



Aragón TV y la relación con sus productoras (2012-2014). El cumplimiento de la Disposición Adicional Segunda de la Ley Aragonesa 10/2012

Teresa Ojer
David Hernández
Universidad San Jorge

Palabras clave: Televisión autonómica, Aragón TV, productoras, modelo de negocio.

Introducción

El 29 de noviembre de 2013 los canales de televisión de la radiotelevisión valenciana cesaron sus emisiones por orden judicial. Canal 9, Canal 9 HD, Canal Nou 2 y Canal Nou 24 pasaron a negro. A continuación las radios asociadas a este ente público se silenciaron. Este cierre provocó el despido de 1.800 trabajadores y una deuda de 1.200 millones de euros.

Este acontecimiento fomentó aún más el debate que ha se había iniciado sobre las televisiones públicas autonómicas: ¿son necesarias este tipo de cadenas?, ¿se pueden sostener en el contexto de crisis que vive el país?, ¿el modelo de gestión es el adecuado?

Las últimas televisiones públicas autonómicas que han aparecido han apostado por un modelo de gestión basado en la externalización. Existen opiniones que consideran la externalización como un eufemismo de privatización y, en otro punto, están aquellos que consideran la externalización como una opción loable y vital para la supervivencia de dichas televisiones autonómicas.

La televisión autonómica aragonesa, Aragón TV, comenzó sus emisiones el 23 de abril del año 2006, convirtiéndose en una de las últimas televisiones autonómicas en aparecer en el mercado español, implantando la externalización como modelo de gestión. Este hecho junto con sus altos resultados de audiencia la han situado como un referente en cuanto a televisiones públicas autonómicas se refiere en España.

La comunicación que aquí se presenta pretende, por un lado, conocer en profundidad el modelo de gestión de Aragón TV y estudiar el tipo de empresas que generan sus contenidos. Y, por otro lado, demostrar si Aragón TV cumple con la Disposición Adicional Segunda que se recoge en la Ley 10/2012, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas de la Comunidad Autónoma de Aragón y que modificó la Ley 8/1987, de 15 de abril, de creación, organización y control parlamentario de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión. En la Disposición Adicional Segunda se indica que Aragón TV debe:

“favorecer la puesta en marcha de nuevos formatos, programas y la consolidación de empresas y profesionales que desarrollan su actividad en el



sector audiovisual en Aragón. Asimismo, se colaborará con la industria audiovisual aragonesa a fin de fomentar su competitividad".

Por lo tanto, comprobar si Aragón TV fomenta la participación de empresas aragonesas proveedoras de contenidos televisivos.

La investigación comprende el período de 2012 a 2014, años en los que está en vigor dicha Disposición.

Para alcanzar los objetivos de estudio, la metodología empleada contempla la revisión de literatura académica sobre la gestión de las televisiones públicas, el estudio de memorias internas de la propia cadena y documentos públicos que Aragón TV difunde, así como los informes mercantiles de las productoras que trabajan y han trabajado para Aragón TV durante el período de estudio. Además, la investigación se enriquece con las entrevistas mantenidas con los responsables de distintos departamentos de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

La estructura de la comunicación contempla un primer apartado donde se analiza el surgimiento del modelo de televisión autonómica en España y la evolución de su gestión. A continuación, se trata el caso de estudio de Aragón Televisión en el que se narrará el contexto de su nacimiento y su relación con las productoras generadoras de contenido. En el tercer apartado se dará respuesta a los temas nucleares de esta comunicación, donde se analizarán las empresas que crean los programas de la cadena autonómica aragonesa y se verá si Aragón Televisión fomenta el sector audiovisual aragonés. Finalmente en las conclusiones, se atenderá a los datos más relevantes obtenidos de la investigación.

1. El modelo de las televisiones autonómicas españolas

El modelo de televisión autonómico en España es singular en el contexto europeo, puesto que no encontramos en otros países de nuestro entorno referencias en las que los gobiernos autonómicos gestionen televisiones públicas (Hernández-Secorún, 2015: 7-35). Para entender esta particularidad del sistema mediático español, es necesario revisar ciertas cuestiones históricas, políticas, sociales, legales y económicas; ya que el nacimiento de las televisiones autonómicas está ligado a la organización territorial surgida a partir de la Constitución Española de 1978.

En España, con el inicio de la democracia se intenta vertebrar la estructura autonómica donde la dejó la II República. Hay dos artículos clave en la Constitución Española de 1978 que distinguen la manera de conseguir la consideración de comunidad autónoma. Por un lado, está la autonomía de "vía rápida" y, por otro, la autonomía de "vía lenta" (con menos competencias), dependiendo de si el territorio es considerado como una nacionalidad histórica o no.

La Constitución Española se encarga de regular esto entre los artículos 143 y 151. En el artículo 143 se reconoce el derecho a la autonomía¹ y se especifican los

¹ Artículo 143 de la CE: 1. En el ejercicio del derecho a la autonomía reconocido en el artículo 2 de la Constitución, las provincias limítrofes con características históricas, culturales y económicas comunes,



criterios que se deben cumplir para constituirse. Por otro lado, el artículo 151 en su punto primero hace referencia al aumento de competencias². Pero la clave de por qué unas comunidades se formaron antes que otras se encuentra en la disposición transitoria segunda de la Constitución donde se recoge que

“los territorios que en el pasado hubiesen plebiscitado afirmativamente proyectos de Estatuto de Autonomía y cuenten, al tiempo de promulgarse esta Constitución, con regímenes provisionales de autonomía podrán proceder inmediatamente en la forma que se prevé en el apartado 2 del artículo 148”.

Por lo tanto, las comunidades autónomas que durante la II República promulgaron sus Estatutos de Autonomía podían constituirse por la “vía rápida”, las cuales fueron: Cataluña, País Vasco, Galicia y Andalucía. Cataluña promulgó y ejecutó su Estatuto de Autonomía republicano en 1932. País Vasco en 1936 con la Guerra Civil iniciada y con un Gobierno que solo duró un año. El Estatuto gallego fue redactado y aprobado en 1936, pero debido a la Guerra Civil jamás llegó a entrar vigor. En el caso andaluz no existió durante la II República un texto aprobado, promulgado y efectivo, pero sí que existieron borradores y trabajos previos desde principios de los años 30 hasta el comienzo de la Guerra. Los casos de Aragón y Valencia son singulares ya que la redacción y formación de sus Estatutos de Autonomía durante la II República se realizaron con la Guerra Civil ya en desarrollo (Anguera, Beramendi y De la Granja, 2001: 126-127).

Las comunidades autónomas que se establecieron por la “vía rápida”, además de la redacción de sus Estatutos de Autonomía también alegaban otros motivos, como sentimientos de identidad diferentes a los de otras comunidades, así como la existencia de un idioma distinto y cooficial al castellano en algunos de esos territorios. La formación de las autonomías es clave para entender las razones por las que unas televisiones autonómicas pudieron crecer antes que otras. Así, los gobiernos autonómicos justificaron la necesidad de la creación de las televisiones autonómicas amparados en la preservación de su cultura y la emisión de contenidos de proximidad en su propio idioma (en el caso de aquellas comunidades que lo

los territorios insulares y las provincias con entidad regional histórica podrán acceder a su autogobierno y constituirse en comunidades autónomas con arreglo a lo previsto en este Título y en los respectivos Estatutos. 2. La iniciativa del proceso autonómico corresponde a todas las Diputaciones interesadas o al órgano interinsular correspondiente y a las dos terceras partes de los municipios cuya población represente, al menos, la mayoría del censo electoral de cada provincia o isla. Estos requisitos deberán ser cumplidos en el plazo de seis meses desde el primer acuerdo adoptado al respecto por alguna de las Corporaciones locales interesadas. 3. La iniciativa, en caso de no prosperar, solamente podrá reiterarse pasados cinco años.

² Artículo 151.1 de la CE: No será preciso dejar transcurrir el plazo de cinco años, a que se refiere el apartado 2 del artículo 148, cuando la iniciativa del proceso autonómico sea acordada dentro del plazo del artículo 143, 2, además de por las Diputaciones o los órganos interinsulares correspondientes, por las tres cuartas partes de los municipios de cada una de las provincias afectadas que representen, al menos, la mayoría del censo electoral de cada una de ellas y dicha iniciativa sea ratificada mediante referéndum por el voto afirmativo de la mayoría absoluta de los electores de cada provincia en los términos que establezca una ley orgánica.

tuvieran). De hecho, estos motivos fueron expuestos en las leyes que legislaban los diferentes entes autonómicos.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto, cuando la Ley 4/1980 de Estatuto de la Radio y la Televisión (Estatuto de RTVE) ya contemplaba la gestión de un canal autonómico por parte de las comunidades autónomas al amparo del artículo 149.1.27 de la Constitución, tanto País Vasco como Cataluña comenzaron a realizar gestiones para crear su propia televisión autonómica.

Así, la primera televisión autonómica en surgir fue ETB en el País Vasco al amparo de la Ley 5/1982 de creación del Ente Público Radio Televisión Vasca que recogía en su preámbulo que uno de los cometidos principales de la televisión autonómica era “el fomento y difusión de la cultura vasca, teniendo muy presente el fomento y desarrollo del euskera”. Esto se hacía fehaciente en el artículo 3 donde se esgrimían los principios que debía tener el canal autonómico y que en el punto h se recogían como “la promoción de la cultura y lengua vasca”.

A partir de 1983, con la publicación de la Ley del Tercer Canal, texto legal de referencia para las televisiones autonómicas en España, nacieron el resto de televisiones autonómicas. Y los primeros entes coinciden con las primeras comunidades autónomas que redactaron sus Estatutos de Autonomía. De ahí que tras ETB naciera la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió de acuerdo a la Ley 10/1983 (Carreras i Serra, 1987: 114)³ y en 1985 la Radio-Televisión de Galicia (RTVG). El nacimiento de la televisión andaluza, madrileña y valenciana completa el “grupo histórico de televisiones autonómicas” en 1989, cuando comienzan las primeras emisiones de Canal Sur, Telemadrid y Canal 9 respectivamente. En ese año ETB y TV3 ya comienzan a emitir contenidos en su segundo canal, acción que también realizaría Canal Sur pero en 1998 (Guimerá y Blasco, 2012: 34-35).

Con la Televisión Digital Terrestre preparándose fueron hasta un total de siete comunidades autónomas las que crearon sus televisiones autonómicas. Televisión Canaria comenzó sus emisiones en el año 1999, Castilla-La Mancha TV en 2001, en 2005 aparece Canal Extremadura TV, A7 en Asturias e IB3 en las Islas Baleares; un año después nacieron Aragón Televisión y 7RM en la Región de Murcia.

Los autores Guimerá y Blasco (2012) proponen una primera clasificación teniendo en cuenta la cronología transcurrida en la creación de los entes televisivos de cada comunidad autónoma y que dividen sus televisiones en tres grupos: Televisiones autonómicas pioneras, televisiones autonómicas socialistas y

³ Esta Ley fue revisada, actualizada y derogada hasta la promulgación en 2007 de la Ley 11/2007 de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Sorprende que en la Ley 10/1983 no se recoja en ningún artículo los principios básicos por los que se crea la Corporació, ni se incida en la necesidad de mostrar la identidad cultural o la promoción de la lengua catalana. Este aspecto sería recogido muy brevemente en el artículo 22.3 la Ley 11/2007 donde se afirma que “la lengua institucional para prestar el servicio público de comunicación audiovisual de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales es el catalán”. Es la Ley 22/2005 de la Comunicación Audiovisual de Cataluña, en su artículo 26.3, la que recoge en profundidad la necesidad de “promoción, conocimiento y la difusión de la lengua y la cultura catalanas” como competencia de la Generalitat. Además promulga también la defensa del aranés y el refuerzo de la identidad nacional (Azurmendi, López y Manfredi, 2012).

televisiones autonómicas digitales. En este texto se ha decidido ampliar esta tabla añadiendo la comunidad autónoma a la que pertenece el operador y en qué año se proclama el primer Estatuto de Autonomía de dicha comunidad. De esta manera podemos comparar cómo en muchos casos se cumple que las primeras comunidades en tener Estatuto de Autonomía son las primeras en tener televisión pública autonómica.

Tabla 1: Las televisiones autonómicas españolas					
Periodo	CCAA	1º Estatuto	Ente	Canal principal	1ª emisión
Televisiones autonómicas pioneras	País Vasco	1979	Euskal Irrati Telebista	ETB	1982
	Cataluña	1979	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	TV3	1983
	Galicia	1981	Compañía de Radio/Televisión de Galicia	TVG	1985
Televisiones autonómicas socialistas	Andalucía	1981	Radiotelevisión de Andalucía	Canal Sur	1989
	Comunidad de Madrid	1983	Radiotelevisión de Madrid	Telemadrid	
	Comunidad Valenciana	1982	Radiotelevisió Valenciana	Canal 9	
Televisiones autonómicas digitales	Canarias	1982	Radiotelevisión Canaria	Televisión Canaria	1999
	Castilla-La Mancha	1982	Radio y Televisión de Castilla-La Mancha	CMT	2001
	Principado de Asturias	1981	Radio Televisión del Principado de Asturias	A7	2005
	Islas Baleares	1981	Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears	IB3	
	Extremadura	1983	Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales	Canal Extremadura TV	
	Región de Murcia	1982	Radiotelevisión de la Región de Murcia	7RM	2006
	Aragón	1982	Corporación Aragonesa de Radio y Televisión	Aragón Televisión (Aragón TV)	

Fuente: Elaboración propia a partir con datos de Guimerá y Blasco (2012)

Como se puede observar en la tabla anterior, el año de creación de los entes autonómicos fue muy dispar, existiendo hasta 24 años de diferencia entre el nacimiento de ETB (1982) y de Aragón TV (2006). Aunque la justificación de los gobiernos autonómicos para gestionar este tipo de televisiones ha sido prácticamente la misma a lo largo del tiempo: preservación y fomento de la cultura de la región, emisión de contenidos de proximidad que no proporcionaban los medios nacionales y difusión de programas en su propio idioma -en aquellas comunidades donde existiera-; los modelos de gestión se han diferenciado dependiendo del momento de creación de la corporación.

Los modelos de gestión entre los que han oscilado las televisiones autonómicas se pueden situar entre los de producción propia o el extremo contrario modelos de producción ajena.

Siguiendo a Guerrero (2010: 200-202), dentro de la modalidad de producción propia también se pueden distinguir la producción propia interna y la producción propia externa, atendiendo a los diferentes acuerdos de colaboración entre el canal y las productoras. La producción propia interna se refiere a la creación de contenidos íntegramente por el canal de televisión. Sin embargo, la producción propia externa es aquella en la que trabajan conjuntamente el canal y la productora aportando entre ambos los medios necesarios para hacer realidad el contenido televisivo. Dependiendo de los grados de aportación de la productora y el canal a la generación del contenido se pueden distinguir tres modalidades: producción propia externa financiada, producción propia externa delegada y coproducción (Guerrero, 2010). En todos estos casos el canal es el responsable del producto y por lo tanto tiene control sobre él.

Por otro lado, la producción ajena se refiere a la producción de contenidos por parte de una productora cuyos derechos de emisión compra el canal. De esta manera, el canal no tiene capacidad de producción sobre el contenido y solo decide sobre su compra y programación en la parrilla.

Es casi imposible encontrar modelos de gestión de televisiones autonómicas que obedezcan o a un modelo de producción propia interna o a un modelo de producción que combine la producción propia externa con la ajena, también llamado modelo de externalización. Las cadenas autonómicas se caracterizan por considerar varias formas de producción de contenidos, aunque sí que se pueden distinguir modelos autonómicos que se caracterizan más por su mayor grado de producción propia interna o por combinar el modelo de producción propia externa y ajena.

Así, las cadenas autonómicas pioneras se caracterizaron principalmente por modelos de producción propia interna (ETB, TV3, TVG, Canal Sur, Telemadrid y Canal 9). Ello conlleva la ventaja del control sobre el contenido, pero por el contrario los costes de producción y los salarios de los empleados son muy altos.

El modelo de gestión de producción propia interna o incluso la existencia de las televisiones autonómicas comenzó a cuestionarse con la recesión económica en el año 2008 (El País, 2013a). Y con el agravamiento de la crisis, en 2013 algunos políticos afirmaron que la solución al problema de las televisiones autonómicas pasaba por su cierre o privatización (El Plural, 2013). El 29 de noviembre de ese mismo año cesó por primera vez sus emisiones una televisión pública autonómica: Radiotelevisió Valenciana (El País, 2013b). La Comunidad Valenciana no superó una serie de expedientes de regulación de empleo y por orden judicial, tras la intervención de la policía, Canal 9, Canal Nou 2, Canal Nou 24 y Canal 9 HD, así como las emisoras de radio del ente, dejaron de emitir provocando el despido de unos 1.800 trabajadores y una deuda de unos 1.200 millones de euros (Huffington Post, 2013; El Economista, 2014). La plantilla de la corporación valenciana contemplaba más trabajadores que Antena 3, Telecinco y LaSexta juntos (El País, 2011).

Pero antes de que llegara la crisis y se pusiera en duda el modelo autonómico de televisión, hubo canales que decidieron externalizar parte de sus contenidos, como la televisión canaria en el año 2000. Y las últimas televisiones autonómicas que se crearon (7RM y Aragón TV), se basaron en la externalización como modelo predominante.

La externalización ha sido duramente criticada ya que se cree que con este modelo las televisiones públicas pierden su esencia. No obstante es necesario recordar que aunque una televisión combine la producción propia externa y la producción ajena, no significa que pierda el control sobre los contenidos. De hecho, las principales razones que han tenido las televisiones autonómicas para decantarse por este modelo es la mayor sostenibilidad de las corporaciones, donde no es necesario mantener plantillas sobredimensionadas y se pueden adecuar mejor los presupuestos a la producción de contenidos audiovisuales (Fernández-Quijada, 2009: 67).

También los aspectos legales han influido en fomentar el modelo de externalización de las cadenas autonómicas, aunque hayan ido por detrás de la realidad. Como ya se ha indicado, la televisión canaria comenzó con su modelo de externalización en 2000, sin embargo la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual en el artículo 40.1, prohibía expresamente a

“los entes que presten el servicio público de comunicación audiovisual [...] ceder a terceros la producción y edición de los programas informativos y de aquellos que expresamente determinen los mandatos marco que para cada ente se aprueben en desarrollo del marco competencial correspondiente”.

Es decir, se prohibía la externalización de los servicios informativos, cuando muchas televisiones autonómicas ya tenían estos contenidos externalizados, aunque no se comentaba nada del resto de programas. Con el avance de la crisis, el Gobierno se vio obligado a promulgar la Ley 6/2012 que

modificaba parte de la Ley 7/2010. Esta modificación eliminaba la prohibición de externalizar los servicios informativos y abría incluso la posibilidad de privatización de las televisiones autonómicas.

Como se ha visto en este apartado, el modelo de televisión autonómico está ligado a la vertebración del territorio español en comunidades autónomas con diferentes culturas e incluso idiomas. Las principales razones para el surgimiento de los entes autonómicos han sido las mismas a lo largo de los años: proteger y fomentar el sentimiento de identidad regional, emitir contenidos de proximidad y, en aquellos territorios donde hubiera una lengua diferente y cooficial al español, difundir contenidos televisivos en ese idioma. Sin embargo, la manera de gestionar los canales autonómicos sí que ha variado a lo largo del tiempo. Mientras que las primeras corporaciones se decantaron, en mayor medida, por un modelo de producción propia interna; las corporaciones que surgieron en los últimos años ante la experiencia de las pioneras y la acuciante crisis les hizo decantarse por un modelo económico más sostenible que combina principalmente la producción propia externa con la ajena, modelo de externalización.

2. Aragón Televisión y su modelo de gestión

El origen de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión se encuentra en la Ley 8/1987 de 15 de abril, de creación, organización y control parlamentario de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión. El texto recoge todos aquellos aspectos necesarios para crear tanto la televisión como la radio pública aragonesa.

Es una ley inspirada en el Estatuto de RTVE, y por ello coincide en muchos puntos. Hay que observar que dicha Ley data de 1987 pero Aragón TV, Aragón Televisión en sus inicios, no comienza sus emisiones hasta el 23 de abril de 2006. El debate sobre la necesidad o no de si Aragón debía tener una televisión y una radio autonómica pública se alargó en el tiempo hasta un total de 19 años⁴.

Siguiendo la obra de referencia *La radio y la televisión local en Aragón* de Sabés (2002: 99-138), tras la aprobación de la Ley 8/1987 el Gobierno de Aragón encarga distintos informes previos para observar la viabilidad del proyecto. Durante este primer intento de apertura de la televisión aragonesa se pierde más tiempo en tomar decisiones políticas que en las propias decisiones técnicas.

⁴ Para conocer en profundidad el debate de la creación de la televisión pública aragonesa se recomiendan las siguientes lecturas: *Parto Interruptus* de Alonso (1992) y *Aragón, comunidad imaginada* de Guillén (2001). Asimismo es de vital importancia por su trabajo metódico la lectura de *La radio y la televisión local en Aragón* de Sabés (2002: 99-138). En concreto en su capítulo segundo, se recoge cronológicamente cómo se fue redactando la Ley y todas las dificultades que hubo en el camino de la creación de la televisión autonómica de Aragón. Hay que señalar que la monografía es el del año 2002, momento en el que se reabre el debate y comienza a cimentarse la televisión autonómica aragonesa que conocemos hoy en día.

Sabés (2002) continúa narrando que entre los años 1990 y 1994 el debate acerca de la necesidad y la viabilidad de la televisión pública aragonesa es intenso. Los diputados del Partido Aragonés (PAR), con José Ángel Biel a la cabeza son los que realizan una apuesta más fuerte por ella. Sus compañeros de Gobierno del Partido Popular (PP) ponen permanentemente en duda la viabilidad del proyecto. Durante este periodo de tiempo se construyeron las infraestructuras del Centro de Producción Audiovisual (CPA) Actur. Al final se utilizó la televisión autonómica como un arma política que acabó con una moción de censura del PSOE contra el Gobierno del PAR y del PP. Un tráfuga, Emilio Gomáriz (PP), es el que da las llaves del Gobierno a José Marco (PSOE). El proyecto de televisión autonómica quedó paralizado y en 1996 se concede al Grupo Rey la explotación de las instalaciones del CPA Actur.

Como comenta Sabés (2002), ya en el año 2000, y a causa de la implantación en el horizonte de la TDT, se reabre el debate sobre si ese es verdaderamente el momento en el que debe retomarse el proyecto. Ya en 2003 Chunta Aragonesista (CHA) vuelve a incidir en que la televisión pública se puede llevar a cabo siempre que el Gobierno tenga voluntad de crearla. Las herramientas legales e incluso las infraestructuras ya estaban realizadas en algunos casos desde hace dieciséis años (El Periódico de Aragón, 2003)

Definitivamente el arranque de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión se hizo en dos fases. La primera el 18 de Agosto 2005 con las primeras emisiones de Aragón Radio. La segunda con la primera retransmisión deportiva. El 25 de febrero de 2006 se emitió el partido de fútbol del Campeonato Nacional de Liga que enfrentaba al Real Zaragoza contra el F.C. Barcelona (Aragón TV, 2006). Previamente se habían emitido imágenes de municipios aragoneses.

Un día señalado por la festividad de San Jorge, patrón de Aragón, el 23 de abril de 2006 se considera la fecha de inauguración de Aragón TV, en ese momento conocida como Aragón Televisión. Es en ese día cuando comienzan con una programación regular que se ampliaría en el mes de mayo del mismo año. Aragón TV nace en un contexto de fragmentación del sector con la aparición de la TDT que multiplica la oferta televisiva. Con el paso de los años Aragón TV se va convirtiendo en un eje de referencia tanto en el mundo de las televisiones públicas autonómicas como para la sociedad aragonesa. En sus casi ocho años de historia Aragón TV se ha situado en la segunda televisión pública autonómica más vista, solo por detrás de la catalana TV3 (Aragón Digital, 2013).

El año 2005, año de nacimiento de Aragón TV, es un tiempo en el que es vital para las televisiones autonómicas seguir un modelo sostenible de gasto. En ese año empiezan a verse los efectos que tienen televisiones con plantillas sobredimensionadas que han soportado todo el peso de su producción. Las principales repercusiones se resumen en un gran gasto difícilmente asumible por los gobiernos autonómicos. Por ello, Aragón TV tiene la ventaja de contar con los ejemplos de sus homólogas en otras comunidades y opta por la externalización.

Externalización entendida como un modelo de gestión de televisión que consiste en sacar a concurso público lotes de horas que deben ser suministrados por una empresa externa a la cadena. Además, este requisito es obligatorio según el Real



Decreto Legislativo 3/2011 de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, que obliga a entidades públicas, como Aragón TV, a sacar a concurso contratos mayores a 18.000€⁵.

También es conveniente señalar que el modelo de Aragón TV no es un modelo externalizado al cien por cien en cuestión de producción de contenidos, ya que como veremos algunos de ellos son producidos por trabajadores contratados por la propia Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

La televisión aragonesa divide sus contenidos en cuatro grandes grupos que son producidos de manera diferente, atendiendo a la clasificación de Guerrero (2010). Así, informativos y deportes son considerados de producción propia interna; los programas de entretenimiento seguirían un modelo de producción propia externa y, tanto la ficción como los anuncios publicitarios se asociarían a un modelo de producción ajena. Esta clasificación, así como la información que se detalla a continuación, ha sido obtenida gracias a las entrevistas de los autores con miembros del departamento de Administración y Finanzas y del departamento de Marketing y de Comunicación de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

2.1. Informativos y deportes (producción propia interna)

Son todos aquellos contenidos que tienen que ver con el periodismo, bien de cara a realizar los partes informativos o a la generación de programas de reportajes. En el caso de los deportes se refiere a todos aquellos programas periodísticos que tienen el deporte como eje temático así como las retransmisiones deportivas. Ejemplos: Aragón Noticias 1 y Aragón Noticias 2, Objetivo, Entrevista con... o Zona Basket.

Si atendemos el pliego de condiciones técnicas del concurso que se incluye en el Expediente NEG. 5/8/2011 TVAA observamos una peculiaridad:

“La Televisión Autónoma de Aragón S.A. (TVAA SA) es a todos los efectos el Productor, Editor, y Difusor de todos los programas que se detallan en este pliego. Corresponde por tanto a TVAA SA la dirección, coordinación y supervisión de todas las labores relacionadas con los programas informativos y deportivos de la cadena. El suministro de materiales para la producción de los espacios informativos y deportivos se llevará a cabo bajo la aprobación y

⁵ Artículo 138. Procedimiento de adjudicación. 1. Los contratos que celebren las Administraciones Públicas se adjudicarán con arreglo a las normas del presente Capítulo. 2. La adjudicación se realizará, ordinariamente, utilizando el procedimiento abierto o el procedimiento restringido. En los supuestos enumerados en los artículos 170 a 175, ambos inclusive, podrá seguirse el procedimiento negociado, y en los casos previstos en el artículo 180 podrá recurrirse al diálogo competitivo. 3. Los contratos menores podrán adjudicarse directamente a cualquier empresario con capacidad de obrar y que cuente con la habilitación profesional necesaria para realizar la prestación, cumpliendo con las normas establecidas en el artículo 111. Se consideran contratos menores los contratos de importe inferior a 50.000 euros, cuando se trate de contratos de obras, o a 18.000 euros, cuando se trate de otros contratos, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 206 en relación con las obras, servicios y suministros centralizados en el ámbito estatal. 4. En los concursos de proyectos se seguirá el procedimiento regulado en la sección 6ª de este Capítulo.

supervisión de TVAA SA como único responsable de la línea editorial de dichos programas”.

Por tanto podemos deducir que la empresa a la que se le concede el concurso solo tiene que proporcionar el material para llevar a cabo los programas y que tanto las labores de producción, edición y difusión del programa corren a cargo de Aragón TV. Todas aquellas labores de decidir qué contenidos son susceptibles de aparecer en pantalla son competencia exclusiva de la televisión autonómica y no de la productora.

Además, se explica perfectamente a qué se refiere la cadena cuando habla de material informativo

“el material audiovisual de contenido informativo redactado, en bruto, preproducido, grabado, directo o posproducido que deberá ser entregado a TVAA SA, en el formato que ésta determine, para la producción de los espacios informativos y deportivos de la cadena”. (Expediente NEG. 5/8/2011 TVAA).

Los medios materiales como pueden ser, cámaras, trípodes, vehículos, micrófonos, grabadoras, etc. corren a cargo de la empresa adjudicataria además del personal humano como pueden ser redactores o personal de recursos humanos.

2.2. Programas de entretenimiento (producción propia externa)

Los programas de entretenimiento de Aragón TV son aquellos que hablan en mayor o menor medida sobre Aragón. Desde el folclore hasta los comercios de la comunidad, desde sus habitantes en su territorio hasta los aragoneses que viven en el extranjero. Como por ejemplo: *Sin Ir Más Lejos*, *La Madriguera*, *Cuidate+*, *El Mostrador*, *Por Amor Al Arte*, *Comunidad Sonora...* La producción de este tipo de programas entroncaría con el tipo de producción propia externa.

En el caso de este tipo de contenidos existen dos vías para que empresas televisivas lleguen a producirlos. La primera de las vías consiste en presentar una propuesta de programa a través de una “biblia” de programa o de un programa piloto que sea aprobado por la cadena. Ambas entidades (productora y cadena) se pondrán de acuerdo en cómo se va a realizar la producción de ese programa y se llegaría a un acuerdo. Otra de las formas es a través de un contrato público en el que una productora es la adjudicataria de una licitación y se le exige una serie de horas de producción. Dentro de este sistema existe la posibilidad de subcontratación. Esta se produce cuando los adjudicatarios del contrato público no tienen medios propios suficientes para realizar esos contenidos y se subcontrata a otra empresa para que lo haga por ella.

2.3. Ficción (producción ajena)

Cuando Aragón TV habla de ficción se refiere a todos aquellos contenidos que emite al adquirir sus derechos de emisión. Todo ello viene a través de distribuidoras y

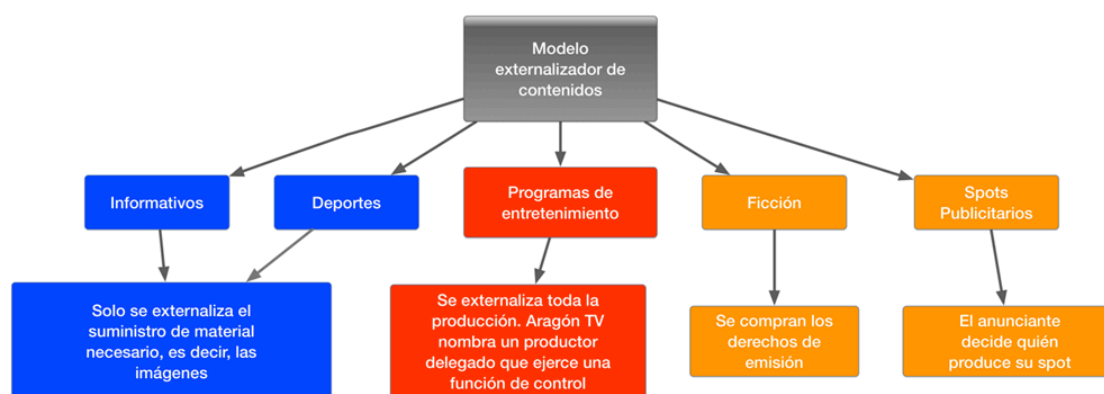
de las compras conjuntas que se realizan con FORTA. Por lo tanto, se consideraría un modelo de producción ajena.

2.4. Anuncios (producción ajena)

Es el contenido que menos tiempo ocupa en la parrilla y simplemente ejerce una labor financiadora. Sin estos contenidos la televisión autonómica de Aragón perdería una de sus fuentes de financiación. La ejecución de los anuncios depende de cada anunciante, pueden recurrir a una productora cualquiera o pedir a alguna de las productoras que trabajan para Aragón TV que le realicen el spot.

Una vez descrito el modelo de gestión de Aragón TV, en la siguiente figura se facilita de manera visual la explicación del modelo externalizador de la cadena autonómica. Así, los programas informativos y deportivos se corresponderían con una producción propia interna de la cadena, donde las productoras solo suministrarían las imágenes en bruto y el personal de la cadena tendría que realizar el resto de funciones para crear el programa. En los programas de entretenimiento, la cadena solo intervendría a través del productor delegado en labores de control del contenido (producción propia externa) y, por último, tanto la ficción como los spots publicitarios seguirían un modelo de producción ajena.

Figura. Modelo externalizador de Aragón TV



Fuente: elaboración propia.

3. El fomento del sector audiovisual por Aragón Televisión

Una vez observados el nacimiento y modelo de gestión de Aragón TV, en el siguiente epígrafe se pretende analizar el tipo de empresas que generan contenidos para Aragón TV y si la cadena autonómica aragonesa fomenta la participación de productoras aragonesas en la realización de sus contenidos. Este análisis se realizará durante el período de 2012 a 2014, ya que son los años en los que se debe cumplir con la Disposición Adicional Segunda de la Ley 10/2012.

La Ley 10/2012, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas de la Comunidad Autónoma de Aragón entra en vigor en 2012 y modifica la Ley 8/1987 de Creación de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión. En la Disposición Adicional Segunda de la Ley 10/2012 se establecen los objetivos generales para la prestación del servicio público de comunicación audiovisual en su modalidad televisiva. Entre ellos se recoge que la televisión deberá:

“favorecer la puesta en marcha de nuevos formatos, programas y la consolidación de empresas y profesionales que desarrollan su actividad en el sector audiovisual en Aragón. Asimismo, se colaborará con la industria audiovisual aragonesa a fin de fomentar su competitividad”.

De esta manera, para valorar si Aragón TV cumple con dicha norma legal, se creará una relación de las productoras que han trabajado en el período 2012-2014 para Aragón TV y han intervenido en la creación de la producción propia externa de la cadena. La identificación de estas productoras ha sido posible gracias a la información proporcionada desde la propia Corporación Aragonesa de Radio y Televisión, tanto de su departamento de Administración como el de Comunicación. Una vez identificadas las productoras se ha estudiado su razón social, domicilio social, registro mercantil en el que está inscrita la empresa, identidad de sus socios, número de trabajadores, programas que han hecho para Aragón TV y el estado de sus cuentas de resultados. Estos datos se han podido conocer gracias a la consulta de sus informes mercantiles depositados en el registro mercantil. A través de estos datos se podrá juzgar, por ejemplo, qué tipo de empresas realizan contenidos para Aragón TV, si son firmas aragonesas o quiénes forman parte de su accionariado, lo que ayudará a dar respuesta a los objetivos de esta comunicación.

Durante el período 2012-2014 se han identificado un total de diez productoras que han creado contenidos para la televisión autonómica. Estas son:

1. CHIP Audiovisual S.A.
2. Factoría Plural S.L.
3. Zeta Audiovisual Aragón S.L.
4. Aragón Media Producciones S.L.
5. Arguilai Audiovisual S.L.
6. DelRío Comunicación Audiovisual S.L.
7. Prames Audiovisual S.A.
8. Pyrene PV S.L.
9. Videar S.A.
10. Zap Zap Media S.L.

A continuación, se analizarán sus singularidades.

CHIP AUDIOVISUAL S.A.

Tabla 2: Datos de CHIP Audiovisual S.A.	
Razón Social	CHIP Audiovisual S.A.

Tabla 2: Datos de CHIP Audiovisual S.A.			
Domicilio Social	Paseo de la Independencia 29, 50001, Zaragoza		
Registro Mercantil	Zaragoza		
Socios	2012	Ibercaja Banco SA	
		Heraldo de Aragón SA	
		Rucandio SA	
		Promotora de Informaciones SA (Grupo Prisa)	
		Plural Entertainment España SL	
	2013	Ibercaja Banco SA	
		Promotora de Informaciones SA (Grupo Prisa)	
		Plural Entertainment España SL	
Trabajadores	No fijos	2011	111 trabajadores
		2012	131 trabajadores
		2013	131 trabajadores
Programas	<i>Aragón Noticias 1, Aragón Noticias 2, Buenos Días, Objetivo, Aragón en Pleno, La Jornada, El Avispero, Especiales informativos</i>		
Cuentas de pérdidas y ganancias			
	2012	274.911 €	
	2013	364.479 €	

Fuente: Elaboración propia.

CHIP Audiovisual S.A. se creó de propio para gestionar contenidos de Aragón TV. Durante los primeros años, CHIP se encargaba de la producción de contenidos de entretenimiento. En la actualidad, CHIP Audiovisual provee de contenidos informativos a la cadena autonómica. (Sarabia, Sánchez y Cano, 2012: 189)

Originariamente CHIP era el acrónimo de CAI, Heraldo, Ibercaja y Prisa; es decir, las sociedades que formaron la productora. Con el paso del tiempo ha habido cambios en el accionariado. Así, la desaparición de la Caja de Ahorros de la

Inmaculada (CAI), que pasaría a ser Caja3 y luego Ibercaja ha dado lugar a que Ibercaja aglutine el accionariado de la propia Ibercaja y de CAI. En 2013, junto a este accionista estarían Promotora de informaciones S.A., es decir, PRISA, y Plural Entertainment, otra sociedad propiedad del Grupo PRISA de carácter internacional

Por lo tanto observamos que hay tres actores fundamentales en CHIP: Ibercaja, Herald y el Grupo PRISA. El primero es el gran banco de Aragón, el segundo el gran grupo de comunicación de Aragón y el tercero uno de los grupos de comunicación españoles más importantes a nivel nacional y de gran expansión internacional, especialmente en Latino América.

Es destacable comentar que CHIP Audiovisual se engloba dentro del conjunto de empresas de Grupo Herald. CHIP ofrece servicios audiovisuales que amplían su oferta comunicativa. Además Factoría Plural, que veremos más adelante, también completa esa oferta audiovisual del Grupo.

FACTORÍA PLURAL S.L.

Tabla 3: Datos de Factoría Plural S.L.			
Razón Social	Factoría Plural S.L.		
Domicilio Social	Paseo de la Independencia 29, 50001, Zaragoza		
Registro Mercantil	Zaragoza		
Socios	2012	Heraldo de Aragón SA	
		Rucandio SA	
		Promotora de Informaciones SA (Grupo Prisa)	
		Plural Entertainment España SL	
	2013	Heraldo de Aragón SA	
		Promotora de Informaciones SA (Grupo PRISA)	
Plural Entertainment España SL			
Trabajadores	No fijos	2011	21 trabajadores
		2012	100 trabajadores
		2013	133 trabajadores

Tabla 3: Datos de Factoría Plural S.L.		
Programas	<i>Cazadores de setas, ¡Bien dicho!, Aftersún, Aragón en Abierto, Dándolo Todo Jota, De Pura Ceba, Nuestras Fiestas, Sin Ir Más Lejos, Unidad Móvil, Xlacara, Código de Familia, Un día de Feria, Zarrios.</i>	
Cuentas de pérdidas y ganancias		
	2012	928.916 €
	2013	778.979 €

Fuente: Elaboración propia.

Factoría Plural es una productora especializada en generación de contenidos para canales autonómicos. En Factoría Plural volvemos a ver prácticamente los mismos accionistas que en CHIP Audiovisual, de hecho su domicilio social es el mismo. Además de PRISA y Plural Entertainment, el tercer aliado es Heraldo de Aragón, el diario de mayor difusión de la comunidad aragonesa.

ZETA AUDIOVISUAL ARAGÓN S.L.

Tabla 4: Datos de Zeta Audiovisual Aragón S.L.			
Razón Social	Zeta Audiovisual Aragón SL		
Domicilio Social	Avenida Hernán Cortés, 37, 50005, Zaragoza		
Registro Mercantil	Zaragoza		
Socios	2012	Zeta Audiovisual SA	
Trabajadores	Fijos	2011	11 trabajadores
		2012	10 trabajadores
		2013	54 trabajadores
	No fijos	2011	3 trabajadores
		2012	6 trabajadores
		2013	0 trabajadores

Tabla 4: Datos de Zeta Audiovisual Aragón S.L.		
Programas	<i>Comunidad Sonora, La Madriguera, Los Imperdibles, Pequeños pero no invisibles, Por Amor Al Arte, Tempero, Canal Emprendedor, Indumenta, Territorio Vivo, Un día con...</i>	
Cuentas de pérdidas y ganancias		
	2012	159.748 €
	2013	312.605 €

Fuente: Elaboración propia.

Zeta Audiovisual Aragón es una productora que surge de su matriz Zeta Audiovisual, perteneciente al Grupo Zeta. El Grupo Zeta, entre otros medios gestiona el diario deportivo *Sport*, *Ediciones B*, las revistas *Cuore*, *Interviú* y *Woman* y periódicos generalistas como *El Periódico de Catalunya*, *El Periódico de Aragón* o *El Periódico de Extremadura*.

ARAGÓN MEDIA PRODUCCIONES S.L.

Tabla 5: Datos de Aragón Media Producciones S.L.			
Razón Social	Aragón Media Producciones SL		
Domicilio Social	Calle San Félix, 7, 50003 Zaragoza		
Registro Mercantil	Zaragoza		
Socios	2013	Secuoya Grupo de Comunicación SA	
		Aragón Digital SL	
Trabajadores	Fijos	2011	No consta
		2012	No consta
		2013	No consta
	No fijos	2011	No consta
		2012	No consta
		2013	No consta
Programas	<i>Amigo doctor, Cuidate+, El Mostrador</i>		

Tabla 5: Datos de Aragón Media Producciones S.L.		
Cuentas de pérdidas y ganancias		
	2012	No consta
	2013	No consta

Fuente: Elaboración propia.

Esta productora es propiedad del grupo Aragón Digital, participada por el Grupo Secuoya. Ha sido de las últimas productoras en participar en Aragón TV a través de los programas *Cuídate+*, *Amigo doctor* y *El Mostrador*, todo ellos estrenados en 2014.

Aragón Media Producciones está respaldada por el grupo Secuoya, que también participa en varias productoras que se encargan de generar contenidos para otros canales autonómicos y nacionales. Así vemos como el grupo Secuoya está presente en las series *Vive Cantando* de Antena 3, *Víctor Ros* de TVE o en programas como *Policías en Acción* de LaSexta.

ARGUILAI AUDIOVISUAL S.L.

Tabla 6: Datos de Arguilai Audiovisual S.L.			
Razón Social	Arguilai Audiovisual SL		
Domicilio Social	Calle Desvío, 30, 44200 Calamocha (Teruel)		
Registro Mercantil	Teruel		
Socios	Desde 2009	Jose Antonio Martín Guillén	
Trabajadores	Fijos	2011	No consta
		2012	No consta
		2013	No consta
	No fijos	2011	No consta
		2012	No consta
		2013	No consta
Programas	<i>Se escribe con Jota, ¿Te Suena?</i>		
Cuentas de pérdidas y ganancias			

Tabla 6: Datos de Arguilai Audiovisual S.L.		
	2012	No consta
	2013	No consta

Fuente: Elaboración propia.

Arguilai es una productora muy pequeña de Calamocha que cada año realiza un programa que podría calificarse de temática "muy aragonesa". Uno de sus programas más destacados fue *Se escribe con Jota*, programa dedicado al folklore aragonés que obtuvo una media de 10.5% de share en 2012, cercano a la media de la cadena en ese año que fue del 11.3%.

Arguilai no solo se dedica a la producción de programas de televisión, también tiene crea vídeos corporativos, institucionales, documentales, grabaciones multicámara y formación en audiovisuales.

DELRÍO COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL S.L.

Tabla 7: Datos de DelRío Comunicación Audiovisual S.L.			
Razón Social	DelRío Comunicación Audiovisual SL		
Domicilio Social	Calle Virgen Buen Acuerdo, 32 - NAV5 - 50014 Zaragoza		
Registro Mercantil	Zaragoza		
Socios	Desde 2002	Carlos Javier Del Río Rodríguez	
Trabajadores	Fijos	2011	10 trabajadores
		2012	10 trabajadores
		2013	10 trabajadores
	No fijos	2011	4 trabajadores
		2012	6 trabajadores
		2013	5 trabajadores
Programas	<i>La Pera Limonera, La Repera, El Guiñote, Reino y Corona</i>		
Cuentas de pérdidas y ganancias			
	2012	-192.976,32 €	

Tabla 7: Datos de DelRío Comunicación Audiovisual S.L.		
	2013	-16.442,15 €

Fuente: Elaboración propia.

DelRío Comunicación Audiovisual se ha especializado en los programas gastronómicos. Además, es de las pocas productoras que posee un plató propio. De hecho, esta inversión es la causa de los resultados negativos de su cuenta de pérdidas y ganancias. Aunque, la posesión de este plató le genera una ventaja competitiva respecto a otras productoras.

DelRío Audiovisual también se dedica a cualquier tipo de producción de vídeo, así como a ofrecer servicios audiovisuales, de traducción o espectáculos multimedia.

PRAMES AUDIOVISUAL S.A.

Tabla 8: Datos de Prames Audiovisual S.A.			
Razón Social	Prames Audiovisual SL		
Domicilio Social	Camino de los Molinos, 32, 50015 Zaragoza		
Registro Mercantil	Zaragoza		
Socios	2012	Proyectos y realizaciones Aragonesas de Montaña, Escalada y Senderismo SA	
		Ibercaja Banco SA	
	2013	Proyectos y realizaciones Aragonesas de Montaña, Escalada y Senderismo SA	
		Ibercaja Banco SA	
Trabajadores	Fijos	2011	2 trabajadores
		2012	3 trabajadores
		2013	No consta
	No fijos	2011	2 trabajadores
		2012	1 trabajadores
		2013	No consta

Tabla 8: Datos de Prames Audiovisual S.A.		
Programas	<i>Chino Chano, La Llave Maestra</i>	
Cuentas de pérdidas y ganancias		
	2012	-29.279 €
	2013	No consta

Fuente: Elaboración propia.

Prames Audiovisual es la consecuencia del paso de Prames S.A. al audiovisual. Prames nace con el espíritu de mejorar la montaña. Se dedica en su origen a todo aquello que esté relacionado con la montaña y el medioambiente. Así la empresa comienza construyendo refugios de montaña y rocódromos. Luego sus trabajos se irían ampliando a campos como la edición de libros o gestión de museos para acabar en la producción audiovisual. Todo ello siempre relacionado con el medioambiente y la montaña.

Es destacable que Prames Audiovisual cuenta entre sus accionistas con Ibercaja, que como se ha visto también está presente en CHIP Audiovisual.

PYRENE PV S.L.

Tabla 9: Datos de Pyrene P V S.L.			
Razón Social	Pyrene PV SL		
Domicilio Social	Calle Cristaleros, 13, 22006, Huesca		
Registro Mercantil	Huesca		
Socios	Desde 1997	Eugenio Monesma Moliner	
Trabajadores	Fijos	2011	No consta
		2012	No consta
		2013	No consta
	No fijos	2011	No consta
		2012	No consta
		2013	No consta
Programas	<i>Nos vemos en la Plaza Mayor, Los Secretos de las Piedras</i>		

Tabla 9: Datos de Pyrene P V S.L.		
Cuentas de pérdidas y ganancias		
	2012	No consta
	2013	No consta

Fuente: Elaboración propia.

Pyrene PV es una empresa unipersonal, propiedad del oscense Eugenio Monesma. Monesma es un director de cine documental con más de 1.700 películas y 280.000 fotografías. Pyrene PV no solo ha producido material para Aragón TV sino que también ha trabajado para canales autonómicos como TV3 o canales nacionales como TVE o Antena 3 así como medios extranjeros como la RAI o France 3.

VIDEAR S.L.

Tabla 10: Datos de Videar S.A.			
Razón Social	Videar SA		
Domicilio Social	Calle Bari, 23, PLAZA Zaragoza		
Registro Mercantil	Zaragoza		
Socios	Desde 2002	Alfonso Gil Pérez	
Trabajadores	Fijos	2011	13 trabajadores
		2012	13 trabajadores
		2013	No consta
	No fijos	2011	6 trabajadores
		2012	0 trabajadores
		2013	No consta
Programas	<i>Bajo Cero</i>		
Cuentas de pérdidas y ganancias			
	2012	-345.934	
	2013	No consta	

Fuente: Elaboración propia.

Videar es una productora de Zaragoza que en los últimos años solo ha producido el programa de deportes de invierno *Bajo Cero*. Sus servicios se expanden a cualquier tipo de producción audiovisual. La empresa pasa por un mal momento como así demuestran su número de empleados y su cuenta de pérdidas y ganancias. En 2010 Videar contaba con 33 trabajadores, mientras que un año después el número se había reducido a 13.

ZAP ZAP MEDIA S.L.

Tabla 11: Datos de Zap Zap Media SL			
Razón Social	Zap Zap Media SL		
Domicilio Social	Calle Espoz y Mina, 16, 1ºD, 50003, Zaragoza		
Registro Mercantil	Zaragoza		
Socios	2013	Samuel Zapatero Gómez	
Trabajadores	Fijos	2011	No consta
		2012	No consta
		2013	No consta
	No fijos	2011	No consta
		2012	No consta
		2013	No consta
Programas	Oregón TV		
Cuentas de pérdidas y ganancias			
	2012	No consta	
	2013	No consta	

Fuente: Elaboración propia.

Zap Zap Media es una de las productoras más exitosas que trabajan para Aragón TV, ya que se encarga del programa de humor *Oregón TV*. La empresa pertenece a Samuel Zapatero, el también director de *Oregón TV*. La productora está en un periodo de expansión para proporcionar diversos servicios audiovisuales.

Tras el análisis de las diez productoras generadoras de contenidos para Aragón TV durante el período 2012-2014 destacan los siguientes elementos. En primer lugar, que todas ellas se pueden considerar aragonesas, ya que su domicilio

social se encuentra en Aragón. Asimismo, tras la revisión de sus cuentas de pérdidas y ganancias, la mayoría de ellas cuenta con una buena salud económica, exceptuando las que han realizado una inversión, están en expansión o diversificando su modelo productivo.

De las diez productoras analizadas, hay tres que destacan por encima de las demás debido al volumen de programas que producen para la televisión autonómica. Así, tanto CHIP Audiovisual como Factoría Plural son adjudicatarias de las dos licitaciones más costosas de la televisión aragonesa. Ambas empresas, con prácticamente los mismos socios, ganaron los concursos de 2011 por valor de 38.068.340€ para realizar programas durante los siguientes 32 meses a su licitación. Un total de 14.275.627,50€ anuales.

También en 2011, Zeta Audiovisual gana un lote de 320 horas anuales a cambio de 6.716.670€ para realizar programas durante 32 meses. Se estima que anualmente y según los precios publicados en el pliego de condiciones técnicas, Zeta Audiovisual factura a Aragón TV 2.518.751,25€ anuales.

Teniendo en cuenta la inversión realizada en contenidos por Aragón TV en 2012 (22.492.618€) y en 2013 (21.141.237€), el 63% de los contenidos de la cadenas serían producidos por CHIP Audiovisual y Factoría Plural, Zeta Audiovisual produciría el 11% de los programas y las otras siete productoras se repartirían el 26% de la programación. Por lo tanto, el 74% de los contenidos creados para la televisión autonómica de Aragón estarían producidos por tres empresas.

Estas tres principales productoras, generadoras de contenidos audiovisuales para Aragón TV, tienen un denominador común y es que -pese a considerarse aragonesas (su domicilio social están en Aragón)- están participadas por dos grandes grupos de comunicación como son el Grupo PRISA y ZETA, que operan a nivel nacional y también internacional. Asimismo, otra de las productoras que están intentando ganar más terreno en la producción de contenidos para la televisión aragonesa, Aragón Media Producciones, también viene respaldada por un grupo internacional como es Secuoya.

Tras estudiar qué tipo de productoras generan los contenidos para Aragón TV y sus particularidades, se debe dar respuesta al origen de la comunicación como es si la cadena autonómica fomenta el sector audiovisual en Aragón.

Para ello, necesitamos conocer el número de empresas audiovisuales registradas en Aragón y cuántas de ellas realizan programas para la cadena autonómica. Así, atendiendo a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) y tomando como referencia el epígrafe 591, que se refiere a las empresas que realizan "Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión", se observa cómo entre los años 2012 y 2014, el número de empresas inscritas en Aragón varía desde las 82 a las 88. En consecuencia, si se han identificado 10 productoras que generan contenidos para Aragón TV, solo entre un 10 y un 12% de las empresas audiovisuales de Aragón trabajarían para la televisión autonómica.

Además, según el Instituto Aragonés de Empleo (2012) el 75% de la facturación audiovisual regional es promovido por la Corporación Aragonesa de Radio y



Televisión. Por lo tanto, el 10% de las productoras de Aragón concentrarían el 75% de la facturación audiovisual. Esto quiere decir que el 25% de la facturación se lo repartirían entre el 90% de las empresas restantes; lo que refleja una situación de desequilibrio en el tejido audiovisual aragonés.

Al mismo tiempo, habría que analizar si esas empresas que se enmarcan en la categoría 591 del CNAE, y que por el momento no participan en el mercado televisivo, tendrían la capacidad, técnica y humana, de generar contenidos para Aragón TV.

Conclusiones

Los objetivos principales de esta comunicación se centraban, por un lado, en conocer el modelo de gestión de Aragón TV y el tipo de productoras que generan sus contenidos. Y, por otro lado, en analizar si la cadena autonómica aragonesa cumplía con la Disposición Adicional Segunda de la Ley 10/2012, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas de la Comunicación Autónoma de Aragón, en la que se exigía a Aragón TV a "colaborar con la industria audiovisual aragonesa a fin de fomentar su competitividad".

Tras observar el nacimiento, modelo de gestión de Aragón TV y análisis de las principales productoras generadoras de contenidos de la cadena aragonesa se puede concluir lo siguiente.

En primer lugar, que Aragón TV no ha fomentado el sector audiovisual de la comunidad aragonesa, ya que de las 88 empresas consideradas como "audiovisuales" en Aragón en 2014, según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), solo diez de ellas participaban en la generación de contenidos de la cadena autonómica.

En segundo lugar, la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión promueve el 75% de la facturación audiovisual de la región, según el Instituto Aragonés de empleo, por lo que solo un 10% de las productoras aragonesas concentrarían ese 75% de facturación, mientras que el resto de empresas audiovisuales (90%) tendría que repartirse un tercio de la facturación.

En tercer lugar, se han identificados diez productoras que generan contenidos audiovisuales para la televisión autonómica durante los años 2012-2014. Todas ellas pueden considerarse aragonesas, al estar su domicilio social inscrito en Aragón, y a tenor de sus cuentas de resultados la mayoría de ellas poseen cuantiosos beneficios.

En cuarto lugar, de las diez productoras que trabajaron para Aragón TV, hay tres que destacan por encima de las demás, atendiendo al volumen de horas de programación que deben generar al ganar los diferentes concursos públicos, que son: CHIP Audiovisual, Factoría Plural y Zeta Audiovisual Aragón. Entre CHIP y Factoría asumirían el 63% de los programas generados para Aragón TV, Zeta un 11% y el resto de productoras deberían cubrir el 26%.

Por último, pese a su condición de productoras aragonesas, CHIP Audiovisual y Factoría Plural están participadas por el gran grupo de comunicación PRISA y Zeta Audiovisual está respaldada por otro gran grupo como es ZETA.

Bibliografía

Literatura académica

- Alonso, M. (1992). *Parto interruptus*. Teruel: Editorial Onyx 21.
- Anguera, P., Beramendi, J. y De la Granja, J.L. (2001). *La España de los nacionalismos y las autonomías*. Madrid: Síntesis.
- Arrese, A., (2004). Algunas consideraciones sobre la gestión de productos y contenidos de los medios. *Comunicación y sociedad*, 17.
- Azurmendi, A., López, N. Y Manfredi, J.L. (2011) La reforma de la televisión pública en el nuevo marco legal audiovisual (Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual). *Derecom*, 5.
- Carreras i Serra, L. (1996). *Régimen jurídico de la información*, Barcelona: Ariel Comunicación.
- Fernández-Quijada, D. (2009) El mercado de producción independiente en España ante la aparición de Cuatro y la Sexta. *Comunicación y sociedad*, 22.
- Guerrero, E. (2000). *El entretenimiento en la televisión española: Historia, industria y mercado*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Guillén, E. (2001). *Aragón, comunidad imaginada*. Zaragoza: Mira editores.
- Guimerá y Blasco (2012). La formación histórica del sistema televisivo autonómico público en España (1982-2011). En Miguel, J.C. Y Casado, M.a. (Coords.) (2012). *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Gedisa.
- Hernández-Secorún (2015) *La relación de Aragón TV con sus productoras y el fomento del mercado televisivo aragonés (2012-2014)*. Proyecto fin de máster defendido en la Universidad San Jorge. Zaragoza.
- Medina, M. (2005). *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. Pamplona: Eunsa.
- Miguel, J.C. Y Casado, M.A. (Coords.) (2012). *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Gedisa.
- Nieto, A. e Iglesias, F. (2000). *La Empresa Informativa*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Palacio, M. (2008). *Historia de la televisión en España*, Barcelona: Gedisa.
- Sabés, F. (2002). *La radio y la televisión local en Aragón*. Lleida: Editorial Milenio.
- Sarabia, Sánchez y Cano (2012). La externalización de la producción de los programas informativos en la televisión autonómica pública y su repercusión en el mercado audiovisual regional. En Miguel, J.C. Y Casado, M.a. (Coords.) (2012). *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Gedisa.
- Santesmases, M. (2007). *Marketing: Conceptos y estrategias*. Madrid: Pirámide.

Memorias y estudios

- CARTV (2013). *Memoria anual 2012* TV. Disponible en: <http://www.aragontelevision.es/index.php/mod.documentos/mem.listado/relcategoria.2226/nm./chk.f261deac80bccd3fa303f3ed12dceb9b.html>.
- CARTV (2014). *Memoria anual 2013* TV. Disponible en: <http://www.aragontelevision.es/>

index.php/mod.documentos/mem.listado/relcategoria.2226/nm./chk.f261deac80bccd3fa303f3ed12dceb9b.html.

Instituto Aragonés de Empleo (2012) *Estudio formación y empleo: Sector información y comunicación en Aragón*. Disponible en: http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Organismos/InstitutoAragonesEmp/le/Area/06_Formacion/DOCUMENTOS/AAIL%203%20Tecnara.pdf

Artículos periodísticos

Aragón Digital (2013) *Aragón TV se mantiene como la segunda mejor cadena autonómica en noviembre*. Disponible en: <http://www.aragondigital.es/noticia.asp?notid=114718>. (Visitado el 2 de diciembre de 2013).

Aragón TV (2006) *Aragón Televisión retransmitirá en directo el partido Real Zaragoza - FC Barcelona*. Disponible en: <http://www.aragontelevision.es/index.php/mod.noticias/mem.detalle/idnoticia.2429/relcategoria.1093/idmenu./chk.a29c490abb538e70bff7722c11a2f41a.html> (visitado 10 de diciembre de 2014)

Aragón TV (2013). *Estructura*. Disponible en: <http://www.aragontelevision.es/index.php/mod.pags/mem.detalle/idpag.48/idmenu.99/chk.4e8a2cd461be5f9b3dfd3b0c7e7f0798.html>. (visitado 25 noviembre 2013).

El Economista (2014) *RTVV gastó 360 millones al margen de los presupuestos* <http://ecoteuve.economista.es/ecoteuve/television/noticias/6224452/11/14/RTVV-gasto-360-millones-al-margen-de-los-presupuestos.html> (visitado 2 Diciembre 2014).

El País (2013a) *La caída de Canal 9 sitúa a las autonómicas en una encrucijada*. Disponible en: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/11/06/actualidad/1383769902_003734.html#sumario_2 (visitado 7 Enero 2014).

El País (2013b) *El Gobierno valenciano funde a negro Canal 9 tras 12 horas de resistencia*. Disponible en: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/11/29/valencia/1385682957_965043.html (visitado 7 Enero 2014).

El Periódico de Aragón (2003) *CHA pregunta en qué fase se encuentra la TV autonómica*. Disponible en: http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/cha-pregunta-fase-encuentra-tv-autonomica_80477.html (visitado 25 noviembre 2013).

El Plural (2013). *El panorama de Telemadrid en 2013: cierre o privatización*. Disponible en: <http://www.elplural.com/2013/01/04/el-panorama-de-telemadrid-en-2013-cierre-o-privatizacion/> (visitado 10 Diciembre 2013).

Huffington Post (2013) *Cierre de RTVV: ¿Cuál es la salud del resto de televisiones autonómicas?* http://www.huffingtonpost.es/2013/11/07/cierre-rtvv-autonomicas_n_4231460.html?view=print&comm_ref=false (visitado el 12 Febrero 2014).

Legislación



Ley 4/1980 de Estatuto de la Radio y la Televisión.

Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión.

Ley 8/1987, de 15 de abril, de creación, organización y control parlamentario de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

Ley 10/2012, de 27 de diciembre, de Medidas Fiscales y Administrativas de la Comunidad autónoma de Aragón.

Entrevistas

Director de Comunicación de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

Director de Administración y Finanzas de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.

Técnico ayudante de programación y contenidos de Aragón TV.

Productora de Aragón TV.

Ayudante de producción de Aragón TV.

Administrativo de Aragón TV.