un conjunto de dos redundantes entre sí o como dos que también pueden usar de forma independiente para la transmisión de dos señales diferentes sobre dos portadoras.

El equipamiento de vídeo de la unidad móvil es full HD 1080i50 en su totalidad. La unidad de producción audiovisual incorpora el siguiente equipamiento:

- 5 cadenas de cámara triax SONY HD: cámara HSC-100RT/4E, visor de estudio 7" HDVF-L750, CCU HSCU-300RT/4E, panel de control remoto RCP-1530/U
- 3 Ópticas estándar CANON KJ20X8,2 KRSD, 1 óptica angular CANON KJ10X4,5 1 óptica angular CANON F11X4.5B y 1 óptica tele CANON HJ40X10B con sus correspondientes kits de control. A distribuir entre las 5 cámara según los criterios de realización.
- 4 Trípodes CARTONI C20S y un trípode MILLER 2075, completos con todos sus accesorios.
- Mezclador de vídeo HD ROSS CARBONITE CF-224MM de 24 entradas y 2 M/E, con panel de control ROSS C2.
- Sistema de grabación multicámara y repeticiones HD-SDI NEWTEK 3PLAY 440-MS (4 entradas / 2 salidas) que forma parte de la dotación habitual de la unidad móvil y que se complementará con un segundo

sistema NEWTEK 3PLAY 425 (4 entradas / 2 salidas) para poder grabar simultáneamente las 5 cámaras y la señal de programa.

- Sistema de rotulación y grafismo LIVEXPERT LIVE CG BROADCAST, para rotulación e incrustación de gráficos en directo. Monitorado multipantalla
- Matriz HD-SDI ROSS NK-3G34 de 34 entradas y 34 salidas, con dos paneles de control RCP-NK1
- Sistema de generación de sincronismos, distribución audio y vídeo y embebedores / desembebedores de ALBALA INGENIEROS
- Procesador / conversor de vídeo BLACKMAGIC TERANEX 2D
- Grabador de vídeo HD-SDI sobre disco SSD BLACKMAGIC HYPERDECK STUDIO PRO 2
- DVD grabador con disco duro LGRH735T
- Mesa de sonido YAMAHA 01V Monitorado de audio YAMAHA MSP3
- Micrófonos dinámicos SENNHEISER e845 (2 uds), de solapa SENNHEISER MKE-40P (2 uds) y direccionales SENNHEISER MKH-416 (2 uds) y ME-66/K6 (5 uds). Para la captación del sonido ambiente del recinto se emplearían estos últimos, estando disponibles los demás por si fueran necesarios durante el desarrollo del evento.
- Matriz de intercom RIEDEL TNG-200 con paneles RIEDEL RSP-2318 y 3 belt-packs alámbricos RIEDEL PERFORMER C3
- Intercom inalámbrica con estación base WAVECOM 507y walkies MOTOROLA GP-340.
- Monitor y microauriculares SENNHEISER HMD-26-II para comentaristas Monitorado de seguimiento a situar en los controles y zona de camerinos del auditorio (3 monitores en diferentes ubicaciones a indicar por el cliente)
- Salida HD-SDI y SD-SDI para conectarse a otras unidades externas de grabación / transmisión.
- 3 Unidades de alimentación ininterrumpida, estando distribuida la carga eléctrica total de la unidad entre las tres unidades.
- 1 Grupo electrógeno interno para poder funcionar autónomamente si fuera necesario. Instalación eléctrica de la unidad preparada para conmutar entre una fuente externa de alimentación y el grupo electrógeno.
- Paneles de conexiones, carretes de cable triaxial, de audio, de vídeo y de alimentación, más todo tipo de accesorios y adaptadores habitualmente empleados en el trabajo de producción audiovisual en exteriores forman parte de la equipación estándar de la unidad móvil.

UNIDAD MÓVIL 2

Unidad móvil de producción HD, sin transmisión, con 4 cámaras tipo ENG conectadas vía cable coaxial.

El equipamiento de vídeo de la unidad móvil es full HD 1080i50 en su totalidad. La unidad de producción audiovisual incorpora el siguiente equipamiento:

Sistema Tricaster TCX850 para producción en directo con superficie de control. HD nativa, mezclador de vídeo de 24 canales con hasta 18 fuentes externas más fuentes internas como reproductores de vídeo, generador de textos y gráficos, animaciones, Built-in Web streaming.

Servidor de repeticiones NewTek 3Play 425 con 4 entradas y 2 salidas HD
 Matriz de video HD Blackmagic de 16x16
 Generador de sincronismos HD Blackmagic
 Monitorado técnico y de presencia
 Sistema de intercomunicación
 4 Cámaras Sony NX5 HD con disco duro adosado, baterías y accesorios, con tripode
 Mesa de audio digital Behringer de 32 canales
 Set de comentaristas con 2 micro+casco Sennheiser, mesa de mezcla para previo y distribuidor de cascos.



Sistema inalámbrico in-ear Samsung (pinganillo)
 Sistema inalámbrico de microfonía ENG Sennheiser (micro de mano, corbatero y receptor)
 Rack de 8 micros inalámbricos con 8 petacas, 8 corbateros y 2 diademas SAI y grupo electrógeno
 Conjunto de cableado.

ENLACE COFDM

La recepción de la unidad de radiofrecuencia de este enlace se encuentra en el pico de El Relojero, al que se tiene visión directa desde la mayor parte del territorio del municipio de Murcia, dentro del área de cobertura del enlace. Por potencia, se puede llegar a Relojero tanto desde el centro urbano como desde las pedanías.

Desde Relojero a la sede central de TVM existe un enlace de fibra por el que se traslada la señal desde el receptor a su centro nodal de comunicaciones, donde entrará en la red de comunicaciones IP que comunica los distintos centros de producción, de forma que esta señal estará disponible en el Centro de Producción de Informativos y en los Centros de Producción asociados de programas.



El hecho de que TELEVISION MURCIANA tenga torres de comunicaciones por toda la geografía, conectadas todas ellas con su sede central, permite colocar receptores en cualquiera de ellos para cubrir el área de interés en función de los eventos a cubrir en cada temporada, sobre todo en función del calendario de las fiestas populares. Los elementos transmisores van integrados en un vehículo tipo furgoneta para su transporte y operación.

MODELO DE CONECTIVIDAD

Tenemos un modelo de conectividad novedoso que va más de los habituales enlaces con el exterior. Se cuenta por supuesto con los habituales enlaces con la sede central de FORTA. También con los enlaces institucionales ya existentes con determinados edificios públicos. Y con las tradicionales unidades de transmisión por satélite.

Pero se cuenta con mucho más. Con una red de interconexión capilar que combina diversas tecnologías de acceso sobre una única red IP de alta capacidad y fiabilidad.

A través de la red técnica y centro nodal IP de SELECT ASTERISCO y de COTA se establecen y gestionan los enlaces con las delegaciones en la región, con los Centros de Producción de programas 1 y 2 y con las redes de cable que TVM y las otras empresas de cable integradas en la red de delegaciones explotan en la región de Murcia.

A través de estas redes de cable locales podrán realizarse conexiones en directo desde cualquier punto de la capital y de los demás municipios que cuenten con dicha infraestructura, mediante un equipo portátil, integrado en una mochila para ser portado por el equipo cámara / redactor con facilidad, con capacidad para modular la señal de audio y vídeo procedente de la cámara para inyectarla en la red de cable. A través de la red de cable llegará a la cabecera de la misma, donde será recuperada e inyectada a la red IP de interconexión, ser enrutada al centro nodal y de allí a cualquiera de los centros de producción

Se completará la cobertura de las zonas adonde no llegue el cable mediante el uso de enlaces COFDM y 4G, en función de la cobertura disponible en cada zona. El área de cobertura de los enlaces COFDM, se ve reforzada y ampliada por la existencia de numerosos puntos de interconexión a red IP, pues en cualquier centro de emisor de las empresas asociadas a este proyecto podrá colocarse un punto de recepción e inyectar la señal procedente del enlace a la red de comunicaciones IP, ser enrutada al centro nodal y de allí a cualquiera de los centros de producción

Más aún, ante la posibilidad de tener que realizar conexiones desde ubicaciones sin cobertura de ninguna de estas redes, como puede suceder en el caso de desastres naturales como inundaciones o incendios forestales, el equipo transmisor puede cambiar la conexión a redes de datos terrestres por una conexión a redes de datos vía satélite en banda Ka, señal que finalmente será recibida en el centro de producción en los mismos receptores que los enlaces 4G.

Esta infraestructura de enlaces se emplea tanto para los informativos, como para las retransmisiones, información deportiva y resto de programas que requieran conexiones en directo.

Se cuenta con equipos de transmisión (mochilas) para transmisión IP de vídeo y audio calidad HD codificado MPEG-4 mediante el uso simultáneo con balanceo y redundancia de hasta 4 accesos radioeléctricos 4G/3G/2,5G (módems incorporados): dos de ellos en informativos, cuatro en programas (disponibles para los especiales de informativos) y uno en cada delegación.

Y con un equipo de acceso a Internet por satélite en banda Ka con enlace permanente y sin booking para su utilización en zonas sin cobertura de redes terrestres, accesible desde las mochilas mediante punto de acceso WiFi integrado con el equipo.

El elemento técnico que permite inyectar la señal en la red de cable y recuperarla en el otro extremo es el equipo de movilidad SPack. El SPack está compuesto por dos sistemas bien diferenciados: módulo de recepción y módulo de transmisión

El módulo de transmisión (mochila) es la clave de la operatividad del sistema. Nos encontramos a primera vista con una mochila como las habituales de transporte de material de cualquier ENG. Exteriormente dispone de los sistemas de ventilación asistida de los laterales. Dentro de la mochila tenemos el cable modem para la conexión con las redes de cable y un PC compacto alimentado por dos baterías de 14.8V 100Wh y en el frontal del PC destaca la integración de la pantalla que hará las veces de monitor de campo.

El equipo de transmisión portátil permite enviar vídeo y audio desde cualquier lugar con cobertura móvil, wifi o conexión red de cable y conectada a cualquier cámara, sin necesidad de tener otro tipo de soporte.

El SPack puede ser controlado fácilmente y en todas sus funcionalidades por un operador de campo gracias a su interfaz intuitiva. Además, la unidad puede ser controlada de forma remota desde cualquier ordenador o utilizando una variedad de dispositivos móviles como iPhone, iPod Touch, Android y iPad. El sistema SPack también analiza las condiciones de los datos en el campo y recomienda automáticamente la configuración de vídeo más adecuado.

NORMAS DE PRODUCCIÓN DE SEÑALES

Dentro del Centro de producción de Informativos el intercambio de señales se realiza sin compresión alguna en señal electrónica HD-SDI, la interfaz sencilla de 1,5Gbit/s que forma parte de la RECOMENDACIÓN UIT-R BT.1120-8 de señales de alta definición para el trabajo en la producción audiovisual (SMPTE-292M, SMPTE- 372M y SMPTE-424M en la normativa americana) con audio digital embebido según la RECOMENDACIÓN UIT-R BT.1305.

En los dos Centros de Producción de Programas la interconexión interna es en señal digital de resolución estándar SDI, RECOMENDACIÓN UIT-R BT.601-A y RECOMENDACIÓN UIT-R BT.656-4 (SMPTE-259M en la normativa americana) con audio AES/EBU embebido.

Para el intercambio de ficheros, tanto entre equipos dentro del Centro de Producción como con sistemas externos como el Archivo Histórico de RTRM y el sistema de Intercambios de FORTA, se usan Ficheros XDCAM HD422 1080i50 encapsulado MXF, lo que evita la necesidad de transcodificación a otros formatos de ficheros para proceder a estos intercambios.

