



**UNIVERSITAT
JAUME I**

**Departament de Filosofia, Sociologia i
Comunicació Audiovisual i Publicitat**

**LA TELEVISIÓN LOCAL
EN EL CONTEXTO AUDIOVISUAL.
ANÁLISIS DEL SECTOR
EN LA PROVINCIA DE CASTELLÓN**

**Tesis Doctoral presentada por:
D. Francisco López Cantos**

**Dirigida por:
Dr. D. Javier Marzal Felici**

Castellón, 2003

AGRADECIMIENTOS

Durante el largo, y a veces tortuoso, proceso de aprendizaje que ha supuesto un análisis de estas características han sido numerosos los amigos y colegas de profesión que con su aliento y compañía han servido de soporte y ayuda en los momentos más difíciles. A todos ellos mi agradecimiento, y también a todos aquellos que, sin conocerlos más que por sus publicaciones, han prestado su silencioso ánimo a esas horas de lecturas agradecidas que han acompañado la investigación.

El trabajo que se presenta a continuación no habría sido posible sin el constante apoyo y amable colaboración de Javier Marzal Felici, que ha seguido con interés todo el desarrollo de la tesis. Para él mi agradecimiento por su paciente labor de dirección y las largas horas dedicadas a la lectura de los sucesivos textos elaborados hasta llegar a la redacción final que, sin duda, ha mejorado notablemente gracias a sus oportunos consejos, y de cuyas carencias sólo es responsable quien suscribe estas líneas.

La tesis doctoral está dedicada a mi mujer, Maite, y a mis dos hijas, Claudia y Blanca, por la generosidad y cariño diario que me regalan, que ha inspirado cada minuto robado del tiempo que pasamos juntos, y sin cuya paciencia y alegres sonrisas no habría sido posible concluir este trabajo y tantos otros. También está dedicada a mis padres y a toda mi familia por su apoyo incondicional de siempre y, especialmente, a la responsable de todo: la abuelita.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	17
PLANTEAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
PARTE I. EL ÁMBITO DE LA TELEVISIÓN LOCAL	33
Capítulo 1º. Orígenes del sistema audiovisual español.	37
Capítulo 2º. TV local en el contexto audiovisual.	111
Capítulo 3º. La regulación de la televisión local.	197
Capítulo 4º. Televisión local ante la oferta multicanal.	239
Capítulo 5º. Televisión local y desarrollo.....	273
CONCLUSIONES PARTE I.	331
PARTE II. EL SECTOR TV LOCAL EN CASTELLÓN.	347
Capítulo 6º. Las TV locales de la provincia como objeto de estudio. .	351
Capítulo 7º. Análisis Sectorial.	371
Capítulo 8º. Expectativas del sector en la provincia.....	467
CONCLUSIONES FINALES	497
DATOS DE LAS TV LOCALES DE LA PROVINCIA.....	519
BIBLIOGRAFÍA	549

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	17
PLANTEAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
1. Delimitación del objeto de estudio.	25
2. Objetivos y metodología empleada.	27
3. Estructura del texto.	29
PARTE I. EL ÁMBITO DE LA TELEVISIÓN LOCAL	33
Capítulo 1º. Orígenes del sistema audiovisual español.	37
1. Inicios de la televisión en España.....	39
1.1. Orígenes tecnológicos de la televisión.....	39
1.2. Primeros experimentos de televisión en España.....	42
1.3. Diseño inicial del sistema televisivo estatal.....	45
2. La televisión española del Régimen.	49
2.1. Financiación de la televisión pública.....	50
2.2. Televisión pública estatal para el ‘desarrollismo’.....	52
2.3. Expansión de la cultura del Régimen: los teleclubs.	55
2.4. TVE en las postrimerías del franquismo.	58
3. El sistema televisivo español previo a la transición.	61
3.1. La televisión franquista en el contexto internacional.	62
3.2. Teoría y críticas al sistema audiovisual español.	66
3.3. Conformación de los públicos en audiencias.	68
3.3.1. Orígenes de los estudios de audiencia.	69
3.3.2. El imaginario popular en televisión.	74
3.3.3. Consolidación de los públicos en audiencias.....	77
3.4. Transformación de los sistemas televisivos europeos.....	82
3.5. Tensiones previas a la transición.	86
3.6. El deficitario servicio público de televisión estatal.	89
4. La transición del sistema televisivo español.....	91
4.1. El modelo descentralizado estatal constitucional.....	93

4.2. Los derechos y libertades constitucionales.....	97
4.3. El Estatuto de Radio y Televisión.....	98
5. Algunas conclusiones.	106

Capítulo 2º. TV local en el contexto audiovisual. 111

1. El surgimiento de la televisión local en España.	113
1.1. La televisión local comunitaria.	113
1.1.1. Contexto en el que surge la televisión comunitaria.....	114
1.1.2. Antecedentes teóricos y tecnológicos.	116
1.1.3. Primeras experiencias en España.....	119
1.2. Orígenes de la televisión local comercial.....	121
2. Evolución de las experiencias de televisión local.....	124
2.1. Períodos de desarrollo del sector local.....	126
2.2. Descentralización del sistema televisivo español.....	127
2.2.1. Sistemas europeos de televisión estatal.	129
2.2.2. Alternativas al sistema audiovisual estatal en España. .	131
2.2.3. Primeros intentos de ruptura del monopolio estatal.	133
2.2.4. Implantación de la televisión autonómica.	136
2.2.5. El gobierno socialista ante la televisión.	137
2.2.6. Grupos multimedia en el ámbito local en los 80.	140
2.3. Contexto tecnológico e industrial.	142
2.4. Televisión locales ante la descentralización.	144
2.4.1. Primeras asociaciones de televisión local.	145
2.4.2. El modelo televisivo estatal-autonómico.....	150
2.5. El sistema televisivo y la dinámica comunicativa global. ...	157
2.5.1. El paradigma comunicativo de la descentralización.	161
2.5.2. La TV local como medio comunicativo interactivo.	171
2.6. La televisión privada comercial en España.	173
2.6.1. La involución de la nueva ley.	176
2.6.2. La televisión local ante la desregulación del sistema...	179
2.6.3. El sistema televisivo español público-privado.....	183
3. Algunas conclusiones.	192

Capítulo 3º. La regulación de la televisión local.	197
1. Disparidades de un sistema parcialmente regulado.....	199
2. Marco sociopolítico en que se regula el sector.	202
2.1. Tensiones e intenciones para el nuevo ámbito local.....	202
2.2. Proceso de conformación de la ley de tv local.....	207
3. Ley 41/95 de Televisión Local por Ondas Terrestres.....	213
3.1. Titularidad y gestión del servicio.....	215
3.2. Concesión de licencias de emisión.	218
3.3. Desarrollo normativo en las Autonomías.	219
3.4. Aspectos críticos de la norma.	221
4. Ley 42/95 de Telecomunicaciones por Cable.	226
4.1. Los operadores locales de cable ante la nueva ley.	230
4.2. Integración de emisores locales en redes de cable.	233
5. Algunas conclusiones.	234
Capítulo 4º. Televisión local ante la oferta multicanal.	239
1. El sector local en la actualidad.....	241
2. El nuevo escenario audiovisual de la competencia.	242
3. Transformaciones en el sector de televisión local.	252
3.1. Estudios territorializados sobre el sector.	256
3.2. Algunas tendencias generales.	258
3.3. Estrategias de agrupación de televisiones locales.....	261
4. Algunas conclusiones provisionales.....	268
Capítulo 5º. Televisión local y desarrollo.....	273
1. Industria cultural y desarrollo.	275
2. La economía como motor del desarrollo social.	279
2.1. Desarrollo y subdesarrollo.....	281
2.2. Comunicación y modelos de desarrollo.....	284
2.3. La política de desarrollo local.	286
2.4. Televisión local para el desarrollo.	292

3. Comunicación local y democracia.....	295
3.1. Sociedad civil y democracia.....	297
3.2. Comunicación local en el sistema audiovisual.	299
4. Televisión local y servicio público.	304
4.1. Conformación del espacio público.....	306
4.2. El servicio público de televisión.	308
4.3. Televisión local y gestión del espacio público.....	312
5. Televisión Local Digital para el desarrollo.....	319
5.1. Acceso popular a las tecnologías audiovisuales.	320
5.2. Marco legal para la transición digital del sector.	324
CONCLUSIONES PARTE I.	331
PARTE II. EL SECTOR TV LOCAL EN CASTELLÓN.	347
Capítulo 6º. Las TV locales de la provincia como objeto de estudio...351	
1. El sistema televisivo valenciano.....	353
2. La TV local en el sistema televisivo de la provincia.....	361
3. Metodología utilizada para el análisis.	366
Capítulo 7º. Análisis Sectorial.	371
1. Introducción.....	373
2. Cobertura.....	377
3. Estructura empresarial y sistema de gestión.....	386
3.1. Organización funcional.....	389
3.2. Recursos Técnicos.....	397
3.2.1. Espacios.....	398
3.2.2. Equipos.....	403
3.3. Recursos Humanos.	410
3.3.1. Estructura laboral.	411
3.3.2. Formación.	415
4. Programación.	419

4.1. Procedencia de programas.	420
4.2. Géneros de programas.	428
4.2.1. Géneros por franjas horarias y tipología programas.	429
4.2.2. Programación genérica por emisoras.	437
4.3. Uso de la lengua valenciana.	445
5. Situación económica y financiera.	448
5.1. Ventas y resultados.	449
5.2. Costes y productividad laboral.	455
5.3. Deuda y ratios económicos y financieros.	458
Capítulo 8º. Expectativas del sector en la provincia.	467
1. Necesidades expresadas por los operadores.	469
2. Condiciones actuales en que se desarrolla el sector.	478
3. El proyecto de televisión local de la Universitat Jaume I.	493
CONCLUSIONES FINALES	497
DATOS DE LAS TV LOCALES DE LA PROVINCIA.	519
1. ALBA TV.	527
2. ALMENARA TV.	528
3. BETXÍ TV.	529
4. CANAL 38-VISIÓN CASTELLÓN.	530
5. CANAL 56-TELEVISIÓ DEL MAESTRAT.	531
6. CANAL BENICASSIM.	532
7. CANAL MAESTRAT.	533
8. CASTELLÓ TV.	534
9. CSNTV.	535
10. LOCALIA CASTELLÓN.	536
11. LOCALIA NORD MORELLA.	537
12. LOCALIA VILA-REAL.	538

13. PLANAVISIÓ.....	539
14. TELEBANDO JÉRICA.....	540
15. TELEBANDO MONTÁN.....	541
16. TV BORRIOL.....	542
17. TV CANAL.....	543
18. TV CASTELLÓN.....	544
19. TV LA VALL.....	545
20. TV ONDA.....	546
21. TV VILAFRANCA.....	547
BIBLIOGRAFÍA	549

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Gráfico 1. Distribución de Audiencia por CCAA en 1989.	155
Gráfico 2. Audiencia primetime por CCAA 1989.	155
Gráfico 3. Programación Autonómicas 1990 (26/03-01/04)	166
Gráfico 4. Opciones Genéricas programación TVL en Cataluña.	170
Gráfico 5. Evolución del consumo de TV y share (minutos).	185
Gráfico 6. Consumo de televisión y share por regiones en 1996.	186
Gráfico 7. Evolución de la captación publicitaria por las cadenas (miles de millones de ptas) ..	187
Gráfico 8. Inversión estimada TV Autonómica y Circuito Territorial TVE en 1995.	188
Gráfico 9. Emisoras locales de existentes en 1994.	191
Gráfico 10. Aportación de cada género a la audiencia en 1996.	243
Gráfico 11. Evolución audiencia de las Televisiones Locales según EGM (miles).	246
Gráfico 12. Evolución audiencia tv local y satélite 1992-2001, EGM (% sobre total cadenas)..	247
Gráfico 13. Evolución oferta nacional de televisión 1996-2001 Sofres, (% sobre emisión).	249
Gráfico 14. Evolución emisión publicidad cadenas nacionales 1996-2001 (Sofres).	249
Gráfico 15. Inversión publicitaria cadenas nacionales.	250
Gráfico 16. Resultados contables de algunas cadenas de televisión	251
Gráfico 17. Resultado contable PRETESA 2000-2001 (miles Euros)	253
Gráfico 18. Evolución del número de televisiones locales.	254
Gráfico 19. Incremento número televisiones y cuota audiencia.	255
Gráfico 20. Géneros programación Canal 9 2002 (% s/total).	358
Gráfico 21. Evolución del número de Televisiones Locales.	373
Gráfico 22. Período de creación de las TV existentes.	374
Gráfico 23. Peso activos en sector sg. período creación.	375
Gráfico 24. Forma de emisión.	376
Gráfico 25. Incremento Potencia.	377
Gráfico 26. Potencia media (vatios).	378
Gráfico 27. Potencia Actual de Emisión (vatios).	378
Gráfico 28. Ámbito de cobertura.	379
Gráfico 29. Número de emisores.	380
Gráfico 30. Cobertura provincial.	381
Gráfico 31. Municipios cubiertos.	382
Gráfico 32. Nucleos poblacionales (habitantes)	382
Gráfico 33. Población cubierta según número habitantes.	383
Gráfico 34. Mapa Provincial de Cobertura.	385
Gráfico 35. Gestión empresarial de las TV locales.	386
Gráfico 36. Estructura organizativa.	390
Gráfico 37. Estilo de gestión.	391
Gráfico 38. Cuota mercado empresas según estilo gestión.	393
Gráfico 39. Forma jurídica de constitución.	395
Gráfico 40. Procedencia promotores.	397
Gráfico 41. Últimas inversiones recursos técnicos (2001-2002).	398
Gráfico 42. Número de platós.	399
Gráfico 43. Número de sets por emisora.	401
Gráfico 44. Espacios polivalentes.	401
Gráfico 45. Distribución de espacios.	402
Gráfico 46. Formatos	404
Gráfico 47. Captación de imágenes (%emisores).	405
Gráfico 48. Tratamiento de imagen.	405
Gráfico 49. Sistema de producción.	406
Gráfico 50. Conexión Internet e Intranet.	407
Gráfico 51. Vehículos.	408
Gráfico 52. Unidad móvil.	409
Gráfico 53. Evolución personal laboral sector.	410
Gráfico 54. Estructura personal.	411
Gráfico 55. Personal laboral por emisora.	412
Gráfico 56. Comerciales.	413
Gráfico 57. Colaboradores	414
Gráfico 58. Edad media personal	415
Gráfico 59. Edad media colaboradores.	416
Gráfico 60. Televisiones con personal en prácticas.	416
Gráfico 61. Formación.	417

Gráfico 62. Necesidades formativas.....	418
Gráfico 63. Programación 7:00 a 10:30.....	419
Gráfico 64. Continuidad automatizada.....	420
Gráfico 65. Tipología parrilla programación.....	421
Gráfico 66. Programación propia y ajena.....	423
Gráfico 67. Procedencia programación ajena en emisoras.....	424
Gráfico 68. Procedencia programación por franjas horarias.....	424
Gráfico 69. Producción propia.....	425
Gráfico 70. Emisión de programación propia.....	426
Gráfico 71. Tipo emisión producción propia por franjas horarias.....	427
Gráfico 72. Emisión en directo.....	427
Gráfico 73. Preferencia programación géneros.....	428
Gráfico 74. Presencia géneros en horario antena útil.....	429
Gráfico 75. Géneros en antena por franjas horarias.....	430
Gráfico 76. Género informativo por franjas horarias.....	430
Gráfico 77. Programas informativos.....	431
Gráfico 78. Programas deportes por franjas horarias.....	432
Gráfico 79. Programas deportivos.....	432
Gráfico 80. Concursos.....	433
Gráfico 81. Programas ficción por franjas horarias.....	434
Gráfico 82. Ficción.....	434
Gráfico 83. Programación diversos por franja horaria.....	435
Gráfico 84. Oferta programas diversos.....	436
Gráfico 85. Programación días laborales y fin de semana.....	437
Gráfico 86. Ocupación antena informativos por emisoras.....	438
Gráfico 87. Ocupación antena deportes por emisoras.....	438
Gráfico 88. Ocupación antena concursos por emisoras.....	439
Gráfico 89. Ocupación antena ficción por emisoras.....	439
Gráfico 90. Ocupación antena show por emisoras.....	440
Gráfico 91. Ocupación antena infoshow por emisoras.....	441
Gráfico 92. Ocupación antena programas infantiles por emisoras.....	441
Gráfico 93. Ocupación antena programas tarot y similares por emisoras.....	442
Gráfico 94. Ocupación antena programas culturales/educativos por emisora.....	442
Gráfico 95. Ocupación antena programación textual por emisoras.....	443
Gráfico 96. Ocupación antena programación satélite por emisoras.....	444
Gráfico 97. Necesidades programación.....	444
Gráfico 98. Producción propia en valenciano.....	446
Gráfico 99. Valenciano sobre antena útil.....	447
Gráfico 100. Valenciano en informativos.....	448
Gráfico 101. Evolución Cifra de Negocios.....	449
Gráfico 102. Evolución cuota mercado.....	450
Gráfico 103. Expansión ventas.....	451
Gráfico 104. Resultado de Explotación.....	452
Gráfico 105. Beneficios antes de impuestos.....	453
Gráfico 106. Resultados antes de impuestos 2001 (miles).....	454
Gráfico 107. Inversiones en equipamiento e infraestructuras.....	455
Gráfico 108. Costes laborales.....	456
Gráfico 109. Productividad recursos humanos.....	457
Gráfico 110. Evolución deuda.....	459
Gráfico 111. Endeudamiento.....	460
Gráfico 112. Liquidez.....	461
Gráfico 113. Autofinanciación sobre activos.....	462
Gráfico 114. Rentabilidad económica.....	463
Gráfico 115. Rentabilidad financiera.....	465
Gráfico 116. Necesidad financiera.....	469
Gráfico 117. Necesidad infraestructuras.....	470
Gráfico 118. Necesidad equipamientos.....	471
Gráfico 119. Problemas recepción.....	473
Gráfico 120. Necesidades laborales.....	474
Gráfico 121. Necesidades formativas.....	475
Gráfico 122. Interés mejoras cualitativas emisión.....	476
Gráfico 123. Interés incremento producción propia.....	477
Gráfico 124. Plan de desarrollo.....	481
Gráfico 125. Director comercial.....	482

Gráfico 126. Ingresos institucionales	484
Gráfico 127. Procedencia ingresos.	485
Gráfico 128. Ingresos institucionales sobre facturación.....	486
Gráfico 129. Distribución presupuesto municipios áreas interés sociocultural local 2002.	487
Gráfico 130. Distribución media presupuesto municipal.	488
Gráfico 131. Interés ampliación cobertura.	490
Gráfico 132. Televisiones asociadas sectorialmente.	507
Gráfico 133. Interés desarrollo multimedia.	510

INTRODUCCIÓN

El sector de la televisión local, como parte integrante del sistema audiovisual español, es un ámbito de estudio que ha merecido especial atención durante los últimos años, aunque sin llegar a alcanzar el nivel de desarrollo de otras áreas de investigación del campo de estudios sobre la comunicación audiovisual.

Esta relativa falta de consolidación académica de la disciplina obedece principalmente a tres factores concurrentes y que no son exclusivos de este campo de trabajo.

En primer lugar, y de manera similar a como ha ocurrido y ocurre con la implantación de cualquier nueva tecnología de comunicación, existe un rechazo inicial por parte de la institución académica a considerar la televisión apta para su inclusión en los circuitos del conocimiento.

En este sentido cabe enmarcar las dificultades encontradas durante las primeras décadas de su implantación para otorgar estatuto académico a la expresión audiovisual, y las oposiciones de los sectores industriales y culturales institucionalizados¹. La actitud mantenida respecto al fenómeno televisivo está reflejada nítidamente en multitud de textos y sobre este medio de comunicación todavía subyace cierta falta de reconocimiento que viene de lejos:

“la mayor parte de los intelectuales ven en la televisión una amenaza para la cultura y se entregan a las predicciones más sombrías. Casi ninguno ha seguido regularmente los programas de la televisión, pero todos ostentan la misma opinión concluyente que profesaban hace algunos años sobre el cinematógrafo: ‘No es más que un desfile continuo de imágenes, el fin de la reflexión personal,

¹ Esta situación se produjo asimismo respecto al peligro que suponía el cinematógrafo para el teatro y la ‘inferioridad’ que tenía dentro de las llamadas ‘artes’. Es significativo el agrio debate mantenido en el seno de la industria cinematográfica ante la introducción del cine sonoro, desarrollado entre otros en Maqua, J. (1995): “Los resistentes a las películas habladas”, en Palacio, M. ; Santos, P. (coord.), *Historia General del Cine. La transición del mudo al sonoro*. Madrid, Cátedra, pp. 297-323.

la muerte de la lectura, la quiebra de la lectura, etc.’, los educadores se alarman.”².

En segundo lugar, la televisión local es un fenómeno relativamente reciente en nuestro país que comenzó hace poco más de 20 años con la inauguración en 1981 de la considerada como la primera emisora del estado en la pequeña población de Cardedeu, en la ya entonces Comunidad Autónoma de Catalunya, en el contexto del tránsito hacia la democracia desde el Régimen anterior. No se puede considerar, por ello, que se trate de un ámbito de investigación consolidado, a pesar de poder contar con importantes, aunque muy escasos, trabajos académicos sobre el sector.

Y en tercer lugar, y quizás mucho más importante que los anteriores, la falta de atención de la industria cultural al sector, y la falta de asunción de responsabilidades por los poderes públicos para su regulación, justificada por motivos políticos y económicos, ha ninguneado hasta la fecha el fundamental papel que la televisión local debe jugar en el conjunto del sistema televisivo.

La televisión local se ha considerado desde sus inicios un ‘subsector’ de difícil rentabilización, principalmente por el tamaño de los mercados en los que se inserta. Por otro lado, el sector de la televisión local también se ha encontrado con la actitud errática y el olvido consciente del legislador por tratarse de un ámbito, el municipal, que resultaba cuanto menos problemático en el mapa competencial que se gestó tras la promulgación de la Constitución.

La patente ‘desatención consciente’ respecto al sector está justificada por dos razones fundamentales. De una parte, las dificultades y contradicciones políticas respecto a un modelo legislativo que permitiese un desarrollo pleno de las competencias territoriales hasta el nivel municipal; y, de otra, la percepción de esa falta de rentabilidad aparente unida a cierto temor a introducir en el sistema audiovisual nuevos actores que desequilibrasen el mercado publicitario nacional.

² Dumazedier (1956): *Televisión y educación popular. Los teleclubs en Francia*. Unesco, París, p. 13.

Contrasta enormemente la poca atención que ha recibido la televisión local respecto a otras modalidades de televisión aparentemente más significativas tanto desde el punto económico como sociopolítico y cultural, y es patente el desinterés político e industrial en asignar al sector el estatuto que merece dentro del sistema comunicativo nacional.

Si a estos tres factores que justifican esa relativa falta de atención, unimos la heterogeneidad propia del sector fruto de la diversidad de actitudes mantenidas por los emisores ante la función que deben ocupar en el conjunto del sistema televisivo, encontramos que en nuestro entorno inmediato es difícilmente posible hablar de un modelo de televisión local. Se hace muy difícil, incluso, identificar siquiera un conjunto coherente de modelos que responda globalmente a la realidad del sector en todo el estado español.

El sector de la televisión local en nuestro país es un ámbito comunicativo que, todavía en nuestros días, no está definido política ni económicamente, y esta falta de consolidación no permite un acercamiento a un fenómeno que se muestra mutable y difícilmente aprensible. Sí existen ciertos intentos de definición y propuestas de desarrollo aunque, en todo caso, están muy territorializadas y no siempre son extrapolables fuera del ámbito espacial de análisis.

Es radicalmente distinto el tipo de televisión local que existe en Cataluña, en Andalucía, o en Castilla-León. Distintos entre sí y distintos a todos los demás, puesto que la experiencia de la televisión local es precisamente eso, una experiencia local, con todas las implicaciones que ello tiene respecto a la concepción de un modelo estatal de distribución de poderes y capacidad ciudadana para comunicar.

En este sentido, la heterogeneidad de propuestas de televisión local en toda la geografía nacional, aún siendo un problema difícilmente salvable para el investigador, es precisamente uno de los pilares fundamentales que define el papel que este espacio comunicativo debe jugar en el conjunto del sistema televisivo nacional y que, como veremos, se le ha negado históricamente.

Creemos, a pesar de la dificultad de abordar el estudio de un sector tan heterogeneo y reciente como objeto de investigación, que la televisión local merece toda la atención necesaria, y es un sector

de indudable interés para el desarrollo conjunto de nuestro sistema comunicativo. Esta es la principal razón que justifica nuestra investigación y, en consecuencia, es el hilo conductor que ha guiado nuestros pasos durante todo el proceso de elaboración del texto.

El momento actual es especialmente relevante para el sector audiovisual en general, y para la televisión local en particular, ante los acelerados cambios tecnológicos de los últimos tiempos con la introducción de la tecnología digital en toda la cadena de emisión-recepción, y la imperiosa necesidad de afrontar la transición hacia la televisión digital por ondas terrestres en condiciones ventajosas.

En esta transición digital los pequeños emisores, esto es, las televisiones locales, se muestran como el sector más frágil y, a la vez, más ágil para adaptarse y desarrollarse durante el periodo de implantación. Un momento crucial para la historia de las televisiones locales en nuestro país, en el que puede configurarse a medio plazo un sector local como tal, o bien, diluirse en estructuras empresariales que lo hagan desaparecer del mapa televisivo nacional, con la pérdida irreparable que eso supondría en cuanto a diversidad comunicativa se refiere.

En este ámbito se encuadra esta investigación, que intenta aproximarse a la realidad del sector, aprendiendo de los escasos pero significativos trabajos que se han dedicado a ello durante los últimos años, y continuando con esa voluntad de proporcionar a este ámbito comunicativo particular la relevancia e importancia socioeconómica y cultural que, a nuestro juicio, merece.

Los conceptos básicos con que hasta ahora se intentaba analizar este fenómeno comunicativo particular están cambiando y resulta imperativo obtener nuevas herramientas de análisis que permitan profundizar en el estudio de la televisión local aportando si no soluciones, que difícilmente serían aplicables normativamente, sí explicaciones de cuales son los vectores comunicativos, económicos y sociopolíticos con que se está diseñando esta transición digital a la que nos referíamos.

Intentaremos dar cuenta de todo ello en la medida de lo posible aunque, por razones puramente operativas, es necesario limitar el objeto de estudio para que la investigación sea viable y se puedan obtener resultados válidos.

PLANTEAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. Delimitación del objeto de estudio.

Como venimos diciendo, el estudio del sector de la televisión local en nuestro país es de una complejidad extrema dado el elevado número de emisoras que existen y la enorme volatilidad característica del sector, muy acusada históricamente, y en la actualidad no se pueden dar cifras concluyentes sobre las televisiones locales que operan en el país.

El último censo de Octubre de 2002 elaborado por la *Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación/Estudio General de Medios (AIMC/EGM)*, cifra el número de televisiones en 897 en todo el estado español, aunque sólo obtiene datos de 645, y de ellas existen en la Comunidad Valenciana documentadas un total de 88 de las 122 a las que se envió el cuestionario³.

Nuestro objeto ‘natural’ de estudio, dado el ámbito territorial donde desarrollamos nuestra tesis, la Univesitat Jaume I de Castellón, podría incluir extensivamente todo el sector de la televisión local en la Comunidad Valenciana, pero en la práctica resulta inabarcable.

Es muy probable que cuando acabásemos el análisis de la última emisora los datos obtenidos del resto ya hubiesen perdido vigencia y, por tanto, no sería posible obtener resultados coherentes sobre el sector puesto que serían incomparables por definición, dada la evidente falta de simultaneidad en la obtención y análisis de los mismos. Optar por conformar una muestra representativa de todo el universo de operadores de la Comunidad Valenciana en un ámbito territorial tan desestructurado y disperso necesitaría, de otro lado, una selección cuantitativamente muy amplia para poder analizar con precisión la situación del sector, derivando igualmente en similares problemas para el análisis.

Es por ello, que hemos considerado oportuno limitar nuestra investigación al total de emisoras existentes en la provincia de

³ Se recibieron de Alicante 42, de Valencia 26 y de Castellón 20 cuestionarios cumplimentados, del total de emitidos (Alicante 55, Valencia 42 y Castellón 25).

Castellón, de manera que nos permita cumplir con los objetivos previstos, tal y como se explica en el siguiente epígrafe.

Antes de ello, y a título puramente práctico, es necesario adoptar provisionalmente una definición del término ‘televisión local’ que nos facilite referirnos al objeto de estudio que nos ocupa. A este respecto, lo definiremos por ahora atendiendo a su ámbito de cobertura, y tal como se ha expresado en la única norma legal que existe sobre el sector:

“Se entiende por tal aquella modalidad de televisión consistente en la emisión o transmisión de imágenes no permanentes dirigidas al público sin contraprestación económica directa por medio de ondas electromagnéticas propagadas por una estación transmisora terrenal en el ámbito territorial señalado en el artículo 3 de esta Ley.”⁴.

El artículo 3.1 indica que “El ámbito territorial cubierto por cada una de las televisiones locales por ondas terrestres vendrá delimitado por el núcleo urbano principal de población del Municipio correspondiente.”, y los apartados 2 y 3 de este mismo artículo se refieren a los supuestos en los que este ámbito de cobertura puede ampliarse⁵.

Esta definición, obsoleta e inadecuada para abordar la complejidad actual del sector, la ampliaremos y matizaremos oportunamente para que contemple otras formas de aproximación al concepto, incluyendo la televisión local por cable.

Esta modalidad tecnológica, aun con una regulación jurídica mucho más débil y sensiblemente alejada de la norma aplicable a la televisión local por ondas⁶, también ha sido y es una experiencia con

⁴ Artículo 1 Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de Televisión local por ondas terrestres (LTLOT)

⁵ Sobre ello volveremos más adelante dada la controversia que ha provocado el pronunciamiento en ese aspecto y la realidad del sector en cuanto al alcance de las emisiones.

⁶ La Ley 42/1995, de 22 Diciembre, de Telecomunicaciones por cable se publicó simultáneamente a la LTLOT, en consonancia con la actitud de legislador para regular el sector audiovisual atendiendo al medio de transmisión, en una suerte de multiplicidad y fragmentación normativa duramente criticada en numerosas ocasiones.

la entidad suficiente para jugar un papel significativo en el ámbito local, y actualmente es un agente importante de la conjunción tecnológica que se está desarrollando en este nivel comunicativo.

Sirva en todo caso, por el momento, esta definición provisional que oportunamente matizaremos, pues ya los propios términos televisión y local son por sí mismos de enorme complejidad, y unidos, pueden incluso resultar contrapuestos.

2. Objetivos y metodología empleada.

El objetivo de esta investigación, como venimos señalando, es acercarnos a nuestro ámbito de estudio desde perspectivas múltiples que permitan obtener una panorámica del papel que juega el sector en el sistema comunicativo actual, y su posición ante los enormes cambios que se están produciendo.

En ese sentido, la televisión local ofrece un poliédrico abanico de posibilidades de acercamiento para el investigador. Permite adoptar, de un lado, las herramientas metodológicas aplicadas a los medios de comunicación social y, de otro, al tratarse de un proceso comunicativo tan cercano a la ciudadanía, se convierte en objeto privilegiado para analizar las promesas y límites de los sistemas democráticos de nuestras sociedades actuales.

Para ello, adoptamos dos posturas metodológicas que, evidentemente, son complementarias. De una parte, realizamos un análisis exhaustivo de la bibliografía y la legislación existente sobre el sector de la televisión local y el sector audiovisual en general para situar aquel en el contexto comunicativo actual; y, de otra parte, desarrollamos un estudio empírico sobre el espacio socioeconómico y cultural que ocupan las televisiones locales en nuestro ámbito territorial y comunicativo inmediato, la provincia de Castellón.

Para el análisis bibliográfico se han recopilado diversas fuentes y recursos documentales para su análisis y estudio. El procedimiento seguido ha comenzado por la lectura y seguimiento de algunos textos fundamentales de reconocida solvencia para seguir las referencias utilizadas por los mismos. Igualmente, se han realizado las búsquedas necesarias en las bases de datos bibliográficas nacionales y en la red de bibliotecas universitarias,

así como en los repertorios bibliográficos específicos proporcionados por algunas instituciones.

Para la obtención de documentos normativos, se ha consultado los repertorios legislativos y de jurisprudencia proporcionados por diversas empresas especializadas y los órganos de la administración estatal, autonómica y local para obtener los originales, desarrollando un procedimiento similar al seguido para la bibliografía, es decir, partiendo siempre de los textos publicados más significativos y ampliando esta documentación con los medios a nuestra disposición.

Para la obtención de datos estadísticos, se ha recurrido a los diversos organismos autónomos y gubernamentales que recopilan datos relevantes sobre los distintos aspectos que tratamos en la investigación.

Se ha consultado, por último, a especialistas del sector, tanto investigadores como a los sectores industriales y sociales implicados en el desarrollo de la televisión local, para obtener documentos inéditos o de difícil acceso que amablemente nos han facilitado, y a quienes estamos muy agradecidos por el interés mostrado.

Con todo ello, se ha constituido el corpus principal sobre el que se sustenta la investigación en un proceso, evidentemente, sujeto a una dinámica permanente de relectura, reelaboración y ampliación de datos a medida que se avanzaba en el análisis textual.

La segunda parte del trabajo, en cambio, es un trabajo empírico referido a la situación concreta del sector en la provincia de Castellón, y se ha elaborado como continuación del análisis documental anterior atendiendo a dos ejes fundamentales, no sin dificultades.

Por un lado, se ha realizado un estudio económico del sector a partir de los datos registrales proporcionados por las empresas y la información facilitada por los ayuntamientos en caso de que intervengan en la misma. Simultáneamente, y por otro lado, se ha llevado a cabo un estudio de campo a partir del diseño previo de una

encuesta⁷, cumplimentada con la participación y colaboración tanto de los titulares de las emisoras como del personal implicado en las diversas facetas de las mismas, de todas las televisiones locales que operan actualmente en la provincia de Castellón.

De esta manera, contextualizando el espacio comunicativo en que se desenvuelve el sector y explotando los datos obtenidos en el ámbito territorial estudiado, hemos tenido la posibilidad de obtener algunas conclusiones que, dada la vertiginosa rapidez de los cambios que se están produciendo, no pueden ser más que provisionales.

En todo caso, la investigación nos ha servido para acercarnos a un sector audiovisual de interés y del que hemos aprendido enormemente, tanto en cuanto a procedimientos y metodologías de estudio y análisis, como en el conocimiento de una realidad de indudable interés para el investigador.

3. Estructura del texto.

El trabajo está dividido en dos partes diferenciadas, consecuencia de la postura metodológica adoptada y que, aunque presentan discursos en apariencia autónomos, son complementarias.

La primera de ellas supone un acercamiento a la evolución de las televisiones locales en el marco de las transformaciones del sistema audiovisual español, incidiendo especialmente en el estatus legal que ostentan y la necesidad de redefinición del papel del sector ante los cambios que se vienen produciendo en la actualidad.

En el capítulo primero de este primer bloque, se aborda la conformación del sistema televisivo nacional desde sus orígenes, y los condicionantes heredados del Régimen anterior para actualizar el sistema televisivo a la nuevo marco de derechos y libertades constitucionales.

⁷ La encuesta realizada a cada emisora se muestra con los datos relativos a cada una de ellas en el Anexo, pp. 519 y ss., y es el resultado de los ajustes realizados a partir del primer diseño de trabajo y su confrontación con un emisor de prueba.

Seguidamente, en el capítulo segundo, se estudia el nacimiento y evolución de la televisión local en el contexto del modelo de sistema televisivo surgido tras la transición española, analizando el desarrollo y el papel que el sector ha venido representando en el conjunto de la oferta audiovisual hasta la actualidad.

Posteriormente, y resultado de todo ello, se analiza, en el capítulo tercero, el marco jurídico en el que opera el sector y la situación sociopolítica en que se produce su regulación.

Este primer bloque concluye con la revisión y actualización al contexto contemporáneo, en el cuarto y quinto capítulos, de las funciones atribuidas tradicionalmente a la televisión local, incidiendo en la importancia del sector en las dinámicas de desarrollo local y su situación actual frente a las recientes transformaciones tecnológicas.

En la segunda parte de la tesis, se analiza el caso específico del sector en la provincia de Castellón, estudiando las características propias de las televisiones locales que operan en este ámbito y la oferta audiovisual que distribuyen, prestando una atención preferente al papel que el sector puede jugar en el conjunto de la industria audiovisual autóctona y la sociedad castellanense en general.

El texto, en definitiva, a partir de la contextualización de la situación actual del sector de televisión local en el conjunto del sistema audiovisual, y el análisis exhaustivo de sus características concretas en el ámbito de influencia de la Universidad Jaume I de Castellón, intenta obtener una radiografía completa y válida en este momento crítico de vertiginosos cambios en el conjunto del sistema audiovisual que permita explicitar los retos contemporáneos a que se enfrenta el sector de la provincia y contribuir desde el ámbito académico, y en la medida de nuestras posibilidades, al desarrollo de un espacio comunicativo de indudable interés para el conjunto de los ciudadanos castellanenses.

Las conclusiones extraídas a partir del análisis documental y todo el material gráfico y bibliográfico utilizado como apoyo al desarrollo del texto y a la propia investigación cierran un trabajo que, aun resultando arduo y difícil por momentos, ha sido especialmente gratificante de realizar para quien redacta estas líneas

porque la elaboración de esta tesis nos ha brindado la posibilidad de aproximarnos al conocimiento de un espacio comunicativo y socioeconómico que siempre nos ha parecido de indudable interés.

No obstante, durante el desarrollo de todo el proceso de investigación se ha optado, muy a nuestro pesar, por aplazar para trabajos posteriores algunos aspectos en los que se podría profundizar mucho más, en aras de mantener una línea discursiva clara y coherente que permitiese cumplir con los objetivos iniciales.

En ese sentido el proceso de elaboración de la tesis y el resultado final, en sus limitaciones, nos ha animado a continuar en esta línea de trabajo con el afán de desarrollar posteriores investigaciones que nos permitan avanzar en el conocimiento del complejo sector de la televisión local.

Por ello, no podemos más que expresar nuestra moderada satisfacción de haber podido realizar esta tesis, no tanto por los resultados obtenidos como por las posibilidades de continuar aprendiendo de todo aquello que hemos encontrado por el camino.

PARTE I.
EL ÁMBITO DE LA TELEVISIÓN LOCAL

Este primer bloque estudia el desarrollo de la televisión local desde las primeras experiencias que se producen en nuestro país hasta nuestros días, analizando su evolución en el contexto de los cambios continuos que se vienen produciendo en el modelo de sistema audiovisual español heredado del Régimen anterior y diseñado tras la transición.

De esta manera, el texto se estructura siguiendo una línea argumental que nos lleva, en el primer capítulo, desde los orígenes del sistema televisivo español en la década de los años cincuenta hasta los primeros años de la transición española, y en el que se analizan los condicionantes históricos que limitan su adaptación al contexto democrático.

A partir del marco sociopolítico y jurídico surgido durante ese período crítico de la reciente historia española se aborda, en el segundo capítulo, el papel de la televisión local en el conjunto de las transformaciones que se impulsan en el sistema televisivo estatal a partir de los preceptos constitucionales.

Posteriormente, en el capítulo tercero, se analiza el contexto en el que se regula el sector de la televisión local, prestando especial atención a las características jurídicas del nuevo espacio comunicativo y la situación creada tras la introducción de una legislación todavía hoy inaplicada.

A partir de ello, en el cuarto capítulo, se recorre el último período de la década de los años noventa estudiando las profundas transformaciones surgidas en el conjunto del sistema audiovisual y el continuo proceso de cambio y adaptación de los emisores locales al nuevo escenario ultracompetitivo.

En el quinto, y último capítulo de este primer bloque, se actualizan los argumentos que permiten determinar la importancia del sector de televisión local para el desarrollo del sistema comunicativo y socioeconómico en general, redefiniendo su papel en el contexto de fuertes desequilibrios entre las dinámicas locales y las imposiciones globales.

En este sentido, se defiende la necesaria adopción de estrategias de desarrollo integral sostenible y en el que las comunidades locales participen activamente para poder profundizar en el marco de

convivencia social diseñado en aquella transición española aún hoy inacabada.

En definitiva, se redefine el papel contemporáneo de la televisión local en el contexto actual y se reclama su integración eficaz en el conjunto del sistema socioeconómico y comunicativo actual del que continúa sin ser miembro de pleno derecho después de más de 20 años de existencia en nuestro país.

Además, su propia viabilidad y conformación futura está en un momento crítico ante la incertidumbre creada por el nuevo marco normativo impuesto para la transición digital, y que determinará el papel que tendrá el sector durante los próximos años en el conjunto de la sociedad.

Esta primera parte de la tesis concluye, finalmente, con la síntesis de los resultados obtenidos a partir del análisis realizado, haciendo especial mención a las tendencias que se están observando en estos momentos en el sector como respuesta a los profundos cambios que se están produciendo en la actualidad.

CAPÍTULO 1º.

ORÍGENES DEL SISTEMA AUDIOVISUAL ESPAÑOL.

Este capítulo se ocupa, en primer lugar, de analizar las condiciones en que se crea el sistema televisivo español desde los orígenes de Televisión Española y su evolución durante todo el período franquista.

Posteriormente se revisa el contexto en que se produce la transición española y el papel que juega la televisión pública durante la misma, atendiendo especialmente al proceso de conformación y consolidación de un modelo de programación centralista y comercial basado en la gestión de las audiencias.

Por último, se analiza la situación y características del modelo audiovisual surgido de la premisas constitucionales que queda reflejado normativamente en el Estatuto de Radio y Televisión.

1. Inicios de la televisión en España.

Los inicios de la televisión están estrechamente ligados tecnológicamente a la radio y al desarrollo de las telecomunicaciones y, consecuentemente, al contexto sociopolítico y económico en cuyo seno se desarrollan aquellos medios de comunicación.

En el caso de España, la televisión no llega hasta 1956, con el comienzo de las emisiones de Televisión Española, aunque desde la década de los años 30 empiezan a distribuirse en círculos restringidos de especialistas los experimentos que se realizan con el incipiente medio de comunicación. La confrontación nacional y el contexto sociopolítico surgido determina fuertemente el modelo de televisión español que, en todo caso, se comienza a implantar con un evidente retraso respecto al resto de países.

1.1. Orígenes tecnológicos de la televisión.

El descubrimiento del efecto fotoeléctrico⁸ en 1873 por Joseph May, operador de telégrafos, es el punto de partida de las tecnologías de transmisión a distancia de señales codificadas. Al conseguir transformar variaciones de luz en variaciones eléctricas y transmitir las a través de un hilo eléctrico en forma de señales inteligibles inició la tecnología básica sobre la que se constituiría la radio y, posteriormente, la televisión.

Poco antes, en 1864, Maxwell había establecido las primeras ecuaciones que permitían relacionar el magnetismo y la electricidad demostrando que las oscilaciones eléctricas podían propagarse por el espacio. Estas ondas electromagnéticas se desplazaban a la velocidad aproximada de 300.000 Km/h. La relación de esta magnitud con las mediciones anteriormente hechas por Fizeau y Foucault en 1849⁹ sobre la velocidad de la luz le permitió considerar ésta como una manifestación visible, como una parte de un conjunto de ondas

⁸ Bethencourt, T. (1996): "Del directo al color. Una visión tecnológica de la televisión en España", en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24, Jun-Oct, p. 56.

⁹ Asimov, I. (2000): *Nueva guía de la ciencia*, Plaza & Janes, Barcelona, p. 484-489.

electromagnéticas que tenían las mismas características y se podían agrupar en distintas zonas de un amplio espectro radioeléctrico.

La posterior experimentación realizada por Hertz para comprobar la validez de la teoría electromagnética, permitió establecer las bases de la forma en que esa energía se transmitía y podía ser medible y, por tanto, diferenciable para poder utilizar un sistema de codificación que permitiese la transmisión de información.

Mejorando el mecanismo utilizado por Hertz para sus investigaciones, Marconi consiguió enviar señales a una distancia de 14,5 Km. utilizando un alambre conectado a tierra que actualmente conocemos como antena. En 1896 consiguió transmitir telegráficamente sin hilos a través del Canal de la Mancha, y en 1901 atravesando el Atlántico. Nació oficialmente la radiotelegrafía o, mas abreviadamente, la radio¹⁰.

Paralelamente al desarrollo de las radiocomunicaciones, se investigaba la formación y transmisión de imágenes por métodos eléctricos. En 1875, Carey ideó un mosaico de células fotoeléctricas que transmitían información eléctrica a través de un hilo en paralelo, similar al propuesto más tarde, en 1881, por Constantín Selecq aunque éste último utilizaba la transmisión en serie siguiendo una secuencia de líneas de arriba abajo, en lo que más tarde sería adoptada como la mejor fórmula de insertar en el canal radioeléctrico la información audiovisual.

No obstante, se atribuye a Nipkow el primer sistema de transmisión de televisión, con su célebre par de discos agujereados en espiral y sincronizados mecánicamente para reconstruir la imagen transmitida electricamente desde un extremo, a través de una célula fotoeléctrica conectada a una lámpara que proyectaba su luz sobre una pantalla situada en el extremo opuesto.

¹⁰ Aunque las redes de telecomunicaciones por ondas, en todo caso, se constituirían sobre la experiencia previa de las redes telegráficas ópticas que ya estaban desarrollándose desde la invención del telégrafo por los hermanos Chappe. En 1865 ya se creó la Unión Telegráfica Internacional y el primer cable submarino ya había sido inaugurado en 1851, uniendo los mercados financieros de Londres y París a través de Calais. En Mattelard, A. (1998): *La mundialización de la comunicación*, Paidós, Barcelona, p. 19.

Este método sería definitivamente desarrollado por Baird en 1925, a partir de la implantación práctica de las diversas tecnologías existentes y, especialmente del tubo de rayos catódicos desarrollado por Braun en 1897. Baird consiguió transmitir una imagen de 30 líneas con una frecuencia de 5 cuadros por segundo, la cabeza de una persona que se prestó al experimento en su laboratorio, iniciando así la era de la tele-visión¹¹, aunque sería el iconoscopio de Zworkin el que resultaría por fin más adecuado para la toma de imagen real.

En la década de los años 30, las investigaciones en televisión pasaron a formar parte de las estrategias de desarrollo y expansión de las grandes empresas tecnológicas y de comunicación que ya se habían consolidado en el mercado de la radio. La BBC comenzó a experimentar en 1932, y a partir de 1934 EMI ya desarrollaba un sistema de televisión entrelazada con 405 líneas de definición y 25 imágenes por segundo, en clara competencia con Alemania, y en colaboración con la casa Marconi, encargada del desarrollo de los transmisores. Se consiguió transmitir los Juegos Olímpicos de Berlín en salas especiales de visionado, y la coronación del Rey Jorge VI de Inglaterra en 1937.

Un par de años más tarde, al otro lado del Atlántico, la RCA inauguraba el primer sistema público de televisión en Nueva York, de 340 líneas y 30 cuadros/segundo, que poco después se convertiría en el definitivo NTSC de 525 líneas y 30 cuadros/segundo.

Así, en las grandes ciudades como París, Londres, Berlín y Nueva York¹² se instalaron los primeros transmisores de televisión, en consonancia con lo que podrían considerarse los ejes económicos y financieros mundiales del momento, siguiendo un modelo expansivo

¹¹ El primer comentario sobre las posibilidades de la televisión data, probablemente, de 1924 cuando el propio Baird declaraba “Las películas cinematográficas se pueden transmitir por telefonía sin hilos”, adivinando un desarrollo del medio en que los intereses de la industria cinematográfica jugarían un papel fundamental, según afirma Palacio, M. (2001): *Historia de la televisión en España*, Gedisa, Barcelona, p. 18.

¹² Bethencourt (1996), Op. cit. p.39, pp. 58-60.

desde el centro a la periferia¹³, tan característico en la historia de la comunicación desde los orígenes de la escritura¹⁴.

1.2. Primeros experimentos de televisión en España.

En España, la televisión empezó a considerarse como un fenómeno tecnológico digno de atención a partir de mitades de los años 30, en los que se empiezan a encontrar secciones específicas sobre televisión en revistas técnicas especializadas.

Según sostiene Palacio, la aparición en 1933 de la revista *Radio y Televisión* es “el ejemplo más modélico del atractivo que suscitaba la televisión en los turbulentos tiempos de la Segunda República”¹⁵, y el inicio de la carrera de intereses privados y públicos por posicionarse ante el nuevo medio, con las típicas reticencias que suscitaba el exagerado optimismo ante las posibilidades de un medio nonato y, de otro lado, por las promesas de negocio que aparecían y el papel que debía jugar la administración en su regulación.

Aún no existiendo experiencias de televisión en España hasta bien pasados los años 40, ya a partir de 1935 aparecen anuncios que publicitan receptores de construcción mecánica con instrucciones para que sea el propio usuario quien lo monte, e incluso se desarrollan las primeras normativas legales sobre el medio, integrando su gestión desde la administración en los servicios de radiocomunicación y determinado el carácter público del servicio¹⁶. Una intervención

¹³ El desarrollo del concepto se encuentra en Mosco, V. (1986): “Videotexto e información tecnológica para la dominación mundial” en *Fantasías electrónicas. Crítica de la tecnología de la información*, Paidós, Barcelona.

¹⁴ La evolución de la imprenta y la creación de canales de distribución de textos siguiendo la ruta y el decurso de las estructuras socioeconómicas establecidas en toda Europa es buena muestra de ello como se puede ver en Martínez de Sousa, J. (1992): *Pequeña historia del libro*, Labor, Barcelona, p. 88 y ss.; y del uso que de esa información libraria hace el poder institucional y la relación de esta utilización con su autolegimitación existe abundante literatura, entre otros Alcaraz Ramos, M. (1994): *Información y poder. De Prometeo a Hal 9000*, Institut de Cultura ‘Juan Gil-Albert’, Diputación de Alicante, Alicante, en lo referente a la evolución y conformación de los derechos y libertades.

¹⁵ Palacio, M. (2001), Op. cit. p. 41, p.19.

¹⁶ “Se consideran comprendidos entre los servicios de Radiocomunicación del Estado el establecimiento y explotación de los de Radiodifusión de sonidos e imágenes, ya en uso o que puedan inventarse en el porvenir”, *Reglamento del Servicio Nacional de Radiodifusión*, 22 de Noviembre de 1935, artículo primero, Cfr. Ibid., p. 21.

administrativa que será de vital importancia para entender el fenómeno televisivo en España y, pasados los años, afectará enormemente al desarrollo de la televisión local por ondas terrestres.

El primer receptor de televisión se vio en España en 1936 en el marco de la Feria Internacional de Muestras de Barcelona, en el stand del Instituto Radiotécnico, y el primer experimento de algo parecido a la televisión se produjo en plena guerra civil, en Burgos el 25 de Noviembre de 1938, con el sistema Fonovisión. Una experiencia de televisión bidireccional¹⁷ en la que participa en propio Franco junto a uno de sus comandantes con quien intentó establecer comunicación por este sistema, aunque no es posible asegurar que la experiencia tuviese éxito¹⁸.

La primera demostración de un sistema completo de televisión no se llevó a cabo hasta el 10 de Junio de 1948 durante la XVI Feria Oficial de Muestras de Barcelona, casi diez años después de las primeras experiencias y con un retraso considerable respecto al resto de los países del entorno¹⁹. El invento fue presentado por Philips, aunque poco después también la RCA realizó una demostración de su tecnología en Madrid.

Ambas compañías tuvieron especial consideración con los poderes franquistas, poniendo todo tipo de medios para facilitar su introducción en el mercado español, invitando a representantes de la banca, el comercio y las escuelas de ingenieros, en el caso de Philips; o haciendo una exhibición privada en El Pardo a Franco, en el caso de la RCA. La potencialidad comercial de un sector sin explotar como era

¹⁷ Más parecida a una videoconferencia como la conocemos en la actualidad, pues el sistema desarrollado en Alemania se basaba en técnicas y soporte telefónico para la transmisión de imágenes punto a punto.

¹⁸ Barroso, J.; Tranche, R. (coord.) (1996): *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24, Jun-Oct, Filmoteca Generalitat Valenciana, Valencia, p. 12.

¹⁹ En Estados Unidos e Inglaterra la televisión ya se había popularizado y había comenzado a implantarse desde hacía una década, y también se empezaban a obtener resultados de las investigaciones militares sobre transmisión de microondas llevadas a cabo durante el conflicto bélico mundial que darían lugar más tarde a la tecnología de transmisión por satélite. Las agencias de publicidad americanas ya se habían constituido en la IAA (International Advertising Association), que sería uno de los actores principales en la expansión del concepto de “libertad de expresión comercial”, Mattelard, A. (1998), Op. cit. p. 40, p. 50, de vital importancia para entender el potencial mundial que adquiere la cultura estadounidense, ganadores de la II Guerra y acreedores económicos y morales de los países occidentales desde entonces.

el mercado español suscitaba no pocos intereses y atractivos para empresas de cine y radiotelevisión que ya se habían constituido en multinacionales²⁰.

Estas demostraciones de Philips y RCA, con sus propias tecnologías y llevadas a cabo con diverso éxito durante los últimos años de la década de los 40, tuvieron el suficiente impacto ante los poderes públicos y privados para que, a partir de los siguientes años, la industria y la administración se involucraran en su desarrollo.

Finalmente, un grupo adscrito a la Dirección General de Radiodifusión y formado por técnicos de Radio Nacional, sería quien realizase las pruebas preliminares a partir de 1951 con una pequeña emisora de 200 vatios de potencia, en una clara asunción de las posibilidades de la nueva tecnología por parte de algunos sectores del Régimen que, unos años después, acabaría por crear la televisión en nuestro país.

Las primeras emisiones regulares de la televisión estatal comenzaron el Domingo 28 de Octubre de 1956 para Madrid, con tecnología Philips y con una potencia de 1,5Kw, alcanzando un radio de 70 Km. alrededor de las instalaciones del Paseo de la Habana. La inauguración se produce coincidiendo con el aniversario de la fundación de Falange Española y el Día de Cristo Rey, por expreso deseo del Ministro de Información y Turismo, Gabriel Arias Salgado, quien asiste al acto junto al resto de personalidades del Régimen²¹.

Poco antes, en Junio de 1956, en el Congreso Nacional de Ingenieros de Telecomunicaciones se presenta un Proyecto de Plan

²⁰ La RCA “buscaba algo distinto que Philips: ocupar los sectores de consumo público de la televisión; así, no parece casual que en las mismas fechas en que se produjeron las exhibiciones del Círculo de Bellas Artes estuviera en España, como primera escala de su viaje de negocios por Europa, el responsable de la Paramount Televisión”, Palacio M. (2001), Op. cit. p. 41, pp. 26-30.

²¹ Y cuyo discurso acaba asegurando que “...la televisión española será uno de los mejores instrumentos educativos para el perfeccionamiento individual y colectivo de las familias españolas. Quedan inaugurados los nuevos equipos y estudios de la televisión española. ¡Viva Franco! ¡Arriba España”, Ibid. p. 39., palabras que no es necesario comentar por su explicitud respecto a los intereses de la política franquista en ese momento y la utilización del medio para su consecución. Previamente se había celebrado la pertinente misa en un altar instalado en el plató.

Nacional de Televisión²² que contiene las líneas básicas de lo que será la configuración de la red estatal de enlaces hertzianos.

El Plan Técnico se desarrollaría, según la previsión de los ingenieros, en varias fases. Se trataba de enlazar, en primer lugar, Madrid con Barcelona para poder acceder a la red europea de Eurovisión y, posteriormente, ampliar la red hacia el sur y el oeste en una siguiente fase. Finalmente, según este estudio técnico, se dotaría de emisoras de pequeña potencia a las ciudades que no formasen parte de la ruta de expansión internacional, que quedaba configurada por el eje Madrid-Zaragoza-Barcelona y Madrid-Sevilla²³.

De esta manera, la televisión en España nace impulsada industrial e institucionalmente y localizada en Madrid, con un plan de desarrollo técnico que algunos sectores económicos contemplan como una posibilidad de negocio y cierto aperturismo controlado hacia el exterior, y que pronto el Régimen comienza a utilizar propagandísticamente.

1.3. Diseño inicial del sistema televisivo estatal.

El diseño inicial de nuestro sistema audiovisual viene, como venimos diciendo, determinado por dos ejes fundamentales desde sus inicios, y hasta la actualidad

En primer lugar, la televisión se configura como un medio de comunicación social de titularidad estatal, y en cuyo impulso la industria electrónica interviene de manera decisiva; y, en segundo lugar, su implantación se desarrolla en función de un modelo de red centralizada que va extendiéndose por el resto de la geografía española. Se configura así un modelo de televisión estatalizado con un único centro de producción y distribución de la señal, y apoyado por una red troncal diseñada para la expansión y conexión técnica con otros países en el ámbito internacional y con las ‘provincias’, con las periferias a la capital del Régimen.

²² Bethencourt (1996), Op. cit. p. 39, p. 60.

²³ Palacio, M. (2001), Op. cit. p. 41, pp. 34-36.

El sistema estaba sustentado en el monopolio público de producción, programación y difusión²⁴ de manera similar al que se había conformado unos años antes en la mayoría de los países occidentales²⁵ en relación a los sistemas de radiodifusión y los organismos públicos preexistentes²⁶. Sin embargo, en el caso español, lo paradójico del modelo de sistema televisivo adoptado es que está absolutamente ligado a las instituciones públicas sin opción para la concurrencia de operadores privados, en contradicción con el modelo de sistema radiofónico existente entonces en nuestro país y en el que participaban emisores no públicos.

Es decir, la televisión desde sus inicios queda indisolublemente ligada a los poderes públicos estatales, y sobre ella se pretende ejercer un control que, sin embargo, no era tan explícito respecto a los medios de comunicación existentes, aun siendo igual de férreo.

Consecuencia de ello, en España la nueva televisión queda adscrita a la Dirección General de Radiodifusión, en el Ministerio de Información y Turismo²⁷, y a Radio Nacional, aunque sin ninguna personalidad jurídica propia.

Se ha apuntado que esta opción de crear un servicio público de televisión como parte indisoluble de la estructura estatal, compartida por todos los estados europeos de la postguerra, era consecuencia del debilitamiento político que la contienda mundial había producido en toda Europa, y de la necesidad consiguiente de reforzar y legitimar el papel del estado. Igualmente, se ha señalado también que el debilitamiento de la industria y la productividad en general no

²⁴ Bustamante, E. (1999): *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona, pp. 31 y ss.

²⁵ En Francia la RTF se creó en 1949; en Alemania, tras la imposición aliada de una estructura federalizada, se empezaron a iniciar emisiones en los länder a partir de 1948, y en 1954 una cadena estatal de ámbito nacional, la ARD; la BBC británica ya funcionaba con éxito en 1936 y aunque interrumpida por el período bélico, reinició sus emisiones en 1946, Moragas, M.; Garitaonandía, C.; López, B. (eds.) (1999): *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona.

²⁶ En el Reino Unido la televisión se desarrolla y se integra desde sus inicios en la estructura orgánica de la BBC y dentro de la concepción de servicio público que ya ostentaba la radio. Este modelo serviría de referencia para el resto de países europeos en cuanto al papel estatal respecto al monopolio de programación y a la propiedad de la red de distribución.

²⁷ Cuyo titular, Gabriel Arias Salgado había sido responsable en la década anterior de la Delegación de Prensa y Propaganda.

permitía asumir a la iniciativa privada los costes de desarrollo de las estructuras de televisión y se necesitaba el apoyo administrativo para su implantación²⁸.

De este modo, y de manera contraria al modelo estadounidense de televisión formado por un oligopolio de tres cadenas comerciales (NBC, CBS y ABC) que operaban a partir de una estructura local de emisoras y la PBS (Public Broadcasting System) como emisora de titularidad pública, el modelo europeo de radio y televisión, y por extensión el español, se apoyaba para su creación y desarrollo en los poderes públicos de manera explícita²⁹. Como consecuencia de ello, su evolución siempre ha estado condicionada a las decisiones políticas de los representantes públicos, mientras en el otro lado del Atlántico la conformación del sistema televisivo se dejaba en manos del mercado.

El caso español, como decíamos, es distinto al resto de países occidentales, pues el sistema radiofónico en el que se integraría la nueva televisión había permitido la existencia de emisoras privadas de radio y, de hecho, era un sistema mixto en el que convivían radios comerciales y Radio Nacional³⁰, que empezó sólo a configurarse como la radio oficial del estado a partir de 1937³¹.

La nacionalización y utilización propagandista de la televisión, en el caso específico de nuestro país, sólo está justificada en el

²⁸ Bustamante (1999), Op. cit. p. 46, pp. 33-34.

²⁹ Aunque la FCC (Federal Commission Communications) en Estados Unidos jugaba y juega un papel fundamental en la regulación del mercado televisivo, como antes hizo la Motions Picture Patents Company (MPPC) en el mercado cinematográfico, básicamente imponiendo algunas reglas para los operadores e impidiendo la entrada de nuevos actores en competencia y manteniendo el oligopolio.

³⁰ Radio Barcelona (EAJ-1) nació en 1924 como una radio privada y en ese mismo año ya se concedieron 15 licencias privadas. Un año antes ya funcionaba Radio Ibérica que emitía desde Madrid, y que funcionó al amparo de la ordenación del sector llevada a cabo por el Decreto de 27 de Febrero de 1923, que en su artículo primero definía que “la radio es un servicio público monopolio del estado” añadiendo en el artículo 7 que “el mismo podría ser explotado directamente por la administración pública o mediante concesión a particulares”, Díaz, L. (1997): *La radio en España: 1923-1997*, Alianza, Madrid, pp. 91-92.

³¹ La agencia Efe se fundaría también un par de años más tarde, en 1939, y entre sus directores durante el franquismo se encontraba Manuel Aznar Zubigaray, abuelo del actual Presidente del Ejecutivo español Jose María Aznar, y que comenzó a dirigir la agencia en 1958, en Pardo de Vera, A. (2002): “Los hijos del franquismo que gobiernan España”, <http://www.elsiglo-eu.com/tp2002/portada%20512.htm>. Actualmente la agencia Efe está incluida entre las empresas controladas por la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales.

contexto de un Régimen como el franquista aislado del resto de Europa. Continuar con la línea político-mediática que ya se había utilizado para la radio, tanto en la guerra civil como durante la contienda mundial, y por cuyo control estatal Hitler y Mussolini habían apostado claramente³², sería una prioridad asumida igualmente por el Régimen franquista en todos sus términos.

El franquismo, por otro lado, no estaba exento de tensiones en su seno y en esos años estaba inmerso en una crisis de legitimidad y reparto de poderes entre la Falange y las distintas familias que lo sostenían, y el país estaba además sumido en una profunda crisis económica provocada por una gestión desastrosa. La nueva televisión se utilizó para intentar ganar el poder para el sector falangista y darle un apoyo específico para obtener mayor cuota de control en la estructura administrativa estatal³³ y para, posteriormente, servir a las ideologías aperturistas de los sectores más liberales que acabarían situando nuestro país en la estela de la ‘modernidad’³⁴.

Entre los nombres que se barajaban para bautizar la primera televisión española resultan especialmente significativas algunas propuestas aparecidas en prensa³⁵ tales como “La televisión de Chamartín”, o “La Central de Radio Televisión de Madrid”, lo que viene a confirmar el carácter localista de la televisión española en sus inicios. Localismo que se mantiene hasta la actualidad, a pesar de la ruptura ya lejana del monopolio público estatal sobre la televisión en la década de los 80.

En este sentido, no es arriesgado afirmar que la televisión local no nació en Cardedeu en 1981, sino que nació en el Paseo de La Habana de Madrid, en 1956. Nació entre las paredes de un chaletito en

³² Chakhotine, S. (1952): “Le secret du succès de Hitler” en *Le Viol des foules par la propagande politique*, Gallimard, París.

³³ Se designó a Jose Luis Suevos y Jose Ramón Alonso, dos insignes falangistas, como responsables de la administración en el control inicial de la televisión. A ambos, y a los vaivenes políticos del momento, se atribuyen las causas de que la inauguración del medio se hiciera de manera prematura y apresurada, en un intento de reestructurar el equilibrio de fuerzas en el seno del Régimen que, en todo caso, fue poco efectiva y que acabo perdiendo la falange ante la imparable ofensiva de los ministros del Opus Dei, que terminaría controlando el gobierno.

³⁴ Los matices de esta particular modernidad los tratamos más adelante.

³⁵ Recogidas en Palacio, M. (2001), Op. cit. p. 41, p. 38.

el que se instaló una primera emisora de cobertura local con una financiación indefinida y precaria y que, paradojas del destino, se empezó a transformar en una *televisión local de ámbito nacional* por las facilidades, connivencias y expectativas que el poder político y económico depositaron en el nuevo medio.

Con el tiempo esta televisión acabó eliminando de su denominación el término local para convertirse en *televisión nacional* y, definitivamente, en *Televisión Española*. Se configuraba así un sistema televisivo basado en un único operador de red y en el que la creación, producción y distribución de contenidos de programación estaba centralizada en torno al poder del Régimen y localizada en la sede del mismo, en Madrid.

2. La televisión española del Régimen.

TVE española nació, de esta forma, estrechamente ligada a las particular ideología del franquismo y, al menos durante un tiempo, sin unas directrices globales claras para su implantación mas allá del único objetivo de su control político, es decir, sin una definición explícita de cuál sería la forma de producir, distribuir y gestionar la nueva empresa comunicativa que en poco tiempo se convertiría en el eje central de todo sistema audiovisual español.

Los equipamientos iniciales con que contaba el nuevo medio consistían en “un par de cámaras -siempre fuera del decorado, una de ellas sobre grúa- con torreta de objetivos y dos jirafas de brazo no extensible. La iluminación, prácticamente sin contraluces, cubría de manera uniforme el decorado con proyectores frontales sobre trípode, y las raquílicas dimensiones del espacio de rodaje obligaban a montar los decorados en ‘capas de cebolla’, sin más tiempo que los diez minutos de un *No-Do* o un *Imágenes* para desmontar uno y atrezar el siguiente”³⁶. Todo ello en un plató que se había construido en un garage anexo del chaletito y que carecía de las mínimas condiciones de insonorización³⁷.

³⁶ López, P. A. (1996): “Ha nacido una estrella”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24, Jun-Oct, p. 19.

³⁷ “Grave fue que nadie pensara al remozar el garage que un plató no debe tener ventanas a la calle, pero más grave fue aún dejarlas abiertas durante la emisión”, *Ibid.*, p. 18.

La realización se realizaba en riguroso directo, pues todavía no se había inventado el magnetoscopio, utilizando la cámara para ilustrar lo que venían a ser diarios hablados directamente herederos de las técnicas y rutinas radiofónicas, e insertando imágenes documentales telecinadas.

No existía tampoco ningún plan de financiación para la nueva emisora. Como desde el principio se optó por emitir diariamente, las dificultades para mantener la producción y los salarios de las cuarenta o cincuenta personas que participaban en el proyecto obligaron a que se empezase a recurrir, tempranamente, a formulas de patrocinio. Poco después se introdujeron inserciones publicitarias y *filmets*³⁸ y el recurso a la publicidad empezó a ser una práctica regular.

2.1. Financiación de la televisión pública.

Desde los inicios de la televisión estatal, hacia 1957, se intentaron establecer formulas administrativas para la financiación pública del medio, aunque tuvieron poco éxito, con la introducción e implantación de un canon sobre los receptores imposible de aplicar.

En España no comenzaría la industria de fabricación nacional de televisores hasta 1959, y todos las que ya había en los hogares procedían de la importación y estaban en manos de las clases más pudientes de Madrid y Barcelona, y el público de la televisión de entonces no parecía dispuesto a pagar un nuevo impuesto³⁹, a pesar de que muchos de estos nuevos televidentes eran, obviamente, afines al Régimen y con poder adquisitivo suficiente.

La precaria situación económica nacional tampoco permitía un implicación directa del estado en la financiación y, además, el gobierno ya estaba bajo el control del neoliberalismo opusdeísta que empezaba a aplicar las recetas de la OCDE y el FMI, con lo cual

³⁸ Spots publicitarios y promocionales de películas de hasta cuatro minutos de duración.

³⁹ De entre 300 y 500 pesetas dependiendo de si el televisor era de hasta 17 pulgadas o superior. A finales de 1958 se estimaba que en Madrid había unos 25.000 televisores, y unos 50.000 sumando a los barceloneses que los utilizaban para ver la RAI, pues aún no llegaban las emisiones de TVE, y todos ellos debían haber sido autorizados por la Dirección General de Aduanas, aunque no parecía “muy dada a facilitar datos de los usuarios”, Palacio (2001), Op. cit. p. 41, p. 43.

todavía se complicaba más la implantación de esa fórmula de financiación.

Se elabora, en consecuencia, una pequeña reglamentación para autorizar que Televisión Española recaude dinero a través de la publicidad y, poco después, se comienzan a producir los primeros intentos de configurar y medir una audiencia⁴⁰ que permita justificar la inversión publicitaria realizada en el medio por las empresas comerciales.

Muy poco después del nacimiento de TVE, hacia 1961, se inicia la subasta de espacios a las agencias de publicidad, en períodos de 15 minutos, y empieza a fijarse un modelo de géneros que inician “el primer imaginario televisivo: variedades, telefilms norteamericanos, concursos, programas dirigidos a la mujer y a los niños y, por supuesto, retransmisiones futbolísticas”⁴¹.

No obstante, el estado facilitaba la compra de televisores favoreciendo legalmente a partir de 1961-62 la adquisición a plazos y anulando la consideración del televisor como artículo de lujo y sus impuestos asociados. Con esta medida, pero, sobre todo, por la enorme fascinación que producía el nuevo medio entre los ciudadanos, hacia mediados de la década de los sesenta y principios de la siguiente la televisión ya estaba fuertemente implantada en los hogares de nuestro país.

El fuerte impacto social del nuevo medio y los pingües ingresos generados por la publicidad situarían en muy poco tiempo a la televisión estatal como la primera industria del ocio española, con ingresos superiores a los de las salas cinematográficas del país⁴².

Por otro lado, la red de enlaces ya se había ido desarrollando desde 1958⁴³ siguiendo el plan técnico previsto, y la señal llegaba a

⁴⁰ Empiezan a operar en el medio agencias como Movierecord, Publidís y Telesistemas.

⁴¹ La primera retransmisión de fútbol patrocinado fue el Francia-España de Marzo de 1958, emitido 24 horas más tarde, y ya en 1959 el Ministerio de Información y Turismo establece por decreto que las retransmisiones deportivas podrían ser expropiadas forzosamente por motivos de interés público. Ibid., p. 47.

⁴² Ibid., p. 73.

⁴³ En octubre de ese año ya se realizó la primera retransmisión en directo de los actos religiosos de la Fiesta del Pilar de Zaragoza.

Barcelona desde 1959 y a Valencia el año siguiente. En 1961 se ingresó también en Eurovisión enlazando con la red europea desde Zaragoza, cumpliendo así uno de los objetivos fundamental en la concepción del diseño de la red. En Agosto de 1959, se había creado, igualmente, el centro de producción de Barcelona que llegaría a suministrar hasta un 20% del total de la programación propia a la cadena estatatal en los siguientes años, con cierta especialización en programas concurso y variedades.

Hacia 1963 televisión española ingresaba por publicidad un 92% de su presupuesto y por el canon, que funcionó hasta 1966, el 8% restante de un total de más de 525 millones de pesetas, y ya se puede empezar a hablar de una evidente consolidación de la televisión pública estatal fruto de su saludable situación financiera, que le permite comenzar a actualizar sus equipos y centrar mayores esfuerzos en el desarrollo y ampliación de la parrilla de programación.

La primera unidad móvil había llegado a TVE en 1958, en 1960 el primer magnetoscopio⁴⁴, y ya se estaba en disposición de ampliar las instalaciones y inaugurar lo que se ha venido a llamar la ‘edad de oro’ de la televisión en nuestro país en cuanto al desarrollo, solvencia económica e implantación social que el medio adquirió en pocos años.

2.2. Televisión pública estatal para el ‘desarrollismo’.

Con el traslado a los estudios de Prado del Rey, el 18 de Julio de 1964, con cinco platós y entre ellos Estudio 1, el plató más grande de Europa⁴⁵, comenzó un proceso de implantación y consolidación de TVE que acabaría por constituirse en el principal medio de comunicación masivo del país. El 15 de Noviembre de 1966 se iniciaron, además, las emisiones por UHF, el *canalillo* como era conocido en el medio⁴⁶, con un horario de emisión de 3 horas, de 9 a 12 de la noche.

Televisión Española empezaba a constituirse en una gran empresa de televisión, tanto como cabecera de la industria audiovisual

⁴⁴ Castellón, A. (1996): “Yo estaba allí”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24, Jun-Oct, p. 44.

⁴⁵ Barroso, J., Tranche, R. (1996), Op. cit. 43, p. 50.

⁴⁶ López, P. A. (1996), Op. cit. p. 49, p. 21.

nacional, como respecto a la presencia e influencia que ejercía como medio de comunicación social.

Pero, paralelamente, las enormes dimensiones que empezaba a tener comenzaron a provocar complicaciones crecientes para su gestión, derivando en la adopción de estrategias comerciales de explotación intensiva de los recursos financieros y en una mayor presión institucional sobre el flujo discursivo de la programación.

Se hubo de adaptar y desarrollar de manera acelerada el sistema de medición de audiencias para responder a los requerimientos de los anunciantes. El Centro de Estudios de Opinión de TVE se creó en 1965, realizando ya los primeros sondeos⁴⁷ sobre el mercado de televidentes y, poco después, se crearía el Instituto de la Opinión Pública⁴⁸, dependiente del Ministerio de Información y Turismo al frente del cual se encontraba Manuel Fraga Iribarne.

El ministro Fraga era un firme propulsor de lo que se venía a denominar *desarrollismo*, es decir, de la utilización de la propaganda asociada a la construcción de esa imaginería popular típica de esos años a través de la televisión que intentaba insertar el país en una modernidad moderada y controlada desde el Régimen y abrirlo al contexto europeo. Como afirma Vázquez Montalban⁴⁹ “Fraga entendió perfectamente su papel: organizar una lenta transición entre el proteccionismo de conciencias desarrollado por Arias Salgado y la normalización de la concurrencia de criterios típica de la democracia formal”, manteniendo una tímida apertura del país desde el control estatal del medio televisivo⁵⁰.

La censura continuaba ejerciéndose, aunque de distinta manera a como había estado presente desde los inicios de la emisión, y era muy

⁴⁷ Rubio Domínguez, J. (1996): “La investigación de Audiencia”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24, Jun-Oct, p. 221.

⁴⁸ Se comenzó a confeccionar la *Encuesta Nacional de Radio y Televisión*, antecedente directo del actual EGM/AIMC, en cuya gestación y administración TVE ha tenido y tiene un papel destacado, a través de la Comisión Técnica y el Comité Directivo, Ibid. p. 223.

⁴⁹ Vázquez Montalban, M. (1973): *El libro gris de Televisión Española*, Ediciones 99, Madrid, p. 144. (Cfr. Barroso, J.; Tranche, R. (1996), Op. cit. p. 43, p. 51.

⁵⁰ Aprobando la Ley de Prensa de 1966 por un lado, pero estableciendo mecanismos de dirigismo cultural que propiciaran el desarrollo del mercado y, en definitiva, vinculando las políticas económicas a las pautas de consumo publicitario.

tenida en cuenta en el trabajo cotidiano de los profesionales del medio desde sus inicios. Cuenta Alfredo Castellón⁵¹ cómo, además del censor oficial de la casa, “también lo eran, por el riesgo que corrían, los directores de programas y hasta los mismos realizadores y no digamos los espontáneos que cogían el teléfono y te llamaban protestando por lo que les parecía censurable. A veces esas llamadas provenían de otros directores generales o de sus esposas, que por cierto eran las peores”.

Sólo desde 1964, con la llegada de Fraga y durante todo su período como ministro, la censura empezó a suavizarse con el retorno de los ‘azules’ y el nombramiento de Aparicio Bernal como director, que incorporaría, entre otros, a Adolfo Suárez entre su equipo. La censura directa, el tijeretazo, empezó a transformar sus herramientas totalitarias por otras no menos efectivas aunque, aparentemente, más inocentes en cuanto que menos agresivas.

Se comenzaron a desarrollar las políticas ‘culturales’ oficiales en las que el medio televisivo se situaba en el vértice de un sistema de comunicación tímidamente aperturista, o como poco aparentemente menos totalitario que en los años anteriores, que cambiaba la estrategia del terror por la del acercamiento de la ‘cultura’ y la educación en valores a los ciudadanos, aunque, por supuesto, estos valores habían de ajustarse a los considerados oportunos por el Régimen.

La imaginería popular de este ‘desarrollismo’ socioeconómico había tomado forma con el ‘boom’ del turismo iniciado a finales de la década de los 50 y cuya gestión, no casualmente, se integró institucionalmente en el mismo ministerio que las cuestiones relativas a la gestión de la información, hasta poco antes llamada propaganda⁵².

Este aperturismo sólo era una respuesta del Régimen a la grave situación económica en que se encontraba el país debida al aislamiento en que se mantenía el franquismo⁵³ frente a los acontecimientos que se

⁵¹ Castellón, A. (1996), Op. cit. p. 52, p. 46.

⁵² El Ministerio de Información y Turismo se creó a comienzos de los años cincuenta como respuesta a los nuevos objetivos del Régimen, suavizando incluso su denominación.

⁵³ Y la negativa inicial a subirse al carro de la reconstrucción europea financiada por los Estados Unidos.

producían en su inmediato entorno europeo e internacional que, de continuar así, no podía más que terminar de hundir la ya ahogada economía española y era, a la larga, insostenible.

En ese sentido, desde principios de los cincuenta las tensiones en el seno del franquismo entre el intervencionismo nacionalsindicalista y el empresariado liberal empezaron a abrir brechas por las que se establecería la libertad de precios, comercio y circulación de alimentos. Todo ello continuaría con la apertura al comercio internacional hacia finales de la década, en la que el Opus Dei tendría un papel fundamental en su ambivalente estrategia “integrista en lo religioso y europeizante en lo económico”⁵⁴.

El inicio del Mercado Común europeo ya estaba en marcha en 1957 con la firma del Tratado de Roma y este acercamiento progresivo a los países occidentales, junto a una oportuna devaluación de la moneda situó el turismo como una de las primeras industrias nacionales⁵⁵, y la única posibilidad de reactivar la economía española.

En definitiva, se podía ya hablar de un firme y consciente impulso estructural del país hacia una sociedad de consumo que difícilmente podría sostenerse si no se modernizaban las ideologías y la forma de control del poder franquista, que ya venían soportando fuertes tensiones tanto desde el exterior como desde el interior del país. En todo caso, la inserción en la ‘modernidad’ en estos términos se presentaba como la única salida al exterior después del largo tunel del franquismo, y la única opción a la crítica situación en que se encontraba la economía en aquellos momentos.

2.3. Expansión de la cultura del Régimen: los teleclubs.

Durante toda esta época, cualquier actividad al margen de los organismos e instituciones del Movimiento era perseguida y aniquilada y los medios de comunicación, y la televisión pública en particular, se

⁵⁴ Las cartillas de racionamiento del pan se habían suprimido en 1952, y en 1953 España firmaba acuerdos con el Vaticano y los Estados Unidos previo ingreso en Naciones Unidas, en García de Cortazar, F.; González Vega, J.M. (1993): *Breve Historia de España*, Alianza, Madrid, pp. 606-607.

⁵⁵ A principios de los setenta se sobrepasaban ya los treinta y dos millones de visitantes anuales, Ibid. p. 610.

utilizaban para manipular y oscurecer los movimientos estudiantiles y sindicales y la agitación propia de las células políticas de los partidos ilegales, como el PCE, para distribuir otra imagen más dulcificada del que se ofrecía a los españoles con los tópicos de la bonanza económica y la ‘modernidad’ de los nuevos tiempos.

En ese contexto aparecen los teleclubs, como una experiencia clave para entender esa política cultural diseñada por el Ministerio de Información y Turismo, con ánimo de “proporcionar ideas y conocimientos, aportar criterios de enjuiciamiento y valoración, favorecer la promoción y movilidad de la población y reducir las tensiones y desajustes sociales”⁵⁶.

Una declaración de intenciones que evidencia el papel que la televisión tenía asignado en cuanto a conformación y autolegitimación de los propios principios básicos de la administración. Y una muestra de la institucionalización que ya se ha producido en el medio en cuanto a su papel como un instrumento fundamental del poder del estado, conformando y diseñando su uso con la evidente función de pacificar y controlar la conflictividad social y los ‘desajustes’, práctica usual en la televisión pública de nuestro país desde entonces.

Llegaron a haber unos tres mil teleclubs por todo el territorio nacional, repartidos principalmente por núcleos rurales del interior, pero, como afirma Palacio, “su misma continuidad quedaba en entredicho según crecía el parque de televisores y, por otro lado, mucho más decisivo, porque las políticas de animación cultural en el franquismo estaban ‘ontológicamente’ abocadas al fracaso”, en tanto que su efectividad era dudosa.

Se ha de reconocer, no obstante, un cierto aperturismo permitido desde el régimen puesto que, aun conociendo la ‘peligrosidad’ social que podían suponer estas ‘unidades de cultura popular’, era previsible que se prolongaran hacia pequeñas ‘unidades de acción social’ y, como afirma Fraga en sus memorias, “era inútil pensar que no iban a discutirse también temas sociales”⁵⁷.

⁵⁶ Cfr. Palacio, M. (2001), Op. cit. p. 41, p. 59.

⁵⁷ Fraga Iribarne, M. (1980): *Memoria breve de una vida pública*, Planeta, Barcelona, p. 98, Cfr. Ibid., p. 60.

Ciertamente, no era una verdadera iniciativa de comunicación popular, pero sí se adivina cierta permisividad y apertura al diálogo y a la formación de las clases menos favorecidas. En sus limitaciones, y en su propia contradicción ontológica, se trata de un ejemplo revolucionario en un contexto en que las instituciones franquistas, el ejército y la iglesia formaban un sistema de poder que estaba absolutamente presente en todos los estratos socioculturales: con esta iniciativa de agrupación popular local en torno a un medio de comunicación, se daba la oportunidad de crear un foro de discusión que podía escapar al control del Régimen y permitir debatir temas sociales al margen de la particular didáctica del franquismo.

No obstante, los teleclubs en España en su concepción inicial no se parecían en nada a las experiencias francesas que habían comenzado a desarrollarse unos años antes, desde 1950, y que nacieron de manera espontánea e impulsadas por los propios campesinos para paliar el aislamiento en que se encontraban. Además, mantenían un modo de organización más centrado en el poder de la sociedad municipal y en planteamientos comunitarios⁵⁸, muy alejados en este sentido de la forma en que se concibieron y gestionaban los teleclubs españoles.

Aun así y todo, debemos considerar la red de teleclubs creada por el gobierno franquista como una significativa iniciativa de participación popular mediada que inserta y proyecta en el país, inconscientemente, algunos protovalores democráticos e, incluso, cierto modelo formativo liberal que hunde sus raíces en los movimientos ilustrados tradicionales de la Europa continental, puestos en suspenso desde la finalización de la Guerra Civil y durante la primera etapa del franquismo.

Este aperturismo, no obstante, no partía precisamente de una intención explícita de modificar *per se* los parámetros ideológicos de los ciudadanos españoles, bien al contrario, y como decíamos, venía

⁵⁸ Las programaciones iban igualmente destinadas a insertar en la modernidad a los habitantes de las zonas rurales y propiciar el desarrollo de la tecnología agrícola, pero se trata de una experiencia genuinamente popular en la que la administración participó a posteriori, al contrario que los teleclubs españoles cuya red estaba dirigida y diseñada desde el gobierno central y sus delegaciones regionales. Un completo estudio se halla en Dumazedier (1956), Op. cit. p. 20, tanto sobre el funcionamiento de los mismos como en lo relativo a las expectativas de educación popular que se habían depositado en el medio televisivo.

condicionado por el contexto socioeconómico y político en que se encontraba la administración franquista. Sin embargo, la imposición de la modernización de las estructuras productivas y de gestión política ante la posibilidad nada lejana de una crisis económica de dimensiones catastróficas, paradójicamente, dieron como resultado una iniciativa, en su contexto, mucho más aperturista de lo que a primera vista el Régimen estaba dispuesto a asumir.

En ello tuvo que ver mucho el ministro Fraga, como ya hemos apuntado, y todos estos condicionantes económicos, y este nuevo talante asumido como única respuesta a la situación del país obligó a adoptar esta nueva forma de ver la política ‘cultural’, que acabaría facilitando la promulgación, en 1966, de la Ley de Prensa, en la que se eliminaba la censura previa⁵⁹ y se inauguraba una nueva etapa en el sistema de comunicación español.

TVE continuaría siendo el medio más potente de manipulación y distribución simbólica de modelos y hábitos de vida en la sociedad española pero, paradójicamente, los nuevos sectores que dirigían los designios del Régimen, en sus esfuerzos, acabarían por no poder controlar aquella inculturación pretendida y aquella modernidad que, en positivo, se colaba por todas partes poco a poco.

2.4. TVE en las postrimerías del franquismo.

Desde la entrada de Fraga al ministerio y hasta 1964 el responsable de dirigir la televisión española había sido un militar de carrera, Roque Pro Alonso, que sería relevado en el cargo por Jesús Aparicio Bernal, director hasta 1969, y que se convertiría en el artífice de la etapa de apogeo de la televisión pública en las instalaciones de Prado del Rey.

⁵⁹ Se eliminaba la labor previa del censor, pero seguía haciéndose a posteriori, con lo que se acabó convirtiendo en una autocensura por parte de los editores. Paralelamente a estas aperturas mínimas de libertades, el Régimen continuando tensionando su control en sentido contrario, y al tiempo que Fraga en 1962 anunciaba “una liberalización cultural e informativa para desfogarse al año siguiente contra los intelectuales que denunciaban torturas de la policía... una nueva institución entraba en la historia represiva del Régimen de Franco: el Tribunal de Orden Público”, García de Cortazar, F.; González Vega, J.M. (1993), Op. cit. p. 55, p. 614.

Con una salud financiera nunca conocida, equipamiento de alto nivel, equipos ligeros y un grupo de profesionales ya plenamente conocedores del medio⁶⁰, la programación de TVE, como afirma Maqua, comenzaba a transitar desde un modelo en que “la realidad tenía que acudir al estudio donde ellas habitaban (las telecámaras); y la única realidad que, como puede suponerse, iba por allí era la invitada... facilitando el control y la censura... y en la que la calle -la vida- estaba prácticamente prohibida”, a un modelo de programación en el que “ciertas realidades no invitadas comenzaran a colarse” y el Régimen “en lugar de negar la realidad” se vio “forzado a administrarla” Emitiendo a menudo con un bucle de varios minutos de retraso, “por si las moscas”⁶¹.

Esta vía de introducción de nuevos discursos no podía ser todavía el género informativo, en cuanto que resultaba demasiado explícito y estaba bajo control de la política gubernamental, sólo era posible la crítica y la transformación del imaginario que proporcionaba hasta entonces la televisión desde los géneros de ficción.

De esta manera, la renovación técnica y humana permitió que, por medio de algunas series televisivas y documentales de audiencias minoritarias pero, sobre todo a través del humor, se empezara a programar con un nuevo talante, transformando la parrilla de emisión de la segunda cadena, dirigida a audiencias minoritarias y que entonces dirigía Adolfo Suárez⁶², y comenzó una lenta y tímida transformación del discurso institucional monolítico que hasta entonces distribuía TVE.

A pesar de estas incipientes transformaciones, el imaginario colectivo que difundía la televisión y era popularmente aceptado por la mayoría del público venía a ser genéricamente similar al que actualmente arrojan los estudios de audiencias, y no ha variado mucho

⁶⁰ Este nuevo grupo de profesionales se habían ido incorporando en etapas sucesivas a Televisión Española procedentes de la Escuela Oficial de Cine de Madrid.

⁶¹ Maqua J. (1996): “Apuntes para una historia de las relaciones entre realidad y ficción en la TV española”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24, Jun-Oct, p. 109.

⁶² Y en la que se contaba con Jaime de Armiñan, Marsillach, y posteriormente Camús, Gonzalo Suárez, Claudio Guerin, García Candau, Pilar Miró, etc.

desde que la televisión entró en los hogares de nuestro país hasta nuestros días.

Hacia 1968 el ranking de programas más vistos situaba en primer lugar un concurso, *Un millón para el mejor*, seguido de un programa de variedades, aunque el fútbol todavía se situaba alejado de los primeros puestos, pero con casi 6,5 millones de espectadores respecto a los 10,2 millones del primero del ranking⁶³. La producción propia, sin embargo, superaba todavía con creces los índices de audiencia de las ficciones norteamericanas, con una presencia por franjas horarias similar a la actual.

El gusto de los españoles se inclinaba, pues, por una programación popular de escaso nivel cultural y centrada en el entretenimiento pero, al contrario que hoy, con una fuerte penetración de los programas de producción propia. Los considerados programas de ‘calidad’, que eran incluso premiados internacionalmente, mantenían, sin embargo, unos modestos niveles de penetración social.

En definitiva, la supuesta transformación que se produjo en la televisión española durante esa época fue una revolución más bien pensada y deseada que efectivamente instalada en el seno de TVE.

No obstante, las crecientes críticas al medio y la transformación interna que estaba sufriendo TVE con la incorporación de nuevos profesionales, sería un importante revulsivo que iniciaría la renovación del modelo de programación que había mantenido hasta el momento la televisión nacional y, consecuencia de ello, en estos años se abriría en parte el camino a los cambios que se iban operar en la sociedad española pocos años después.

Por otro lado, durante esa década de los sesenta comenzaron a publicarse paralelamente los primeros estudios sobre televisión, y empezó a adoptarse una actitud crítica respecto al medio a partir de la asimilación de las posturas mantenidas por los miembros de la Escuela de Frankfurt.

⁶³ Datos recopilados en *La Audiencia de Televisión en España*, confeccionada a partir de un concurso público convocado por TVE en 1968, en Palacio, M. (2001), Op. cit. p. 41, pp. 67-71.

El paradigma comunicativo crítico era asumido con fuerza por las instituciones académicas y los sectores sociales y políticos que se presentaban como alternativa a la excesiva institucionalización y manipulación informativa. La crítica a aquellos que utilizaban el monopolio de la televisión pública para difundir y legitimar los valores sobre los que construían el aparato ideológico estatal, empezaba a emerger, aunque aún pasarían unos cuantos años para que estas posturas se pudieran implantar, y solo parcialmente hasta nuestros días.

3. El sistema televisivo español previo a la transición.

Como venimos diciendo, la televisión en España se había constituido de manera similar al resto de televisiones europeas como un servicio público estatal, en claro contraste con la televisión estadounidense que había mantenido desde sus inicios un claro componente local, y de manera contradictoria a la propia estructura radiofónica anterior, pero también con diferencias reseñables respecto al entorno europeo.

Como ha señalado Bustamante⁶⁴, TVE nació como una “televisión de Régimen y no de Estado, lo que impidió toda autonomía política y gerencial”, y nació con financiación básicamente publicitaria desde sus inicios y ejerciendo el “monopolio de difusión de la señal y de oferta de programas”, siendo “pionera en Europa en la importación de la ficción estadounidense” que comenzó pronto a introducirse en las parrillas de programación.

Estos condicionantes y aquel modelo de gestión, se mantenían vigentes durante los momentos inmediatamente anteriores a la transición y, como veremos más adelante, no se puede considerar que TVE y el sistema televisivo español hayan concluido la transición desde el modelo monopolístico gubernamental que se mantiene de diversas formas y es causante de la deficiente consolidación de nuestro sistema televisivo nacional, objeto de numerosas y regulares críticas desde hace varias décadas.

⁶⁴ Bustamante, E. (2002): “Televisión: errores y frenos en el camino digital”, en Bustamante, E. (coord): *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, Gedisa, Barcelona, pp. 213-214.

Tal como contabamos, hacia mitad de la década de los sesenta, y sobre todo durante los años 70, se comenzaron a editar estudios específicos sobre la televisión, tanto aproximándose a la especificidad del medio televisivo como en cuanto a sus funciones comunicativas y al uso maniqueo que de ellas se hacía⁶⁵.

Comienza, de esta manera, a instalarse la tensa dualidad que todavía hoy enfrenta los paradigmas conceptuales y modelos de gestión que maneja la administración para definir el sistema televisivo en nuestro país, en franca contraposición a las posturas críticas mantenidas por amplios sectores sociales y académicos. Una dualidad que enfrenta la lógica económica con la supuesta función pública atribuida a los medios de comunicación social, en un diálogo complejo, y no exento de contradicciones, que se mantiene absolutamente vigente en la actualidad.

Así pues, se entra en una dinámica que finalmente pone en crisis un modelo de sociedad tutelado por un estado con diferentes niveles de implicación, frente a un modelo en que el papel del estado se reduce, en principio, a la mínima intervención, al menos directa. Sin embargo, entre estas posturas contrapuestas existen multitud de gradaciones y, en todo caso, no se pueden abordar desde los estrechos límites de un país u otro, que se han de considerar necesariamente insertos en el flujo socioeconómico mundial.

3.1. La televisión franquista en el contexto internacional.

La televisión española y el estado español empezaron a ser parte integrante de las tensiones socioeconómicas internacionales a principios de la década de los setenta, en plena efervescencia de las luchas políticas y sociales que se producían en el interior del país⁶⁶ en la agonizante dictadura franquista.

⁶⁵ Gubern, R. (1965): *La televisión*, Bruguera, Barcelona; Baget, J.M. (1965): *Televisión un arte nuevo*, Rialp, Madrid; y posteriormente Vázquez Montalban (1973), Op. cit. p. 53, o Rodríguez Méndez, J.M. (1971): *Los teledictos*, Laia, Barcelona, Cfr. Palacio, M. (2001), Op. cit. p. 41, p. 82.

⁶⁶ ETA atentaba contra Carrero Blanco en 1973, unos años antes el PCE ya había diseñado su estrategia de alianzas europeas y las denuncias al Régimen franquista en el entorno internacional eran ya insostenibles.

No obstante, unque no demasiado activo, desde el ‘desarrollismo’ de los setenta el estado español ya participaba en la dinámica internacional que rebasaba sus fronteras y, por consiguiente, las corrientes económicas y políticas no le eran tan ajenas como en la anterior década de los cincuenta.

La Europa de la postguerra empezó a emerger de la contienda cuando se empezó a desarrollar el *Plan Marshall*, que Mattelard ha considerado el ‘caballo de Troya’ por el que penetraron en Europa “sistemas de valores, tecnologías sociales y modelos que habían tenido éxito en Estados Unidos”⁶⁷.

Aunque tardíamente, el Régimen ya había entrado en los restringidos círculos del Fondo Monetario Internacional y el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento del Desarrollo, y en un contexto en el que el mundo había quedado dividido en dos bloques, y en el que los liberados debían mucho a los aliados y dependían de ellos para su reconstrucción, incluso el franquismo se alineó con las democracias occidentales ante el ‘peligro’ comunista.

En ese nuevo diseño geopolítico internacional, las comunicaciones acabaron de convertirse en un sector estratégico fundamental para los intereses políticos y empresariales de los distintos actores económicos y sociales mundiales, continuando con los usos que ya se habían hecho de los medios durante las contiendas bélicas.

En nuestro país, durante la guerra civil española tanto el bando republicano como el franquista experimentaron y utilizaron con profusión las posibilidades de la radio como medio propagandístico y, como ha señalado Díaz⁶⁸, desde el inicio de la guerra las autoridades de ambas zonas intervinieron las emisoras y “utilizaron la radio como su principal medio de difusión”, preocupados especialmente por neutralizar las estaciones como estrategia fundamental para dirigir su particular mensaje político a la población.

El 19 de Enero de 1937 había nacido Radio Nacional de España, con una potencia de 20 kw y una cobertura casi nacional, la primera

⁶⁷ Mattelard, A. (1998), Op. cit. p. 40, p. 69.

⁶⁸ Diaz, L. (1997), Op. cit. p. 47, p. 143.

emisora del Servicio Nacional de Radiodifusión, compuesta por las emisoras de Barcelona, Huelva, La Coruña, Madrid y Málaga. A ellas se unían 68 emisoras privadas y una veintena de emisoras de ámbito local nacidas durante la guerra con fines propagandísticos, según el balance realizado por este autor sobre la situación a principios de la década de los cuarenta⁶⁹. Un sistema de radiodifusión en el que, como ya apuntábamos, convivía la oferta pública y privada.

De igual modo, la propaganda aliada ya había utilizado la radio de manera muy eficiente y abundante durante la contienda bélica y los años anteriores y posteriores. Mientras la radio de Berlín emitía desde 1935 en 28 idiomas, incluso en inglés para Estados Unidos, el fascismo de Mussolini se dirigía a las naciones árabes de África y el Extremo Oriente a través de estaciones emisoras propias, y en 1938 la BBC creaba un servicio radiofónico en lengua alemana que se difundía, además de en los dominios del III Reich, en español y portugués para América Latina.

En plena contienda bélica Estados Unidos creó *Voice of América* y encomendó la propaganda abierta a un organismo específico, la Office of War Information (OWI), y la encubierta a la Office of Strategic Service (OSS), reclutando profesionales entre las agencias de publicidad y relaciones públicas y sociólogos, psicólogos y antropólogos de las universidades americanas⁷⁰, pioneros de la sociología funcionalista. Hacia 1950 aún se dirigían hacia los países europeos del Este y la Unión Soviética dos radios impulsadas por los Estados Unidos, *Radio Free Europe* y *Radio Liberty*, financiadas por la Central Intelligence Agency (CIA).

En 1947 Naciones Unidas, ya consciente de los retos que la nueva coyuntura internacional planteaba, integró en su seno como organismo técnico a la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) en un intento de pacificar la guerra de las ondas que se había venido produciendo desde la década de los 30, aunque sin demasiado éxito por la tensión existente y las estrategias no oficiales de los dos bloques.

⁶⁹ Ibid. p. 169.

⁷⁰ Al terminar la guerra se convierten respectivamente en la USIA (US Information Agency) y en la CIA (Central Intelligence Agency), Mattelard, A. (1998), Op. cit. p. 40, p. 53-55.

Igualmente, se venía produciendo desde la postguerra una progresiva expansión de las estructuras informacionales estadounidenses. Las grandes agencias comenzaron su primera ola de expansión en los cincuenta y ante el rechazo inicial de la industria local y del poder estatal acabarán imponiéndose mundialmente utilizando formas de asociación con empresas autóctonas y contratando trabajadores locales, hasta conseguir una implantación generalizada durante los años setenta que se mantiene en la actualidad⁷¹.

Las empresas publicitarias norteamericanas eran, obviamente, la punta de iceberg que sobresalía de toda una industria y de un modelo socioeconómico que aquellas promocionaban a partir del diseño de estrategias de penetración comercial de los productos de sus clientes.

Esta internacionalización del mercado llevó a Naciones Unidas a debatir el papel de estas sociedades transnacionales y la creación de una comisión, ya en 1974, específicamente dedicada a ello, con el objetivo de favorecer la consecución de los “objetivos nacionales de desarrollo y al crecimiento económico mundial, al tiempo que se controlaban y eliminaban sus efectos negativos”⁷².

Simultáneamente, desde la UNESCO comenzaron a intensificarse los debates respecto a los efectos perversos del imperialismo cultural, entendido no como un complot sino como un hecho estructural, que afectaba especialmente a los países ‘subdesarrollados’. Los países no alineados reunidos en la cumbre de Argel en 1973 propondrían igualmente un “nuevo orden mundial de la información y la comunicación”⁷³, en una dinámica que todavía hoy no está carente de tensiones y, desde luego, mantiene los desequilibrios de entonces.

Como señala Mattelard, citando a Daniel Bell, el estado-nación comienza a ser atacado por dos flancos: “demasiado grande para los

⁷¹ Ibid., p. 69.

⁷² Ibid., p. 67.

⁷³ En 1969 se había realizado ya un debate sobre la “comunicación en sentido único”, y un par de años antes nacía Greenpeace en Vancouver (Canadá), Ibid., p. 73 y 113.

pequeños problemas de la existencia” y “demasiado pequeño para los grandes problemas”⁷⁴.

En este contexto de la ya evidente ‘globalización’ empiezan a desarrollarse también en España, aunque tardíamente, propuestas de alternativas comunicativas al modelo unidireccional de la comunicación masiva basadas en las corrientes críticas que vienen de la Europa continental. Por otro lado, y en contraposición, comienzan a realizarse las primeras investigaciones de audiencia y, en consecuencia, la primera modelización del mercado de la televisión publicitaria española.

3.2. Teoría y críticas al sistema audiovisual español.

Las teorías comunicativas en los años sesenta y setenta ya se habían constituido formando varios paradigmas⁷⁵ que la investigación académica ha ido desarrollando y definiendo en los últimos años, tanto en lo relativo a determinar el desarrollo de los modelos necesarios para entender los medios de comunicación social, como en la utilización que se ha hecho de los mismos desde los propios medios y desde el resto de sectores políticos y económicos.

En los años previos a la transición audiovisual española, de manera consciente en algunos casos o, simplemente, ante la evidente parcialidad de las informaciones suministradas por la televisión estatal, empieza a levantarse un clamor generalizado ante lo escandaloso de la situación.

Todas las miradas están puestas en la importancia que el medio televisivo va a tener para la transición democrática española que antes o después habría de llegar, y desde todos los sectores de la izquierda se empieza a elevar el tono de la crítica y a asimilar y sincretizar los modelos propuestos por una obra muy popular de Adorno y

⁷⁴ Ibid. Op. cit. p. 40, p. 80.

⁷⁵ La teoría de los paradigmas teóricos y su dinámica de conformación y estructuración constante está desarrollada en Khun, T. (1975): *La estructura de las revoluciones científicas*, Fondo de Cultura Económica, México, editado inicialmente en 1962. También se puede encontrar un desarrollo posterior en Khun, T. (1979): “Segundas reflexiones acerca de los paradigmas”, en *La estructura de las teorías científicas*, Suppe, F. (ed.), Editora Nacional, Madrid.

Horkheimer⁷⁶, y a posicionarse igualmente respecto al popular libro de Eco que polarizaba las posturas frente al medio en torno a la conocida obra en que desarrollaba la división entre *apocalípticos e integrados*⁷⁷.

Ambos textos críticos fundacionales están ampliamente superados en la actualidad pero, no obstante, fueron muy oportunos en su momento, y sus propuestas rápidamente asimiladas en el contexto en que se planteaban por los sectores más renovadores de la sociedad.

La posición sobre la que situaban su crítica los filósofos alemanes venía condicionada por la inmediata postguerra. Desde su exilio en Nueva York, se centraban en el estudio de la industria 'cultural' en su conjunto y el efecto que sobre ella estaban produciendo las nuevas tecnologías, enlazando magistralmente con las posiciones marxistas tradicionales y actualizándolas. Analizaban la complejidad resultante de la fusión entre tecnología, cultura, poder y economía, en un sistema que, según concebían, acabaría con la 'calidad cultural'. No obstante, consecuencia de esta concepción, seguían entendiendo la 'cultura' de similar manera a como Ortega y Gasset⁷⁸ se expresaba respecto al papel de las masas en la modernidad, aunque con un enfoque procedente de la dialéctica materialista⁷⁹.

Este paradigma comunicativo, que se ha venido conociendo con el nombre genérico de 'teoría crítica', estaba caracterizado por una concepción de los medios de comunicación en la que estos tienden a la homogeneización social y a paralizar la acción ciudadana, canalizando la reacción del público e imposibilitando constituir sujetos reflexivos. Unos medios de comunicación que, en definitiva, acaban legitimando el desequilibrio de fuerzas entre los poderes institucionales y los individuos administrados desde esas instituciones⁸⁰.

⁷⁶ Horkheimer, M.; Adorno, T.W. (1987): *Dialéctica del iluminismo*, Ed. Sudamericana, Buenos Aires.

⁷⁷ Eco, U. (1968): *Apocalípticos e integrados en la cultura de masas*, Lumen, Barcelona.

⁷⁸ Ortega y Gasset, J. (1985): *La rebelión de las masas*, Planeta, Barcelona.

⁷⁹ Marx, K. (1986): *El capital*, Antalbe, Barcelona.

⁸⁰ Un completo desarrollo de los diversos paradigmas comunicativos y de las proposiciones de la Escuela de Frankfurt se encuentra en Wolf (1985): *La investigación de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona.

Esta era la postura preferida por la izquierda para arremeter con virulencia contra el modelo de televisión pública nacional y las evidentes carencias que tenía para realizar una función de servicio a los ciudadanos, que ya se sabía necesaria en esos años del tardofranquismo, más allá de la imagen de modernidad que de el estado y sus habitantes el medio presentaba.

La dirección general de TVE, en cambio, estaba más preocupada por administrar eficazmente el monopolio del que disponía sobre la audiencia y justificar y negociar con los sectores publicitarios las cantidades de espectadores que rentabilizarían la multitud de productos y servicios que se empezaban a agolpar en la puerta de la Gerencia de Publicidad.

3.3. Conformación de los públicos en audiencias.

En 1969, TVE ya había retomado los estudios sobre audiencia que temporalmente dejó en manos del Instituto de Opinión Pública para dedicarse de lleno a la explotación del filón publicitario. Creó en ese año el Gabinete de Estudios, integrado en la Gerencia de Publicidad, con el objetivo de realizar estudios cualitativos y cuantitativos sobre la audiencia, ante una doble necesidad: conocer, en tanto que servicio público, su influencia sobre la sociedad; y “suministrar a sus clientes datos objetivos sobre la validez del medio y su rentabilidad como soporte de contenidos comerciales”⁸¹.

Mucho más importante este último aspecto como queda patente cuando tres años después, en 1972, en TVE se crea una unidad orgánica cuya función exclusiva es canalizar los estudios de audiencia, el Gabinete de Investigación de Audiencia, y se la hacer depender directamente de la Jefatura de Estudios de la Dirección General.

La dirección del ente, se movía en dirección opuesta a las teorías que la izquierda manejaba para criticar el medio e intentar profundizar en sus funciones sociales y de servicio público. TVE estaba más interesada en adoptar otro paradigma teórico que ya venía desarrollándose desde unas décadas atrás, y que sigue siendo el vigente. Una concepción del público directamente importada de la

⁸¹ Rubio Domínguez, J. (1996), Op. cit. p. 53, p. 221.

sociología americana y la particular visión que Lippman, Laswell y Lazarsfeld⁸² propusieron desde la década de los años veinte, y que constituía la base epistemológica de la política comunicativa norteamericana y los estudios sociológicos sobre las audiencias.

3.3.1. Orígenes de los estudios de audiencia.

Este paradigma sociológico, impulsado desde la administración norteamericana y desarrollado posteriormente con otras investigaciones de corte psicológico, se basaba inicialmente en la observación y análisis empírico de los efectos que provocaba la propaganda y, en general, las campañas publicitarias sobre la formación de la opinión.

A partir de la confección de análisis estadísticos y pruebas experimentales que permitieran medir ‘objetivamente’ los efectos de los medios de comunicación social en general, se pretendía obtener unos resultados que, efectivamente, podían ser manejables en cuanto que estaban apoyados y justificados con variables cuantificables y, consecuentemente, estos aparecían como ‘objetivos’.

En sus análisis, estos sociólogos realizaron importantes hallazgos que, si se utilizasen en su amplitud, dejarían la credibilidad pretendida de los medios de comunicación respecto a sus audiencias muy por debajo de lo aceptable por los anunciantes. Sin embargo, la utilización parcial de la metodología desarrollada por estas investigaciones iniciales, y el uso interesado que de la misma se ha venido haciendo desde entonces, otorga a este tipo de estudios y análisis de los efectos de los medios sobre la audiencia el dudoso honor de haber contribuido a la configuración de los ciudadanos en simples consumidores, sólo significativos en cuanto potencialmente sean capaces de engrosar las audiencias.

En definitiva, el análisis funcionalista sólo se ha utilizado para convertir al público en simple moneda de cambio que justifique y alimente la maquinaria productiva, fomentando un sistema de reproducción cultural basado en el modelo anuncio-programa-

⁸² La extensión de sus propuestas se puede consultar por ejemplo en Moragas, M. (1981): *Teoría de la comunicación*, Gustavo Gili, Barcelona, p. 40-47.

audiencia-anuncio-programa-audiencia..., en una cadena retroalimentada en la que se ha obviado el contenido de cada uno de los eslabones. Un aplicación parcial de un modelo sociológico que sólo legitima la continuación ininterrumpida de la secuencia reproductiva, aún no siendo ni mucho menos tan simplista en su concepción teórica original.

Estas metodologías de análisis funcionalistas comienzan a desarrollarse a partir de un modelo comunicativo conductista en que se considera que el mensaje que distribuyen los medios directamente “ataca” al público y los efectos son inmediatos e inevitables: el simple contacto con los medios sería suficiente para hacer actuar a los públicos. En este caso, tales públicos se entienden insertos en una sociedad de masas igualitaria pero también atomizada, como ciudadanos aislados y anónimos, y esta sociedad de masas informe es la que precisamente facilita esa manipulación porque los individuos han roto con todos los vínculos existentes⁸³.

En el período inmediatamente anterior a la guerra Lee & Lee⁸⁴ enuncian los 7 principios de la propaganda: “uso de etiquetas, testimonios prestigiosos, ‘haz como todos’, generalizaciones resonantes, el hombre sencillo, transferencia del valor de los símbolos y el juego de cartas (cartas que se amontonan contra la verdad)”⁸⁵, en un trabajo que había sido financiado por el gobierno americano a través del Institute of Propagande Analysis, creado para combatir el nazismo.

Previamente, Lippman había publicado en 1922 el texto fundacional sobre el que se desarrollaría la teoría de la opinión pública y la función de los medios de comunicación en la pacificación bélica, en el que profundizaría posteriormente Laswell en 1927, en *Propaganda Thecniques in the World War*, considerado el texto inicial

⁸³ Un concepto de sociedad masiva, por otro lado, heredero de la revolución industrial y que ha dejado de ser válido por su evidente reduccionismo a una polaridad cultura masiva / alta cultura, y la incapacidad para entender el proceso comunicativo en todos sus niveles, aunque con gran influencia hasta la actualidad.

⁸⁴ Lee, A.M.; Lee, E.B. (1939): *The Fine Art of Propaganda*, Institute Of Propagande Analysis, Nueva York.

⁸⁵ Una concepción más actual de la propaganda en esta línea se puede encontrar en Merrill, J.C.; Lee, J; Friedlander (1992): *Medios de comunicación social en Estados Unidos y en el mundo*, Fundación Germán Sanchez Ruipérez, Madrid, pp. 65-98.

del paradigma teórico propuesto por la sociología funcionalista americana⁸⁶, con obvia atención al papel de la opinión pública en los conflictos militares.

A partir de estos estudios y después de la confrontación mundial, Laswell enuncia unos años después, en 1948, su conocido paradigma de la comunicación afirmando que “una forma apropiada para describir un acto de comunicación es responder a las siguientes preguntas: quién dice qué, a través de qué canal, a quien y con qué efecto”⁸⁷, proponiendo un modelo que sería utilizado con profusión para explicar el fenómeno comunicativo de masas hasta nuestros días.

Laswell considera que la iniciativa comunicativa es exclusiva del emisor pero mantiene, de igual manera que los estudios que preceden a sus trabajos, esa voluntad de control de los públicos masivos utilizando métodos de análisis de corte sociológico. Aunque este autor presta especial atención al estudio de los contenidos y los efectos que provocan, la preponderancia que otorgaba al emisor y la nula capacidad de decisión propia que atribuía al receptor no permiten considerar que se trate de un modelo comunicativo válido.

No obstante, después de un nuevo impulso potenciado por las instituciones económicas y políticas consolidadas en occidente tras el panorama geopolítico surgido al finalizar la guerra, los paradigmas funcionalistas y basados en metodologías de análisis sociológico se impusieron e hicieron comunes en los estudios sobre la opinión pública y, como era previsible, derivaron hacia la mera instrumentalización de los ciudadanos en audiencias medibles.

Se buscaban metodologías de análisis más sofisticadas y que permitiesen entender mejor por qué los públicos no respondían a las campañas propagandísticas en período de paz, pero se mantenía la misma intención de control de las reacciones del receptor respecto a los mensajes que les distribuían los medios de comunicación.

⁸⁶ Cfr. Mattelard (1998), Op. cit. p. 40, pp. 43-44

⁸⁷ Laswell, H.D. (1948). “Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada”, en Moragas, M. (ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, vol II, Gustavo Gili, Barcelona, p. 84.

Desde la Escuela de Yale algunos psicólogos comienzan a ampliar el conocimiento sobre las audiencias a partir de estudios experimentales sobre los efectos que las técnicas de persuasión producían sobre el público de los medios. El modelo estímulo-respuesta utilizado hasta entonces para explicar el proceso comunicativo se amplía con el estudio de los procesos psicológicos que intervenían en el mismo.

Estos investigadores trabajan normalmente por encargo de instituciones gubernamentales, militares o empresas multinacionales, centrandó sus investigaciones frecuentemente en campañas electorales y publicitarias. Uno de sus mayores logros es la introducción teórica de las limitaciones sobre los efectos del mensaje identificando elementos analíticos como la percepción selectiva, el orden expositivo y argumental de los hechos presentados, etc. El hallazgo de los autores de esta corriente psicologista es que empiezan a dilucidar que el proceso de comunicación no es un proceso lineal y en él interviene de manera muy activa el receptor, al contrario de lo que parecía hasta entonces para el resto de corrientes teóricas, que no acababan de poder justificar la ingobernabilidad recurrente de esos públicos ante las campañas de opinión distribuídas por los medios de comunicación.

Cómo aseveraba un investigador de esta corriente, “los miembros del público no se presentan delante de la radio, la televisión o el periódico en un estado de desnudez psicológica; están, al contrario, revestidos y protegidos por predisposiciones existentes, por procesos selectivos y por otros factores”⁸⁸, sentencia que permitía profundizar en el análisis del proceso comunicativo en su complejidad.

Poco después, y continuando con el mismo interés en conocer los efectos sobre las audiencias para administrar el control de los mensajes con eficacia, algunos sociólogos herederos de las investigaciones de Laswell ya reseñadas, comenzaron a formular teorías, incluídas dentro del mismo paradigma de la sociología americana, que han venido siendo denominadas como ‘teorías de la influencia’ o, frecuentemente, como ‘teorías de los efectos limitados’.

⁸⁸ Klapper, J.T. (1963): *The science of human communication*, Basics Books, Nueva York, p. 274. Existe una traducción de otro texto suyo de 1960: Kappler, J.T. (1974): *Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*, Aguilar, Madrid.

El representante más genuino de esta corriente está representado en la figura de Lazarsfeld que, igual que el resto de sociólogos que venimos mencionando, centraba sus investigaciones en el estudio de las campañas electorales financiado por la administración u otras instituciones públicas o privadas⁸⁹.

Una de sus más significativas aportaciones a las teorías sociológicas de la comunicación, y a la teoría comunicativa en general, es la identificación de la figura del 'líder de opinión' como parte fundamental en el proceso de distribución y asimilación de los mensajes mediáticos. Igualmente identificó los tipos de efectos de los medios en la formación de opinión y que resumió en tres: efecto de activación (que transforma tendencias latentes), efecto de refuerzo (que valida las decisiones de voto existentes) y efecto de conversión (o cambio de opción de voto), señalando la escasez de este último y la dificultad de conseguirlo a través de los medios de comunicación.

La tendencia de los estudios comunicacionales hacia metodologías sociológicas y experimentales se acentúa en otra corriente teórica simultánea y que se desarrollaría en los años posteriores, pero derivada hacia un estudio de las funciones de los medios, apartándose claramente del estudio sobre los efectos y, en consecuencia, aportando una visión que comienza a ser notablemente crítica con la utilización que se hace de los medios de comunicación.

Ya no se investigan los efectos de campañas electorales o publicitarias puntuales, sino que se considera el medio de comunicación integrado y presente como un actor más en el conjunto del sistema sociopolítico y económico que tiene atribuidas las funciones de vigilancia, interpretación de acontecimientos, transmisión cultural y entretenimiento⁹⁰, pero enfatizando el papel del receptor como selector del uso que quiere hacer del medio:

Estas nuevas corrientes entienden que "el receptor es también un iniciador, tanto en el sentido de dar origen a mensajes de retorno, como en el sentido de realizar procesos de interpretación con un cierto

⁸⁹ Uno de sus trabajos más representativo es el publicado en 1944 traducido al castellano en Lazarsfeld, P.F.; Berelson, B; Gauret, H. (1962): *El pueblo elige: como decide el pueblo una campaña electoral*, Ediciones 3, Buenos Aires.

⁹⁰ Propuestas inicialmente en Laswell (1948), Op. cit. p. 71

grado de autonomía. El receptor ‘actúa’ sobre la información de la que dispone y la ‘usa’”⁹¹.

En definitiva, la adopción parcial de todas estas propuestas que se venían desarrollando progresivamente en el ámbito académico con fuerte apoyo militar-industrial e institucional, acaban por imponerse como las más válidas para conocer, y gestionar, aquellos públicos másivos que comenzaban a ser vehiculados a través de técnicas sociológicas y psicológicas de orientación de la opinión pública.

En el caso español, sin embargo, ni siquiera se llegó a profundizar de manera significativa en el grueso de las propuestas teóricas y metodológicas de estas corrientes investigadoras, y todos los esfuerzos se centraron en la consecución de un único fin, citado anteriormente: que la televisión pública pudiera “suministrar a sus clientes datos objetivos sobre la validez del medio y su rentabilidad como soporte de contenidos comerciales”.

3.3.2. El imaginario popular en televisión.

La necesidad de desarrollar estudios de audiencia utilizando metodologías de análisis cualitativo que permitiesen conocer cuál era realmente la relación de los públicos con el medio y, en consecuencia, adoptar la ‘calidad’ de las programaciones a los deseos de los ciudadanos eran, en ese contexto, cuanto menos poco oportunas.

El Régimen, como venimos diciendo, no tenía demasiado interés en utilizar el medio más allá que para sus propios fines propagandísticos y, sobre todo, la corriente liberalista de la época facilitaba poco que se introduciesen otros vectores de análisis de los públicos que no estuviesen inmediatamente destinados a su rentabilización por los anunciantes, a pesar de que la sociedad española ya comenzaba a sentir cierto grado de apertura al exterior.

El problema que se vivía entonces en el contexto del estado español, era precisamente que ese cierto grado de autonomía era muy pequeño y limitado por dos aspectos característicos de la coyuntura sociocomunicativa del tardofranquismo. En primer lugar sólo existía

⁹¹ McQuail, D. (1991): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona, p. 17.

un único emisor y la posibilidad de elección era nula (si acaso entre la primera y el UHF) y, en segundo lugar, la vigilancia que el Régimen todavía ejercía sobre las conciencias ciudadanas y el uso, del que todavía hacía gala, de la violencia propiamente física para reprimir los ‘desvíos’ de la postura oficial reducían mucho esa supuesta autonomía.

En todo caso, y consecuencia de ello, los mensajes de retorno que el medio televisivo recibía se reciclaban convenientemente, tanto desde la propia dirección del medio como desde la autocensura previa que los propios profesionales aplicaban.

En la práctica profesional, las rutinas productivas y la propia dinámica estructural del medio en cuanto a la selección de acontecimientos noticiables y su manera de presentarlos, obligaba a los trabajadores del mismo a asimilar determinadas normas conductuales y prácticas informativas que se habían de integrar sin distorsión en los presupuestos de la orientación editorial del medio y reproducir los mecanismos informativos oficiales. Este condicionante estructural del medio, necesariamente asumible por los profesionales que lo integran, se conoce como la función de gatekeeper (guardabarreras) que la propia institución tiende a imponer en todos los niveles comunicativos y productivos⁹².

En el contexto de los años setenta esta práctica resulta, como es fácil entender, especialmente intensa tanto explícita, desde los responsables de Televisión Española, como implícitamente generada desde la autocensura asumida por los integrantes en la dinámica de producción del medio comunicativo.

Si a mediados de los sesenta, como relata Castellón⁹³, “prohibían los nombres, sin importarles el contenido del texto”, a principios de los setenta, a pesar del desplazamiento del asalto de la realidad desde el “campo de la Ficción al campo de la Información”, todavía los

⁹² Sobre ello se ha investigado con profusión en Villafañé, J.; Bustamante, E.; Prado, E. (1987): *Fabricar noticias. Las rutinas productivas en radio y televisión*, Mitre, Barcelona; en Gomis, L. (1991): *Teoría del periodismo. como se forma el presente*, Paidós, Barcelona; y en Rodrigo Alsina, M. (1989): *La construcción de la noticia*, Paidós, Barcelona.

⁹³ Castellón, A. (1996), Op. cit. p. 52, p. 47.

informativos permanecían “aherrojados”, aunque “ya con evidentes fisuras”⁹⁴.

No obstante, todavía eran oficialmente considerados “intelectuales peligrosos” los integrantes de lo que vino a llamarse después *Nuevo Cine Español*, jóvenes cineastas formados en la Escuela Oficial de Cine, promocionada por el Régimen y que ya paseaban sus obras por el extranjero en numerosos festivales. como ha señalado Javier Maqua, sólo se trataba “de una operación de limpieza de la fachada del Régimen de cara al exterior, pura cuestión de apariencias, sin apenas efecto en la sociedad española, aislada como estaba de los productos del NCE”.

Sin embargo, entre 1971 y 1973 y fruto de una imposición del mismísimo Carrero Blanco, se emite con mucho éxito *Crónicas de un pueblo*, producción realizada por Antonio Mercero, uno de los pocos integrantes del Nuevo Cine Español que se manifestaba abiertamente católico, en lo que se ha calificado como un “proyecto camuflado de televisión didáctica franquista”, en la que Carrero deseaba que cada capítulo de la serie “reflejara un artículo del *Fuero de los Españoles*”⁹⁵.

Esta carta normativa, vigente para el Régimen desde su promulgación el 17 de Julio de 1945 por el Franco, reconocía, en su artículo 1, al hombre “en cuanto portador de valores eternos y miembro de una comunidad nacional”. En el artículo 12, por ejemplo, continuaba señalando que “todos español podrá expresar libremente sus ideas mientras no atenten a los principios fundamentales del Estado”⁹⁶. Toda una declaración de intenciones, y una imposición que tuvo que asumir Mercero que, años después, relataba las dificultades para ajustarse a las premisas impuestas cuando “teníamos que poner en boca del cura o el alcalde una frasecita nacional-sindicalista: ‘cómo dice el artículo no sé cuantos del Fuero de los españoles...’ y eso era terrorífico”⁹⁷. En todo caso, esta serie se hizo muy popular y sirve bien

⁹⁴ Maqua, J. (1996), Op. cit. p. 59, p. 110.

⁹⁵ Ibid. p. 111.

⁹⁶ Una recopilación de texto legales de la República y del Régimen se encuentra en Tierno Galván, E. (1984): *Leyes políticas españolas fundamentales*, Tecnos, Madrid.

⁹⁷ Recogido en Maqua, J. (1996), Op. cit. p. 59, p.111.

de muestra de hasta qué punto los objetivos políticos de televisión española estaban bien dirigidos y bajo control.

Por otro lado, al margen de los acontecimientos políticos que se iban sucediendo, los responsables de programación, estrechamente dependientes del Régimen, mostraban una evidente falta de interés en definir un modelo de televisión con unos mínimos criterios de efectivo servicio público, y TVE sólo se concebía como un instrumento al servicio de los intereses del franquismo y el público era sólo objetivo de la educación en valores que los poderes estatales se empeñaban en promover⁹⁸.

Sin embargo, en la propia conformación de la programación televisiva, el mundo rural empezaba a aparecer por primera vez en esta serie de Mercero, con ese tono bucólico que aplicó el realizador tanto entonces como en los años posteriores con series tanto éxito como *Farmacia de Guardia*⁹⁹ pero, sin duda, lo más importante es que, de manera similar a como ocurrió durante la época de los teleclubs, las formas de relación de la televisión con sus públicos comenzaban de nuevo a cambiar y se introducían nuevas realidades que directamente abocaban la política del Régimen a un desgaste continuo ante la evidente inviabilidad de la propuestas simbólicas que se pretendía inculcar en la sociedad.

Contraponiendo aquella idea de país desarrollado y moderno que transitaba por todos los discursos institucionales aparecía, paradójicamente y produciendo el efecto contrario al pretendido, una nueva realidad de la España más profunda que contrastaba enormemente con la idea de país que se intentaba difundir y, además, enfrentando directamente esos nuevos valores de la sociedad de consumo liberal que no podían sostenerse intentando integrarlos en la más reaccionaria de las corrientes franquistas de la época.

3.3.3. Consolidación de los públicos en audiencias.

Por su parte, durante esos años, los responsables de gestión de la televisión pública continuaban primando las investigaciones de

⁹⁸ Como ya hemos visto cuando reseñábamos la concepción de los teleclubs.

⁹⁹ Ibid. p. 112.

audiencias que permitieran desarrollar el negocio del medio. Es decir, se pretendía conciliar el control férreo de los públicos con la modernización de las estructuras productivas y la liberalización de la economía y, de esta manera, en el seno de Televisión Española se vivía una relación imposible que hacía muy difícil la conformación de la parrilla y su gestión.

En la dirección de la televisión estatal estaba ya Adolfo Suárez, que sucedía a Aparicio Bernal después de que Fraga fuera cesado por sus enfrentamientos con el Opus Dei, aunque acabaría dimitiendo de su cargo en 1973, aunque durante su período de gestión se comienza a producir un tímido proceso de apertura en la televisión pública a las nuevas corrientes sociales y políticas.

La labor iniciada por Suárez sería después continuada por su sucesor, Juan José Roson, que también pretendió promover la legalización de los partidos políticos ante la inminente caída del Régimen. No obstante, pronto el propio Franco retomó las riendas del poder y durante ese último año antes de su muerte la televisión estatal quedó en manos de Jesús Sancho Rof. Una última etapa del franquismo en que se produjo una clara involución a sus orígenes, con las ejecuciones de militantes de ETA y el FRAP, y la manifestación de apoyo a Franco del 1 de Octubre de 1975¹⁰⁰.

Unos años antes, la herencia de aquellos sociólogos americanos funcionalistas de que hablabamos empezó a hacerse patente cuando se creó el EGM en 1969. TVE ya obtenía sus propios estudios por métodos similares, primero, desde el Instituto de Opinión Pública que comenzó a realizar la *Encuesta Nacional de Radio y Televisión* (IOP) en 1966¹⁰¹, mas tarde, siendo parte activa en la elaboración tanto del EGM como en AIMC¹⁰².

Este tipo de estudios, comenzando por los publicados por el IOP, se centraban en cuestiones tales como la evolución del consumo de

¹⁰⁰ Baget, J.M. (2001): *El legado de la televisión franquista*, en http://www.iaa.upf.es/formats/formats3/bag_e.htm

¹⁰¹ Y desde 1972 por medio de un estudio propio, el *Estudio de audiencia y comportamiento de la población* y el *Panel de Aceptación de Medios*, instrumentados a partir del método del diario o cuaderno de escucha en que se elaboraban índices numéricos a partir de la recepción por correo del grupo de consulta.

¹⁰² Rubio Domínguez, J. (1996), Op. cit. p. 53, pp. 223-225.

televisión por franjas horarias, la composición del público por variables como sexo, edad, nivel de ingresos, etc., y nivel de penetración de tecnologías domésticas en los hogares, entre otros aspectos¹⁰³.

A mediados de los setenta esta evidente la implantación, tanto a nivel estatal como a nivel internacional, de los estudios cuantitativos sobre la audiencia tendrá no pocas repercusiones en cuanto a la profunda fractura que suponía para los tradicionales valores ilustrados y humanistas de las naciones-estado europeas, insertos ya en una dinámica liberal que anunciaba las tensiones actuales y la progresiva tendencia a la disolución de estos modelos de estado.

Mattelard sitúa los orígenes de esta disolución en los propios fundamentos de la Ilustración, en la declaración fundamental de Diderot de “libre comunicación del pensamiento y de las opiniones” constituida como principio de los Derechos Humanos pero, también, como argumento básico de la propaganda más allá de las fronteras territoriales y culturales¹⁰⁴.

Estas premisas ilustradas, transformadas en su concepción inicial en el contexto estadounidense a partir de las teorías económicas propuestas por Adam Smith y Stuart Mill, consagran “el principio del libre flujo de información” del que se desprendería el de “la libre circulación de mercancías y mano de obra”¹⁰⁵.

Según este autor, finalmente esta translación semántica habría sido asumida por el propio modelo político estadounidense en toda su amplitud y, especialmente en el desarrollo de su política exterior. La consecuente implantación mundial del liberalismo en las estructuras financieras, comerciales e industriales, con el argumento de presentar la “libertad de expresión comercial” como un nuevo “derecho humano” y, simultáneamente, incidiendo en la transformación de los fundamentos democráticos, daría lugar a lo que se ha denominado *Global Democratic Marketplace*¹⁰⁶, y en la que ya participaría

¹⁰³ Palacio, M. (2001), Op. cit. p. 41, pp. 63-71.

¹⁰⁴ Mattelard, A. (1998), Op. cit. p. 40, p. 10.

¹⁰⁵ Ibid. pp. 13-14.

¹⁰⁶ Ibid. pp. 94-95.

plenamente implicada la propia Unión Europea desde los acuerdos del GATT, la OMC o el G-7 que, utilizando la terminología de Eco¹⁰⁷, ya estaría *integrada*.

Por estos años setenta, España ya hacía tiempo que había ingresado oficialmente en el circuito internacional de intercambio comercial y, en definitiva, desde que el modelo liberal opusdeísta tenía un peso importante en el gobierno franquista, el país no hacía más que asumir las corriente socioeconómica mundial que penetraba por esos años en Europa procedente de Estados Unidos, incluso con más fuerza que otros países del entorno que ofrecieron una dura resistencia¹⁰⁸.

En consecuencia, aun siendo conocidos por la teoría sociológica los estudios sobre análisis de contenido, sin embargo, no se empezaron a practicar en Televisión Española hasta entrada la década de los ochenta. El “Gabinete de Estudios e Investigación de Audiencia” pasó a llamarse en 1982 “Secretaría de Estudios de Análisis de Contenido e Investigación de Audiencia”, a raíz de los cambios introducidos por Jose María Calviño tras su nombramiento como Director General de RTVE.

Este tipo de análisis, como afirma García Nebreda, se iniciaron en una época en la que la televisión pública era la única que se autofinanciaba completamente con publicidad y desde entonces, y hasta la actualidad, TVE dedica “una atención preferente al análisis del producto televisivo en cuanto elemento estratégico en las políticas de marketing de la empresa”¹⁰⁹, con lo que el análisis de contenido y las técnicas tendentes a establecer valoraciones más allá de la mera cuantificación son tangenciales y, en todo caso, están al servicio de la investigación de audiencias.

¹⁰⁷ Eco, U. (1968), Op. cit. p. 67.

¹⁰⁸ En Francia, por ejemplo, se empiezan a desarrollar ya desde la última década de los sesenta las denominadas ‘teorías culturoológicas’ en las que se sincretizan los modelos de la sociología norteamericana, en autores que asumen las teorías semiológicas italianas como Morin, E. (1963): *L’industria culturale*, Bolonia, Il Mulino; o bien realizan aproximaciones al fenómeno comunicativo desde la teoría de la información como Moles, A. (1967): *Sociodynamique de la culture*, Mouton, París-La Haya.

¹⁰⁹ García Nebreda, B. (1996): “La evolución de la televisión en España y el análisis de contenido” en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24, Jun-Oct, p. 234.

Como afirma esta autora, no sin cierto poso de dolor, “aunque TVE ha tenido que dar prioridad a estudios más enfocados hacia la búsqueda de rentabilidad de sus productos, *no ha abandonado el seguimiento de la influencia social del medio*, de tanta importancia para una institución pública”¹¹⁰.

Más un deseo que una realidad pues, como venimos señalando, durante todo el período iniciado en la década de los setenta y hasta la actualidad, la televisión pública, y la multitud de dirigentes de todos los talantes políticos que han pasado por ella, no han mantenido una postura orgánica y de gestión que permitiese darle a la televisión la relevancia social que, como defiende esta autora y compartimos, tiene tanta importancia para una institución pública. Por supuesto, tampoco se ha valorado a los ciudadanos más allá de su mera instrumentalización como públicos objetivamente medibles en términos de audiencia.

Las distintas formaciones políticas han desoído conscientemente las críticas iniciadas en la época de agonía franquista y no han conseguido, por omisión consciente o imposibilidad, consolidar y definir ni la televisión pública ni el sistema televisivo nacional en su conjunto.

Ni en el crítico momento de la transición, ni tras los cambios estructurales que se produjeron tras la apertura democrática, ha sido posible conformar una televisión estatal que responda a la consideración de medio de comunicación social público. Bien al contrario, el franquismo se constituyó una televisión pública al servicio de los intereses comerciales, y los ciudadanos son tratados, desde entonces, y con escasas excepciones, como simples clientes potenciales para los anunciantes.

A pesar de ello, durante esta década de los setenta, y hasta la muerte de Franco, ya se adivinaba cierta necesidad y urgencia en definir y transformar las estructuras de la televisión nacional y prepararlas para el nuevo período político, pero no sería hasta el principio de los años ochenta cuando se delimitaría un modelo para la televisión que, por otro lado, tampoco ha permitido cerrar los debates sobre la función de servicio público que le corresponde y su papel en

¹¹⁰ Las cursivas son de la propia autora.

el conjunto del sistema audiovisual¹¹¹ y, hasta hoy, el sistema televisivo español sigue estando fundamentado en la conversión de los públicos en simples clientes de los anunciantes.

3.4. Transformación de los sistemas televisivos europeos.

Cuando Arias Navarro anuncia en televisión la muerte de Franco el 20 de Diciembre de 1975, TVE era una empresa muy rentable y que se había podido permitir la realización del evento con un despliegue técnico digno de unas Olimpiadas en el que “llegaron a utilizarse 23 cámaras de 16mm con sonido y 13 mudas”¹¹², y comienza el proceso de transformación de la sociedad española al futuro contexto democrático.

Durante los años del tardofranquismo, se habían emitido por TVE algunos de los programas míticos de la televisión que aún perduran en nuestra memoria y, otros olvidados, que alimentan el imaginario de la llamada ‘época dorada’ de la televisión pública española. Algunos de estos programas cosecharon infinidad de premios internacionales reconociendo la labro de realizadores como Chicho Ibañez Serrador, Pilar Miró, Fernando Fernan-Gomez, Valerio Lazarov, Marsillach o el ya mencionado Antonio Mercero entre muchos otros¹¹³ que venían renovando los contenidos de TVE al tiempo que la empresa estatal alcanzaba una dimensión empresarial enorme.

En el momento de la muerte del dictador, trabajaban en la casa más de 5.000 personas y se manejaban unos presupuestos de alrededor de 8.000 millones de pesetas¹¹⁴. La tecnología se había desarrollado plenamente y normalizado el sistema PAL de televisión en color desde 1972, adoptado oficialmente en 1978 en España¹¹⁵, eran de uso común

¹¹¹ Regularmente se reaviva este debate en torno al servicio público de televisión, el más reciente y que comentaremos oportunamente, se encuentra en Moragas, M.; Prado, E. (2000): *La televisión pública a l'era digital*, Portic, Barcelona.

¹¹² García Matilla, E. (1996): “Televisión Española 1975-1982: los cambios antes del cambio” en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24, Jun-Oct, p. 97.

¹¹³ García Serrano, F. (1996): “La ficción televisiva en España” en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24, Jun-Oct, pp. 77-80.

¹¹⁴ García Matilla, E. (1996), Op. cit. p. 82, p. 98.

¹¹⁵ Barroso, J.; Tranche, R. (1996), Op. cit. p. 43, p. 89.

las unidades móviles ligeras y el magnetoscopio¹¹⁶, que comenzaban también a hacerse menos pesados y portátiles, y ya era habitual el trabajo de edición electrónica¹¹⁷. Un año después de la muerte de Franco se podía contabilizar un parque de 8.200.000 televisores, 800.000 ya en color¹¹⁸, y la televisión era un medio de comunicación popular que se había introducido plenamente en la mayoría de los hogares españoles.

Sin embargo, en ese crucial momento para la televisión española y para el sistema comunicativo en general, se desaprovechó la oportunidad de comenzar a implantar un sistema de audiovisual que actualizase el modelo estatal-centralista heredado del franquismo, al contrario que ya se venía produciendo hacía unos años en el resto de países europeos.

En el contexto europeo los mecanismos estatales de control del sistema de radiodifusión ya estaban empezando a cambiar desde hacía unos años, aunque la particular situación política y económica en que se producía la transición española no favorecía que estas corrientes internacionales se implantasen de igual manera en nuestro país.

En Bélgica, por ejemplo, ya desde el lejano año de 1960 se había disuelto el Institut National Belge de Radiodiffusion dividiéndose en tres organismos públicos diferentes: el RTB que emitía en francés, el BRT que lo hacía en holandés, y el ISC que gestionaba los servicios técnicos comunes de los anteriores. En 1970 Bélgica ya había reconocido constitucionalmente la existencia de tres comunidades culturales¹¹⁹. En el Reino Unido la televisión comercial ya había aparecido en 1954 de mano de la *Television Act*, estableciendo un sistema televisivo compuesto por la BBC y un sistema de televisiones comerciales de ámbito regional, encuadradas dentro de la Independent

¹¹⁶ El uso del código de tiempo se normalizó en 1972 por la UER.

¹¹⁷ Bethencourt, T. (1996), Op. cit. p. 39, pp. 63-65.

¹¹⁸ Barroso, J., Tranche, R. (1996), Op. cit. p. 43, p. 91.

¹¹⁹ Nobre-Correia, J.M.; Collard, S. (1999): "Bélgica: la federalización radiotelevisiva y la televisión comunitaria" en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona, p. 96.

Television (ITV)¹²⁰. Y En Italia, ya en 1976, el tribunal constitucional se ha de pronunciar sobre las televisiones locales que habían comenzado a proliferar por todo el territorio¹²¹.

Sin embargo, cuenta García Matilla que hacía 1975 ya se escuchó en España el concepto de “unidades autónomas de producción”, después de unas conferencias impartidas por el director de la segunda cadena de televisión sueca, que en aquellos momentos experimentaba sobre este nuevo modelo de gestión y producción descentralizada. El sistema consistía en que “definidos los objetivos del programa, la unidad de producción los generaba desde dentro de su equipo y establecía los métodos de gestión de sus recursos. La evaluación final de los resultados establecía la eficacia real de cada unidad de producción”.

Este modelo suponía una posible revolución de la estructura de muchas de las televisiones europeas del entorno a partir de la introducción radical de mecanismo para descentralizar la producción y gestión televisiva y se aplicaría parcialmente. En nuestro país, sin embargo, sólo se implantaría tímidamente porque, como afirma este autor, nunca se estableció una estrategia de implantación en toda su extensión y sólo entraron en funcionamiento algunas unidades de producción que, al poco tiempo, acabaron por diluir sus teóricas competencias y aparente autonomía vaciando de sentido su existencia¹²².

En un sentido parecido, y desde los primeros años de la década de los setenta, desde 1969 a 1971, TVE había puesto en marcha un plan de territorialización de las emisiones con la creación de delegaciones en Sevilla, Valencia, Bilbao y Santiago de Compostela, que se unirían a los centros ya existentes en Barcelona y Canarias¹²³.

¹²⁰ Cormack, M. (1996): “Reino Unido: devolución política y descentralización televisiva” en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona, p. 375.

¹²¹ Porro, R.; Richeri, G. (1996): “Italia: un gran archipiélago de pequeñas televisiones” en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona, p. 331.

¹²² García Matilla, E. (1996), Op. cit. p. 82, p. 97.

¹²³ Este último creado en 1964 y con la categoría de Centro de Producción de Programas, igual que el ya existente en Barcelona.

Las primeras desconexiones informativas se empezaron a realizar en 1974, después de haber modificado técnicamente la red para facilitar tal posibilidad con criterios básicamente “geográficos y técnicos”¹²⁴, pero el modelo televisivo estaba supeditado jerárquica y funcionalmente a Prado del Rey.

En definitiva, todos estos intentos de descentralización acabaron por aplicarse débilmente en la práctica y, como venía ocurriendo históricamente, el sistema televisivo español continuaba evolucionando tardíamente respecto al resto de Europa.

No obstante, en España también 1975 es el año en que se crea el IORTV, en el que se formarían muchos de los técnicos que unos años después pasarían a engrosar la nómina de otras empresas públicas y privadas de televisión que irían apareciendo, con evidente retraso respecto al contexto más inmediato, una vez desarrollando el modelo constitucional del estado español durante toda la década de los años ochenta.

En una situación financiera tan envidiable, y siendo ya miembro de pleno derecho de Eurovisión, TVE se insertaba directamente en el intercambio mundial de imágenes y, a nivel interno, disponía de la suficiente capacidad para abordar todo tipo de proyectos televisivos, y en una situación de monopolio, y en tales condiciones de salubridad económica, Televisión Española se podía permitir fijar el precio de los spots y controlar el mercado y constituirse en único motor para iniciar el desarrollo de la industria audiovisual y la sociedad española.

Los primeros setenta serían unos años dulces para el ente público, aunque pronto se verían interrumpidos por la agitación de la contienda sociopolítica y cultural inmediatamente anterior a la caída del Régimen.

En esa situación, la televisión pública sería el medio de comunicación privilegiado para conducir la transición, aunque frecuentemente situada en el centro de las tensiones y confrontaciones intestinas entre los distintos sectores políticos y sociales que

¹²⁴ López, B.; Risquete, J.; Castelló, E. (1999): “España: Consolidación del modelo autonómico en la era multicanal” en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona, p.142.

intervinieron en el proceso. Un papel que será fundamental para entender el uso que de la televisión pública hace desde entonces, y hasta la actualidad, el poder político, y para comprender el modelo de sistema televisivo en el que comenzarán a surgir las televisiones locales en nuestro país.

3.5. Tensiones previas a la transición.

Después del asesinato de Carrero Blanco en 1973, el equilibrio de poder del Régimen cambió radicalmente e hizo emerger al sector postergado del Movimiento que hasta entonces había permanecido arrinconado ante la involución que el Régimen había intentado durante esos años. Su sustituto en la presidencia del gobierno, Arias Navarro, inició una serie de medidas que preveían la legalización de asociaciones políticas, eso sí, “dentro del cauce general del Movimiento”¹²⁵ pero, al menos, cambiando el modelo de partido único.

La reforma, no obstante, era insuficiente para lo que todos los sectores reclamaban. Incluso la Iglesia, colocando al cardenal Tarancón en la Diócesis de Madrid, inició una reconversión política que se unía a la demanda de reconocimiento de derechos fundamentales y amnistía política¹²⁶.

De esta manera, y ya a partir de la muerte de Franco y la restauración de la monarquía, la sociedad civil comienza a practicar “un estilo de vida ensayado en la clandestinidad durante los últimos años franquistas”¹²⁷ y que venía siendo incluido, lenta pero progresivamente, en el seno de la sociedad y las instituciones, participando activamente en el período de transición a través de los nuevos actores políticos.

Desde la misma finalización de la guerra, y a través de la edición y difusión clandestina de prensa y otros instrumentos de propaganda política, y utilizando la radio, especialmente de los países socialistas que emitían programación en castellano, y también las emisiones

¹²⁵ García de Cortazar, F; González Vesga, J.M.(1993), Op. cit. p. 55, p. 623.

¹²⁶ Ibid. p. 624.

¹²⁷ Ibid. p. 625.

internacionales procedentes del resto de países europeos¹²⁸, los movimientos contrarios al régimen venían ejerciendo una constante presión tanto en el interior como desde el exterior del país para renovar las estructuras políticas.

Igualmente, el cine de militante y la exhibición de películas censuradas por el Régimen o de difícil acceso a los circuitos de distribución estatal ya había comenzado a desarrollarse desde los cineclubs de finales de los años sesenta y con la creación, posterior, de nuevos colectivos como *Central del curt* y el *Colectivo de Cine de Clase* o la *Cooperativa de Cine Alternativo*, en Cataluña¹²⁹.

Sin embargo, a finales de los años sesenta, mientras en España todavía se estaba preparando una transición muy lejana, en otros países occidentales se producían los primeros impulsos institucionales para fomentar un nuevo tipo de comunicación más acorde a las nuevas realidades sociales, en un intento de integrar todas las corrientes contemporáneas internacionales en la gestión y uso de los medios de comunicación.

En Canadá, por esos años, se había comenzado a experimentar con dos nuevos modelos de medios de comunicación: “televisión-aldea y los canales *public access* de Montreal o Quebec, cuyo funcionamiento es próximo, en el nivel participativo...”. De esta manera, aunque utilizando el cable como medio de transmisión, comienzan a fomentarse los primeros proyectos e iniciativas de animación comunitaria apoyadas en los grupos locales¹³⁰. Experiencias que se sitúan en los orígenes de la televisión comunitaria y que, años después, se irían implantando en Europa a través de los intercambios culturales con las regiones francófonas, principalmente Bélgica y Suiza.

¹²⁸ Bassets, Ll.; Bastardes, E. (1979): “La prensa clandestina en Catalunya: una reflexión metodológica” en *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, pp. 156-158.

¹²⁹ Gubern, R. (1979): “Notas sobre el cine clandestino en Catalunya bajo el franquismo” en *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, p. 180.

¹³⁰ Beaud, P.; Flichy, P. (1979): “Génesis de los *media* comunitarios en Quebec: la porción congrua” en *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, p. 335.

En nuestro país, sin embargo, sólo con la muerte de Franco se empezó a adivinar la posibilidad de construir un modelo de comunicación alternativa a la sostenida por el Régimen caído. Un modelo de comunicación originado desde la síntesis de varios factores que venían influyendo de manera importante en el movimiento de transformación del Régimen.

La propia situación de los perdedores de la guerra, en la clandestinidad y exiliados, y el flujo de información y propaganda que desde estas estructuras de oposición al Régimen se distribuía aportaba una bocanada de europeísmo que penetraba en el estado español con fuerza, pero que se solapaba y enfrentaba con el modelo liberalista y ‘modernizador’ del gobierno franquista ya comentado.

Y como consecuencia de ambas tendencias contrapuestas, la importante labor y constante reelaboración ciudadana de alternativas políticas y sociales tanto desde los partidos políticos y la prensa clandestina como desde los cineclubs y el resto de agrupaciones ciudadanas permitiría la adopción de nuevas perspectivas para entender la realidad interna y externa del país y comenzaría a desarrollarse una crítica estructurada frente a la estrategia propagandística que venía desarrollando el Régimen, y se preparaba una transición que se adivinaba traumática.

Aquellos pequeños grupos casi clandestinos, o clandestinos del todo, y extendidos por amplias zonas del territorio nacional, o en el exilio, constituídos en torno a estos núcleos de difusión de nuevas corrientes socioculturales, acabarían impulsando con ansia la transformación de la realidad del país, y unos años más tarde desplegarían su actividad en todo el amplio campo de la ‘cultura’, facilitando la actualización del estado a la nueva realidad democrática.

A todo este impulso transformador, se habría de unir tanto el nuevo talante aperturista de la UCD de Adolfo Suárez, y la propia transformación pausada que venía sufriendo TVE desde años atrás, impulsada por los propios profesionales que se habían ido incorporando al medio en las diferentes etapas.

No obstante, durante los meses anteriores a la muerte de Franco, y hasta que se acabaron por resolver las complejas negociaciones encaminadas a la liquidación del Movimiento Nacional y a la preparación del país para la reforma política, se vivió un tenso período

de incertidumbre en el que TVE “estuvo permanentemente vigilada para que desde sus programas no se perturbara el equilibrio inestable de este inicio de la transición”¹³¹, incluso se llegó a eliminar de la parrilla programas como *La Clave*, *Directísimo* y *Vivir para ver*.

Gabriel Peña Aranda había sido nombrado director de TVE, y se mantuvo en el cargo hasta julio de 1976 siendo sustituido por Rafael Ansón al frente de la televisión pública para moderar la transición política, después de haber sido nombrado Suárez presidente del Gobierno. Ansón, procedente del IOP, sería el encargado de organizar desde la televisión pública las primeras elecciones generales del 15 de Junio de 1977 que permitirían “acelerar y amplificar, con la ayuda de TVE, la sensación de cambio democrático controlado de la sociedad española”¹³².

Con ese nombramiento y esa concreta función que se asignaba a la televisión pública desde el gobierno, presidido por un conocedor de la casa como era Adolfo Suárez, comenzaba el período de Televisión Española en que esta sería utilizada ya no como un instrumento de un poder monolítico sino, al menos durante esta etapa, como un medio de pacificación social destinado a vehicular las turbulencia con que se vivía en esos años la transición política, a la que la propia TVE no podía permanecer, claro está, ajena.

3.6. El deficitario servicio público de televisión estatal.

Para pacificar la propia TVE, durante la primera época de Suárez la plantilla se había aumentado de 5.900 empleados en 1976 a los 8.000 de 1978, se había pasado de unos presupuestos de alrededor de 8.000 millones en 1975 a 17.300 en 1977, y ese año los sueldos de los trabajadores subirían hasta un 32%.

Al tiempo que se intentó modernizar el sistema de gestión, se remodeló igualmente la imagen de la televisión dando un nuevo aspecto a los programas informativos y magazines, y comenzaron a aparecer en televisión las mismas noticias que aparecían en prensa: una evidente inclusión de la televisión pública en la realidad del país

¹³¹ García Matilla, E. (1996), Op. cit. p. 82, p. 96

¹³² Ibid. p. 98.

de la que, hasta entonces, había ofrecido una visión edulcorada y claramente manipulada.

Existía una verdadera conciencia desde el gobierno ucedista del papel que debía jugar la televisión durante la transición política y, aunque no exenta de críticas y denuncias de manipulación, el comportamiento ante las elecciones democráticas del 15 de Junio del 77 fue muy “profesional”¹³³, aunque para eso supusiera agotar el presupuesto para todo el año en el mes de octubre.

En definitiva, coincidiendo con la publicación, el 28 de ese mes de Junio, del Real Decreto por el que RTVE se convertía en un Organismo Autónomo, empezó a iniciarse el imparable proceso de derroche de recursos y consiguiente endeudamiento que lastraría el modelo de televisión pública hasta nuestros días. Todavía en 1977, las emisiones de la primera se iniciaban a las 14:00 y se cerraban a las 17:00 para reanudarse a las 18:30 hasta las 23:30. El VHF comenzaba a las 19:30 y finalizaba a las 23:00, pero este modelo horario de parrilla de programación iría ampliándose durante los siguientes años hasta llenar el resto de bloques horarios.

Entonces todavía la televisión estatal se parecía en este aspecto mucho a las televisiones locales que aparecerían pocos años después, aún se seguía emitiendo en función de los contenidos de los que se iba disponiendo y en franjas horarias en las que existía un público potencial mayoritario.

La ampliación del horario de emisión, junto a la pérdida del monopolio que se produce en la siguiente década, supondría para Televisión Española una de las causas que llevarían al recién creado ente autónomo en la espiral de la senda imparable de un cada vez mayor endeudamiento y, en consecuencia, haría aumentar la dependencia de la televisión pública estatal de los recursos publicitarios.

En 1978, aun a pesar de las reformas emprendidas en el ente y su saludable situación financiera, ya se produjo la primera huelga laboral de la historia de RTVE, mientras en el parlamento se empezaba a elaborar el Estatuto de Radio y Televisión que sería aprobado

¹³³ Ibid. pp. 98-99.

finalmente el 12 de Enero de 1980. El nuevo organismo autónomo se había convertido en lugar predilecto de la batalla política, tanto en el seno de la propia UCD, como en cuanto blanco de críticas desde la oposición democrática, y esta será, como iremos viendo, una constante que lastrará el sistema televisivo español hasta nuestros días: la estrecha relación del poder político y el sistema televisivo, no resulta durante la transición y que todavía hoy mantiene, como trataremos más adelante, al sector de la televisión local en la más absoluta de las incertidumbres.

4. La transición del sistema televisivo español.

Con la Ley de Reforma Política de 15 de Diciembre de 1976, aprobada por las Cortes franquistas en lo que se ha considerado como su suicidio político, se iniciaron las negociaciones para la salida consensuada de la Dictadura.

La aprobación de esta reforma ha sido considerada el embrión de la estrategia política de Suárez durante la transición y, también a partir de entonces, se puede considerar que comienzan las campañas institucionales orientadas a dirigir el sentido del voto de los españoles desde la televisión pública, así como la estrecha relación que tendrá el uso del servicio público de televisión, y el sistema televisivo en su conjunto, con la dinámica política en el marco democrático.

Desde el Ejecutivo, presidido por Adolfo Suárez, y desde Televisión Española, cuyo máximo responsable era Ansón, se establecen tres objetivos para hacer efectivo el refrendo de la transición política mediante la orquestación de una campaña que pretendía "explicar el contenido de la ley, convocar a los ciudadanos a las urnas e inclinar su elección hacia el voto positivo"¹³⁴. De esta manera, se empezaba a proyectar sobre la televisión pública un papel fundamental en la divulgación de imágenes positivas del proceso político que se estaba llevando a cabo.

En definitiva, la voluntad de cambio que en el contexto predemocrático se hacía patente en el seno de la sociedad española, junto a la intención gubernamental de impulsar esos cambios desde el

¹³⁴ Palacio, M. (2001), Op. cit. p. 41, pp. 101-102.

medio televisivo para reforzar y desarrollar esa necesaria democratización del país, acabaría por iniciar el proceso de la transición que llevaría, un par de años después, a la aprobación mediante referendun de la Constitución Española.

Pero al contrario que ocurrió durante los años anteriores, esta política de actualización del modelo de estado a la realidad que se vivía en el país, se realizó desde los telediarios de TVE, que se empezaron a constituir en motor fundamental para impulsar el cambio. En palabras de Lorenzo Díaz "...por primera vez la televisión es la avanzadilla de los medios de comunicación sacando noticias que nadie podía y siendo el referente de la información libre"¹³⁵.

Tras las elecciones de junio de 1977 en las que UCD permanecería en el gobierno, y gracias al consenso alcanzado tras los llamados *Pactos de la Moncloa*, se inicia la democratización efectiva del país, basada en un acuerdo de mínimos sobre política económica y sobre el proceso a seguir para la actualización de las estructuras socioeconómicas y políticas al nuevo contexto.

Todo ello, quedaría reflejado en la redacción de la Constitución Española y, en lo relativo a la transformación y adaptación del modelo televisivo español a la nueva democracia, en la posterior aprobación del Estatuto de Radio y Televisión.

En el consenso alcanzado por todos los partidos políticos, se incluía la necesidad de elaborar un estatuto jurídico para la televisión pública que diese solución a tres problemas fundamentales del ente y que respondían a la nueva situación creada. Se trataba de desarrollar y potenciar tanto "el tratamiento regional de los programas" como "la objetividad de los informativos", pero relacionando y supeditando esta renovación estructural "con el gasto"¹³⁶.

Para emprender la reforma del ente, se creó un consejo rector provisional con la participación de todos los partidos políticos, aunque el PSOE abandonaría pronto esta comisión de trabajo ante la actitud mantenida por el gobierno de UCD y la propia composición política con que se había creado este consejo, con el objetivo de establecer un

¹³⁵ Díaz, L. (1994): *La televisión en España. 1954-1995*, Alianza, Madrid, p. 503.

¹³⁶ Palacio, M. (2001), Op. cit. p. 41, p. 112.

nuevo marco jurídico para TVE adecuado al contexto de derechos y libertades democráticos.

El primer dilema que se planteaba para la transformación de la televisión estatal era la conveniencia o no del mantenimiento del monopolio público de televisión. Se encontraban posturas enfrentadas entre la actitud mantenida por el PSOE, que entendía este monopolio como una necesidad, y algunos miembros cercanos al gobierno y la OCDE junto a la Asociación Española de Anunciantes, que eran favorables a la presencia de la iniciativa privada en el sistema¹³⁷, finalmente, el problema quedo resuelto en favor de la un modelo televisivo que continuaba considerando el servicio público de televisión como elemento fundamental del conjunto del sistema audiovisual.

Por otro lado, a todos estos intentos de transformación del sistema televisivo predemocrático originados en las evidentes necesidades de adaptación al nuevo contexto sociopolítico, se unía con fuerza la voluntad de las nacionalidades históricas de recuperar las competencias sobre comunicación que habían perdido tras la guerra civil. Ya se había conseguido establecer un diseño constitucional que profundizaba en la descentralización de los poderes estatales y, como parte fundamental para facilitar el cambio, en los instrumentos de comunicación dependientes de ellos. Pero el proceso autonómico, aún hoy inconcluso, iba mucho más allá.

4.1. El modelo descentralizado estatal constitucional.

En la Constitución de la República¹³⁸, ya se establecía como competencia estatal el “Régimen general de comunicaciones, líneas aéreas, correos, telégrafos, cables submarinos y radiocomunicación”¹³⁹. Correspondía al estado “su legislación y a las regiones autónomas la ejecución, en la medida de su capacidad política, a juicio de las Cortes” lo relativo al “Régimen de prensa, Asociaciones, reuniones y

¹³⁷ Ibid. p. 113.

¹³⁸ Aprobada el 9 de Diciembre de 1931, se puede encontrar en Tierno Galván (1984): *Leyes políticas españolas fundamentales*, Tecnos, Madrid, Op. cit. p. 76, pp. 174-181.

¹³⁹ Ibid. artículo 14.2.

espectáculos públicos”¹⁴⁰, y los “servicios de aviación civil y radiodifusión”¹⁴¹.

El Estatuto de Cataluña, vigente durante la II República, se aprobó según la previsión reflejada en dicha Constitución republicana que establecía en su artículo 11 que “si una o varias provincias limítrofes, con características históricas, culturales y económicas, comunes, acordaran organizarse en región autónoma para formar un núcleo político-administrativo, dentro del Estado español, presentará un Estatuto con arreglo a lo establecido en el artículo 12”¹⁴².

En el desarrollo de sus competencias, en aquel estatuto autonómico de la República, además del Régimen de prensa se señalaba que sería competencia de la Generalitat la ejecución de la legislación del Estado, entre otras cuestiones, en lo relativo a “servicios de aviación civil y radiodifusión, salvo el derecho del Estado a coordinar los medios de comunicación en todo el país” añadiendo que “el Estado podrá instalar servicios propios de radiodifusión y ejercerá la inspección de los que funcionen por concesión de la Generalidad”¹⁴³. De similar manera se expresaba el Estatuto del País Vasco¹⁴⁴, y el no aprobado de Galicia por el inicio de la confrontación bélica¹⁴⁵.

El desarrollo de aquel consenso constitucional pactado por todas la fuerzas políticas para transformar las estructuras políticas y sociales creadas por el franquismo, y el manifiesto interés de las nacionalidades históricas por conseguir la restitución de estas competencias que les habían sido secuestradas tras la guerra civil española, se vería reflejado en la redacción de la Constitución, entre otras cuestiones, en los aspectos relativos a las competencias asumidas respecto a los medios de comunicación.

¹⁴⁰ Ibid. artículo 15.10.

¹⁴¹ Ibid. artículo 15.13.

¹⁴² Ley 15 de Septiembre de 1932, en Tierno Galvan (1984), Op. cit. p. 76, pp. 192-195.

¹⁴³ Artículo 5.11, Ibid. p. 193.

¹⁴⁴ Ley 4 de Octubre de 1936, en Tierno Galván (1984), Op. cit. p. 76, pp. 200-203.

¹⁴⁵ Ibid. pp. 208-211.

La Constitución Española señalaría en su artículo 149.1.21 como exclusiva del Estado el “...Régimen general de comunicaciones; tráfico y circulación de vehículos a motor; correos y telecomunicaciones; cables aéreos, submarinos y radiocomunicación”. Y continuaría profundizando en ello en el artículo. 149.1.27 en el que señala que las “normas básicas del Régimen de prensa, radio y televisión y, en general, de todos los medios de comunicación social, sin perjuicio de las facultades que en su desarrollo y ejecución correspondan a las Comunidades Autónomas”¹⁴⁶.

Todas las Comunidades Autónomas incluyeron alguna mención en sus Estatutos sobre la televisión o los medios de comunicación social, siguiendo con la previsión de la Constitución, aunque sólo las que accedieron por la vía rápida a su autonomía¹⁴⁷ asumieron inicialmente mayores competencias, desarrolladas posteriormente con la creación de las respectivas televisiones autonómicas de cada comunidad¹⁴⁸ aunque optando, no obstante, por dos fórmulas bien distintas.

El Estatuto de Cataluña¹⁴⁹, supedita estas competencias ejecutivas en materia de medios de comunicación social, a lo que dispusiera “la Ley que regule el Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión”, e identificándolas con aquellas referentes a la “creación, regulación y mantenimiento de la concesión del tercer canal de titularidad estatal a la Generalidad de Cataluña”.

El modelo adoptado por el Estatuto del País Vasco¹⁵⁰, por el contrario, hace una remisión expresa a la Constitución y cuidándose de que la televisión propia de la Comunidad Autónoma Vasca “quedara

¹⁴⁶ Ratificado en referendun el 6 de Diciembre de 1978 y sancionada por el rey el 27 de Diciembre.

¹⁴⁷ Por el artículo 151.2 que establecía el proceso a seguir a aquellas comunidades con “características históricas, culturales y económicas comunes” (artículo 143), de manera similar al ya mencionado texto de la República, aunque exigiendo a estas que el proceso se realizase con unos requisitos determinados de consenso y en el plazo de seis meses (artículo 143.2), obligando a dejar transcurrir un plazo de 5 años si la iniciativa de autonomía no prosperase (artículo 143.3), plazo al que se acogerían las regiones que accedieron a la autonomía por la denominada vía lenta.

¹⁴⁸ Sobre ello volveremos más adelante.

¹⁴⁹ Ley Orgánica 4/1979, de 18 de Diciembre.

¹⁵⁰ Ley Orgánica 3/1979, de 18 de Diciembre.

bien deslindada en el texto estatutario como algo distinto de esa posible gestión en concesión del tercer canal de titularidad estatal”¹⁵¹.

El resto de Estatutos de las Autonomías, incluido el de la Comunidad Valenciana, siguieron el modelo catalán, es decir, quedaron a expensas de lo dispuesto en el Estatuto de Radio y Televisión (ERTV). También las llamadas autonomías de vía lenta¹⁵², que acabarían obteniendo todas las transferencias en materia de medios de comunicación social después de los pactos autonómicos suscritos en 1992 y que terminaban con esta diferenciación¹⁵³, igualando el techo competencial en materia de medios de comunicación social entre las distintas autonomías, elaborarían sus estatutos a partir del ERTV.

De similar manera, y profundizando en el nuevo diseño territorial del estado, el consenso constitucional extendía el nuevo modelo territorial de las instituciones gubernamentales hasta el nivel municipal, garantizando la “autonomía de los municipios” y dotándoles de “personalidad jurídica plena”¹⁵⁴, incluso admitiendo agrupaciones municipales distintas de la provincia¹⁵⁵, en un importante esfuerzo de descentralización del poder estatal.

La Constitución diseñaba, de este modo, una organización del país en tres niveles administrativos jerárquicos que permitía, por un lado, establecer un proceso abajo-arriba para determinar la composición de los poderes de rango superior, reflejado en el modelo electoral, y, por otro lado, dejaba servida la confrontación que mantendrían hasta la actualidad los distintos niveles territoriales de la administración entre sí.

Resultado de las dificultades para desarrollar ese modelo convivencial en su integridad, los enfrentamientos por la asunción de mayores competencias y, en definitiva, mayor cuota de poder, se

¹⁵¹ Souviron, J.M. (1999): *Derecho público de los medios audiovisuales: radiodifusión y televisión*, Ed. Comares, Granada, pp. 65 y ss.

¹⁵² Asturias, Cantabria, La Rioja, Murcia, Aragón, Castilla-León, Extremadura, Islas Baleares, Madrid y Castilla-La Mancha.

¹⁵³ *Ibid.* p. 73.

¹⁵⁴ Artículo 140.

¹⁵⁵ Artículo 141.

producen desde entonces y hasta la actualidad con persistencia, en una continua y tensa dialéctica entre las distintas administraciones territoriales, en muchas ocasiones arbitrada por el propio Tribunal Constitucional.

4.2. Los derechos y libertades constitucionales.

En otro sentido, aunque en la misma línea de actualización democrática del país, la Constitución Española, además de las menciones al reparto competencial surgido de la nueva estructura territorial, establecía cuáles serían los derechos fundamentales de los nuevos ciudadanos.

Entre otros aspectos, el pacto constitucional está destinado a proteger los derechos relativos a “expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción”¹⁵⁶. Defiende, igualmente, el derecho a “comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”¹⁵⁷, y se pronuncia sobre la necesidad de regular por ley “la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público” que “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”¹⁵⁸.

En definitiva, un intento, reflejado en la Carta Magna, de impulsar el papel representativo de la sociedad civil en la gestión del flujo comunicacional aunque, sin embargo, depositando tal responsabilidad en los grupos políticos y sociales significativos que conduce a que sindicatos y representantes políticos de las distintas cámaras territoriales y estatales sean quienes representen al conjunto de la sociedad civil en los medios de comunicación y, en consecuencia, resultado de esta particular interpretación de la Constitución, el resto de grupos sociales no institucionalizados

¹⁵⁶ Artículo 20.1.a).

¹⁵⁷ Artículo 20.1.d).

¹⁵⁸ Artículo 20.3.

permanece, hoy por hoy, al margen de los medios de comunicación social¹⁵⁹.

Finalmente, el resultado de todas estas prescripciones constitucionales que pretendían iniciar un proceso de democratización del sistema comunicativo, tanto a nivel territorial como desde el punto de vista de su papel como instrumento social, vendría a materializarse, no sin polémica, en el Estatuto de Radio y Televisión¹⁶⁰.

Sobre este estatuto, no obstante, ya comenzaría a sobrevolar la propia concepción expresada en la Constitución en lo relativo al reconocimiento a la “libertad de empresa en el marco de la economía de mercado”, y para la cual los poderes públicos “garantizan y protegen su ejercicio y la defensa de la productividad, de acuerdo con las exigencias de la economía general y, en su caso, de la planificación”¹⁶¹.

De esta manera, en el propio intento de transformar el sistema público de televisión ya se adivinan, como parte integrante del proceso de desarrollo del mismo, la tensión que iba a generar durante los siguientes años, y hasta la actualidad, la concepción monopolística del servicio público y su interrelación con el poder político y la preponderancia concedida a RTVE como vértice del sistema televisivo español.

4.3. El Estatuto de Radio y Televisión.

A Rafael Ansón le había sustituido Fernando Arias Salgado en la dirección de RTVE en 1978, y tuvo que hacer frente al terremoto que se había desatado después de que la auditoría sobre el ente encargada al Tribunal de Cuentas fuese filtrada a la prensa por el propio Ministro de Hacienda, Fernández Ordoñez¹⁶². A ello se unían las denuncias de despilfarro en sueldos y gastos de viaje presentadas por el “Comité Anticorrupción” formado por los trabajadores, en una clara

¹⁵⁹ Sobre la oportunidad de profundizar en estos aspectos volveremos más adelante.

¹⁶⁰ Ley 4/1980.

¹⁶¹ Artículo 38.

¹⁶² García Matilla, E. (1996), Op. cit. p. 82, p. 101.

manifestación de la deriva en la que la televisión pública se situaría en los siguientes años.

Como decíamos, ese mismo año de 1978, se consiguió aprobar la Constitución Española con el consenso de todos los actores políticos y sociales, después de haber conseguido un principio de acuerdo entre los distintos poderes de la transición el año anterior con los *Pactos de la Moncloa*¹⁶³.

Televisión Española ya se había constituido en organismo autónomo en 1977¹⁶⁴, y se había producido la incorporación a RTVE de las emisoras dependientes del estado agrupadas hasta entonces en el organismo autónomo de Medios de Comunicación Social del Estado¹⁶⁵ mediante la creación del Consejo Rector de RTVE¹⁶⁶, en cuyo seno se iniciaron los trabajos para enviar a las Cortes un proyecto de estatuto jurídico para el ente público en el que participaban los distintos grupos políticos¹⁶⁷.

El ente autónomo integraba, por tanto, Radio Cadena Española¹⁶⁸, Radio Nacional de España, y la propia Televisión Española, y cuando se aprobó el Estatuto de Radio y Televisión el 10 de Enero de 1980, simplemente se suprimió este organismo autónomo, subrogándose el Ente Público RTVE sus bienes y derechos e integrando, además, tanto la red de difusión, como la Orquesta y Coros de RTVE, y el Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV)¹⁶⁹.

¹⁶³ García de Cortázar, F; González Vesga, J.M. (1996), Op. cit. p. 55, p. 630.

¹⁶⁴ R.D. 2750/77, por el que se crea el Organismo Autónomo de Radio y Televisión.

¹⁶⁵ Al que se había incorporado por medio del R.D. 708/77 las cadenas de prensa y radio del movimiento.

¹⁶⁶ R.D. 2809/77.

¹⁶⁷ Y que, como hemos señalado con anterioridad, abandonó el PSOE al poco de su constitución.

¹⁶⁸ Que integraba Red de Emisoras del Movimiento, Cadena Azul de Radiodifusión, la Cadena de Emisoras del Sindicato vertical, y las comerciales que explotaba el estado integradas en Radio Peninsular

¹⁶⁹ Disposición Transitoria 4º: “En cualquier caso, se integrarán como servicios comunes adscritos al Ente público RTVE, la red de difusión, el Instituto de Radio y Televisión Española y la Orquesta y Coros de RTVE, y cuantas concesiones de radiodifusión, con uno u otro nombre, venzan, en lo sucesivo, por transcurso del tiempo y no sean prorrogadas o renovadas por el Gobierno. El Organismo autónomo NO-DO quedará extinguido, integrándose a todos los efectos en el Ente público RTVE”.

Además de esta concentración de los medios de titularidad estatal en un único organismo autónomo, se establecían las premisas básicas sobre las que se constituiría el sistema de radiotelevisión español, según las premisas surgidas de la transición democrática, con la aprobación del Estatuto de Radio y Televisión, aprobado el 10 de Enero de 1980¹⁷⁰.

En primer lugar, el ERTV declaraba que la televisión y la radio eran “servicios públicos esenciales”¹⁷¹ e, inmediatamente después, definía el término televisión como “la producción y transmisión de imágenes y sonidos simultáneamente, a través de ondas o mediante cables destinados mediata o inmediatamente al público en general o a un sector del mismo, con fines políticos, religiosos, culturales, educativos, artísticos, informativos, comerciales, de mero recreo o publicitarios”¹⁷².

Se establecía así que, independientemente del medio de transmisión, la televisión se definía en función de la intencionalidad de los mensajes y, en definitiva, de manera relativa a la existencia de un público al que aquellos iban dirigidos. Se consideraba, dentro de esa concepción, que las disposiciones contenidas en esta legislación constituían las “normas básicas del Régimen de los servicios públicos de radiodifusión y televisión”, siendo “de aplicación general en todo el territorio nacional”¹⁷³.

Igualmente, se hacía una tímida declaración de que la televisión podría tener fines comerciales, publicitarios, aunque sin que el texto se pronunciase expresamente sobre la utilización única de esta vía de financiación. En esta norma se señala que Radiotelevisión Española “se financiará con cargo a los Presupuestos Generales del Estado y mediante los ingresos y rendimientos de las actividades que realice”¹⁷⁴ siempre en la observación del “principio de equilibrio presupuestario”¹⁷⁵, por lo que ya podemos adivinar que la publicidad

¹⁷⁰ Ley 4/1980, de 10 de Enero del Estatuto de Radio y Televisión.

¹⁷¹ “La radiodifusión y la televisión son servicios públicos esenciales cuya titularidad corresponde al Estado”, artículo 1.2.

¹⁷² Artículo 1.4.

¹⁷³ Artículo 2.1.

¹⁷⁴ Artículo 32.1.

¹⁷⁵ Artículo 29.

continuaría siendo una vía, cuanto menos, muy importante de financiación¹⁷⁶, como había sido habitual hasta entonces.

En la línea ya expresada en las páginas anteriores, y como consecuencia de la concurrencia de intereses políticos que venían negociando aquellas restituciones de derechos y libertades fundamentales, el ERTV también se expresaba en relación a la posibilidad de concesión de terceros canales de ámbito autonómico y de titularidad estatal.

Sin embargo, el gobierno estatal se reservaba la atribución de frecuencias y potencias de emisión¹⁷⁷ y se establecía así, a pesar de la disposición a descentralizar el poder a favor de las autonomías, un monopolio de hecho sobre el sistema televisivo. Monopolio que residía en el papel dominante de RTVE como gestor único del espectro radioeléctrico, que además era propietaria de la red técnica de distribución, y de cuyos informes dependía la concesión de frecuencias de emisión a futuros operadores por parte del gobierno¹⁷⁸.

Al margen de ello, y en sentido opuesto, todo se hacía siguiendo la doctrina constitucional de respeto a la pluralidad y a los derechos fundamentales¹⁷⁹, y se establecía un sistema organizativo para el ente público que reflejase la pluralidad política de los representantes elegidos por los ciudadanos en los órganos democráticos de gobierno de la nación y de las autonomías¹⁸⁰.

¹⁷⁶ Un par de años después, en 1982 y ya compitiendo TV3 tímidamente con el gigante estatal, los ingresos por publicidad se situaron alrededor de los 40.000 millones de pesetas, y se emitieron 60.312 anuncios, un total de 407 horas de publicidad, según datos del EGM de ese año, Cfr. Barroso, J.; Tranche, R. (1996), Op. cit. p. 43, p. 136.

¹⁷⁷ Artículo 2.2: “2. 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”, y artículo 2.4.: La atribución de frecuencias y potencias se efectuará por el Gobierno previo informe de los servicios técnicos del Ente público Radiotelevisión Española (RTVE), en aplicación de los acuerdos y convenios internacionales y de las resoluciones o directrices de los órganos internacionales a los que España pertenece y que vinculen al Estado español”.

¹⁷⁸ Esta concepción monopolística del espacio radioeléctrico, muy criticada desde la doctrina jurídica, la trataremos más adelante por las profundas limitaciones que ha supuesto y supone para el desarrollo del sistema televisivo en este país.

¹⁷⁹ Artículo 4.

¹⁸⁰ Desarrollados a lo largo de todo el Capítulo II.

Se realiza especial mención a la participación de las administraciones autonómicas¹⁸¹ en la gestión de esos Centros Territoriales mediante la constitución de un Consejo Asesor nombrado por los organos de gobierno de ese ámbito territorial en función de las regulaciones autonómicas propias promulgadas en cada comunidad, pero cuyo desarrollo y efectiva atribución de poderes ejecutivos es absolutamente insuficiente porque, finalmente y como venimos contando, la supuesta descentralización del ente continuaba dependiendo jerárquicamente de Prado del Rey y del gobierno central.

Para la inclusión de estas nuevas realidades territoriales en el imaginario distribuido por el servicio público estatal de televisión, el ERTV especifica que la programación regional “será emitida en el ámbito territorial de la nacionalidad o región que corresponda, salvaguardando el porcentaje y distribución de las horas establecidas para la programación nacional”. En todo caso, según esta norma legal será “el Gobierno” quien “fijará”, anualmente, y a propuesta “conjunta del Consejo de Administración y del Director general de RTVE” esta programación, a partir de la elaboración previa de una planificación anual¹⁸².

Como venimos señalando, se dota de manera explícita de especial relevancia en el sistema audiovisual a la Administración central, instrumentando a través de RTVE el sistema más adecuado a los intereses estatales de autolegitimación frente al resto de realidades autonómicas, municipales y sociales en general, que podrían restar de otra manera importancia al papel de las instituciones nacionales tradicionales.

En el ERTV, también se incluyen algunas precisiones sobre la gestión económica del ente¹⁸³ y sobre el control parlamentario directo de dicha gestión “de tal modo que no impida el funcionamiento de los medios”¹⁸⁴. Y, por último, se señalan algunos condicionantes de acceso de los grupos sociales a la programación en función de que “el Consejo de Administración, de acuerdo con el Director general, en el

¹⁸¹ Artlos. 14 y 15.

¹⁸² Artículo 13.

¹⁸³ Cap. III y V.

¹⁸⁴ Artículo 26

ejercicio de sus respectivas competencias” tenga en cuenta “criterios objetivos, tales como representación parlamentaria, implantación sindical, ámbito territorial de actuación y otros similares”¹⁸⁵, un diseño muy parcial e insatisfactorio, como ya hemos señalado, que no permitiría la participación efectiva de los grupos sociales y, por extensión, de la ciudadanía.

En definitiva, un modelo que, aún estando vigente, viene siendo criticado duramente desde hace muchos años y desde amplios sectores de manera regular, y que ha dejado patente que aquellas previsiones constitucionales reflejadas en el ERTV estaban obsoletas desde su concepción y que, además, no permite desarrollar de manera efectiva la transformación que se pretendía implantar en el sistema audiovisual para actualizarlo al contexto democrático constitucional.

Se han identificado básicamente dos problemas en cuanto a la propia RTVE y su papel en el sistema televisivo español. El primero de orden estructural y relativo a la poca funcionalidad y neutralidad del ente resultante de la aplicación de su estatuto jurídico y, el segundo, de orden económico-financiero, y que ha ido agravándose durante los últimos años con la multiplicación de la competencia.

En cuanto al ineficaz control al que está sometido el ente resultado del propio texto del ERTV, Souviron¹⁸⁶ ha señalado las carencias de la propia configuración de los *Consejos Asesores* como órganos meramente consultivos y no de control, tanto a nivel nacional como a nivel territorial. Sumado a ello, la poca profesionalidad con que se constituye el Consejo de Administración cuya función es más de supervisión parlamentaria que de verdadera gestión, y dando un papel protagonista al *Director General* que es nombrado directamente por el Gobierno, la gestión y administración política y económica queda en manos de las decisiones siempre coyunturales y dependientes de la composición del arco parlamentario surgido después de cada proceso electoral.

En lo relativo a la situación económica de RTVE, desde la época del gobierno de UCD y en los posteriores gobiernos socialista y

¹⁸⁵ Artículo 24.

¹⁸⁶ Souviron (1999), Op. cit. p. 96, pp. 42-53.

popular, RTVE ha ido incrementando sus presupuestos hasta disparar la deuda de manera astronómica¹⁸⁷. Estos desajustes se han ido subsanando con operaciones parciales de saneamiento, mediante regulares intervenciones administrativas y concesión de créditos, que no han hecho más que aplazar la crisis y que, por efectos del monopolio ostentado durante aquellos años y su orientación a obtener financiación mayoritariamente a través de la publicidad, también han condicionado el desarrollo del sistema televisivo en general¹⁸⁸.

No obstante todo ello, la regulación del ERTV se producía en un momento de fuertes tensiones políticas y en un contexto en el que todavía la transición española y la Constitución eran una fragil conquista al franquismo. En este sentido, aún pudiendo afirmar con claridad la insuficiencia y falta de valentía con que se reforma el sistema televisivo anterior, seguramente podría haber sido incluso peor, pues se produce en un momento especialmente crítico en el que no era fácil alcanzar un mínimo consenso y equilibrio entre intereses políticos, económicos y sociales.

En estos años, Fernando Arias fue cesado, aunque declarado inocente de las acusaciones de utilización dudosa de fondos públicos, y sustituido en 1981 por Fernando Castedo, después de arduas negociaciones que acabaron con su aceptación desde el PSOE en el último momento, en cuyo nombramiento Alfonso Guerra ya jugó un papel decisivo. El nuevo director incorporó desde el primer momento en el organigrama de los servicios informativos a Iñaki Gabilondo y Eduardo Sotillos, como director de informativos de TVE y director de Radio Nacional, respectivamente, que influirían notablemente en el

¹⁸⁷ Situada alrededor del billón del pesetas, y con tendencia a continuar afianzando su posición en el mercado publicitario, *El País*, 21/11/2001 y 4/02/2002.

¹⁸⁸ Actualmente RTVE ha pasado a formar parte de las empresas adscritas a la SEPI, Sociedad Española de Participaciones Industriales, que ha empezado a elaborar un plan marco para dotar de viabilidad al ente por medio del *Comité de Implantación y Seguimiento*, que se ocupará de elaborar las medidas y propuestas en cuanto a optimización de los ingresos publicitarios y los gastos de personal y organizar eficientemente la gestión, previa cancelación de la deuda histórica del ente, <http://www.sepionline.com/>.

RTVE, según datos de 2001 facilitados por la propia SEPI, dispone actualmente de una plantilla de 9.843 personas y tiene unos ingresos de 802.594 millones de pesetas, y una deuda creciente que ascenderá a 5.409 millones de euros a finales del año 2002 y se incrementará en 677 millones de euros más el siguiente año, *El País*, 12/02/2002.

desarrollo de la televisión pública, y los medios de comunicación en general, durante los siguientes años y hasta la actualidad.

La inminencia del cambio de alternativa política, no obstante, y la situación creada tras el golpe militar de febrero del 81, hicieron que en RTVE se produjeran virulentos enfrentamientos tanto entre los sectores del gobierno divididos ante la gestión de Castedo, como de los potencialmente ganadores en las ya cercanas elecciones.

Cómo ha señalado García Matilla¹⁸⁹, “el bonito deporte del acoso y derribo al Director General alcanzó en esta etapa sus cotas más altas de perfección”, quedando de esta manera la “busqueda de un modelo sólido para la radio y la televisión pública pospuesto para el año siguiente, después de las Elecciones Generales”. Episodios que, siguiendo la argumentación de este autor, demostraban “la inutilidad del Estatuto recién estrenado y era una llamada de atención sobre las dificultades de viabilidad de una empresa en la que la política condicionaba radicalmente toda su actividad”.

Castedo acabó por dimitir, y fue sustituido por Robles Piquer, el quinto director en poco más de cinco años, que también tuvo que sobrevivir en una crisis interna constante, y que acabaría dimitiendo igualmente, pasando a asumir el puesto de manera interina Eugenio Nasarre, que ya sería sustituido por Jose María Calviño una vez el PSOE había alcanzado el gobierno nacional.

No obstante, en esta época convulsa se realizan los programas que han permanecido desde entonces en la memoria colectiva con notable persistencia. Aparecen los primeros docudramas con fuerza, como el *Vivir cada día* de Alfredo Amestoy, y algunos programas ‘culturales’ como *Encuentros con las letras*, o *La Clave*, y los informativos empiezan a constituirse en el eje central de la televisión y sobre la que aquella se autolegitimará.

Sin embargo, como señala Javier Maqua, “paradójicamente, en la televisión, lo que, con la democracia, se gana en libertad de opinión se pierde en libertad de expresión artística; el nivel cultural de la televisión desciende aparatosamente” y, en definitiva, la nueva televisión comenzará cada vez más a adaptarse su programación “a la

¹⁸⁹ García Matilla, E. (1996), Op. cit. p. 82, pp. 102-103.

oferta publicitaria y las listas de audiencia, en detrimento de los espacios de servicio público”¹⁹⁰.

Una tendencia en la que se profundiza en estos primeros años 80, y en los que el “Gabinete de Investigación de Audiencias” ya se adscribe, “en dependencia sucesiva al Gabinete Técnico de la Dirección General, el Gabinete de Planificación y el Director del Gabinete”, directamente a la Dirección General del Ente¹⁹¹.

En 1982, año en que RTVE se haría cargo de la transmisión del campeonato mundial del fútbol, el ente manejaba unas cifras de vértigo: 42.000 millones de presupuestos de los cuales 40.000 procedían de ingresos publicitarios, y 11.000 trabajadores en plantilla de los cuales el 50% tenía menos de 5 años de antigüedad¹⁹².

RTVE se había convertido en una macroempresa comunicativa producto de los variados intereses políticos en confrontación durante las últimas décadas y, especialmente durante la transición. Pero también en una entidad pública que, en situación de monopolio, recibiría cada vez más críticas y presión desde los diversos sectores políticos y sociales consolidados institucionalmente y surgidos de nuevo diseño territorial en el marco de libertades públicas y ciudadanas surgido de la Constitución.

5. Algunas conclusiones.

La televisión en España se implantó muy tardíamente respecto a otros países del entorno como consecuencia del aislamiento en que se encontraba la Dictadura y fue impulsada, sobre todo, desde sectores industriales, y apoyada tímidamente en sus inicios por el Régimen.

Con la inauguración de la televisión local de Madrid, “La Televisión de Chamartín”, comenzaría a conformarse el sistema televisivo español sin ninguna planificación que permitiese implantar una sistema estatal de televisión y sólo posteriormente, debido a la presión ejercida por la industria eléctrico-electrónica, aquella

¹⁹⁰ Maqua, J. (1996), Op. cit. p. 59, pp. 115-116.

¹⁹¹ Rubio Domínguez, J.R. (1996), Op. cit. p. 53, p. 222.

¹⁹² García Matilla (1996), Op. cit. p. 82, p. 103.

televisión madrileña extendió su cobertura más allá de la capital del franquismo y se acabó por convertir en Televisión Española.

El Plan Técnico de desarrollo de la red de emisión de TVE, en consonancia con la conformación ideológica del Régimen, estaba diseñado a partir de la centralidad de la la capital de España y pretendía, inicialmente, enlazar con Europa, y en fases posteriores y de manera subsidiaria, cubrir todo el territorio nacional. Una planificación dirigida, en consecuencia, a expandir el Régimen en dos sentidos: uno internacional, para facilitar la inserción del aislado modelo socioecómico franquista en la dinámica del entorno europeo y, otro, dirigido a crear una estructura de distribución por todo el territorio nacional del particular universo simbólico que interesaba al poder del Régimen y centralizado desde Madrid.

La influencia y relevancia social que adquirió TVE en poco tiempo propició que el Régimen utilizase la televisión estatal como una herramienta propagandística fundamental que le permitía penetrar en los hogares con un electrodoméstico cada vez más popular. De similar manera, la televisión despertó pronto el interés de los anunciantes y la publicidad se convirtió, desde los inicios de TVE, en su principal fuente de financiación.

Como resultado de esa simbiosis entre los intereses industriales y los del Régimen, TVE se convertiría en pocos años en la primera industria nacional de propaganda y los ciudadanos pasarían a estar considerados como simples destinatarios de los valores morales que el franquismo estaba interesado en difundir, y en audiencias cuantificables que sirviesen para justificar las inversiones que los anunciantes destinaban a la televisión estatal que se situó, rápidamente y de esta manera, en la punta de lanza de una incipiente sociedad de consumo.

Con el paso de los años, el franquismo utilizó la televisión española para promocionar la necesaria modernización del país en el contexto de una fuerte crisis económica provocada, en gran medida, por el aislamiento internacional en que se encontraba España. Estas transformaciones, dirigidas desde el ala más liberal del Régimen, permitieron cierto aperturismo a nuevos modelos sociales del exterior e interior del país, y se implanta la primera pseudoexperiencia de participación social en el ámbito rural, los teleclubs, en un intento de

inculturación de la modernidad, dentro de los límites de la moral franquista, en la España más profunda y olvidada.

Durante esas décadas, en algunos países de Occidente se comienzan a desarrollar experiencias de televisión local comunitario en otros países de Occidente y, en general, se empiezan a difundir las corrientes teóricas críticas que explicitan la importancia de los medios de comunicación para el cambio socioeconómico y cultural, siendo asumidas en cierto grado por los grupos progresistas del interior de nuestro país.

Estas propuestas transformadoras se van integrando tímidamente en oleadas sucesivas a TVE con la incorporación de nuevos profesionales procedentes del ámbito de la cultura y la creación del segundo canal de televisión y la televisión estatal, en estrecha interrelación con el impulso liberal que algunos sectores del franquismo estaban interesados en propagar y amplificar desde la propia TVE, se comenzó a conformar una nueva cosmovisión que comenzaría a sacar a la sociedad española en su conjunto de su aislamiento.

No obstante, el franquismo sólo acabó cuando Franco murió y, a pesar de que los cambios sociales eran ya demandados clamorosamente desde unos años atrás, éstos no pudieron hacerse efectivos hasta la desaparición del dictador.

Tras la muerte de Franco, su Régimen dejaba en herencia a la futura democracia un sistema de televisión que se había de adaptar rápidamente al nuevo contexto de derechos y libertades y un lastre difícilmente de superar: TVE estaba dirigida con un estilo de gestión centralista y propagandístico en el que el estado había monopolizado el contenido y distribución de la programación durante cuarenta años.

Los pactos alcanzados durante aquel período se pueden considerar como un difícil consenso que podría estar justificado mínimamente en el contexto en que se producía pero, en todo caso, reflejan las enormes dificultades para superar con decisión el modelo de televisión centralista que tan bien había servido al franquismo. Este modelo de sistema de televisión público nacional-estatal no se revisaría en profundidad durante la transición y, en consecuencia, permanece presente, sin demasiados cambios, hasta nuestros días.

Con la aprobación del ERTV se pretendía adaptar aquel sistema televisivo a las nueva distribución territorial del estado pactada en la Constitución. En ese sentido, se definía TVE como una televisión de servicio público estatal, al tiempo que se admitía la posibilidad de descentralizar el sistema dotando de medios propios de comunicación a las autonomías y, se intentaba descentralizar la propia TVE.

La regionalización del ente ya se venía produciendo desde el último período franquista pero, a pesar de estas reformas, los centros de producción de TVE siempre han sido concebidos, en la mayoría de los casos, más como delegaciones para proveer noticias antes que unidades de producción autónomas y territorializadas. En cuanto a la posibilidad de dotar de medios de comunicación propios a las autonomías, el ERTV continuaba depositando en TVE toda la capacidad de gestión de la red técnica de emisión y la situaba en la cabecera del sistema.

Consecuencia de esta legislación proteccionista respecto a TVE y de la resistencia de la Administración Central a ceder cuotas de poder a las autonomías, los terceros canales se crearían al margen de una ley que, a pesar de las prescripciones constitucionales y el recién estrenado ERTV, el gobierno se resistía a elaborar.

A pesar del reconocimiento de las nuevas realidades autonómicas resultante del pacto constitucional y, al margen de las prescripciones allí determinadas y el ERTV, el nuevo marco propuesto para el desarrollo del sistema televisivo continuaba centralizado y el estado mantenía y gestionaba un monopolio de facto¹⁹³, supeditando a las decisiones de la Administración Central su desarrollo efectivo en función de sus intereses particulares aunque, finalmente, el estado se vería obligado a legalizar medios de comunicación autonómicos que no estaban bajo su inmediato control.

Por lo demás, TVE seguía siendo la misma televisión localista que había iniciado sus emisiones tres décadas atrás y continuaba teniendo bastante de aquella *Televisión de Chamartín* o *Central de*

¹⁹³ En la década de los años ochenta, como veremos, estos centros serían impulsados explícitamente desde la dirección del ente para, como se ha señalado en algunas ocasiones, competir con las neonatas televisiones autonómicas, por razones básicamente políticas, López, B.; Risquete, J.; Castelló, E. (1999), Op. cit. p. 85, p. 149.

Radio Televisión de Madrid y, a pesar de los esfuerzos llevados a cabo, el sistema televisivo español continuaba siendo utilizado por los nuevos actores de la joven democracia con similar dirigismo, eso sí, con el poder más repartido territorialmente.

En definitiva, la transición legó un sistema audiovisual cuyo diseño, a pesar de su aparente actualización al nuevo marco constitucional, continuaba siendo poco adecuado al contexto democrático de derechos y libertades.

En consecuencia, esta tímida e inacaba transición de la televisión franquista, como ocurre con otras tantas herencias de aquellos 40 años, afectaría enormemente al desarrollo de la televisión en nuestro país, y al del conjunto de la sociedad española, desde entonces y hasta la actualidad.

CAPÍTULO 2º.

TV LOCAL EN EL CONTEXTO AUDIOVISUAL.

En este segundo capítulo en que se estructura el texto, se analiza el contexto específico en el que surge la televisión local en España durante el período de la transición española y la propuesta comunicativa que supone en el conjunto del sistema audiovisual.

A continuación, se revisa la evolución del sector de televisión local de manera paralela a la transformación del sistema televisivo español, deteniendonos especialmente en los procesos de descentralización y desregulación que se han venido produciendo desde la década de los años ochenta. En ese contexto, se inserta el papel que los operadores locales han venido ejerciendo durante todo este período como alternativa y complemento del modelo de sistema televisivo de la época.

Se incide especialmente en la importancia de un fenómeno ampliamente extendido en todo el territorio nacional pero clamorosamente desatendido desde las instituciones en cuanto a propuesta comunicativa que hubiese permitido profundizar en el desarrollo de aquella joven democracia surgida de la transición y basada en el respeto de los derechos y libertades constitucionales.

1. El surgimiento de la televisión local en España.

En el contexto sociopolítico surgido de la transición, los medios de comunicación pública estaban instrumentados desde aquella *Televisión de Chamartin* que, como venimos relatando, se había constituido en la *Televisión Española* en un proceso que abarcaba varias décadas.

La televisión del franquismo, como ha señalado Jose María Baget, había legado a los ciudadanos del nuevo sistema democrático un modelo de servicio público centralizado, monopolizado por el Estado y por RTVE. La única televisión del país seguía funcionando como una camarilla de amigos de las distintas opciones políticas y sindicales manteniendo una estructura laboral poco flexible y una gestión inadecuada, en la que se manipulaban las noticias y los informativos, en general en función de intereses partidistas¹⁹⁴.

Todo ello, como hemos señalado, utilizando, además, un sistema monopolístico de distribución de la señal a través de una red técnica que sería propiedad estatal hasta 1988, fecha en que se crea RETEVISIÓN¹⁹⁵.

No obstante, se empezaron a desarrollar de manera efectiva otras alternativas comunicativas que cuestionaban y ponían en crisis el modelo audiovisual diseñado por las instituciones democráticas. Nuevas formas de comunicación que suponían un impulso en la profundización y la propia definición del sistema audiovisual en el nuevo clima de recuperación de libertades políticas y ciudadanas.

1.1. La televisión local comunitaria.

Una de estas alternativas comunicativas, la televisión comunitaria, comienza a implantarse en España a finales de la década de los años setenta en estrecha relación con el movimiento de las

¹⁹⁴ Baget, J.M. (2001), Op. cit. p. 78.

¹⁹⁵ Red Técnica Española de Televisión, organismo autónomo adscrito al entonces Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, al que se le encomendó la “gestión de la red pública de telecomunicación que actualmente explota el Ente Público Radiotelevisión Española”, Ley 37/88 de 28 de Diciembre, artículo 124.

*radios libres*¹⁹⁶, y continúa profundizando en las propuestas de aquellos medios de comunicación y en el sistema comunicativo español. En palabras de Emili Prado, se comienzan a implantar nuevas televisiones locales como “experiencias de apropiación popular de las tecnologías audiovisuales... síntoma de la existencia de una sociedad civil madura y con gran capacidad propositiva”¹⁹⁷.

Sería discutible, no obstante y tal como venimos relatando, entender la recién estrenada democracia española como un sistema sociopolítico maduro. Efectivamente, desde mediados de los setenta y principios de los ochenta en España se venían desarrollando de manera progresiva procesos de normalización democrática en todos los ámbitos, aunque con las limitaciones y tensiones ya reseñadas en el capítulo anterior, pero era este un proceso de consolidación de las recién conseguidas libertades democráticas que todavía no permitía hablar de una sociedad civil madura, y no por falta de madurez de los ciudadanos, sino por el limitado papel que estos jugaban en nuestra joven democracia representativa, aún inmadura en nuestros días como argumentaremos más adelante.

1.1.1. Contexto en el que surge la televisión comunitaria.

Las primeras experiencias de televisión promovidas por la sociedad civil ya eran una realidad desde los inicios de la década de los años setenta en algunos lugares de Occidente, y se irían extendiendo progresivamente en los siguientes años por todo el continente europeo y americano.

Los antecedentes de este tipo de televisiones locales gestionadas por la comunidad ciudadana se pueden situar en Quebec, en 1969, y su nacimiento se puede entender como una respuesta al contexto socioeconómico y cultural específico de aquel ámbito territorial.

El gobierno quebequés, ante una casi total desestructuración institucional de su territorio a principios de los años sesenta, y un

¹⁹⁶ Un excelente trabajo sobre la concepción de este movimiento alternativo y sus incidencias en el sistema comunicativo es el análisis de Prado, E. (1983): *Las radios libres. Teoría y práctica de un movimiento alternativo*, Mitre, Barcelona.

¹⁹⁷ Prado, E.; Moragas, M.(1991): *Televisiones locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*, Col.legi de Periodistes de Catalunya, Barcelona, p. 7.

modelo de inculturación de la población de la región dominado por la jerarquía eclesiástica, se proponía para entonces constituirse en un estado que construyese una idea de progreso e identidad nacional.

La llamada “Revolución tranquila” de esa década¹⁹⁸, y la nueva composición liberal de un gobierno basado en la defensa cultural de la francofonía frente al gobierno de Ottawa, originó la constitución de primera televisión *comunitaria* del mundo, TEVEC, en una región aislada del eje económico francófono constituido por Quebec y Montreal, en un espacio geográfico subdesarrollado.

El objetivo de esta primera televisión *comunitaria* era básicamente educativo, y su tarea prioritaria era “reciclar, por medio de la enseñanza televisada, a los habitantes menos escolarizados para conducirlos al nivel de un certificado de aptitud profesional...y desarrollar una conciencia regional”¹⁹⁹, en una actitud bien similar a las intenciones descritas cuando nos referíamos a la concepción de los videoclubs en zonas rurales francesas y el caso específico de los teleclubs en nuestro país en el contexto del franquismo²⁰⁰.

Por otro lado, el objetivo explícito del propio gobierno quebequés sería la preservación y fomento de la cultura, haciendo un uso de la televisión local similar al que sería asumido en sus inicios por la televisión local comunitaria y ciudadana de nuestro país.

En todo caso, esta ruptura con los modelos institucionales de comunicación, en lo que ha venido considerándose una alternativa a ellos, estaría fundamentada esencialmente, en palabras de Vidal Beneyto, en “su enfrentamiento y oposición a lo dominante”. Oposición que puede localizarse en la propia concepción del medio o “en su propósito de intervención y cambio de la situación (contexto) social en que se produce”²⁰¹.

Esta concepción teórica alternativa a los medios de comunicación masiva estaba ligada, por otro lado y como ya contamos, al desarrollo

¹⁹⁸ Beaud, P; Flichy, P.(1979), Op. cit. p. 87, p.331.

¹⁹⁹ Ibid., p. 332.

²⁰⁰ Ver Capítulo 1º.2.3, pp. 56 y ss.

²⁰¹ Vidal Beneyto, J. (ed.) (1979): *Alternativas populares a las comunicaciones de masas*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, p. XVIII.

y difusión de las teorías críticas propuestas desde la Escuela de Frankfurt, y de manera paralela a la necesaria adaptación de las nuevas realidades socioeconómicas a los cambios de la época.

En definitiva, la televisión comunitaria constituye un ejemplo práctico de implantación de este modelo comunicativo promovido por la sociedad civil, y una crítica a los modelos de reproducción cultural propuestos por la industria audiovisual que limitaba en gran medida el desarrollo de las comunidades locales y, por ello, este tipo de televisión se consideraba una alternativa ciudadana y válida para la defensa de los intereses autóctonos de las pequeñas comunidades.

1.1.2. Antecedentes teóricos y tecnológicos.

Las propuestas teóricas de Adorno y Horkheimer²⁰², intentaban identificar, con criterios industriales, comerciales y políticos procedentes del materialismo dialéctico marxista el origen de la crisis de la ‘cultura’, en el sentido ya comentado de ruptura con la calidad de la obra con el subsiguiente empobrecimiento cultural contemporáneo que ello causaba y la uniformidad que provocaba en los discursos.

Ante ello, las pequeñas comunidades no podían más que reaccionar desarrollando iniciativas que les permitiesen acceder al flujo comunicativo para defender sus intereses particulares frente a esa imposición de intereses socioeconómicos y culturales foráneos que se distribuían a través de esas industrias culturales a aquellas sociedades locales.

Estos autores, no obstante y como ya dijimos, se situaban en un punto de convergencia con otras propuestas representadas en las obras de Ortega y Gasset, que veía peligrar la ‘alta cultura’ ante la emergencia de una sociedad masiva y atomizada en su conocida obra *La rebelión de las masas*²⁰³, y Walter Benjamín²⁰⁴, que admitía la posibilidad de esa pérdida de “aura” de la obra original ocasionada por

²⁰² Ya comentadas, pp. 66 y ss.

²⁰³ Ortega y Gasset, J. (1985), Op. cit. p. 67.

²⁰⁴ Benjamin, W. (1990): “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Discursos interrumpidos I*, Taurus, Madrid.

la facilidad de reproducción de la obra artística y la pérdida de valor del “original” como producto único e insustituible del hacer humano, en una actitud teórica ya superada en nuestros días.

Esta postura teórica extendida, además, con la concepción de los medios de comunicación como aparatos ideológicos del estado propuesta por Althusser²⁰⁵, suponía el marco inicial sobre el que se planteaba la alternativa comunicativa frente al sistema televisivo tradicional y el papel que la iniciativa ciudadana había de tener en su transformación²⁰⁶.

Por otro lado, y de igual modo, en el surgimiento de las televisiones locales tuvo gran importancia el abaratamiento de las tecnologías audiovisuales y su creciente facilidad de uso, permitiendo que grupos sociales y civiles accedieran a estos medios de comunicación.

Hasta entonces la tecnología audiovisual sólo era accesible a unos pocos profesionales y sus costes de implantación y mantenimiento estaban fuera del alcance de los limitados recursos económicos de los ciudadanos y las agrupaciones sociales en general. Se requería, además, una formación técnica importante, pero las constantes mejoras de estos equipamientos y la simplificación progresiva de su uso, hacían más accesible el proceso de comunicación audiovisual a no expertos y, en consecuencia, permitían su utilización alternativa en el sentido que venimos comentando.

No obstante, si hoy hacemos un repaso a los equipamientos y tecnologías audiovisuales existentes a inicios de los años ochenta, estaremos más describiendo un catálogo arqueológico de equipos audiovisuales, que muy pocos hoy sabrían manejar, que una relación de tecnologías audiovisuales tal como tenemos hoy asociada la tecnología audiovisual a las técnicas digitales. Para entonces, sin embargo, aquellos equipamientos de producción suponían un indudable salto tecnológico respecto a la década anterior y su

²⁰⁵ Althusser, L. (1971): “Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado (Notas para una investigación)”, en *Escritos*, Laia, Barcelona.

²⁰⁶ Las limitaciones de la teoría crítica se han expresado en diferentes ocasiones, entre otros por Mattelard, A.; Piemme, (1981): *La televisión alternativa*, Anagrama, Madrid, pp. 30-36, en lo relativo a la concepción de la cultura como medio de resistencia frente al sistema político e industrial.

evolución durante los siguiente años facilitaría enormemente el desarrollo de la televisión local.

Todavía a principios de esa década de los ochenta, la única empresa audiovisual española que disponía de capacidad producción y emisión de señales de televisión era, evidentemente, Televisión Española.

Sin embargo, entre sus equipamientos ya había incorporado *algunos* adelantos tecnológicos: cámaras de tubos de alta calidad²⁰⁷, magnetoscopios de 1 pulgada cuádruplex²⁰⁸ con los formatos B y C, mezcladores rudimentarios de imagen, editores y limitados generadores de caracteres, y todavía el grueso de la producción en exteriores se realizaba en cine, aunque ya se empezaron a utilizar magnetoscopios *portátiles* para la realización E.N.G.²⁰⁹, etc.

Un nivel tecnológico que Luis Sanz ha calificado de “subdesarrollado en el campo del video y a varios años de distancia del resto de naciones de su entorno cultural y productivo”²¹⁰, aunque sin duda un gran avance para TVE que comenzaba a diseñar la nueva estética de la modernidad que culminaría en los mundiales de 1982.

Televisión Española no sólo era un monopolio público estatal sino que representaba la práctica totalidad de la demanda de trabajos en vídeo. Sólo una reducida parte de la producción audiovisual de nuestro país se realizaba en formatos industriales para trabajos de carácter comercial e institucional, y como TVE tenía suficiente capacidad de producción para abastecer su programación, la industria de producción videográfica era prácticamente inexistente²¹¹, y las

²⁰⁷ Ya se emitía en color desde finales de 1978.

²⁰⁸ Introducidos comercialmente sólo un año antes, en 1979.

²⁰⁹ Environment News Gatering / Electronic News Gatering.

²¹⁰ Sanz Rodríguez, L. (1996): “Los 80 y el vídeo: una década más que prodigiosa”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia, pp. 163-164.

²¹¹ Sólo Telnor y Atanor en Madrid y la ya extinta Videospot en Barcelona, Ibid. p. 165.

primeras salas de postproducción no aparecerían hasta los años 84-85²¹².

No obstante, y a pesar de esta evidente falta de estructuración empresarial del sector audiovisual y en consonancia con los movimientos ciudadanos ya existentes en el resto de Occidente, en 1980 se inaugura la que viene siendo considerada como la primera televisión local del estado español, y empieza a emitir utilizando los equipos prestados por un técnico italiano que ya incorporaban estas tecnologías ligeras.

1.1.3. Primeras experiencias en España.

En la pequeña localidad catalana de poco más de 7.000 habitantes, Cardedeu, en el Vallés Oriental, y con unos equipos “prestados por un técnico italiano”²¹³ inicia sus emisiones RTV Cardedeu, la primera experiencia de televisión local en España.

Y nace, no por casualidad, precisamente en Cataluña, una de las nacionalidades históricas donde más presentes estaban las tensiones heredadas de la época franquista, y una de las autonomías en las que con mayor voluntad política se impulsa la efectiva asunción de competencias en los siguientes años.

La Comunidad Autónoma de Cataluña se constituye como tal en Diciembre de 1979²¹⁴ e, incluso antes del desarrollo legislativo de las previsiones del ERTV respecto a las competencias autonómicas en materia de ordenación y explotación de la actividad televisiva²¹⁵, esta administración ya impulsa y apoya una iniciativa como la de Cardedeu, que supone la primera fractura del sistema monopolístico de televisión estatal que se mantenía como herencia del régimen anterior.

El apoyo institucional, representado en la figura del propio Presidente del Parlament Catalán, Heribert Barrera, para testimoniar el

²¹² La primera paleta gráfica de Quantel llegó al mercado en 1981, Cuadrado, L. (1996): “La postproducción en televisión”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia, p. 173.

²¹³ Prado, E.; Moragas, M. (1991), Op. cit. p. 114, p. 7.

²¹⁴ L.O.4/1979 de 18 de Diciembre.

²¹⁵ Ley 46/1983 de 26 de Septiembre, del Tercer Canal.

inicio de la televisión local de Cardedeu, está directamente relacionado con el hecho diferencial catalán y la constitución de asociaciones culturales que utilizan este medio para promover y fomentar la cultura autóctona²¹⁶ y, en ese sentido, se puede considerar a la Generalitat Catalana la que más activamente, desde sus inicios, ha reclamado el papel de la televisión local en el conjunto del sistema audiovisual.

Este primer origen de la televisión local en el estado español, habría de estar justificado básicamente por la necesidad de promover la comunicación desde ámbitos ciudadanos con la clara intención de profundizar en el desarrollo de la neonata democracia española y hacer efectivos los movimientos críticos al sistema monopolístico de la televisión pública estatal pero, también, se comienza a intuir el evidente interés que tiene el sector para las administraciones de ámbito territorial inferior al estado.

Con la televisión de Cardedeu, por tanto, se empieza a quebrar el sistema comunicativo monopolístico español de televisión en dos sentidos. En primer lugar, desde la simple introducción de un nuevo operador que hasta entonces no existía y, en segundo, desde la definición de este nuevo actor mediático como alternativa al modelo comunicativo institucional, aunque, como decimos, limitada desde el primer momento por la intervención administrativa autonómica que intenta vehicular este medio de comunicación según los intereses político-culturales del nuevo poder territorial.

En definitiva, esta primera televisión comunitaria del estado español que se había podido constituir con el millón de pesetas recaudado “gracias a la aportación voluntaria de 300 vecinos de la Asociación de Amigos de la Radio y Televisión de Cardedeu”²¹⁷, inaugura en nuestro país esta particular concepción de la televisión local en función de los parámetros teóricos expresados, y sus propios límites.

El apoyo institucional de la administración catalana revela el interés político que tiene el nuevo medio en sus inicios y, en

²¹⁶ Iborra, P. (1995): “Apuntes para una historia de la Televisión Local en Cataluña”, en *La televisión local. El reto del cable*, Diputación Provincial de Zaragoza, Zaragoza, p. 101.

²¹⁷ Prado, E.; Moragas, M. (1991), Op. cit. p. 114, p.39.

consecuencia, indica las dificultades existentes ya entonces para implantar un modelo comunicativo que esté completamente en manos de los ciudadanos, limitaciones manifestadas de manera regular en años posteriores en que el sector estará estrechamente ligado a la intervención pública autonómica y municipal.

No obstante, el sector nace dependiendo de la coyuntura política particular de esos años, y el beneplácito y el soporte del poder político es absolutamente necesario en los inicios de la televisión local en nuestro país en el contexto específico en que surge. Sin embargo, ese soporte se torna instrumentalización que condiciona, desde entonces, el desarrollo del sector según intereses políticos particulares, explícitos a partir del análisis de la normativa promulgada por las distintas administraciones y que revisaremos más adelante.

Casi simultáneamente, y en sentido contrario, se empezaba a constituir otro modelo de televisión local que estaría impulsado básicamente desde una concepción puramente mercantil y cuyos orígenes son bien distintos.

1.2. Orígenes de la televisión local comercial.

La concepción comercial de la televisión local se origina en Andalucía a partir de iniciativas de ampliación de cobertura de las cadenas nacionales reconvertidas a experiencias de vídeo comunitario. El cable acabó por extender su cobertura hasta alcanzar el núcleo urbano de la población y, en algunos casos, entre su oferta incluía programación propia de contenidos locales y, sobre todo, redifundía la señal de las cadenas generalistas en territorios con deficiencias en la infraestructura desplegada para la distribución de la señal de TVE.

Este otro modelo de televisión local tiene, por su parte, dos antecedentes en experiencias televisivas que, a principios de la década de los años ochenta, ya en el resto del mundo habían sido desarrolladas, teorizadas e, incluso en algunos casos, agotadas como modelo comunicativo. Este doble origen es, de un lado tecnológico y, de otro, supone un intento de implantación contrario al modelo centralista estatal y público y cuyas referencias inmediatas están en el sistema televisivo estadounidense.

Aproximadamente en las mismas fechas que en Cardedeu nacía la televisión local por ondas en Sanlúcar de Barrameda, donde un

empresario gaditano instaló un repetidor para el municipio para facilitar la recepción de la televisión nacional al que, posteriormente, añadiría un canal con contenidos específicamente locales.

Como cuenta Navarro Moreno, “desde 1979”, con un magnetoscopio y mediante una antena emisora era “para un técnico en electrónica un proceso sencillo” la retransmisión de acontecimientos grabados una vez acabadas las emisiones de la televisión nacional como también lo era, tiempo después, pasar a emitir estos acontecimientos junto a entrevistas en directo. Tras la retirada de la antena ante el despliegue de 12 nuevas emisoras para dar cobertura a toda la provincia de Cádiz, el proyecto se reconvirtió, hacia 1987, en una empresa de cable²¹⁸.

La televisión por cable era una realidad tecnológica en los países del norte de Europa desde principios de los años setenta pero, contrariamente a como ocurrió en España, se desarrollaba con una concepción similar a las experiencias de televisión comunitaria quebequenses, con el objetivo prioritario era “emitir programas de interés comunitario de forma estable y ofrecer una garantía de participación a los grupos sociales”²¹⁹. De esta manera, desde 1973 y con programación de unas pocas horas semanales, en Finlandia y Holanda y, poco después, en Bélgica y el resto de países de Europa, se empiezan a desarrollar televisiones locales impulsadas por la iniciativa popular y apoyadas institucionalmente²²⁰.

Esta experiencias profundizaban en un modelo de televisión pública de gestión comunitaria y en la que se desarrollaría el concepto de “public access” iniciado en Quebec y que, posteriormente, daría lugar en Alemania y otros países al concepto de “canales abiertos” que, igualmente, se venían desarrollando hacía años en los Estados Unidos.

No obstante, la implantación del cable en nuestro país, al contrario que los países del entorno, se centra en los aspectos comerciales de este tipo de emisores locales y adopta un modelo de

²¹⁸ Navarro Moreno, J.A. (1997): *La Televisión Local. Andalucía: la nueva comunicación*, Fragua, Sevilla, pp. 126-127.

²¹⁹ Prado, E.; Moragas, M. (1991), Op. cit. p. 114, p.10.

²²⁰ Ibid.

desarrollo similar al estadounidense, alejado de la corriente extendida en el resto de los países europeos heredada de las primeras experiencias de Quebec.

Desde los años 60 ya se ofrecían en Estados Unidos programaciones locales a través de los operadores de cable junto a la programación de carácter general que se producía por el sistema de afiliación de cadenas y sindicación²²¹, siguiendo un modelo de televisión comercial descentralizada caracterizado por su desvinculación de las instituciones públicas.

Las televisiones de aquel país estaban definidas como “locales, comerciales e independientes”²²² pero, a pesar de la existencia de más de 1.000 emisoras de televisión, el sistema de red para la obtención de material daba como resultado que “en todo el país la mayor parte de la gente contemple la misma programación”²²³. Las tres redes nacionales, ABC, CBS y NBC, son intermediarias entre anunciantes y productores y disponen de unas 200 estaciones afiliadas, cuya producción propia es mínima porque dependen, como señalaba Bertrand, de los “ingresos publicitarios transferidos por la red por la transmisión de las 90 horas de programa que envía”²²⁴.

Aun así y todo, a pesar de que existían para estos años unas 100 emisoras completamente independientes, es decir, no afiliadas a ninguna red, estas recibían su material a través de los sindicatos, en un sistema igual de oligopolístico que el ofrecido por las redes, y el resultado final seguía siendo que unas pocas producciones eran ofrecidas a todos los sindicatos²²⁵, aunque sin que la emisión de esta programación se realizase en cadena como en el caso de las redes.

En este tipo de iniciativa de televisión local comercial e, inicialmente, por cable, que se viene desarrollando en el estado español desde entonces impera, por tanto, una tendencia irremediable

²²¹ Ibid.

²²² Bertrand, C. J. (1982): “La experiencia estadounidense”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona, p. 16.

²²³ Ibid.

²²⁴ Ibid., p. 19, datos de 1981.

²²⁵ Los sindicatos sólo eran agrupaciones de productores independientes, existiendo según este autor hasta 115 agrupaciones regionales o especializadas para esa época, Ibid.

a intentar implantar una estrategia empresarial dirigida a la obtención de beneficios. Estrategia que lleva, sin duda, a utilizar formas de asociación y adoptar parrillas de programación que disminuyan los riesgos de producción de contenidos propios y que acaba por dejar de lado cualquier interés de situar estas televisiones como alternativa ciudadana en el sentido en que hablábamos para la televisión comunitaria.

Un modelo, en definitiva, más cercano a la concepción de la televisión local desarrollada en Estados Unidos, que la presente en los países de nuestro entorno europeo.

2. Evolución de las experiencias de televisión local.

La televisión local en el estado español tiene, como venimos relatando, dos orígenes bien distintos. El primero de ellos basado en la tradición europea de servicio público y como medio alternativo para facilitar la comunicación ciudadana y, el segundo, basado en el modelo comercial estadounidense que utiliza la programación local como una opción más para rentabilizar el paquete de programas que se introducen en la red de cable.

Esta diferente concepción pública o mercantil de la televisión local se desarrollaría durante los primeros años de la década de los ochenta en que las experiencias de televisión local se comienzan a implantar por todo el territorio nacional utilizando unas veces el cable y, mayoritariamente, la emisión por ondas.

Una década en la que se intentaba el desarrollo y definición de un sistema televisivo que profundizase en el nuevo contexto sociopolítico surgido de la joven democracia española, y en el que permanecen en tensión las iniciativas públicas, privadas y las ciudadanas.

Las iniciativas comunitarias que se habían desarrollado a nivel mundial como alternativas sociales y políticas de contestación, con distinta intensidad, al modelo comunicativo centralista e institucional, encontraron acomodo cerca de los poderes municipales. La incipiente iniciativa privada se irá desarrollando igualmente de manera espontánea, en un intento por constituirse en un sector que reprodujese a pequeña escala el carácter publicitario que ya había asumido la televisión pública española. Ambos modelos de televisión local se

desarrollaban, no obstante, al margen de cualquier regulación jurídica y de espaldas al diseño del sistema audiovisual surgido tras la transición.

En uno y otro caso, a pesar de sus diferentes objetivos e intencionalidad, lo importante es que, aunque con evidente retraso respecto al entorno internacional, en fechas muy tempranas para la neonata democracia española, se realizan ya los primeros intentos de transformación del sistema televisivo español, incluso antes de que se comenzase a dibujar el mapa de las televisiones autonómicas.

Se trata, pues, de un intento de dotar al ámbito municipal y ciudadano de un medio de comunicación que se situaría en el último extremo de la distribución territorial del poder y que, en definitiva, sería la máxima expresión de la democracia en función de la obtención de la máxima cercanía al ciudadano.

No obstante, y como veremos a continuación, nunca se tuvo voluntad política de descentralizar el poder hasta esos extremos y, consecuentemente, las televisiones locales se verían sometidas a la constante agresión de los poderes públicos y a su intencionado arrinconamiento en el conjunto del sistema televisivo hasta fechas muy recientes.

Durante estos más de 20 años de existencia, las televisiones locales se han tratado de adaptar y sobrevivir a los acontecimientos sociopolíticos que se han venido sucediendo, en función de la gestión que los diversos gobiernos y poderes políticos en todos los ámbitos territoriales han hecho de aquel diseño democrático constitucional y, en consecuencia, para entender el proceso de desarrollo que ha seguido la televisión local desde hasta la actualidad, es necesario contextualizar el ámbito en que éste se produce respecto al sistema de televisión español.

2.1. Períodos de desarrollo del sector local.

Agustín García Matilla y Francisco Pérez han distinguido tres períodos básicos para la historia de la televisión local en nuestro país²²⁶.

En primer lugar, la etapa que abarcaría desde los inicios de las primeras experiencias hasta 1985, en la que se identifica mayoritariamente la televisión local con el objetivo de establecerse como “instrumento de participación y acceso directo” en el que se garantice “la libertad de expresión”.

Una segunda etapa, que llega hasta finales de la década de los ochenta en que se desarrolla la iniciativa privada y estaría caracterizada por la transformación de los videos comunitarios en televisiones locales, paralelamente a un “lento proceso de incorporación de los ayuntamientos a la televisión local”.

Como culminación de este proceso de desarrollo, estos autores distinguen una tercera etapa que comprende toda la década de los noventa y que vendría a estar determinada por la incorporación al sector de la iniciativa empresarial y los grupos locales de prensa y radio, y por la adopción de formulas generalistas en la programación, en un contexto en el que se produce el proceso inconcluso de legalización.

Por su parte, y desde un punto de vista jurídico, Rozados Olivas²²⁷, ha distinguido entre la época en que las televisiones locales se desarrollaban sin el soporte de un marco normativo, y la posterior a la aprobación de la ley 4/1995 para la regulación del sector. Como afirmar este autor, este desarrollo se produce siguiendo un modelo de implantación similar al resto de televisiones locales de Europa, que ante la falta de un marco jurídico adecuado provoca a que la regulación existente para el conjunto del sistema audiovisual esté “continuamente desbordada por los acontecimientos, por las

²²⁶ García Matilla, A.; Pérez, F. (1997): “La televisión local como propuesta innovadora de comunicación” en *Radiotelevisión pública local y alternativas*, EMART-Ayuntamiento de Jérez de la Frontera, Sevilla, pp. 74 y ss.

²²⁷ Rozados Olivas, M.J. (2001): *La televisión local por ondas. Régimen jurídico*, Comares, Granada, pp. 71 y ss.

tecnologías y los cambios estratégicos” aunque, en nuestro país, con un “desfase muy pronunciado”²²⁸.

Sería necesario señalar, además de las propuestas de estos dos autores, la existencia de otra etapa que comenzaría a finales de la década de los años noventa y que todavía está pendiente de resolución, y en que se está transformando de manera importante el sector, y el conjunto del sistema audiovisual en general, con la introducción de técnicas digitales de producción y transmisión, y se están redefiniendo por completo los modelos existentes hasta ahora para analizar la televisión local de nuestro país²²⁹.

En todo caso, el desarrollo de la televisión local ha dependido y depende de la evolución normativa relativa al sector televisivo en general y, en última instancia, de los cambios estructurales que se producen con la introducción de nuevas tecnologías y modalidades de emisión y su relación con las estrategias empresariales y políticas que intervienen en la conformación del sistema audiovisual español.

2.2. Descentralización del sistema televisivo español.

El surgimiento de la televisión local en nuestro país, en sus diferentes modalidades comunitaria y comercial, supone, como venimos relatando, la primera, aunque modesta, quiebra del sistema televisivo monopolizado en la figura de RTVE.

Con la televisión local comunitaria, y este inicial apoyo institucional de que hablábamos, se inauguraba una actitud de los poderes públicos autonómicos y locales que continuaría en la estrategia de obtener legitimidad y cuota social de poder a través de los medios de comunicación.

Este interés vendría a materializarse con la implantación posterior de los canales a nivel autonómico, en el caso de los poderes autonómicos, y con la inicial participación municipal en la creación de

²²⁸ Prado, E.; Moragas, M. (1991), Op. cit. p. 114, p. 83.

²²⁹ Por la amplitud y complejidad de los grandes cambios que esta nueva situación provoca en el sector este aspecto lo trataremos con detalle en el siguiente capítulo.

emisoras de carácter local durante algunos períodos, en muchos casos, ante la inminencia de convocatorias electorales.

Con la segunda de las modalidades de televisión que iniciaba la ruptura del monopolio estatal, la televisión local comercial, se configuraba la otra gran tendencia que acabaría quebrando el sistema televisivo nacional, y que se desarrollaría en los años posteriores.

La iniciativa privada en general, por un lado, acabaría por impulsar un marco normativo que facilitase la implantación de la televisión privada a nivel nacional, y las emisoras de televisión local comercial, en particular, iniciarían estrategias de agrupación en redes de cobertura supralocal e, igualmente, impulsarían desde diversos foros sus reivindicaciones para la regulación del sector con posturas y argumentos enfrentados respecto al modelo de televisión local basado en emisoras municipales o ciudadanas.

En todo caso, estos dos movimientos de carácter comunicativo local, la televisión comunitaria y comercial, suponían la introducción de nuevos actores públicos y privados en el sector audiovisual y, en consecuencia, se pueden considerar el primer intento de iniciar un proceso de transformación del sistema de televisión diseñado durante la transición, más allá de los límites que durante aquel período se establecieron.

De un lado, intentando redistribuir territorialmente el poder institucional vehiculándolo a través de los respectivos medios de comunicación y, de otro, reclamando la paulatina retirada de la intervención pública directa del sistema, en lo que se ha venido denominando descentralización y desregulación del sistema²³⁰, la televisión local es el primer agente que inicia ese proceso, pero desde un ámbito territorial, el municipal, que no estaba contemplado en el diseño normativo resultante del ERTV y que se remitía a los propios principios constitucionales.

Por otro lado, como viene sucediendo con demasiada frecuencia en nuestra reciente historia, la transformación de los sistemas

²³⁰ Moragas, M.; Garitaonandía, C.; López, B. (1999): “Televisión de proximidad en la era digital: razones para el optimismo”, en Moragas, M.; Garitaonandía, C.; López, B. (eds.) (1999): *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona, p. 15.

nacional-estatales de televisión del entorno europeo venía produciéndose desde hacía una década, mucho antes de la promulgación y aplicación de las prescripciones contenidas en el ERTV, que nacía tarde y con todos los problemas ya reseñados.

2.2.1. Sistemas europeos de televisión estatal.

En el Reino Unido, por ejemplo, el sistema televisivo ya estaba organizado regionalmente desde 1954, año en que se autorizó la participación de empresas privadas en el sector con financiación comercial, adoptando un modelo público-privado que establecía de manera clara las condiciones que debían regular la participación de todos los agentes en el sistema.

Como señala Hoban²³¹, este segundo canal de ámbito nacional, aunque financiado comercialmente, había sido establecido por el Parlamento “bajo el control de una autoridad central que lo supervisar, exigiendo las mismas condiciones y objetivos que se habían impuesto a la BBC”, con el establecimiento de la Independent Television Authority (ITA) y para disponer así de “dos canales de servicio público, uno financiado por el impuesto de radiodifusión y el otro por los ingresos por publicidad”. Hacia 1972 ya se había transformado la ITA en la Independent Broadcast Authority (IBA), y en 1982 empezó a emitir un segundo canal comercial, Chanel 4, con programación en galés e inglés, bajo la supervisión de la misma autoridad audiovisual.

En 1982 el Reino Unido contaba, por tanto, con dos cadenas comerciales regionalizadas y dos cadenas públicas dependientes de la BBC que se financiaban sin el recurso a la publicidad. La IBA estaba regida por “un presidente y once miembros designados por el gobierno”, aunque, como señala Crick, “estos nombramientos no son políticos, y ninguno de esos miembros ni los ejecutivos que les ayudan, cambian cuando cambia el gobierno”, siendo designados “como representantes del interés público”²³².

²³¹ Hoban, J. (1981): “La British Broadcasting Corporation (BBC)”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona, p. 41.

²³² Crick, J. (1981): “La Independent Broadcasting Authority”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona, p. 56.

En Italia, por otro lado, el Tribunal Constitucional ya había fallado a favor de la iniciativa privada y la oportunidad de mantener el monopolio público estatal en el sistema televisivo. En los términos expresados por Zaccaria se concedía la legitimidad “a nivel nacional” del monopolio, pero señalando igualmente que “a nivel local, dice el Tribunal, como hay más frecuencias y al servicio público se añade el privado, puede autorizarse dicha difusión”²³³.

Hacia esos años se podían contabilizar “unas quinientas emisoras de televisión” de las que cien tendrían ya una estructura consolidada, aunque su carácter comercial ya empezaba a establecer diferencias importantes entre ellas, recibiendo “las primeras 10 emisoras el 40% de toda la publicidad nacional, las primeras 20 el 60%”²³⁴, y así sucesivamente el resto en una típica progresión paretiana..

Es decir, en Italia la existencia de emisoras locales por ondas comerciales que sirviesen de alternativa privada a la televisión estatal provenía de una sentencia judicial y manifestaba una decisión cuya finalidad era, según este autor, la obtención del mayor pluralismo en las ciudades aunque, sin embargo, acabaría por conformar un sistema de televisión que, con el tiempo, estaría formado por grandes cadenas comerciales de cobertura nacional a partir de emisores locales.

Mientras en Italia había para entonces una proporción de emisoras por habitante que superaba con mucho a la mitificada organización del sistema de comunicación local estadounidense, y ya se tenía la clara impresión de que tal proliferación de emisoras no podía sostenerse a medio plazo²³⁵, en el estado español, en cambio, todavía las experiencias de televisión local eran incipientes y novedosas.

Mientras en el Reino Unido la descentralización del sistema monopolístico de televisión se había producido de la mano de la iniciativa privada y bajo la supervisión de una autoridad

²³³ Zaccaria, R. (1981): “El sistema mixto italiano”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona, p. 105.

²³⁴ *Ibid.*, p. 107.

²³⁵ En Italia existía en 1981 una emisora por cada 120.000 habitantes, frente a el ratio estadounidense que se situaba en una cada 220.000, en Rebechini, G. (1981): “La experiencia de Teleromaeuropa”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona, pp. 115-116.

independiente, en nuestro país, en nuestra inmadura democracia, todavía estábamos muy alejados de una efectiva transformación de nuestro sistema audiovisual que todavía tardaría unos años en empezar a producirse.

2.2.2. Alternativas al sistema audiovisual estatal en España.

Como venimos diciendo, cuando en España el fenómeno de la comunicación local era todavía una experiencia novedosa, en el entorno europeo, y occidental en general, ya se comenzaba a analizar teóricamente esta alternativa a las comunicaciones de masas y sus funciones en el sistema comunicativo.

La comunicación alternativa se entendía como un procedimiento en el que diversas tecnologías puestas a disposición de grupos de ciudadanos permitían que “sectores y grupos, socialmente dominados, produzcan y difundan, a través de cualquier *medio*, ‘informaciones’, privadas hasta entonces de existencia, que impugnen las estructuras hegemónicas (sociales e ideológicas) de su comunidad”²³⁶, y en el que se incluía el papel que podían ejercer otros medios de comunicación como la prensa, el cine, la radio, la fotografía y el incipiente vídeo.

Pavelka ya señalaba en 1979 que no era “la única pretensión de los medios alternativos la de *representar* un problema social, sino también de iniciar una situación de dinámica comunitaria dentro de la cual le sea factible a un grupo lograr la *auto-movilización* y, en su caso, *el cambio de su propia situación social*”, en un deseo de llegar a un “público más amplio para cambiarle su modo de percepción”²³⁷.

Se conocían igualmente los peligros que podían surgir para la consolidación de estas iniciativas de comunicación local, entre los que se destacaba la falta de profesionalización, la pérdida de interés de los propios promotores, la falta de compromiso de intervención social que haga que se pierda su especificidad y, por último, y refiriéndose a la experiencia austriaca de la televisión de Planquadrat, la incapacidad

²³⁶ Vidal Beneyto, J. (ed.) (1979), Op. cit. p. 115, p. XVIII.

²³⁷ Pavelka, F.(1979): “La comunicación de carácter comunitario por medios alternativos”, en *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, p. 38.

institucional para establecer un diálogo efectivo con las iniciativas de base ciudadana²³⁸.

Una serie de dificultades que se reproducirán en nuestro entorno a medida que estas experiencias se van desarrollando, aunque con 10 años de retraso. Como se señalaría Prado en 1991, en nuestro país se podía establecer una tipología de tres grupos de emisores, “emisores satisfechos”, “inquietos” y, por último, aquellos “emisores cansados” no sólo porque “colaboran gratuitamente en la emisora sino que, a menudo, pagan”²³⁹.

Por otro lado, el cable como medio de comunicación local estaba absolutamente subdesarrollado en nuestro país, y todas las iniciativas para utilizar esta tecnología para la transmisión televisiva sólo venían desarrollándose en la figura de los vídeos comunitarios y de manera esporádica.

En Estados Unidos, por ejemplo, en 1980 ya se estableció una dura competencia entre las empresas periodísticas por conseguir la adjudicación de las demarcaciones de cable y, a principios de 1981, funcionaban unos cuarenta canales, entre los que se podía encontrar a CNN, HBO y Nickelodeon, y cuatro superestaciones que emitían por satélite y suministraban estos canales y otra programación a las cabeceras de cable²⁴⁰.

Cuando en nuestro país el sistema televisivo todavía estaba por definir, en Estados Unidos se comenzaba a experimentar sistemas interactivos con “una conexión bidireccional con un ordenador” que hacía posible “que los abonados puedan elegir los programas (y pagar sólo lo que consumen), o contestar a encuestas electorales o examinarse en los colegios universitarios, entre otras muchas posibilidades”²⁴¹.

En el contexto europeo, como decíamos, la utilización que se venía haciendo del cable, sobre todo en los Países Bajos y nórdicos, y que había comenzado a mediados de la década de los setenta, estaba

²³⁸ Ibid. p. 40-46.

²³⁹ Prado, E.; Moragas, M. (1991), Op. cit. p. 114, p. 24.

²⁴⁰ Bertrand, C.J. (1981), Op. cit. p. 123, p. 23.

²⁴¹ Ibid., p. 24.

generalmente basado en el modelo quebequés de televisión local de acceso público y, comúnmente, impulsada directamente o apoyada económica y normativamente por instituciones políticas y gubernamentales.

En unos casos, como el belga, como instrumento para el desarrollo de la cultura y lengua propias²⁴², o sencillamente como un servicio público ciudadano con financiación básicamente pública y que se entendía como alternativa de experimentación comunicativa frente a los medios regionales o nacionales ya existentes.

No obstante todo ello, la auténtica descentralización de los sistemas públicos europeos, excepto en Italia, se estaba produciendo en el seno de la propia estructura de televisión nacional.

Y tardíamente en nuestro país, y de manera similar a como comenzaba a ocurrir en Francia desde 1974 en que se había otorgado a FR3 la “responsabilidad de constituirse en vector de información de la vida local, en un medio capacitado para servir los intereses regionales y para realzar los particularismos lingüísticos y culturales de las regiones”²⁴³, empezaba a desarrollarse el modelo democrático de las autonomías surgido de nuestra Constitución, aunque en una situación de no pocas tensiones políticas como ya contamos.

No obstante, y en ese contexto, la iniciativa privada comenzaría a proponer su intervención en el sistema audiovisual, a pesar de no poder participar en él hasta muchos años después.

2.2.3. Primeros intentos de ruptura del monopolio estatal.

Antes incluso de que se crearan las primeras televisiones autonómicas, y antes de que el PSOE ganara las elecciones de 1982, en el estado español la iniciativa privada había constituido algunos grupos de diferente corte político y empresarial para exigir la implantación de otras televisiones que acabaran con el monopolio estatal.

²⁴² Nobre-Correia, J.M.; Collard, S. (1999), Op. cit. p. 83, p. 96.

²⁴³ Bardou-Boisnier, S.; Pailliart, I. (1991): “Francia: los actores nacionales ocupan la escena local”, en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona, p. 219.

Cuenta Martínez Albertos, que en 1981 ya se habían formulado algunas peticiones de nuevas emisoras al gobierno basadas en los artos. 20 y 38 de la Constitución²⁴⁴, entre las que enumera “*Promotora de Televisión Catalana, Televisión Andaluza*, que también hizo una solicitud, vinculada a la editora de *El Correo de Andalucía y Nueva Andalucía*; el complejo *Sertel*, de la cadena SER; *Antena-3*, donde coinciden diferentes personas, unas vinculadas al grupo *Zeta*, otras vinculadas a *Europa Press*, y otras a título individual, como Martín Ferrand y el profesor Jiménez de Parga; tenemos también al grupo *Tele-80*, vinculado a *Editorial Católica*... y se habla también, finalmente, de un grupo para mí realmente curioso, *Teleunión*, donde están presentes un conjunto de profesionales muy cualificados del medio televisivo”.

En su estudio Martínez Albertos hace referencia a que “... al lado de estas entidades, hay también intentos más o menos anecdóticos: por ejemplo, recordarán ustedes que allá por el año 1976 hubo en Santoña, Santander, una *Radiotelevisión Galán*, que estuvo emitiendo durante algún tiempo una serie de programas hasta que luego desapareció”²⁴⁵.

Esta larga apreciación que hace este autor sobre la situación en aquel momento de las iniciativas de televisión nos indica al menos dos cosas. En primer lugar, la importante presión que se venía ejerciendo desde diferentes sectores públicos y privados para romper con el monopolio público estatal; y, en segundo lugar, y más sorprendente, se remite a una experiencia alternativa a la televisión estatal que data de 1976, y que define claramente la temprana iniciativa privada como promotora de proyectos y experiencias tendentes a transformar el sistema audiovisual español.

Esta experiencia de televisión, por otro lado y en lo que nos ocupa, necesariamente ha de ser relativa a una emisora de cobertura local o comarcal, dado que para la época era imposible utilizar el sistema público de radiodifusión, puesto que estaba monopolizado por RTVE.

²⁴⁴ Preceptos constitucionales relativos, respectivamente, a la libertad de comunicación entre otros derechos fundamentales y a la libertad de empresa.

²⁴⁵ Martínez Albertos, J.L. (1981): “La televisión en España”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona, pp. 143-144.

Martínez Albertos continúa señalando que “en Cataluña se han dado casos recientes de emisoras libres, que siguen todavía ahí, y no se sabe hasta qué punto tienen una vida decididamente precisa y clara, como son las emisoras de Cardedeu y Granollers, entre otras...”²⁴⁶, con lo que podemos inferir que aquella experiencia de *RadioTelevisión Galán* sea, probablemente puesto que no existe más referencia a ella que este texto, la primera experiencia de televisión local privada del estado español. Por su temprana fecha de experimentación podría tratarse de la primera televisión local del estado aunque, como decimos, ignoramos absolutamente en qué condiciones y quienes fueron los promotores de aquel experimento.

En cuanto a la forma en que las televisiones privadas se pretendían encajar en el sistema televisivo español y los problemas derivados de esta nueva opción comunicativa, el propio Martínez Albertos se inclinaba por defender la oportunidad de introducir estas iniciativas privadas de modo que su regulación se realizase al “modo norteamericano, es decir, con una organización equivalente a la Comisión Federal de Comunicaciones que evite la proliferación y el pluralismo desenfrenados”. Aún considerando que esta “televisión privada será cuantitativamente menos informativa que la televisión pública” este modelo fomentaría, según este autor, “la implantación de nuevas corrientes tecnológicas casi absolutamente olvidadas en estos momentos por la televisión pública”.

Martínez Albertos abogaba, por fin y en tan temprano análisis, por una regulación urgente y una televisión pública “sólidamente establecida, con unos fines claramente encaminados al servicio público” y una televisión privada que coexistiese con aquella de manera “eficaz en todos los campos”²⁴⁷.

La televisión privada, como veremos en el siguiente epígrafe, sólo llegó a España después de muchas dificultades a finales de la década, y la temprana petición de este autor de una autoridad audiovisual y de un modelo de televisión pública sólido y definido todavía está por desarrollar en nuestro país, si acaso aún es posible y, como ya hemos repetido en varias ocasiones, la aplicación de los

²⁴⁶ Ibid. p. 144.

²⁴⁷ Ibid. pp. 148-149.

preceptos constitucionales, también durante la implantación de las televisiones autonómicas, siempre ha sido difícil y tenso.

2.2.4. Implantación de la televisión autonómica.

La primera emisora autonómica que empezó a suponer una ruptura efectiva del monopolio de RTVE, al margen de las modestas experiencias iniciales de televisión local y aquella *RadioTelevisión Galán* reseñada, fue ETB, que empezó a emitir en Diciembre de 1982, inaugurando así un imparable proceso de transformación del panorama televisivo nacional en el que se han distinguido tres etapas²⁴⁸.

Siguiendo el tradicional mecanismo de implantación sistémica de toda nueva iniciativa, es decir, experimentación-consolidación-expansión, en una dinámica de transformación estructural propia de cualquier sistema que, por definición, es conservador²⁴⁹, se comienza a permitir después de muchas presiones y utilizando una política de hechos consumados la presencia de operadores en el sector distintos de RTVE.

Durante una primera etapa, desde los inicios de la televisión autonómica en España en 1982 y hasta 1986, se crean las organizaciones televisivas en las nacionalidades históricas que habían accedido como tales al Estatuto. Posteriormente, desde 1986 a mediados de la década de los noventa, se amplía y consolida esta oferta con la creación de segundos canales desde algunas de aquellas televisiones autonómicas, y se crean igualmente otros nuevos entes autonómicos de televisión en comunidades gobernadas por el PSOE.

Ya consolidado este modelo de televisión en el sistema audiovisual, se abre un tercer período que abarca hasta la actualidad

²⁴⁸ Según la periodificación propuesta por López, B.; Risquete, J.; Castelló, E. (1999), Op. cit. p. 85, pp.153 y ss.

²⁴⁹ El ámbito de la teoría general de sistemas es excesivamente amplio para los objetivos de este trabajo, aunque como definición baste señalar que se trata de una teoría general de origen estructuralista que aspira a constituir un “basamento válido para la organización de *todos y partes* comunes a dominios tan alejados como puedan ser la psicología, las ciencias naturales o la sociología”, Cfr. López García, A. (1989): *Fundamentos de lingüística perceptiva*, Gredos, Madrid, pp. 38-39. haciendo referencia a la obra fundamental de Bertalanffy, L. Von (1968): *General System Theory*, Ed. George Braziller, Nueva York. Se puede encontrar una obra suya posterior en castellano en VV.AA. (1979): *Perspectivas en la teoría general de sistemas*, Alianza, Madrid.

y que se inicia a partir de la situación creada con la multiplicación de canales vía satélite y la introducción de tecnologías digitales, en la que las televisiones autonómicas juegan un papel fundamental para su desarrollo e implantación²⁵⁰.

Esta periodificación, en nuestra opinión válida para entender el proceso específico de descentralización que se produce en el ámbito de las autonomías, resulta no obstante insuficiente para entender los cambios que se producen en el sistema televisivo español.

La ruptura del sistema se produjo, como hemos relatado, con la televisión local. Sin duda es cierto que las televisiones autonómicas fueron las que primero gozaron de un marco normativo para el desarrollo de sus funciones, aunque no desde el principio, pues incluso estas televisiones tuvieron que comenzar su andadura en la más absoluta ilegalidad, fruto de la enorme tensión que se estaba produciendo para definir un sistema de televisión en que participasen actores públicos y privados.

2.2.5. El gobierno socialista ante la televisión.

El Parlamento Vasco creó el ente público Euskal Irati Telebista en Mayo de 1982 y ETB comienza a emitir el 1 de Enero de 1983 desde Durango²⁵¹; la Corporación Catalana de Radio y Televisión se crea en Mayo de ese año y el 10 de Septiembre comienza sus emisiones TV3 en unos locales provisionales de la calle Diagonal.

El gobierno, ante tales hechos consumados, “no tiene más remedio que regularizar una situación que se le había ido de las manos”²⁵². La ley del Tercer Canal se aprueba finalmente el 26 de Diciembre de 1983, dando cobertura legal al inicio del proceso de ataque y derribo formal del monopolio estatal de la televisión.

²⁵⁰ López, B.; Risquete, J.; Castelló, E. (1999), Op. cit. p. 85, pp.153-158.

²⁵¹ El Diputado General de Vizcaya, Jose María Macua, ya declaraba en 1981 la intención de poner en marcha un canal de titularidad autonómica en un claro tono de confrontación con el gobierno central, *El Correo Español*, 8 de Septiembre de 1981, “Lucharemos por quedarnos con la Televisión Vasca”.

²⁵² Barroso, J.; Tranche, R. (1996): “La televisión de las competencias o el paso del teledrama a la telecomedia”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia, p. 199.

Las circunstancias en que se produce esta situación de confrontación entre el gobierno central y los poderes autonómicos, se enmarcan en el diferente signo político del gobierno nacional y los territoriales, en manos del PSOE, y CiU y PNV. También se ha de entender desde la propia intención de estos poderes territoriales de impulsar estos canales para promocionar la especificidad de estas nacionalidades históricas desde “un programa de recuperación lingüística y cultural”²⁵³.

Por otro lado, los recursos ante el Tribunal Constitucional presentados por Martín Ferrand y los hermanos Jiménez de Parga²⁵⁴ sobre la introducción de la iniciativa privada en el sistema audiovisual, provocaron que el Alto Tribunal se pronunciara ante la argumentación sostenida por los recurrentes en función de la libertad de comunicación y empresa reflejadas en la Carta Magna.

Este pronunciamiento venía a señalar que la televisión privada “no estaba constitucionalmente impedida”, como sostenían en el recurso, pero “su implantación no era una exigencia constitucional sino una decisión política del legislador que este podría adoptar siempre que al organizarla se respetaran los principios de libertad, igualdad y pluralismo”²⁵⁵, dejando, de esta manera, la decisión en manos del gobierno.

El entonces ejecutivo de UCD y su presidente, Leopoldo Calvo Sotelo, trató ya en 1982 de sacar adelante un texto legal para la televisión privada, aunque esta fue bloqueada por el ministro de Justicia, Francisco Fernández Ordoñez, haciendo “el juego al PSOE”, pues el retraso “suponía trasladar la decisión al PSOE quien ya era visto como inevitable alternativa de gobierno”²⁵⁶.

Esta iniciativa para implantar la televisión privada comercial, sería asumida por el entonces Presidente del Gobierno Felipe González

²⁵³ López, B.; Risquete, J.; Castelló, E. (1999), Op. cit. p. 85, p. 153.

²⁵⁴ La postura del catedrático de Derecho Constitucional y promotor del recurso que presentaba Antena-3 está reflejada en Jiménez de Parga, M. (1981): “Antena-3”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona, pp. 161-171.

²⁵⁵ STC 12/1982, de 31 de Marzo, y 74/1982 de 7 de Diciembre, Cfr. Souviron, J.M. (1999), Op. cit. p. 96.

²⁵⁶ Barroso, J.; Tranche, R. (1996), Op. cit. p. 137, p. 199.

como un compromiso de su ejecutivo, y que está documentado en sendas entrevistas concedidas en 1983 y 1984²⁵⁷, cediendo ante la presión ejercida por los interesados desde todos los medios²⁵⁸ y manteniendo una actitud contraria a la que había expresado en alguna ocasión respecto a lo poco oportuna que parecía la televisión autonómica²⁵⁹, a pesar de las demanda insistente de los gobiernos autonómicos.

No obstante, la televisión privada no se regularizó hasta después de la creación de los terceros canales y este retraso consciente de la promulgación de una ley que regulase la participación de la televisión privada en el sistema televisivo español durante muchos años tenía una clara intención de mantener el monopolio público de televisión, para continuar utilizandolo como instrumento al servicio del poder político, tanto del ejecutivo socialista como, a pesar de la resistencia inicial, de los nuevos poderes territoriales.

En el caso particular de la televisión pública estatal, como han señalado Barroso y Tranche²⁶⁰, estaba concebida para dar “un servicio preferente al gobierno” durante la “manipulación de campañas electorales”, y esta estrecha vinculación con el gobierno socialista ocasionó constantes denuncias “desde dentro” y “desde fuera”, en una etapa en la que la prensa, a diferencia del papel beligerante que respecto a RTVE ejerció durante la transición, “sostuvo una actitud indigna: o sumisa o superficial”²⁶¹.

Esta virulenta confrontación por el control de los medios de comunicación desde los diversos actores políticos nacionales y territoriales entre ellos, y de éstos frente a los intereses económicos que comenzaban a considerar estratégico el sector audiovisual para su

²⁵⁷ Ibid.

²⁵⁸ Ver por ejemplo *El País*, 21 de Marzo de 1981, “La television privada un negocio en el horizonte” y *Actualidad Económica*, 17 de Septiembre de 1981, “Televisión Privada pronto”.

²⁵⁹ Mostrandose contrario a la creación de un canal autonómico en la Comunidad Valenciana y el resto de autonomías gobernadas por el PSOE, *Las Provincias*, 26 de Septiembre de 1984, “Rueda de Prensa de Felipe González en Valencia”.

²⁶⁰ Barroso, J.;Tranche, R. (1996): “La televisión socialista o de la manipulación (en postproducción)”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia, p. 135.

²⁶¹ Conde Martín, L. (1996): “La televisión del PSOE”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia, p. 158.

expansión, empezó a dibujar un panorama comunicativo que se iría implantando durante los siguientes años y que, en lo relativo a la televisión local, ya tenía asignado un papel bastante definido.

2.2.6. Grupos multimedia en el ámbito local en los 80.

En estas tempranas fechas ya había algunos grupos empresariales privados que todo el mundo daba como ganadores en la concesión de hipotéticas licencias privadas de emisión, y que el tiempo confirmaría como tales en una compleja simbiosis entre intereses políticos y económicos.

Como ya comentábamos, junto a Antena-3, la SER también llevaba tiempo estudiando la creación de una televisión y se había “extendido la creencia general de que la SER” tenía concedido un canal de televisión, aunque este “ni siquiera” había sido solicitado²⁶².

El proyecto se justificaba por ser un una propuesta de televisión acorde con la “imagen a nivel popular” y por las “distintas fuerzas políticas del país” que se tenía de la SER como un “medio de comunicación abierto, independiente y sin condicionamientos de ninguna clase” y con la intención de que “el pueblo español” dispusiera de otras opciones que le hagan “más informado, más culto y más entretenido”²⁶³.

Ahora bien, este modelo propuesto por la SER al que se denominaba TELESER y que luego acabaría siendo CANAL+, desde su concepción inicial, y justificando que “todos vamos a lo viable y factible” una configuración como televisión “de carácter local-regional, con programas nacionales, directos o diferidos, utilizando los modelos actuales de enlace con microondas, o en el futuro, vía satélite”. Sus promotores argumentaban la oportunidad de este modelo de televisión aduciendo que “si previamente no hay una televisión local, identificada con el sentido y la tradición de los distintos pueblos de España, difícil podrá competir con esa colonización” que ya se

²⁶² Según afirmaba Joaquín Peláez, Director de Relaciones Exteriores de la SER en Peláez, J. (1981): “La SER”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona, p. 174.

²⁶³ Ibid. p. 175.

adivinaba a través de la recepción de programas por satélite emitidos desde Estados Unidos, Francia, Luxemburgo o Inglaterra²⁶⁴.

Sin duda, no es nada difícil prever ya en fechas tan tempranas los orígenes del actual grupo Localia Televisión, aunque todavía pasarán muchos años y un par de gobiernos de la nación hasta que este proyecto se materialice, como entonces, en la más absoluta ausencia de un marco normativo. Tampoco es aventurado entender cuál era la relación que el gobierno de entonces había establecido con el más importante grupo comunicativo de nuestro país.

Al gobierno socialista no le quedaba más remedio que asumir, no obstante, la nueva realidad territorial y los medios de comunicación propios de cada autonomía. Pero el gobierno socialista tampoco podía controlar la presión del sector privado en su conjunto y, ni mucho menos, el fenómeno de la televisión local, que empezaba a extenderse por todo el territorio nacional y había dejado de ser un fenómeno promovido por iniciativas enteramente espontáneas y experimentales que unos pocos llevaban adelante a título individual.

Ciertamente durante estos primeros años surgen pequeñas emisoras locales por todo el territorio “a medio camino entre la televisión contracultural (contrainformación, ecologista, etc.) y el esbozo de las futuras televisiones comerciales de ámbito localista” debido, según se ha señalado, a la “falta de expectativas sobre una Ley de televisión privada”²⁶⁵, pero también están muy maduros proyectos similares al de la cadena SER, que abogan por una planificación del sistema televisivo estatal completamente distinta a la existente.

En 1979, incluso antes de la ‘primera experiencia’ de televisión de Cardedeu, ya se había creado la sociedad *Promotora de Televisión y Radio, S. A.*, por un “grupo de profesionales y por un conjunto de empresas editoras” entre las que estaban, entre otras, la Editorial Católica “como empresa fundamental y de alguna manera dimanante de las fuerzas de los demás”.

Esta sociedad, a través de las marcas *Tele 80* y *Radio 80*, solicitó había solicitado “cincuenta emisoras de radio en Frecuencia Modulada

²⁶⁴ Ibid.

²⁶⁵ Barroso, J.; Tranche, R. (1996): Op. cit. p. 137, p. 199.

y una cadena de doce emisoras de televisión”, formando un conglomerado empresarial de cinco sociedades. Participada por una productora, que aportaba “su *know how* para entrar en relación con periódicos diarios, con emisoras de radio, con empresarios de la comunicación, con editoras de libros y con editoras de discos y cassetes”, con intención de operar a nivel local, y pretendiendo que “dicha cadena tenga implantación en todas las regiones españolas, de servicio a la mayor parte de las capitales de provincia y ciudades de más de 100.000 habitantes”²⁶⁶.

De esta manera, se configura una propuesta dirigida a los fundamentos sobre los que se sostenía entonces el sistema televisivo estatal, y con un modelo de implantación en el que se intentaba cubrir, en un primer momento, “las grandes concentraciones urbanas: Madrid, Barcelona, Valencia, etc.”, para extender después la cobertura hasta “alcanzar poblaciones entre los cincuenta y los cien mil habitantes”.

Es decir, se trata de crear una televisión nacional comercial, y claramente urbana, que tampoco difiere mucho de las estrategias comunes que los grupos de comunicación en general desarrollan actualmente respecto al sector local de televisión que, como ya se afirmaba entonces, “al tratarse de una empresa privada es lógico además que se busque desde el principio la mayor cobertura posible con la mínima inversión”²⁶⁷.

2.3. Contexto tecnológico e industrial.

Para la época, se estimaba que los costes para iniciar la actividad televisiva en el ámbito local rondaban los 40 millones de pesetas, y se disponía de tecnologías lo suficientemente flexibles y ligeras como para facilitar una implantación sencilla de una empresa emisora de televisión.

En 1982 Sony ya había desarrollado el formato de grabación de 1/2” y se había empezado a lanzar al mercado unidades móviles y

²⁶⁶ De la Viuda, L.A. (1981): “Tele-Ochenta”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona, p. 182.

²⁶⁷ *Ibid.* p. 183.

equipos ENG con calidad broadcast²⁶⁸. En ETB ya se había puesto en marcha la primera librería digital Quantel y, poco después, TV3 ya utilizaba el sistema Betacam de Sony para el trabajo de los reporteros gráficos²⁶⁹.

La televisión de Cardedeu comenzó con una inversión inicial de 3 millones de pesetas y con unos equipos prestados, como ya dijimos, y en blanco y negro, en un momento en que “primaba la cuestión técnica sobre los contenidos... y más que preocuparnos qué íbamos a contar, nos preocupaba como lo íbamos a contar. Qué material teníamos para hacer televisión en directo”²⁷⁰, aunque, a pesar de las dificultades técnicas y financieras, lo más importante es que se tenía la posibilidad real de emitir, hasta entonces del todo inalcanzable para pequeños grupos ciudadanos como el promotor de esta emisora decana.

Este inicio de década se producen dos fenómenos que impulsaran enormemente el desarrollo del sector audiovisual en nuestro país y, por extensión, la facilidad de acceso a estas tecnologías con inversiones mínimas.

De un lado, la creación de entidades autonómicas de radiotelevisión impulsa el desarrollo de empresas de producción creadas ante la expectativa de demanda de programas y servicios que los nuevos actores requieran. En unos pocos años, con TV3 ya en las instalaciones de Sant Joan Despí, en Barcelona existen empresas como Ovideo o Zoom, especializadas en producción y postproducción e, incluso, empresas como Animatica dedicada a la imagen de síntesis²⁷¹.

De otro lado, la renovación tecnológica que se produce en TVE ante la responsabilidad de realizar los Mundiales de Fútbol de 1982, hace que con extremada rapidez esta empresa adecúe sus equipos e instalaciones al nivel técnico del resto del mundo y, poco después, se empiecen a desarrollar en Madrid empresas de postproducción que comienza a realizar trabajos para TVE, sólo posibles hasta entonces en el Reino Unido u otros países del entorno.

²⁶⁸ Cinevideo20, nº 196 Sep-Jun, p. 3.

²⁶⁹ Sanz Rodríguez, L. (1996), Op. cit. p. 118, p. 166.

²⁷⁰ Declaraciones de Josep Vila, director de RTVCardedeu en 1995. Un informe amplio sobre el sector se encuentra en Cinevideo20, nº 117, 1995.

²⁷¹ Sanz Rodríguez, L. (1996), Op. cit. p. 118, p. 166.

TVE inaugura Torrespaña en 1982 y en 1984 su centro de Sant Cugat del Vallés en Barcelona²⁷², iniciando con esta renovación tecnológica una estrategia de potenciación de las delegaciones regionales ante la presencia de la competencia televisiva autonómica.

En definitiva, durante este período, se produce una multiplicación de actores en el sistema, unos efectivamente implantados y otros que quedan en fase de proyecto, que transforman enormemente la estructura tradicional de la televisión en nuestro país e, igualmente y de manera conjunta, son beneficiarios e impulsores de una importante industria que se hace extensiva a todo el territorio nacional gracias a la accesibilidad de las nuevas tecnologías, aunque, todavía, TVE es, a todos los efectos, la cabecera de un sistema audiovisual que va aumentando su complejidad y se hace cada vez más competitivo.

2.4. Televisión locales ante la descentralización.

Las televisiones locales, por su parte, no eran ni mucho menos competencia real para nadie. En todo caso se trataba de iniciativas, tanto públicas como privadas, que molestaban a los dirigentes gubernamentales. Suponían una quiebra del aparato comunicativo estatal, en el caso de las públicas; y una ruptura de las reglas del juego comerciales y una potencial, aunque lejana, amenaza sobre el pastel publicitario, en el caso de las privadas²⁷³.

En ese pequeño lugar del Vallés Oriental, Cardedeu, la osadía de romper el monopolio televisivo estatal, aún con la participación y apoyo institucional de los poderes autonómicos, no gustó nada al delegado del gobierno que acabó cercando el pueblo y mandando, nada menos, que a 60 guardias civiles con la orden de clausurar la televisión y precintar los equipos de emisión. Aunque, como cuenta uno de los presentes, con efectos mínimos pues “ya habíamos previsto

²⁷² Ibid.

²⁷³ A veces incluso el desarrollo de la tecnología se veía como una amenaza que hacía imparable la implantación de este tipo de emisoras, *La Vanguardia*, 7 de Octubre de 1984, “Nueva polémica sobre los canales privados de televisión”, asimilando que sería la cobertura local la única posible para romper el monopolio público estatal y, disponer de tecnología de emisión que permitiese alcanzar 75Km de cobertura era toda una amenaza, como se refleja en este artículo.

que podría suceder algo así y habíamos tomado precauciones. Los aparatos que precintó la Guardia Civil no eran los que nos permitían emitir, sino un señuelo de equipos en desuso”²⁷⁴.

Igualmente está documentado un cierre muy temprano, en la provincia de Cáceres, de la televisión de la población de Coria del que se tiene noticia en Marzo de 1983²⁷⁵, en el que, de igual manera, el gobernador civil tuvo un papel protagonista y se apresuró a clausurar la televisión local a los pocos días del inicio de sus emisiones. Esta televisión emitía de manera similar a como se hacía en Sanlúcar de Barrameda aunque, en este caso, por UHF y después de la programación de la segunda cadena estatal²⁷⁶.

Estos cierres sirven para evidenciar la actitud ante el sector que promovía el gobierno socialista²⁷⁷, que continuaría reprimido durante los siguientes años y en otras partes del estado hasta la regulación legal del sector 15 años después, aunque con distinta intensidad en función de intereses y connivencias políticas particulares.

En cualquier caso, no obstante, el ejecutivo socialista estaba muy interesado en mantener un ferreo control sobre aquellos actores a los que no tuvo más remedio que dejar participar en la tímida apertura del sistema televisivo y, simplemente, reprimía a aquellos otros que podían inoportunar el uso que de los medios de comunicación se hacía desde el gobierno central, especialmente si se mostraban débiles.

2.4.1. Primeras asociaciones de televisión local.

En 1983, el Gobernador Civil de Barcelona insistía en la clausura de las emisiones de la televisión de Cardedeu, intención que fue rápidamente contestada y defendida por todos los vecinos del pueblo

²⁷⁴ Josep Vila, Cinevideo20, Op. cit. p. 143, p.10.

²⁷⁵ *El País*, 19 de Marzo de 1983, “Televisión privada en un pueblo extremeño”.

²⁷⁶ *Diario 16*, 24 de Marzo de 1983, “El gobierno quiere clausurar la televisión local de Coria”.

²⁷⁷ Como se aprecia, documentado en un proceso que comienza por la manifestación de su existencia en *El País* pero que, curiosamente, la información de esa intención de cierre proviene de *Diario 16*, y no del primero, que ya la informa de que ha sido clausurada sólo 5 días después de ‘detectar’ su emisión, *El País*, 24 de Marzo, “Clasurada la televisión privada de Coria”.

con la recopilación de más de 3.000 firmas y por los propios alcaldes de otras poblaciones en las que se pretendía proceder igualmente²⁷⁸, en una actitud que los entes locales mostrarían de manera generalizada en todo el estado español, con un claro apoyo a estas iniciativas de televisión local²⁷⁹.

Como respuesta defensiva a tanta arbitrariedad, ante la presión institucional de las autoridades estatales y la constante amenaza de cierre que pesaba sobre todas las emisoras debido a la ilegalidad en que se encontraban, se empezaron a desarrollar los primeros movimientos asociativos que intentaban dotar de cierta solidez al sector.

El 27 de Octubre de 1984 se celebró en Cardedeu el primer encuentro entre televisiones locales en el que participaban representantes de 32 localidades y constituyendo lo que sería la “primera Asamblea” cuyos resultados quedaron concretados en un acta de definición del modelo de televisión local y sus objetivos.

Posteriormente, en 1985, después de una segunda Asamblea se constituye, el 29 de Julio, la *Federación pro-legalización de las televisiones locales en Catalunya*, en la que se integraban todos los colectivos promotores de televisiones locales de “carácter público, local, de iniciativa popular, producción propia y sin afán de lucro”²⁸⁰.

Esta Federación se definía, además de como intermediario y coordinador de acciones para gestionar la legalización del sector, como impulsora de las iniciativas locales de “participación y de acceso directo” de manera que, “en una colectividad local, sólo podrá existir un medio de este tipo”, y las televisiones locales de carácter comercial quedaban fuera de este modelo de emisora ciudadana.

En el modelo que defendía esta Federación, el sector de televisiones local se entendía como “instrumento socio-cultural de

²⁷⁸ Prado, E.; Moragas, M. (1991), Op. cit. p. 114, p. 17.

²⁷⁹ En algunos casos reclamando iniciativas que no partían necesariamente del grupo político mayoritario en el Ayuntamiento, como en el caso de Sevilla, en el que la oposición reclamaba esa implicación municipal en la creación de emisoras, *El Correo de Andalucía*, 27 de Septiembre de 1984, “El Grupo Popular solicita la creación de una emisora municipal de TV”.

²⁸⁰ Ibid. p. 79-80.

normalización lingüística... y como instrumento de convivencia para otras formas de expresión culturales y lingüísticas”, proponiendo que la emisoras fuesen gestionadas por una entidad ciudadana para llevar a cabo iniciativas de índole “docente-cultural”, o por el municipio “con la participación del pueblo”.

De esta manera, se conformaba una postura clara que impulsaba una programación de “producción propia y de interés local”, realizada “sin ánimo de lucro” y un modelo de organización que garantizase “la participación de las diversas fuerzas políticas locales, de los equipos que hagan los programas de los usuarios y entidades cívicas”, atendiendo a los preceptos constitucionales relativos a la “libertad de expresión”, y salvaguardando la “máxima autonomía”²⁸¹.

Definición perfectamente asimilable al concepto de televisión comunitaria que ya veníamos comentando en páginas anteriores²⁸² y que, en este caso, quedaría plasmado como objetivo de esta asociación catalana primeriza en todo el estado español²⁸³.

Poco después, en 1987, en la VI Asamblea ya participan más de 40 televisiones locales y algunas de Andalucía y el País Vasco, que empiezan a extender a otras regiones este movimiento asociativo para dar cobertura legal al sector²⁸⁴, iniciándose un periodo de relativa tolerancia gracias al papel de esta Federación, al menos en Cataluña.

No obstante, los cierres y clausuras de equipos tomarían nuevo impulso ante la inminente implantación de la televisión privada, sobre todo en Andalucía, entre los que destaca la batalla legal y política emprendida por Onda Jérez a finales de la década en el propio seno del partido gubernamental. El Ayuntamiento de Jérez de la Frontera estaba gobernado por un socialista y se oponía a los más de cuatro cierres

²⁸¹ Ibid.

²⁸² Capítulo 2º.1.1

²⁸³ En algunos otros casos la televisión local se veía, en la misma línea, como una herramienta formativa tanto para la ciudadanía como para los futuros profesionales y, con cierta frecuencia, se unían experiencias de televisión a programas formativos, *El Correo Español*, 5 de Diciembre de 1985, “Mañana comienza a emitir TBO, una estación local de televisión de Ondarroa”, en colaboración con el taller de imagen de Ikuspegi.

²⁸⁴ Cuentan Prado y Moragas que ya la Guardia Civil había comunicado a la Televisión de Fornells, donde se celebra la reunión, que les darían aviso en caso de que alguna vez les ordenaran precintar las emisoras para que pudieran retirar los equipos, Ibid. p. 81.

que sufrió la emisora²⁸⁵, sólo resueltos en la década de los noventa con el pronunciamiento del Tribunal Constitucional ante el recurso presentado por la televisión municipal de Alcalá de Guadaíra²⁸⁶. Igualmente en Cataluña se volverían a reproducir estos cierres, unas veces impulsados desde el gobierno central, caso de TV Clot, o incluso desde la propia RTVE, caso de TV Lleida²⁸⁷.

Por otro lado, la televisión local por cable, de similar manera, venía desarrollándose desde inicios de la década de los ochenta ante una total ausencia de regulación. Sin embargo, esta modalidad de televisión, de gestión mayoritariamente privada y comercial e implantada sobre todo en Andalucía, no propició un impulso asociativo parecido al de las televisiones catalanas, aunque sufrió igualmente las consecuencias de ese vacío normativo.

Las primeras pruebas de emisión a través del cable se realizaron entre 1960 y 1975 aunque, sin embargo, estos primeros intentos no llegaron a materializarse hasta 1982 en que Telefónica y algunas iniciativas privadas comenzaron a realizar el tendido de cable coaxial en una situación de dudosa legalidad²⁸⁸, y poco después la tecnología empezó a ser utilizada por algunos empresarios locales.

Poco antes de que se se regulara, por fin en 1995²⁸⁹, esta modalidad de televisión, de manera paralela a la regulación de la televisión por ondas terrestres, se calculaba que existían más de cien televisiones locales que emitían con esta tecnología²⁹⁰, que habían sufrido de igual manera las consecuencias de la falta de regulación legal para su funcionamiento.

²⁸⁵ El alcalde acabó siendo juzgado por desobediencia civil, aunque no se encontró por parte del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía ninguna responsabilidad ni, tampoco, ningún culpable del quebranto legal, Navarro Moreno, J.A. (1997), Op. cit. p. 122, p. 99.

²⁸⁶ A través de la Sentencia 88/1995 declaraba insuficiente la legislación para la televisión local por ondas terrestres, sobre ello volveremos más adelante.

²⁸⁷ Prado, E.; Moragas, M. (1991), Op. cit p. 114, p. 17.

²⁸⁸ Souviron, J.M. (1999), Op. cit. p. 96, p. 293.

²⁸⁹ Ley 42/1995, de 22 de Diciembre, de Telecomunicaciones por Cable.

²⁹⁰ Souviron, J.M. (1999), Op. cit. p. 96, p. 294.

La mayoría de estas televisiones por cable eran antiguos vídeos comunitarios²⁹¹ que se habían reconvertido en televisiones locales y desplegaban su red coaxial por la mayor parte del municipio. Sin embargo, esta expansión de la infraestructura de emisión desde la comunidad vecinal por el resto del núcleo urbano, al discurrir por un espacio público debía ser objeto de autorización municipal o, cuanto menos, requería el consentimiento de los poderes locales y, en algunos casos, se autorizaba esta actividad.

No obstante, cuando se produjo la primera regulación de las telecomunicaciones por cable en 1987²⁹², declarando que la titularidad de esta modalidad de telecomunicación correspondía a los poderes públicos y que podía ser explotada por otros sujetos con la oportuna concesión, se dejaba al sector de las televisiones locales por ondas y por cable en una indefinición que profundizaba en la incertidumbre de su legalidad, y la televisión por cable en particular seguía fuera del marco normativo de aquella norma²⁹³.

Junto a los correspondientes expedientes administrativos e intentos de cierre promovidos por la administración, se producían multitud de denuncias, esta vez por piratería, desde las entidades de gestión de derechos de autor o los propios productores audiovisuales²⁹⁴, o incluso desde la industria de alquiler de vídeo, que denunciaba la competencia desleal que ejercían algunos supervídeos comunitarios

²⁹¹ En 1990 se calculaba que en todo el Estado existían entre 500 y 700 empresas de video comunitario, según afirma Xambó, R. (1996): *El sistema comunicatiu valencià*. Tesis Doctoral. Dpto. Sociología y Antropología Social, Univ. Valencia, p. 588.

²⁹² Ley 31/1987 de 18 de Diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones, que en su artículo 25.3 exigía la concesión administrativa para aquellas emisoras de TV local que atraviesan el dominio público, entendiéndose que la televisión era “un sistema que permite la emisión o transmisión de imágenes no permanentes por medio de ondas electromagnéticas, propagadas por cable, por satélites, por el espacio sin guía artificial, o por cualquier otro medio”.

²⁹³ Souviron, J.M. (1999), Op. cit. p. 96, p. 294.

²⁹⁴ En 1995 se situaba a España entre los países con más piratería de televisión, calculando en 1,5 millones el número de hogares que recibían programación pirata a través del cable, en *Las Provincias*, 14 de Enero de 1995, “España el país de Europa con más piratería televisiva”; y EGEDA denunciaba este hecho ante la falta de regulación y control de este tipo de operadores de televisión, en *Cinco Días*, 7 de Junio de 1995, “Los productores audiovisuales denunciaban el aumento de la piratería ante el retraso de la ley del cable”.

que, en algunos casos, llegaban a importantes sectores de la población²⁹⁵, aunque desde la ilegalidad.

En definitiva, en los cambios que se venían produciendo en el sistema televisivo español el sector local en su conjunto no tenía fácil su participación. Bien al contrario, a pesar de la interesante propuesta que suponía para la profundización en los valores constitucionales, unas veces de manera justificada pero, generalmente, de manera arbitraria, era constantemente relegado y condenado a la ilegalidad, impidiendo así el desarrollo de un sector que, en aquel contexto, era menos prioritario que otros.

Para entonces, el interés estaba más centrado en consolidar el reparto territorial de poderes en función de la nueva realidad autonómica que emprender reformas traumáticas del sistema que pudiesen alterar el mecanismo institucional que había sido diseñado en la transición y que prefería mantener cierto continuísmo desde el Régimen anterior.

2.4.2. El modelo televisivo estatal-autonómico.

Como decíamos, durante esta década de los ochenta el panorama televisivo español se había transformado profundamente. De un lado la descentralización territorial reflejada en la Carta Magna, había propiciado la aparición, muy a pesar del gobierno estatal, de las televisiones autonómicas. De otro lado, desde distintos sectores y con tecnologías diversas se implantaban efectivas apuestas de otros modelos de televisión de ámbito local con diversas tecnologías.

En última instancia, y sumado a lo anterior, la importante presión que venía ejerciendo la iniciativa privada desde principios de la década para la instalación de televisiones comerciales de ámbito nacional acabaría por transformar profundamente el sistema televisivo español y romper, definitivamente, con el monopolio público estatal.

²⁹⁵ TeleElx, en la provincia de Alicante, tenía en 1987 cableadas 30.000 viviendas y proporcionaba además de películas programación local, con una cuota mensual de sólo 1.000 pesetas, en *Diario 16*, 26 de Septiembre de 1987, “Una empresa de video de Elche tiene cableadas 30.000 viviendas en la ciudad”.

Después de TV3 y ETB, el resto de autonomías irían desarrollando sus propios organismos de radiodifusión y sus propias televisiones. En 1985 la televisión gallega, TVG, en 1989 inicia sus emisiones también Canal 9, poco después de que el propio gobierno socialista crease Canal Sur, en Andalucía, levantando la contención impuesta a las autonomías gobernadas por el PSOE, ante la inminente llegada de la televisión privada. Las televisiones autonómicas se agruparían en 1989 en la FORTA²⁹⁶, cuando ya ETB disponía de segundo canal desde 1986 y en Cataluña se empezaba a emitir también por un segundo canal, C-33.

La FORTA se constituyó para dar servicio de comunicación e intercambio de materiales entre sus socios a través de una “red de radio -enlaces en estrella terrena combinada con satélite-, así como el manejo de la producción ajena”. Entre sus objetivos principales figuran la integración entre los socios en la toma de decisiones, la inclusión de los organismos internacionales en los circuitos de intercambio de imágenes, la UER básicamente, la reducción de costes con la negociación conjunta de los contratos y servicios y, por último, la orientación de todo ello a la conformación de una oferta autonómica con los mejores productos y servicios, que participe en la innovación y mejora tecnológica de los respectivos sistemas de televisión autonómica²⁹⁷.

Sin embargo, RTVE, de igual manera que se resistía a que pequeños emisores locales interfirieran en su monopolio de distribución y producción emprendiendo las iniciativas sancionadoras correspondientes, tampoco permitía que los entes autonómicos de radiotelevisión participaran en los organismos internacionales de radiodifusión.

Como señalaba Joaquín Amat, las televisiones autonómicas españolas son las “únicas televisiones públicas de Europa Occidental que no pertenecen a este organismo”, la UER, después de haber sido rechazado su ingreso en este mercado de imágenes internacional por

²⁹⁶ Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas, creada el 5 de Abril de 1989.

²⁹⁷ Según señalaba Joaquín Amat, Secretario General de la FORTA, en Amat, J. (1991): “La FORTA y las televisiones autonómicas”, en *2ª Jornadas sobre televisión autonómica*, Diputación General de Zaragoza, Zaragoza, pp. 128 y ss.

“entender que todavía no se trataba de una cadena nacional” aunque, sin embargo, precisamente la agrupación en la FORTA suponía la concreción de esa “vocación nacional”²⁹⁸.

La descentralización del sistema televisivo español, en definitiva, se ha realizado y se sigue realizando muy a pesar de los poderes públicos estatales y, como venimos señalando, impulsada desde el resto de administraciones públicas o la industria privada que no han tenido más opción que utilizar una política de hechos consumados ante la repetida negativa gubernamental de dotar de un marco jurídico estable a estas nuevas iniciativas comunicativas.

TVE, con la introducción de la competencia, había sufrido un importante proceso de adaptación tecnológica y había transformado igualmente su estrategia de programación. Se había pasado de un absoluto monopolio de la audiencia en 1982 con cifras cercanas al 98% de los potenciales espectadores²⁹⁹, a un 40,6% de 1989, poco antes de la aparición de las cadenas privadas nacionales. De igual manera, se había aumentado enormemente el tiempo de emisión hasta las más de 12.000 horas anuales y, consecuencia de todo ello, se habían disparado los gastos del ente³⁰⁰ que se compensaban con un aumento de la publicidad, multiplicada por cuatro entre 1984 y 1989, con unos ingresos que habían pasado de los 63.000 millones de pesetas a los 195.000³⁰¹.

La televisión pública estatal durante esta década, marcada por el paso por la dirección general de Jose María Calviño y Pilar Miró, también se había convertido en eficaz instrumento del gobierno socialista aunque, igualmente, había realizado un importante esfuerzo de renovación de los programas e incluido en su parrilla un elevada oferta de programación cultural. Sin embargo, con el gobierno socialista y paradójicamente, desde 1983 había dejado de recibir

²⁹⁸ Ibid. p. 130.

²⁹⁹ El EGM de 1982 muestra que el 74,5% de la audiencia era para la Primera Cadena, el 23,3% para la Segunda, y TV-3 ya obtenía un 2,3%, en Barroso, J.; Tranche, R. (1996), Op. cit. p. 139, p. 138.

³⁰⁰ Ibid.

³⁰¹ Alonso Erausquin, M. (1996): “Mírame y no me toques”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24, Jun-Oct, Generalitat Valenciana, Valencia, p. 209.

subvenciones estatales³⁰² y, en consecuencia, y a pesar del fuerte incremento de ingresos publicitarios, hacía 1989 entró, por primera vez, en pérdidas, 3.374 millones, que se agravarían de inmediato al tener que pagar las facturas de RETEVISION, desgajada del ente público³⁰³.

Resultado de todo ello, desde 1988 los estudios de audiencia ya dejarían de reflejar la aceptación de los programas y simplemente mostrarían el número de espectadores³⁰⁴, en una tendencia que acabaría consolidando el actual sistema de evaluación de los públicos televidentes y que, definitivamente, se acabaría conformando en el mecanismo de legitimación financiera de la televisión pública española a través de la publicidad.

Fue la propia RTVE quien impulsó la instalación de audímetros en los hogares españoles facilitando la consolidación de la primera empresa española que se dedicó a ello, Ecotel³⁰⁵, e incluso internamente reorganizó su estructura departamental para dar un nuevo giro a su estrategia de medición de sus públicos creando, en 1990, un área de marketing en la que se incluía la Dirección General de Investigación de Mercados³⁰⁶.

Además, y en respuesta a la nueva multiplicidad de ofertas, TVE había desplegado con fuerza su red de centros territoriales para competir con las cadenas autonómicas dentro de una estrategia de dominio de todos los segmentos del mercado televisivo, alcanzando en 1989 una facturación publicitaria en los centros regionales de 23.000 millones de pesetas, aunque iniciando un imparable proceso de disminución de ingresos en este ámbito propiciado por la progresiva implantación de las ofertas autonómicas durante los siguientes años y

³⁰² Situación que se mantendría hasta 1994.

³⁰³ Ibid. p. 207.

³⁰⁴ Barroso, J; Tranche, R. (1996), Op. cit. p. 139, p. 138

³⁰⁵ Desde 1986 empezó a operar esta empresa y, poco después, también competía en la instalación de audímetros otra empresa, Media Control, que, finalmente, acabarían integrándose en la multinacional Sofres, que actualmente domina este mercado de medición de audiencias en España, en Rubio Domínguez, J. (1996), Op. cit. p. 53, p. 226.

³⁰⁶ García Nebreda, B. (1996), Op. cit. p. 80, p. 232.

los ajustes que se fueron realizando en los centros regionales dentro de la política de austeridad del ente³⁰⁷.

Las inserciones publicitarias en las desconexiones regionales se habían iniciado en 1984, año en que TVE había decidido aceptar el formato video para sus emisiones que, hasta entonces, obligatoriamente debían presentarse en soporte cinematográfico. Esta decisión de aceptar el nuevo soporte de grabación en, recordemos, la mayor empresa audiovisual del país, junto a la nueva demanda generada por las cadenas autonómica y las inminente implantación de la televisión privada supondrá un nuevo impulso al sector audiovisual en todo el estado español que facilitará su expansión en la década de los noventa y hasta la actualidad.

Los primeros acuerdos con la industria del cine, igualmente, se habían firmado en 1984³⁰⁸, y con la llegada de Pilar Miró a la dirección del ente, veterana realizadora de la casa y anterior Ministra de Cultura, se impulsa enormemente la línea de colaboración con la industria cinematográfica y la producción propia de series de ficción en una etapa considerada como una “frustrada oportunidad única para afianzar una televisión pluralista, pública y al servicio de la sociedad”³⁰⁹.

En 1989, resultado de todas las transformaciones comentadas en el panorama televisivo español, la estructura de las audiencias no se parecía en nada a la que ofrecían los estudios de una década atrás y, como se aprecia en el siguiente cuadro, a nivel autonómico ya se notaba un importante incremento de la competencia de las nuevas televisiones al monopolio público estatal.

³⁰⁷ López, B.; Risquete, J.; Castelló, E. (1999), Op. cit. p. 85, p. 149.

³⁰⁸ García Serrano, F. (1996), Op. cit. p. 82, p. 83.

³⁰⁹ Aunque igualmente había sido cuestionada tanto por su política de subvenciones a “sus amigos” durante su etapa de ministra, y no había obtenido la aprobación en su nombramiento por parte de alguien tan determinante como Alfonso Guerra. Todo ello junto a los escándalos de los gastos de vestuario y representación llevaron a su dimisión. Durante su mandato se produjo, además, la primera huelga en TVE, durante la noche del 13 al 14 de Diciembre de 1988, según relata Conde Martín, L. (1996), Op. cit. p. 139, pp.149 y ss.

Gráfico 1. Distribución de Audiencia por CCAA en 1989³¹⁰.

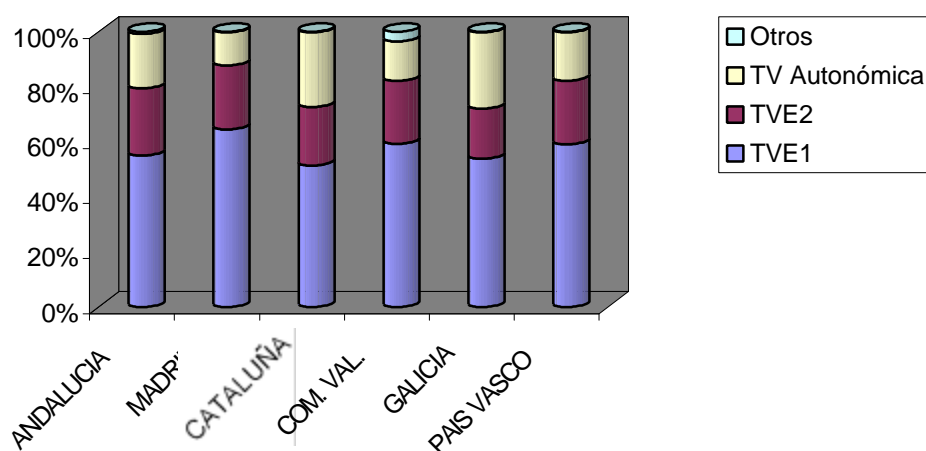
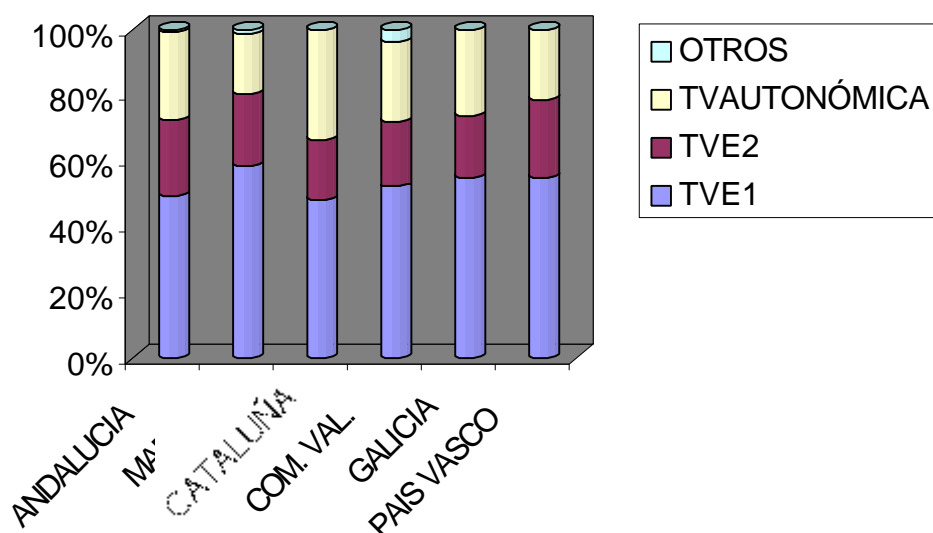


Gráfico 2. Audiencia primetime por CCAA 1989.



Observando ambos gráficos hay que resaltar, al menos, dos aspectos importantes. El primero de ellos es que, sobre todo en el *prime time*, las televisiones autonómicas obtienen importantes cuotas de audiencia y, segundo, existe un apartado en el que se incluyen otras

³¹⁰ Elaboración propia a partir de datos de Ecotel del último trimestre de 1989, recogidos en Villagrasa, J.M. (1990): "Reparto de audiencia y oferta de programación", en *Las radiotelevisión en el espacio europeo*, RTVV, Valencia, p. 225.

televisiones que, aunque discretamente, también tienen cierta significación, sobre todo en la Comunidad Valenciana.

En esos *otros* están, sobre todo, representadas las televisiones locales, tanto por ondas como por cable. El *experimento* de la televisión por satélite con el Canal 10 creado por Jose María Calviño y que emitía desde Londres se realizó en 1987 y cerró en Agosto de 1988³¹¹, y la recepción de televisión por satélite internacional todavía no había despegado en España pues sólo se contabilizaban 8.000 antenas parabólicas³¹², y desde el propio Canal 10 se intentaba implantar dicha tecnología con 10.000 cabeceras de antena parabólica a unos precios astronómicos³¹³. Antenas insuficientes para que aporten datos significativos de audiencia a aquellos *otros* incluidos en la medición³¹⁴.

Estos *otros*, los emisores locales, junto a las televisiones regionales, ya empiezan a ser algo significativos y a definir un modelo de televisión que empieza a interesar a algunas audiencias, aunque tímidamente en el caso de las televisiones locales, conformando una alternativa real al sistema centralizado estatal. El sistema televisivo español empieza a parecerse al que se había diseñado años atrás en los países del entorno europeo e, igualmente, se inserta plenamente en las dinámicas comunicativas internacionales.

No obstante, la diferencia notable en cuanto a capacidad de negociación con la administración estatal entre los poderes autonómicos y locales, y los pequeños empresarios privados de televisión de ámbito local, ha originado que, a finales de la década de los ochenta sólo se hubieran promulgado normativas para las entidades de ámbito autonómico, teniendo que esperar la iniciativa local hasta

³¹¹ Conde Martín, L. (1996), Op. cit. p. 139, p. 150.

³¹² Barroso, J.; Tranche, R. (1996), Op. cit. p. 137, p.200.

³¹³ Según el contrato que había firmado Canal 10 con la empresa Esys, la instalación de esas 10.000 unidades ascendería a unos 10.000 millones de pesetas, a millon por unidad, y se realizaría en las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga, Bilbao y Oviedo, en *Mercado*, 17 de Junio de 1988, "Contrato con Canal 10".

³¹⁴ Seguramente, y en todo caso, los emisores locales difundían más la señal del satélite que la recepción privada que se podía hacer de ese tipo de emisiones internacionales que, como se ha señalado en alguna ocasión, formaba parte de la estrategia de programación de algunos emisores locales, sobre todo de televisiones por cable, García Matilla, A.; Pérez, F. (1997), Op. cit. p. 126, p. 75.

que su regulación se hiciera inevitable ante los pronunciamientos del Tribunal Constitucional ya comentados más arriba.

2.5. El sistema televisivo y la dinámica comunicativa global.

España había ingresado en el Consejo de Europa en 1977, obteniendo un importante apoyo de los países vecinos en el momento crítico de la transición y el 1 de Enero de 1986 recobra, por fín, la condición de nación europea de pleno derecho al entrar a formar parte de la Comisión Económica Europea.

La política de comunicación estatal, en manos de RTVE iniciaría, igualmente, una nueva etapa de internacionalización que empezó con la potenciación del Canal Internacional de TVE en Hispanoamérica desde 1989³¹⁵ y el desarrollo de los primeros trabajos para el lanzamiento de los satélites Hispasat unos años después. Se intentaba contrarrestar el previsible flujo de emisiones internacionales venidero que ya se podían captar mínimamente en España antes de la llegada de la televisión privada a través de Eutelsat e Intelsat³¹⁶.

El sistema televisivo español entraba, pues, en las contradicciones, promesas y claroscuros de un mundo globalizado y localizado a la manera en que el Informe McBride había anticipado en 1980³¹⁷.

Este conocido informe se había señalado que “los medios de comunicación se concentran en unos pocos países” difundiendo la información “desde unos pocos centros” y estando el resto de países

³¹⁵ Después del lanzamiento del primer satélite soviético, en 1957, y la posterior puesta en órbita del Echo I, primer satélite de televisión pasivo de televisión, la evolución espacial de telecomunicaciones iniciaría una carrera imparable. En 1962 se lanzó el primer satélite activo, Telstar I, para transmisiones entre América y Europa y, a partir de 1965, los satélites con órbita geoestacionaria de la serie Intelsat. TVE alquilaría un canal desde 1976 del Intelsat IV-F para comunicar con Canarias y para la coordinación del Servicio Internacional de Noticias con Iberoamérica, Bethencourt (1996), Op. cit. p. 39, p. 68.

³¹⁶ Concretamente llegaban CNN, Galavisión, Eurosport y MTV, entre otros, Giordano, E.; Zeller, C. (1996): “Televisión vía satélite y por cable en España”, en *Voces y Culturas*, I Semestre.

³¹⁷ Publicado en castellano en McBride, S. (1988): *Un solo mundo, voces múltiples*, Fondo de Cultura Económica-Unesco, Méjico.

reducidos a la condición de “receptores pasivos”³¹⁸, y se constataba que “la comunicación no se reduce a la información, sino que es un factor determinante de todos los procesos sociales y un elemento fundamental del modo de organización de las sociedades”³¹⁹.

El Informe McBride se pronunciaba, además, sobre algo que sería mucho más problemático y fuente de no pocas críticas, poniendo en crisis los modelos democráticos futuros basados en una lógica mercantil vehiculada a través de los medios de comunicación social, y hacía especial hincapié en que el vigente sistema comunicativo internacional no permitía una “lógica de comunicación bidireccional entre los que participan en el proceso”.

Este texto fundamental concluía, además, que “sin la existencia de múltiples fuentes de información que permitan una mayor selección, sin un desarrollo de las oportunidades de cada individuo por llegar a decisiones fundadas”, y sin una “acrecentada participación de los lectores, espectadores y los oyentes en la toma de decisiones y la elaboración de los programas de los medios informativos”, la democratización efectiva de la sociedad “no llegará a ser una realidad”³²⁰.

Esta opción sería asumida por Unesco a partir del conocido Informe, y se convertiría en una de las causas principales que llevaron a los Estados Unidos a abandonar la organización en 1985, y cuyos pasos seguirían, poco después, Gran Bretaña y Singapur. Estos países consideraban que se trataba de una postura “intervencionista y poco favorable a la libertad”³²¹, provocando una crisis institucional que obligaría a reorientar la política de UNESCO hacia una concepción de la libertad de comunicación de manera “irrestringida”.

³¹⁸ Conferencia de Nueva Delhi en 1976, discurso inaugural de Indira Ghandi, Cfr. Navarro Moreno, J.A. (1999), Op. cit. p. 122, p.32.

³¹⁹ McBride, S. (1980), Cfr. Senecal, M. (1986): *Televisión y radio comunitarias. Teoría y práctica de una experimentación social*, Mitre, Barcelona, p. 53.

³²⁰ Así de contundente se mostraba McBride que ya se había anticipado a los problemas que se intuían en el espacio internacional fundando en 1961 Amnistía Internacional junto a otros juristas, en esta línea de profundización democrática. La cita está extraída de Ibid., p. 59.

³²¹ Mayor Zaragoza, F. (1999): “Comunicación social y cultura de paz”, Discurso del Director General de Unesco, Encuentro de Proprietarios y Directores de Estaciones de Radio y de Televisión de América Latina para una Cultura de Paz, Panamá, p. 3.

De esta manera, con este giro epistemológico se trasladaron los deseos de profundización democrática hacia los nuevos medios electrónicos pasando a ser considerados por la organización como “la mejor estrategia para asegurar el pluralismo, el acceso democrático al conocimiento, la paz y la seguridad internacional, tantas veces rota por incomprensiones de raíz cultural”³²².

Una nueva mitificación de las posibilidades tecnológicas que acabaron por transmutar el libre flujo de comunicación en libre flujo de información para, seguidamente, entenderlo como necesario en el marco del libre flujo de información mercantil. De esta manera, insertando la pluralidad y la libertad en el concepto liberal que fundamente el actual mercado global mundial basado en las redes de telecomunicación³²³.

El Estado español, y la Unión Europea en su conjunto, no ha sido ajenos durante este último decenio de los años ochenta a esta liberalización y democratización mercantil en el sentido señalado de irrestricción de libertades y, finalmente, los derechos constitucionales que venían reclamando los promotores de televisión privada en España desde inicios de la década serían satisfechos con la Ley de Televisión Privada de 1988.

En el caso de la Europa comunitaria esta tendencia se viene reflejando en sucesivas Directivas y Resoluciones, favoreciendo el impulso de esta integración de las políticas culturales con las mercantiles y, en último término, con las sinergias derivadas de la confluencia de medios en la sociedad de la información³²⁴.

³²² Ibid. p. 5.

³²³ El audiovisual, como señalaba Miguel de Bustos en un excelente estudio económico de 1993, ha sido considerado por los grupos empresariales “un mercado de prometedor futuro, y al abrir unas perspectivas de diversificación importantes (tanto en el hardware: descodificadores, cable, satélite, como en la producción y en la difusión-distribución) es un mercado estratégico, y por tanto, es obligada su presencia”, en un mercado “progresivamente mundial”, Miguel de Bustos, J.C. (1993): “Los grupos europeos de comunicación. Estrategias y actuaciones en los 80”, en *Telos*, nº 35 Sep-Nov, en http://www.campusred.net/telos/antiores/num_035/index_035.html?opi_perspectivas3.html

³²⁴ El Libro Verde sobre la convergencia, adoptado por la Comisión en 1997 señala, entre otras cosas, que dicha convergencia no debe implicar un exceso de normativa, y continúa con la necesidad de que la UE se dote de un marco normativo que le permita el mejor partido en términos de creación de empleo, crecimiento, elección del consumidor y diversidad cultural. Todo ello después de que la Ronda de Uruguay de 1993 incluyera las políticas audiovisuales

Sin embargo, desde la Unión Europea, contraria y paradójicamente y con similar intensidad, se intenta fomentar, proteger y dotar de significado a los aspectos culturales y la especificidad europea a través de los distintos programas MEDIA, la Directiva de Televisión sin Fronteras, el Libro Verde sobre Protección de la Infancia y otros documentos³²⁵, de aplicación, como es preceptivo, en los estados miembros y, entre ellos, el estado español.

En este sentido, y consecuencia de la nueva dinámica desreguladora global, Richeri anunciaba, ya en 1986, el proceso irreversible de descomposición que estaba sufriendo el sector de las televisiones públicas europeas basadas en un modelo central-estatal, que sintetizaba en cuatro aspectos³²⁶:

- Pérdida de la identidad del servicio público debido a la dificultad de satisfacer las exigencias de los usuarios, fragmentadas en un mosaico siempre más complejo de intereses, grupos y categorías, cada uno con gustos y actitudes políticas y culturales diferentes. Al lado del público-masa se refuerzan otros públicos diferenciados, cuyos intereses ya no encuentran respuesta satisfactoria en el servicio público.
- La expansión del mercado audiovisual y la disponibilidad de nuevos medios de difusión y de producción que, por una parte, solicitan intereses más fuertes en la empresa privada y aumentan las posibilidades de difusión, de distribución y de circulación de programas y, por otra parte, inciden sobre las

dentro del marco de las políticas globales que se discuten en el seno de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

³²⁵ No es este el espacio para analizar las políticas europeas porque rebasaría con mucho los límites de este modesto estudio, pero cabe reseñar que esta política de mercantilización cultural se inscribe en una estrategia de defensa de los intereses europeos en general respecto a los Estados Unidos cuya supremacía ya era patente en las políticas comunitarias desde, al menos, 1980. A partir de esa época se empieza a conformar un mercado común europeo de radiodifusión para armonizar económica, tecnológica y culturalmente los sistemas comunicativos europeos. Paralelamente a esta dinámica liberalizadora y en constante tensión dialéctica se ha intentado mantener los términos tradicionales en que se define la cultura y, en particular, su importancia en los medios de comunicación.

³²⁶ Richeri, G. (1986): "Crisis de la televisión pública y nuevas tendencias en los sistemas europeos", en *La televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Ed. Siglo XXI, Madrid, pp. 27 y ss.

características de la demanda y de las formas de consumo por parte de los usuarios.

- La espiral inflacionista que, junto a las restricciones del gasto público, típica de todos los países occidentales enfrentados con la televisión pública. Esta no puede determinar autónomamente el aumento del canon de suscripción frente a un aumento de los gastos de producción y frente a la necesidad de extender sus propios servicios y de emprender la modernización tecnológica.
- La siempre más difícil relación con el poder ejecutivo, donde ya no logra controlar el monopolio público de la información, tiende a favorecer la ruptura de este monopolio liberalizando la iniciativa privada.

A todo ello nuestro sistema televisivo nacional, por supuesto, no es ajeno. No obstante, y antes de tratar el nuevo sistema televisivo que se genera a partir de la implantación de la televisión comercial en nuestro país, es necesario definir la modalidades de televisión existentes y el grado de profundización en la democracia española que suponían.

2.5.1. El paradigma comunicativo de la descentralización.

En 1984 Robert Stephane, impulsor de una red de televisiones regionales a nivel europeo, CIRCUM, apoyada por la entonces Comunidad Económica Europea, proponía un intento de definición de las distintas modalidades de televisión ante la ambigüedad de las mismas a nivel comunitario³²⁷, clasificándolas según cinco modelos:

- Desconcentrada: siendo el centro quien desvía algunos recursos hacia las regiones, como el caso de FR3, RAI3 y RTVE.
- Descentralizada: similar a la anterior pero con la diferencia de que existe un órgano representativo de control y gestión de la producción en la región, categoría en la cual estarían los centros regionales de la BBC y los centros de producción regional de RTVE.

³²⁷ Stephane, R. (1986): “Una tipología de TV Regional”, en I Jornadas de TV autonómica, Diput. Zaragoza, pp. 177-200.

- Regionalizada: en que la programación es regional y relativamente autónoma del centro que, no obstante, elige a los directivos, caso de la televisión belga RTBF.
- Federativa: en la que las televisiones se asocian a un nivel suprafederal por decisión propia, como ocurre con las televisiones alemanas de los länder.
- Autonómica: en las que el ámbito de producción y gestión está circunscrito a las regiones y los entes televisivos tienen autonomía frente al estado nacional y, además, capacidad de mantener relaciones con otras televisiones nacionales o internacionales, caso de las televisiones autonómicas españolas.

Ante tal tipología, Inma Tubella señalaba que, a pesar de los intentos de definición de una televisión regional ésta no existe, pues en esta modalidad de televisión se encuentra diluido cualquier tipo de distinción público/privado y, consecuentemente, las distintas televisiones en las regiones no se pueden comparar genéricamente. Seguramente, decía, son más comparables cuestiones como “presupuesto, capacidad de gestión, demografía y audiencia, lengua y cultura, etc.”³²⁸, que una cuestión tan genérica como el ámbito territorial donde opera. De este modo, esta autora distinguía en el estado español las siguientes modalidades televisivas:

- Televisión pública de gestión estatal más o menos regionalizada.
- Televisión pública autonómica.
- Televisión privada a nivel estatal.
- Televisión local, modalidad para la que señalaba que existían sólo en Cataluña 77 televisiones de este tipo.

De esta manera el intento de definición que dibujaba no era en absoluto seguido para la clasificación que proponía, en tanto que tal tipología estaba basada en el ámbito de cobertura preceptivo de cada emisora y poco más.

³²⁸ Tubella, I. (1990): “Televisión regional. Confusión de un término”, en *Las radiotelevisiones en el espacio europeo*, RTVV, Valencia, pp. 152-155.

Por otro lado, y en estas mismas Jornadas de Televisión Autonómica de 1990, se señalaba que “la mayoría de las veces no coinciden las zonas de emisión de la estación con los espacios regionales”³²⁹, aspecto que refleja bien las consecuencias del desbordamiento hertziano que no por inevitables son siempre inocentes³³⁰ y, en el caso de las televisiones locales, es además una estrategia de crecimiento que se ha practicado y practica a pesar de la ilegalidad que supone. Situación de facto que, por otro lado, nadie se ha ocupado de regularizar.

Se han desarrollado otros intentos de definición tipológica como, por ejemplo, en función de la tecnología de transmisión según sea onda terrestre, cable o satélite; según si se trata de comunicación unidireccional o interactiva; si la señal es digital o analógica; en función de que la recepción sea gratuita o no; según el emisor esté gestionado por el sector público o privado; o en relación a que sus contenidos sean generalistas o temáticos³³¹.

El problema de cualquier definición es que difícilmente se pueden encontrar más que algunos rasgos de las emisoras que realmente se acerquen al prototipo del modelo en que se pretenden encuadrar y, frecuentemente, las distintas empresas de televisión confunden su actividad entre lo público y privado, utilizan distintos medios de transmisión, pueden cobrar sólo por una parte de la programación, etc.

Quizás uno de los intentos de definición metodológicamente más adecuados en sus presuposiciones para entender la transformación del sistema televisivo español y europeo es el que se ha emprendido en los últimos años utilizando el término de “televisión de proximidad”.

³²⁹ Zimmerman, P. (1990): “Las televisiones regionales en Europa”, en *Las radiotelevisiones en el espacio europeo*, RTVV, Valencia, p. 142.

³³⁰ Caso por ejemplo del conflicto provocado en la Comunidad Valenciana por las recepciones de TV3 y resuelto normativamente a favor de esta posibilidad por parte de las televisiones autonómicas a través de la Ley 55/1999 de Medidas Fiscales, Administrativas y de Orden Social en la que se modifica la Ley del Tercer Canal para permitir que las Comunidades Autónomas puedan “celebrar convenios de colaboración para permitir la emisión de uno o varios programas de su televisión autonómica en el ámbito geográfico de otras, siempre que los espacios radioeléctricos correspondientes a sus ámbitos territoriales sean colindantes y que utilicen las frecuencias que tengan asignadas por el Ministerio de Fomento”, Disposición Adicional Trigésimo Segunda.

³³¹ Rozados Olivas, M.J. (2001), Op. cit. p. 126, pp. 29-45.

Aunque, no obstante, intentando englobar bajo este concepto un conjunto heterogeneo de emisoras de televisión, igual que ocurre con el resto de intentos de definición comentados, acaba por ser una propuesta de definición ambigua, pues el término se define genéricamente como “el conjunto de experiencias que tienen lugar por debajo del nivel estatal” y se basa en la noción de “usos y contenidos” más que en la “delimitación de espacios físicos”³³².

No nos parece conveniente, o cuanto menos insuficiente, intentar agrupar bajo la misma definición a televisiones locales y autonómicas, en el caso español, o a televisiones federales y televisiones urbanas, en el ámbito europeo, por ejemplo.

La ‘proximidad’ no obstante, es un término válido para definir políticamente la orientación que el autor de esta definición desearía para el sistema televisivo, en tanto que supone un intento de acercar la comunicación hacia niveles ciudadanos y, en consecuencia, nos parece un término válido para definir lo que deberían suponer este tipo de televisiones como alternativa a los medios de comunicación masivos y generalistas. Ahora bien, este es un deseo más que una realidad, que ni se cumple casi nunca en el caso de las televisiones autonómicas españolas ni tampoco en cuanto a las televisiones de ámbito local.

Para determinar la adecuación de los emisores a esta definición, se utiliza básicamente la medición de la oferta de programación propia como un indicador válido para determinar el grado de cercanía que un emisor tiene respecto a su entorno. Y esta es una operación metodológica no exenta de multitud de problemas.

No sería excesivamente complejo determinar el origen de los discursos que un medio televisivo distribuye, en función de aspectos puramente geofísicos, como tampoco sería problemático determinar si ese entorno espacial es cercano a aquel en que habita el receptor, pero sería muy difícil determinar como de próximo se siente el televidente a esta oferta porque, para ello, necesitaríamos entrar en el análisis de contenido y, por definición, este tipo de análisis sólo pueden resumir la subjetividad del analista. Además, comunmente, las preferencias del

³³² López, B. (1998): “‘Televisió de proximitat’: les raons de l’optimisme”, en *Transversal*, nº 7, p. 34.

espectador no son correlativas al grado de proximidad supuesto para el programa analizado.

En consecuencia, sería imposible definir qué se entiende por próximo tanto para el analista como para el emisor o el receptor y, por tanto, cualquier resultado sólo sería fruto de presuposiciones y aseveraciones subjetivas con las que se podría estar más o menos de acuerdo, y que se desprenden del propio método de análisis que se utilice.

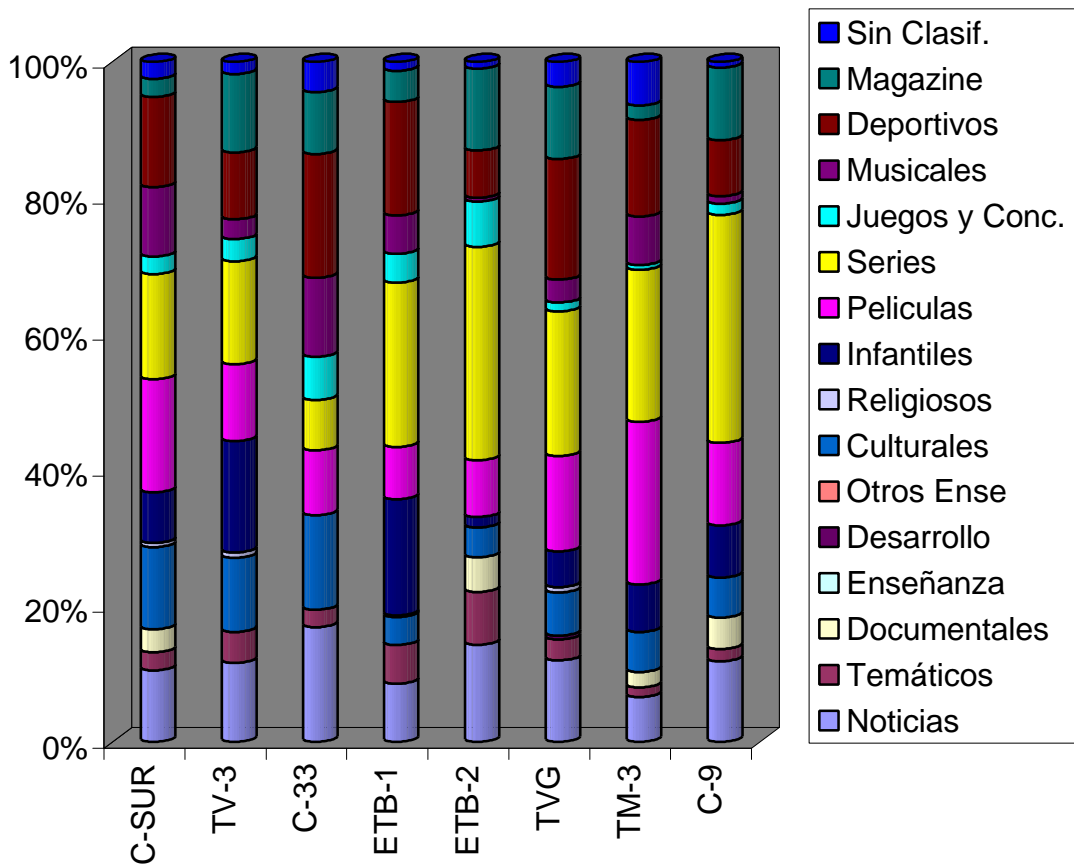
El concepto de ‘proximidad’ es, por tanto, útil políticamente aunque, curiosamente, esta utilidad ética también se ha convertido, con los aires de nuestro tiempo, en utilidad comercial para su conveniente explotación y, actualmente, el concepto de ‘proximidad’ es más que nada esgrimido como estrategia conceptual que justifique la expansión comercial del negocio televisivo.

Este deseo de que exista una televisión de ‘proximidad, si revisamos, por ejemplo, la programación que las cadenas autonómicas ofrecían en 1990 es bien fácil dudar de que sea fácil concluir, en general, que una televisión de estas características es más cercana al espectador que una televisión considerada ‘generalista’.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, la intención de acercar la oferta a los intereses socioculturales inmediatos de la audiencia es, cuanto menos, dudosa y, en todo caso, es imposible definir si ese acercamiento es coincidente con lo que tanto los analistas podrían entender como ‘proximidad’, como con aquello que el receptor entendería como próximo.

En este caso particular no es tarea sencilla determinar, pues no existen estudios sobre ello en esta época, qué parte de esa programación es propia y cuál se puede considerar que cumple con los requisitos de proximidad que se les supone a estas emisoras de televisión autonómica, aunque observando el gráfico siguiente se pueden obtener algunas conclusiones.

Gráfico 3. Programación Autonómicas 1990 (26/03-01/04)³³³



Las noticias, generalmente, son de producción propia y deberían reflejar la realidad sociocultural próxima junto, siguiendo este discurso de las funciones de acercamiento de estas televisiones, a aquellas informaciones de interés o que afecten a los públicos de ese espacio geográfico. Las series de producción propia pueden también reforzar este marco de proximidad; de igual manera que los infantiles, documentales y el resto de los programas, incluso los religiosos.

Pero, ¿cómo es posible determinar si aquello es próximo a la audiencia?. Pensemos que para un religioso un programa sobre la iglesia vaticana puede resultar tan próximo psicológicamente como lo

³³³ Estudio dirigido por J.L. Ibáñez, cuya metodología y resultados completos están recogidos en Ibáñez, J.L. (1990): "Estado actual de la programación de las televisiones públicas y privadas españolas", en *Las radiotelevisiones en el espacio europeo*, RTVV, Valencia, pp. 181-217.

puede ser una noticia de una localidad de la comarca donde vive ese espectador.

Si la proximidad es el origen o lugar donde se localizan los hechos, noticiables o narrables, podríamos entender que se puede analizar la programación de proximidad pero, en cambio, si la proximidad, como la entendemos nosotros, no es ni mucho menos fácil de definir atendiendo a ese reduccionismo nos sería, entonces, muy difícil hacer un análisis de esas características.

Podemos entender, por tanto, que aquellos programas de producción propia puedan resultar aproximadamente próximos y, entre ellos, los que se pueden realizar con los medios de las emisoras autonómicas como noticiarios y no ficción en general pueden dar más cabida a este tipo de contenidos.

La ficción en particular, y el resto de la programación que sería susceptible de contenidos no próximos, estaría explicitando que las televisiones autonómicas, como es perfectamente sabido, llenan su programación no tanto en función de su interés por aproximarse al público en el sentido que plantea aquel término, sino para obtener una audiencia en cuya conformación la proximidad sólo es un factor más a tener en cuenta, no su razón de ser. Llamar por ello a estas televisiones 'televisiones de proximidad' es, repetimos, políticamente útil aunque demagógico.

Estas dificultades de definición, no obstante, se han intentado salvar en parte asimilando el concepto de proximidad con el nivel de difusión de la lengua autóctona que las emisoras realizan. Se entiende de esta manera que de tal difusión lingüística se desprende una difusión cultural y, consecuentemente, ha de ser necesariamente próxima a los telespectadores³³⁴.

En cambio, aún pudiendo ser válidos como indicadores de tal función atribuída a estos medios, no deja de ser sólo una variable de una realidad muy heterogénea y que difícilmente se puede modelizar y,

³³⁴ Esta clasificación de televisiones de proximidad se encuentra en Moragas, M.; Garitaonandía, C.; López, B. (eds.) (1999), Op. cit. p. 46, pp. 22-25, donde se incluye en otro epígrafe clasificatorio la televisión local de influencia regional, utilizando el término influencia lo que, evidentemente, determina la intencionalidad política de la definición, que en este caso no se refiere a la cobertura técnica de la emisión.

en último término, identificar lengua y cultura, aun siendo aproximadamente correcto, es muy reduccionista.

En definitiva, en todo este discurso de la 'televisión de proximidad' se adivina latente una opción de defensa del papel de servicio público de la televisión y, consecuencia de ello, una atribución de responsabilidad social de los poderes institucionales respecto al uso de los medios de comunicación.

Sin llegar a ser explícitamente tan profundamente claro, este discurso se hunde en las raíces de las propuestas hechas por McBride y comentadas anteriormente y, en el fondo, en los intentos de dotar de significación ciudadana el proceso de transformación de los sistemas televisivos nacionales que, a inicios de la década de los noventa, ya mayoritariamente consolidados, comenzaban su expansión.

Toda esta dinámica conceptual, que localmente se había implantado en los medios de comunicación local alternativos en toda su extensión, es ciertamente asumida por la televisiones regionales, aunque atemperando su discurso e institucionalizándolo. Y, evidentemente, estas transformaciones suponen una clara descentralización de los sistemas audiovisuales europeos en general pero, entender que estas transformaciones son netamente intentos de aproximar la programación a la ciudadanía es generalizar demasiado.

Lástima que las nuevas realidades se acaban imponiendo a los conceptos y definiciones, y estos medios de comunicación pronto tuvieron que enfrentarse a la competencia de la oferta privada y, en cierta medida, con pocas opciones estratégicas ante la fragmentación del mercado publicitario y el constante incremento de costes de producción.

Lo que alguna vez quizás pudo ser, que los ciudadanos se sintiesen más cercanos y propietarios de sus medios de comunicación, acabó por quedar en un deseo, que por supuesto compartimos y en cuya dirección orientamos esta investigación, pero que no pasa de ser un deseo más que una realidad, y ni siquiera se *aproxima* lo que nos gustaría a muchos a lo que el sistema comunicativo actual nos ofrece en nuestro país.

Respecto a las televisiones locales, que también son televisiones próximas, claro está, a mediados de los ochenta no existían estudios

específicos sobre el sector y pasarían todavía algunos años para que se desarrollasen investigaciones amplias sobre este tipo de emisores.

Emili Prado destacaba en 1991 que la oferta genérica predominante de las televisiones locales estaba compuesta por los noticiarios, deportivos e informativos temáticos que, según afirmaba, serían una muestra de la “adaptación de las programaciones de las TVL a sus principios orientadores, es decir, reflejar el acontecer de las localidades con programas de producción propia”³³⁵.

El contexto catalán, no obstante, estaba y está muy marcado por la intervención pública municipal en el sector y por ello no es extrapolable esa realidad al resto del estado español. Hay que señalar que en multitud de otros lugares la función atribuida a estos emisores locales no se parecía en nada a aquella, puesto que su propiedad privada orientaba su gestión hacia objetivos comerciales³³⁶.

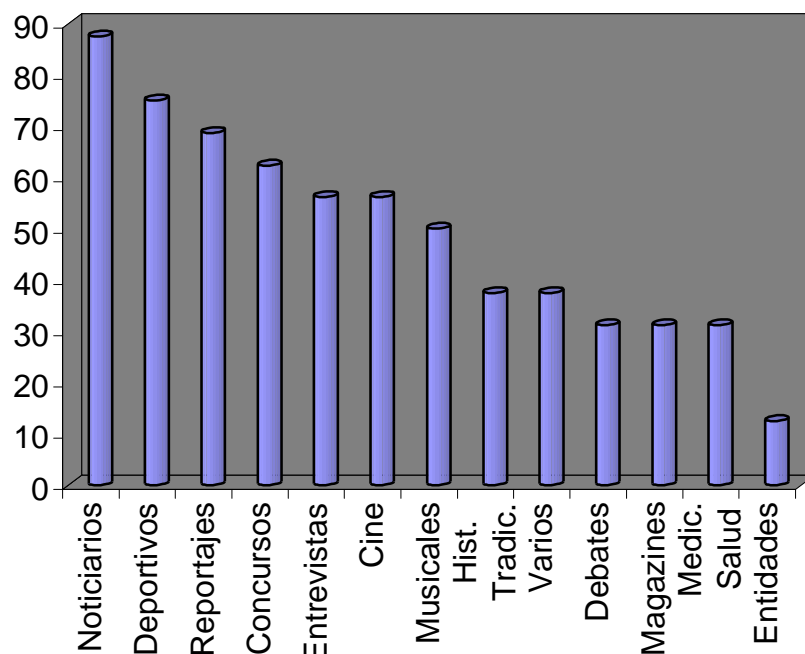
El resultado de aquella investigación en el ámbito catalán es, en todo caso, indicativo de la función y estructura de programación que, según sus autores, sería deseable para una emisora de ámbito local. También la única factible, puesto que la escasez de recursos limita en mucho la capacidad de compra de otros espacios, incluso la capacidad de producción de programas bastante más caros que los del macrogénero informativo.

Como es apreciable en el gráfico, la propia distinción genérica que incluye entidades locales como sujetos de la programación, refleja la intencionalidad del método de análisis y los presupuestos utilizados para la definición del fenómeno.

³³⁵ Prado, E.; Moragas, M.(1991), Op. cit. p. 114, p. 68.

³³⁶ En 1990, por ejemplo, Teleon emitía televisión por cable después de haber sido puesta en marcha por empresarios privados con una inversión inicial de 140 millones de pesetas con una intención claramente comercial y utilizando la producción propia exclusivamente para los informativos, justamente para con esta aproximación a la audiencia rentabilizar el 60% restante de la programación que emitía, en Cinevideo20, Op. cit. p. 143, pp. 13-14.

Gráfico 4. Opciones Genéricas programación TVL en Cataluña³³⁷.



Opción que, por otro lado, compartimos en lo relativo a la necesaria presencia de los entes públicos en el sector³³⁸, aunque bien nos guardaremos de ser nosotros quienes intentemos definir el fenómeno de la televisión local desde un punto de vista de sus aspectos de proximidad aunque nos parezca, como decimos, un concepto políticamente útil.

De hecho no vamos a realizar ningún intento de definición de lo que es la televisión local, puesto que se trata de un fenómeno extraordinariamente mutable y heterogéneo.

Con mucho riesgo, sólo nos atrevemos a entender como tal aquel tipo de emisora que en sus inicios, como la *Televisión de Chamartín*, su ámbito de cobertura está restringido al término municipal y, en función de su capacidad de utilización de redes de distribución de señal y capacidad económica y financiera para conformar su parrilla de programación, puede extender su oferta a otros ámbitos, no sólo en

³³⁷ Los resultados y metodología se encuentran en Prado, E.; Moragas, M.(1991), Op. cit. p. 114, y estos datos en particular en p. 67.

³³⁸ Sobre ello hablaremos más adelante, Capítulo 5°.Televisión local y desarrollo.

espacios físicos contiguos, sino en cualquier forma de expansión territorial, tanto en cuanto a la forma de emisión como en lo relativo a la distribución de contenidos.

Hoy más que las propias televisiones locales en el sentido tradicional del término, en el mercado están irrumpiendo las marcas y, es por ello, que nos parece que un debate terminológico en este sentido está siendo, en todo caso, desbordado por la realidad actual de la tecnología y del sistema comunicativo en general.

Si nos parece necesario, en cambio, esbozar el paradigma comunicativo en que este tipo de televisiones se pueden incluir y que practican con mayor o menor intensidad.

2.5.2. La TV local como medio comunicativo interactivo.

Cuando nos referíamos al proceso histórico de conformación del sistema televisivo español a partir de la transformación de los ciudadanos en audiencia, en meros clientes de productos comerciales, estábamos incidiendo en la adopción de una metodología de medición y análisis específico. En ese sentido, argumentábamos que el objetivo de la medición de audiencias era determinar la importancia y presencia del medio utilizando unas variables de observación básicamente cuantitativas, y era, por ello, limitada y diseñada en función de los anunciantes³³⁹.

En cambio, el paradigma comunicativo que se presenta como alternativo a esta consideración del público, y que requiere métodos de análisis cualitativo, se deriva de las posturas críticas a la industria cultural y a este sistema mercantilizado que ya comentamos.

Este método de análisis hunde sus raíces mucho más atrás, concretamente en la lingüística estructural y, con el paso de los años, acabaría constituyendo un paradigma comunicativo en el que intervienen múltiples disciplinas sociales y humanísticas que se sincretiza en el ámbito de la teoría semiótica.

La propuesta de este paradigma de la comunicación, fundamentalmente inserta al emisor y receptor en sus entornos

³³⁹ Capítulo 1º.3.2, p. 66.

discursivos inmediatos y explicita que, en condiciones ideales, el contenido de los mensajes distribuidos entre ambos polos comunicativos es negociado dialécticamente en función de códigos formales sígnicos y normativas sociales.

En este paradigma, al contrario que los utilizados actualmente por los emisores para justificar, reproducir y legitimar su existencia, el modelo comunicacional es bidireccional y, aplicado a la comunicación masiva, explica la escasa incidencia y adecuación de las propuestas del distribuidor de contenidos respecto a los receptores en muchos casos. En este paradigma el receptor, de manera activa, selecciona y asimila las proposiciones discursivas del distribuidor de contenidos o programador en función de sus propias competencias y necesidades de actuación práctica.

Este modelo, en todos sus términos, es el único que permite explicar un proceso de apropiación social de los medios de comunicación en sus distintos niveles y el más idóneo para entender la relación del nuevo sistema televisivo descentralizado respecto a toda aquella concepción teórica subyacente respecto a la proximidad, la participación, la democracia, etc., de esta alternativa comunicativa.

El problema de este modelo, y de su efectividad para explicar esas deseables tendencias de dotar de significación ciudadana el sistema político-comunicativo en general, es que, ni siquiera en el ámbito en el que mejor funciona que es el de la comunicación interpersonal o grupal, está exento de externalidades normativas y diferencias emisor-receptor.

Este desequilibrio entre la capacidad de emisor y receptor para producir y distribuir contenidos no permite, en ningún caso, conseguir ese ideal de la comunicación paritaria bidireccional y retroalimentada que subyace a todo aquel discurso sobre la función de los medios alternativos y de la descentralización.

No es que necesitemos otro modelo porque este no funcione, sino que precisamente es éste modelo el que establece los límites para que este ideal de máxima participación democrática sea posible de implantar en la práctica del sistema comunicativo masivo tradicional.

En el caso de la televisión local nos encontramos, por un lado, ante la modalidad que más se puede acercar a ese ideal comunicativo pero, además, también nos encontramos con la máxima contradicción.

Por un lado lo 'local' cumpliría aquel requisito de máxima interacción posible en un medio de comunicación por ser el entorno más inmediato de interacción social por encima del grupo social. Pero, de igual manera, la tele-visión por definición es dudosamente posible en entornos tan cercanos puesto que no está destinada a sustituir otras formas de comunicación social inmediata.

Por tanto, conseguir que el modo de funcionamiento y los objetivos comunicativos de un medio de comunicación necesariamente masivo o, como se ha llamado a veces a este nivel, mesocomunicativo, cumpla unas funciones que ni siquiera son realizables a nivel interpersonal en cuanto a participación, acceso, distribución equitativa de información, etc. es, cuanto menos, difícil de llevar a la práctica por el alejamiento intrínseco que la tecnología de visión a distancia ejerce respecto a sus receptores.

Es muy complejo, en consecuencia, que la televisión local, o la televisión de proximidad, realmente se desarrolle hasta los límites teóricos deseados aunque, no obstante, cabe resaltar que, para el panorama comunicativo nacional y europeo, la descentralización supone un importante avance en esa dirección. A pesar de los límites expresados, conviene destacar que esa posibilidad, esa tendencia subyacente en este proceso de quiebra de los sistemas centralizados nacionales, supone la adopción de una alternativa comunicativa real.

Desgraciadamente, esta alternativa pronto se vería sumergida en dinámicas que no permitirían ahondar a estos emisores locales en la democratización de la sociedad y, actualmente, convive como alternativa comunicativa en el seno del sistema comunicativo nacional, pero con evidente desigualdad de fuerzas para su implantación efectiva respecto a otros actores del sector.

2.6. La televisión privada comercial en España.

A pesar de la apuesta rupturista que suponía para el sistema televisivo español la implantación de un modelo comunicativo descentralizado y mínimamente interactivo en el sentido expresado, el desarrollo de esta opción quedó relegada, y ninguneada en el caso de los emisores locales, ante la presión del sector privado por obtener instrumentos comunicativos a nivel nacional alternativos a los gubernamentales.

Esta alternativa que proponía la introducción de la iniciativa privada en el sistema, como es evidente, no suponía una alternativa comunicativa real, por mucho que se intentase justificar en ese sentido, sino que suponía una alternativa puramente industrial pues, hasta la actualidad, la introducción del sector privado en el sistema televisivo español sólo ha contribuído a profundizar, más si cabe, en aquella conformación del público en clientes-audiencia que la televisión pública estatal ya había iniciado unos años atrás.

El desembarco del sector privado provocó, además, un efecto arrastre al resto de propuestas de los emisores autonómicos y locales que acabaría convirtiendo el sistema televisivo español en lugar privilegiado para dirimir los enfrentamientos entre distintas opciones políticas y económicas a lo largo de toda la década de los noventa y que obligaría a todos los emisores a competir con ofertas cada vez más parecidas a la comercial.

En esta lucha por la obtención de cuotas de representatividad e influencia social el gran perdedor sería la televisión de servicio ciudadano que, con los años, casi ha desaparecido e, incluso, ha sido anatémizada. Y los grandes perdedores, como es normal, han sido los emisores pequeños, que hasta la actualidad padecen los efectos de pugnas políticas y económicas ajenas al sector y, finalmente, los propios ciudadanos, que disfrutaban de un dudoso pluralismo de ofertas televisivas a pesar de la multiplicidad de actores en el sistema.

Como consecuencia del nuevo contexto ultracompetitivo, los emisores locales no han tenido más opción que la integración en la dinámica comercial que proponen los grupos de comunicación nacional o, por el contrario, han adoptado una actitud de resistencia casi heroica para permanecer fieles a sus objetivos fundacionales, como alternativa comunicativa ciudadana ante la estandarización y centralización del flujo de distribución simbólica propuesto por la industria cultural.

La televisión privada supondría, además, una importante convulsión en el modelo de financiación y en la estructura de la

industria publicitaria española en general, afectando no sólo al sector televisivo sino a todos los sectores comunicativos conexos³⁴⁰.

A pesar de lo que podría parecer a primera vista, en función de sus objetivos fundacionales, ni siquiera los canales autonómicos quedaron al margen de la presión del sector privado, que había hecho reiterados intentos de implantarse a nivel regional y, como ya dijimos, tampoco TVE, pues todos ellos dependen fuertemente de los ingresos publicitarios para su financiación.

Por otro lado, los grupos empresariales vienen considerando la televisión como sector estratégico para la expansión de empresas, en muchos casos formando holdings de medios de comunicación e industrias culturales anexas, entre las que siempre han figurado las televisiones regionales como un apetecible sector de expansión³⁴¹, no sólo desde grupos nacionales sino también internacionales³⁴² y, como veremos en la segunda parte de esta tesis respecto a RTVV-Canal 9, con renovado esfuerzo.

El sector local, en cambio, todavía permaneció durante unos años ajeno a esta voracidad explícita de los grupos mediáticos que ya veían satisfechas sus demandas con esta regulación, aunque los operadores locales debieron posicionarse ante la una nueva modalidad, la televisión privada, que de nuevo omitía incluir el sector como parte importante del sistema televisivo.

³⁴⁰ De igual manera que se produjo cuando se introdujeron los canales autonómicos y locales respecto a los medios de comunicación regional. En 1984 en *El País*, 2 de Febrero ya se encuentran titulares denunciando la “Competencia de la publicidad televisiva a los periódicos”, y la transformación que suponía la introducción de nuevos actores al mercado en cuanto a competencia tarifaria.

³⁴¹ *La Voz de Galicia* intentó poner en marcha un medio de comunicación regional de ámbito privado impulsando una campaña periodística desde el propio medio ante las expectativas de regulación de la televisión privada, *La Voz de Galicia*, 3 de Enero de 1986, “Libertad de Televisión.

³⁴² Berlusconi desde 1985, con la adquisición de los Estudios Roma en Madrid, iniciaría un importante esfuerzo de implantación en nuestro país entre cuyos objetivos se incluía la televisión autonómica de Madrid, *Las Provincias*, 18 de Septiembre de 1988, “Berlusconi inicia su batalla por el control de las televisiones autonómicas en España”. Para entonces se estimaba que el volumen de negocio publicitario de la televisión se acercaría el medio billón de pesetas, cifras muy apetecibles para multitud de potenciales operadores privados, *España Económica*, 1 de Enero de 1989, “Medio billón está en juego”.

2.6.1. La involución de la nueva ley.

En los momentos inmediatamente anteriores a la regulación de la televisión comercial, los pequeños emisores locales intensificaron sus campañas para que se normalizase su situación legal que desde 1985 se había venido reclamando, con la ya mencionada constitución de la Federación Pro-Legalización de las Televisiones Locales en Catalunya³⁴³. Pero, paralelamente, el sector privado iba ocupando el espacio local mediante múltiples iniciativas de pequeños y medianos empresarios que se irían implantando por todo el territorio nacional, utilizando tanto tecnología de transmisión por ondas como el cable.

La Ley de Televisión Privada³⁴⁴, sin embargo, no se ocupó de regular tampoco el sector privado de ámbito local o regional, sino que establecía un marco normativo que sólo legalizaba la televisión comercial de ámbito nacional que era, en aquel momento, la siguiente prioridad del ejecutivo socialista tantos años relegada en la agenda gubernamental y entonces posible una vez consolidado el papel de las instituciones políticas en el conjunto del sistema audiovisual estatal-autonómico.

La ley introducía, no obstante, la previsión de "la emisión de programas para cada una de las zonas territoriales que se delimiten en el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada"³⁴⁵, y establecía, como uno de los criterios para determinar la adjudicación de concesiones, la "capacidad de las sociedades solicitantes para atender las necesidades de programación con una cobertura limitada a cada una de las zonas territoriales"³⁴⁶.

Estas prescripciones legales introducían la obligatoriedad de operar en ámbitos autonómicos en competencia con las ya existentes desconexiones territoriales de la televisión pública nacional y las

³⁴³ En 1987 el esfuerzo de presión realizado por esta federación ya había alcanzado la repercusión suficiente para formar parte de la agenda informativa de los medios impresos y merecer titulares en periódicos como *El País*, 19 de Agosto, "90 Televisiones Locales luchan por conseguir un marco legal", aunque en el ámbito catalán ya se trataba de una realidad conocida y patente, *La Vanguardia*, 4 y 5 Enero de 1985, "Breve repaso a las televisiones locales catalanas".

³⁴⁴ Ley 10/88 de 3 de Mayo.

³⁴⁵ Artículo 4.2.

³⁴⁶ Artículo 9.1.d).

emisoras autonómicas, de manera que se profundizaba en la complejidad de un sistema audiovisual que se continuaba regulando parcialmente y, sobre todo, sin definir un marco general para todo el sector televisivo.

La televisión local quedaba fuera del marco normativo y, además, se introducían nuevos operadores nacionales que, en cierta medida, irrumpían y deslegitimaban el proceso de descentralización llevado a cabo por la Ley del Tercer Canal que había continuado considerando la televisión como un servicio de titularidad pública y, con la nueva regulación, se introducía en el ámbito autonómico la televisión privada sin que las autonomías tuviesen un papel relevante en su control.

Se podría haber diseñado, sin demasiado problema, un proceso concesional a nivel autonómico y que respondiese a la nueva distribución de los poderes territoriales pero, en cambio, se reforzó mucho más el papel central del estado en lugar de dotar a los poderes regionales de mayores competencias para la ordenación de sus respectivos sistemas televisivos.

La ley determina, por un lado, que el despliegue de la red de transmisión de las tres futuras concesiones de televisión privada dependerá de la regulación del espectro radioeléctrico mediante la promulgación de un Plan Técnico, y cuyo responsable será el Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones³⁴⁷. De otro lado, establece límites sobre los contenidos de la programación de los concesionarios de emisoras justificando la sujeción de su actividad a lo establecido en el ERTV³⁴⁸ en cuanto servicio público esencial, pero reflejando claramente una actitud tendente a regular más el mercado publicitario que incidir en la supuesta función pública que estos emisores deberían cumplir³⁴⁹.

³⁴⁷ Artículos. 5 a 8.

³⁴⁸ Artículo 3.

³⁴⁹ “La publicidad emitida por los titulares de las concesiones no podrá ser superior al 10 por 100 del total de horas de la programación anual. En ningún caso, el tiempo de emisión destinado a publicidad podrá ser superior a diez minutos dentro de cada hora de programación”, Artículo 15.

En todo caso, estas prescripciones legales no se han cumplido nunca³⁵⁰, y la justificación de la titularidad estatal del servicio de televisión excusada en la gestión del espectro radioeléctrico es, cuanto menos, un argumento débil.

Paralelamente a la promulgación de la Ley de Televisión Privada, se desarrolló e implantó la Ley General de Publicidad³⁵¹, en la que se insiste en poner límites a la actividad comercial de los anunciantes y, en último término, de los distribuidores de esos mensajes publicitarios.

Se apuntan cosas del tipo “es engañosa la publicidad que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico, o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor”³⁵² que, no cabe decir, en aquel contexto se utiliza como justificación del papel garante del estado ante la liberalización de un servicio público considerado esencial.

Como venimos diciendo, esencial para los propios intereses institucionales, políticos, económicos, etc. de todo el mundo excepto de los ciudadanos que todavía carecen de un servicio público de televisión adecuado a las premisas reflejadas en la Carta Magna.

En consecuencia, la Ley de Televisión Privada supuso un paso atrás para el sistema televisivo español, no tanto por la introducción de la iniciativa privada en el sector, que es legítima, sino porque se vuelve a recentralizar y remarcar el papel del estado haciendo retroceder la concepción del sistema a posiciones preconstitucionales.

La intervención del estado se justifica, además, tanto desde un punto de vista técnico como en cuanto al papel de la administración central como garante de la función pública del servicio de televisión pero, ni los condicionantes técnicos ni esa tutela estatal parecen

³⁵⁰ Los apartados a) y b) del Artículo 14.3, referidos a la obligación de programación propia de un 15% y un 40% del total procedente de los países europeos, se han vulnerado constantemente, a pesar de la facilidad de adaptación que la ley refleja en la Disposición Transitoria Primera, dejando un plazo de 3 años para su cumplimiento; en el caso de la publicidad la vulneración de la ley ha sido práctica común.

³⁵¹ Ley 34/88, de 11 de Noviembre.

³⁵² Artículo 4.

justificadas en el contexto del sistema democrático surgido tras la transición.

2.6.2. La televisión local ante la desregulación del sistema.

Lo más destacable de esta legislación, en lo que nos interesa, es la limitación legal de que la programación regional supere en ningún caso la duración de la programación nacional³⁵³. Aunque existiese esa intención de regionalización por parte de los emisores, legalmente se prohíbe y, con ello, se impide que el desarrollo territorial de emisores en las autonomías profundice en la descentralización del sistema televisivo estatal.

Si a ello, unimos el renovado impulso de la administración por castigar a los emisores locales con expedientes administrativos e intentos continuados de cierre de televisiones durante el período en que se gestaba la implantación de la televisión privada nacional, no es difícil concluir que estos cierres parten de una actitud consciente y elaborada.

Una actitud institucional hacia el sector local destinada a no permitir la consolidación del sector televisivo en ese ámbito y, por extensión, una clara intención de limitar el poder y representación de, primero las autonomías y, después los municipios, en el sistema político, económico y social que, en principio, se desprendía de los preceptos de la Constitución Española.

En lugar de definir un marco legal que permitiese el desarrollo e implantación efectiva de las prescripciones legales contenidas en la legislación sobre televisión y en el modelo territorial surgido tras la transición española, se prefiere regular la nueva modalidad de televisión privada nacional.

Una modalidad de televisión que, por un lado, está limitada financieramente en cuanto a que ha de competir por el mercado publicitario con RTVE y el resto de cadenas públicas autonómicas; y, por otro lado, se deja una parte importante del sistema televisivo

³⁵³ Artículo 14.1: "... En ningún caso la duración diaria de la programación con dicha cobertura limitada podrá exceder la duración diaria de los programas con cobertura nacional".

español, los emisores locales, en el más absoluto desamparo legal y a merced de arbitrarias decisiones gubernamentales que consientan, o no, el ejercicio de esta actividad, tanto a nivel estatal como autonómico o municipal.

En el caso de la televisión por cable, por ejemplo, al desarrollar la red de transmisión utilizando el espacio público y siendo este de titularidad municipal la autorización de esta actividad podría ser consentida o no por el gobierno municipal³⁵⁴ pero, por otro lado, la falta de regulación de esta modalidad de televisión justificaba la intervención de otros poderes supramunicipales basandose en la falta de autorización para operar³⁵⁵.

En el caso de la televisión por ondas, por su parte, se esgrimía el argumento de que se estaba ocupando el dominio público igualmente al utilizar una parte del espectro radioeléctrico para el que el estado no había previsto ni reservado espacio para estos operadores, y siempre se dejaba para después la regulación del sector³⁵⁶, con la amenaza latente de cierre por ocupación ilegal de frecuencias de emisión.

No obstante, durante estos años, y a pesar de la falta de regulación continúan apareciendo televisiones locales por todo el estado español. Ocupando, en algunos casos, el espacio comunicativo que restaba en las autonomías que aún no habían desarrollado una televisión en su ámbito territorial, fenómeno que se observa sobre todo en el caso de Canarias, Baleares y Castilla-Leon y, en otros casos, sin mayor razón que la iniciativa y el impulso privado o público municipal, el número de emisores locales va creciendo nétamente, al

³⁵⁴ En algunos casos incluso impulsada por el Ayuntamiento, *Las Provincias*, 16 de Diciembre de 1987, “El Ayuntamiento de Torrent autoriza las obras para la instalación de dos televisiones por cable”.

³⁵⁵ En aquellos momentos, con la vigente la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones promulgada en 1987, y basandose en la falta de concesión, aunque el tiempo acabaría por hacer estas intervenciones y cierres no procedentes por la inaplicabilidad de esa ley al sector.

³⁵⁶ En unas declaraciones de Jose Barrionuevo, entonces Ministro de Transportes, se dejaba la regulación del sector para después de las elecciones de 1990, pero realmente tal regulación sólo se produciría antes de acabado el periodo de gobierno socialista y con muchas prisas, *Cinco Días*, 4 de Octubre de 1989, “La Administración regulará la TV local en la próxima legislatura”.

tiempo que algunas experiencias alternativas se agotan y se transforman o desaparecen.

Lo más destacable de estos inicios de década de los noventa es que, al tiempo que se extiende y generaliza el sector local en todo el ámbito territorial del estado, se empieza a organizar igualmente el sector privado de televisión local.

Con las televisiones privadas nacionales ya en marcha³⁵⁷ y una parte del sector agrupado en torno a un modelo de televisión local de servicio público municipal en el que no participaba la iniciativa privada³⁵⁸, los operadores privados iniciaron las conversaciones para constituir un órgano de presión a nivel estatal³⁵⁹ que acabaría con la constitución de la Asociación de Televisiones Locales (ATEL).

Esta asociación nacional, impulsaría un modelo definido de televisión local basado en una alternativa profesional, de calidad y con recursos suficientes, sin más restricciones que las técnicas para llegar a un ámbito de cobertura inferior al regional³⁶⁰.

Por otro lado, se constituye en 1992 en Valencia Coordinadora Estatal de Televisiones Locales (CETEL), en un intento de “coordinar iniciativas e intercambiar informaciones desde la soberanía respectiva

³⁵⁷ La adjudicación de las concesiones se hace pública el 25 de Agosto de 1989 y el 25 de Enero de 1990 comienza a emitir Antena-3. Tele-5 iniciaría sus emisiones el 1 de Abril y, poco después, en Septiembre, Canal +. Los tres consorcios de televisión estaban constituídos por grupos multimedia nacionales e internacionales que, en el caso de Tele-5 Fininvest-Berlusconi (que por fin entró en el mercado nacional), Anaya y la ONCE, en cuanto a Antena-3 el Grupo Godó, Abc y el grupo Correo (posteriormente tomaría el control indirecto Banesto, saltándose toda legislación), y Canal+ que estaba compuesta por el Grupo PRISA y Havas y varios bancos, entre ellos el BBVA. Para una descripción de los movimientos accionariales durante la década y las estrategias empresariales, Giordano, E.; Zeller, C. (1999): *Políticas de televisión*, Icaria, Barcelona, pp. 69-88.

³⁵⁸ Ni podía participar por la distancia que separaba a estos empresarios del resto de iniciativas de televisión local. La asociación que agrupaba a las emisoras catalanas excluía el ánimo de lucro de sus objetivos y entendía este tipo de emisores como alternativa comunitaria y de participación ciudadana, como ya se ha expuesto.

³⁵⁹ A partir del I Congreso de TV Locales de Segovia en que se hace patente la fractura entre ambos sectores, como señalan García Matilla, A.; Pérez, F. (1997), Op. cit. p. 126, p. 76., al intentar llegar a un acuerdo para la redacción de unos estatutos para el sector a nivel nacional, El Independiente, 19 de Marzo de 1991, “Las televisiones locales enfrentadas en sus intereses”.

³⁶⁰ El enfrentamiento entre los distintos sectores fue patente desde los inicios,

y la diversidad de puntos de vista”³⁶¹. Esta asociación estaba integrada por las federaciones andaluza, catalana, valenciana, balear y canaria, aunque, aun siendo el colectivo más representativo de los emisores no privados, su operatividad fue bastante limitada³⁶².

En cambio, ATEL sí desarrollaría una actividad de importante repercusión con el objeto de dar significación al sector e impulsar su desarrollo y regulación. A partir de su constitución en agosto de 1991, parecería que esta asociación es la representante del sector puesto que es la que mayor visibilidad social tiene durante los siguientes años.

En octubre de ese año, comienza la campaña mediática para la legalización del sector desde la iniciativa privada con este modelo de televisión local propuesto desde esta asociación, y utilizando una estrategia propagandística que básicamente se fundamenta en dos ejes.

El primero de ellos es dar a conocer la relevancia e importancia del sector y su potencial económico y, en segundo lugar y en consecuencia, apelar a su necesaria regulación³⁶³. No se trata ya tanto de entender el sector como potencialmente válido como alternativa comunicativa social y ciudadana sino, más bien, como una alternativa económica e industrial.

Al margen del número de emisoras que realmente existían a nivel local durante los primeros años de la década³⁶⁴, lo significativo es que se trata de un sector ya con más de 10 años de implantación como realidad comunicativa social que, a partir de estos momentos, comienza a reproducir a pequeña escala las contradicciones que el sistema televisivo nacional arrastraba desde muchos años atrás.

³⁶¹ García Matilla, A.; Pérez, F. (1997), Op. cit. p. 126, p. 77.

³⁶² Ibid.

³⁶³ En Octubre de 1991, dando cifras seguramente hinchadas, empiezan a aparecer regulares “noticias” sobre la televisión local en prensa económica y general. *Expansión*, 4 de Octubre, “Especial Televisión. Las alegales”, en donde se contabilizan un total de 395 emisoras en todo el territorio nacional, según ATEL.

³⁶⁴ Los datos son dispares y, por ejemplo, se estimaba que existían unos 500 videos comunitarios hacia 1989, y no se podía determinar con exactitud cuales de ellos emitían programación local, según datos recogidos en Navarro Moreno, J.A. (1999), Op. cit. p. 122, p. 152.

A partir de este momento, el sector de televisión local, se verá condicionado por la implantación de las tesis comerciales, y paulatinamente se irá relegando a un segundo plano la importancia de la alternativa comunicativa que suponen los medios locales, en el sentido tradicional del término. Aunque, en todo caso, se asume positivamente que esa función de aproximación a las realidades sociales inmediatas es objeto de desarrollo económico e industrial por encima de la utilidad supuesta al sector local para impulsar dinámicas de participación ciudadana³⁶⁵ que, hasta entonces, se analizaban aisladas del entorno industrial y económico.

2.6.3. El sistema televisivo español público-privado.

Como resultado de la inclusión de operadores privados en el sistema televisivo la financiación se convertiría en un creciente problema para todo el sector, pero también adquiriría una importancia que hasta no hace mucho no había tenido.

De esta manera, la utilización del recurso a la publicidad por parte de los medios públicos para garantizar su financiación, comenzaría a ser blanco predilecto de los ataques de todo el sector de televisión privada comercial en un intento de limitar la pérdida de ingresos que, según afirmaban, suponía esta competencia desleal para estos operadores comerciales³⁶⁶

³⁶⁵ Como veremos más adelante, cuando analicemos la regulación del sector, esta experimentación y alternativa que supusieron originalmente estos medios se vehicula, con suerte, a través de algunas autonomías en función de intereses políticos determinados representados en la promoción lingüística y cultural propias pero, en definitiva, impuestos institucionalmente, obviando y relegando la innovación que suponía que este tipo de propuestas partan de la iniciativa popular.

³⁶⁶ Estas continuadas denuncias comienzan ya en 1974 a nivel Europeo, con el caso Sacchi, en que se planteaba si era legítimo el monopolio público de la televisión en el marco de la Unión Europea. Después de haber conseguido la penetración de las empresas privadas, la presión se dirige hacia un nuevo objetivo “neutralizar la competitividad de las televisiones públicas. A finales de 1999 la Comisión Europea ya había recibido multitud de quejas de televisiones privadas de toda Europa, incluyendo España, y que a falta de pronunciamiento de la Comisión acabó en una demanda ante el Tribunal Europeo de Justicia que acabó dando la razón a las privadas respecto a la competencia desleal del sector público, Moragas, M.; Prado, E. (2000), Op. cit. p. 81, pp. 94-98.

En ese sentido sirva de ejemplo la postura mantenida por la Unión de Televisioines Comerciales Asociadas (UTECA)³⁶⁷ sobre los límites y condicinantes que necesitaría la televisión pública española para, según esta asociación, mantener la financiación estable del sector televisivo, y que igualmente era secundada por el resto del sector privado que opera en el ámbito local.

Hoy continúa el proceso de ataque y derribo hacia la televisión pública ante los evidentes incumplimientos de las funciones sociales que se le suponen y la encarnizada lucha por las audiencias en que se habían embarcado las emisoras de titularidad estatal y autonómica³⁶⁸, exigiendo en repetidas ocasiones a los organismos europeos la aplicación de la normativa vigente³⁶⁹.

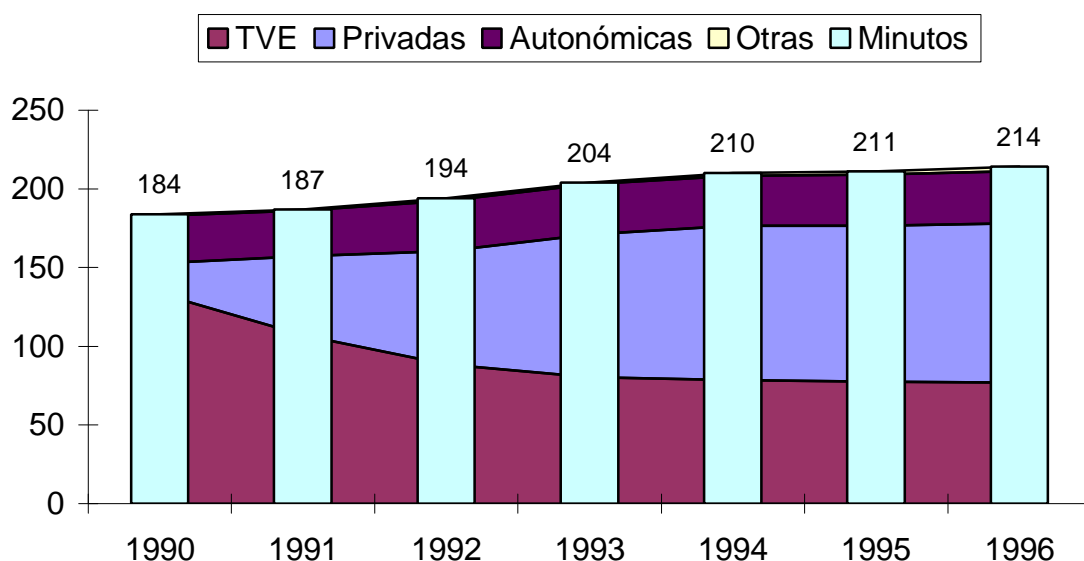
La profunda transformación que para el sistema televisivo nacional supone la legalización de la competencia privada es palmaria, como se puede observar en el siguiente gráfico.

³⁶⁷ Integra a las empresas de televisión privada españolas Antena-3, Tele-5 y Canal+, y se creó en Febrero de 1998 y entre cuyos fines está básicamente “ser un grupo de reflexión, recomendación y acción” en todas aquellas materias de interés para sus asociados, es decir, un organismo de presión para “colaborar o llevar a cabo medidas de promoción de la televisión comercial en todas sus formas”, en <http://www.uteca.com>

³⁶⁸ En Febrero de 2002 UTECA, en rueda de prensa, manifiesta su descontento ante la agresiva política de captación de recursos publicitarios emprendida por RTVE en los últimos años y, especialmente, desde su adscripción a la SEPI. Las propuestas de UTECA respecto al papel de TVE en el mercado se resumen en las siguientes: que TVE-1 sólo comercialice 6 minutos de publicidad por hora y nunca entre las 21 y las 24 horas; que TVE-2 tenga un máximo de 3 minutos por hora; que las tarifas estén en consonancia con su audiencia y los precios de mercado; y que sus contenidos justifiquen su condición de servicio público, señalando que de continuar esa dinámica están abocadas a la quiebra, en UTECA, 27 de Febrero de 2002, “El Mercado Publicitario Español”, Rueda de Prensa, se puede consultar en <http://www.uteca.com/documentos/uteca14/fichero.doc>. En Octubre de 2002, el presidente de la SEPI, Ignacio Ruíz Jarabo, justifica esta actitud de TVE por el liderazgo de audiencia, ABC, 18 de Octubre de 2002, “SEPI justifica la agresividad comercial de TVE por el liderazgo de audiencia”. La cadena, según este diario, tiene durante este 2002 un 31,8% de cuota de mercado publicitario, mientras que su audiencia es de un 34%.

³⁶⁹ El 15 de Septiembre de 1998 el Tribunal Europeo de Justicia se pronunció sobre la denuncia presentada por Tele-5 respecto a la conculcación del Artículo 92 del Tratado de la Comunidad Europea que suponía la financiación pública de las televisiones, dando la razón a la cadena privada, de igual forma que había hecho con otras demandas presentadas por otros emisores europeos, pero sin tomar medidas que resuelvan, hasta la fecha, el problema planteado para los estados miembros, según denunciaba UTECA en 1999 y adoptando una postura común en el seno de la ACT (Asociación de Televisioines Comerciales Europeas), en UTECA (1999): “Posición de la Asociación Europea de Televisioines Comerciales (ACT) sobre la aplicación de las reglas comunitarias de competencia a los operadores públicos de televisión”, en <http://www.uteca.com/documentos/uteca4/fichero.doc>.

Gráfico 5. Evolución del consumo de TV y share (minutos)³⁷⁰.



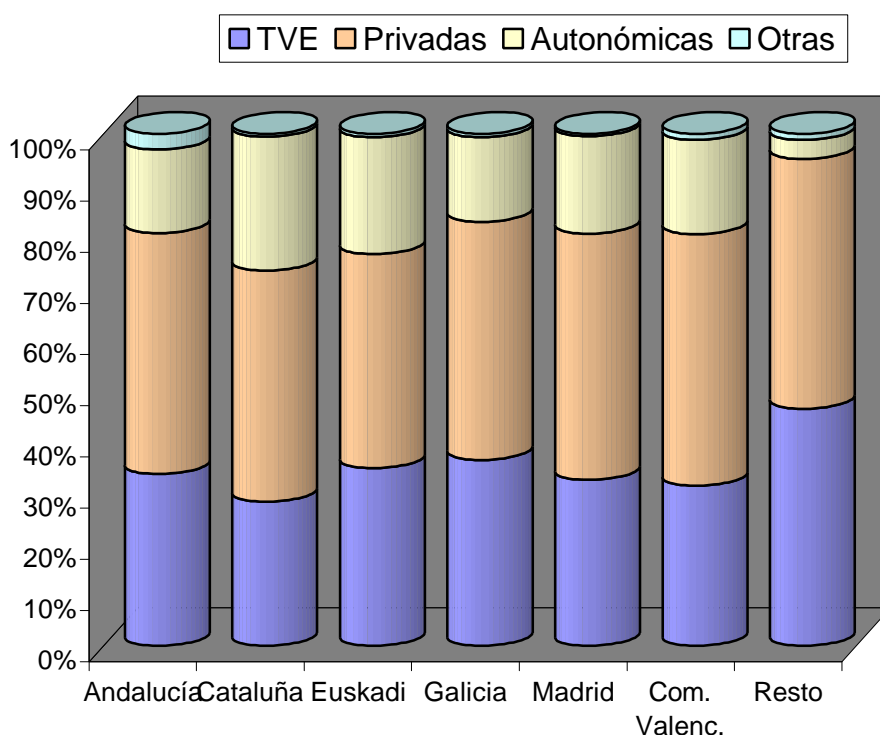
Cómo se puede observar, por un lado aumenta el consumo de televisión con el aumento de la oferta de canales pero, igualmente, ese tiempo total de consumo se redistribuye entre las cadenas con un trasvase importante de audiencia desde la televisión pública a las privadas de ámbito nacional, mientras las autonómicas continúan manteniendo su cuota de pantalla.

El consumo de televisión en las regiones refleja, por su parte, una importante penetración de algunos de los canales autonómicos en su ámbito de cobertura, sobre todo en Cataluña. Una aceptación por parte de la audiencia, en todo caso, muy inferior a la que sería deseable y que, mayoritariamente, prefiere la oferta comercial de las televisiones privadas antes que cualquier otra opción.

Si observamos el gráfico siguiente, se puede ver la importante cuota de audiencia que la oferta privada obtiene en todas las autonomías, superando conjuntamente a TVE y, en algunos casos, a todas las cadenas públicas de ámbito nacional y autonómico.

³⁷⁰ Anuarios Sofres.

Gráfico 6. Consumo de televisión y share por regiones en 1996³⁷¹.



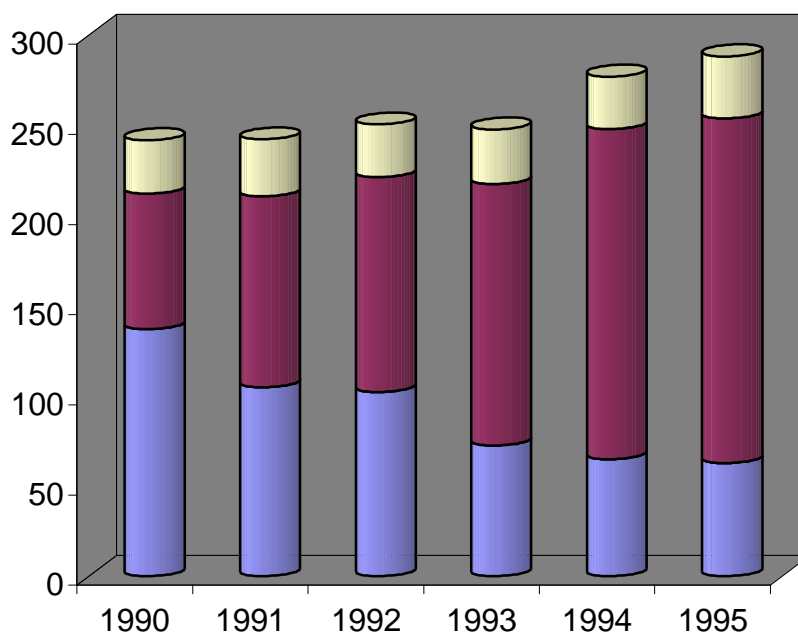
El aumento de la competencia también queda reflejado por el importante incremento de publicidad que emiten las cadenas y, entre 1984 y 1989, se multiplica por 4 con una tendencia al descenso de las tarifas.

En 1992 se emitieron un total de 3.400 horas de publicidad por televisión (unos 600.000 anuncios), pero rebajando 2/3 los ingresos efectivos calculados en un total de 213.000 millones de pesetas, de los cuales la mitad fue a parar a TVE, un tercio a las privadas y el resto a las autonómicas. En 1993 continuó aumentando la emisión de publicidad hasta las 4.300 horas (700.000 anuncios) y descendieron los ingresos en 2.500 millones de pesetas, aumentando su cuota de mercado publicitario las privadas, que participan ya en un 46.5% del mismo³⁷².

³⁷¹ Anuarios Sofres.

³⁷² Alonso Erausquin, M. A. (1996), Op. cit. p. 152, p.209.

Gráfico 7. Evolución de la captación publicitaria por las cadenas (miles de millones de ptas)³⁷³



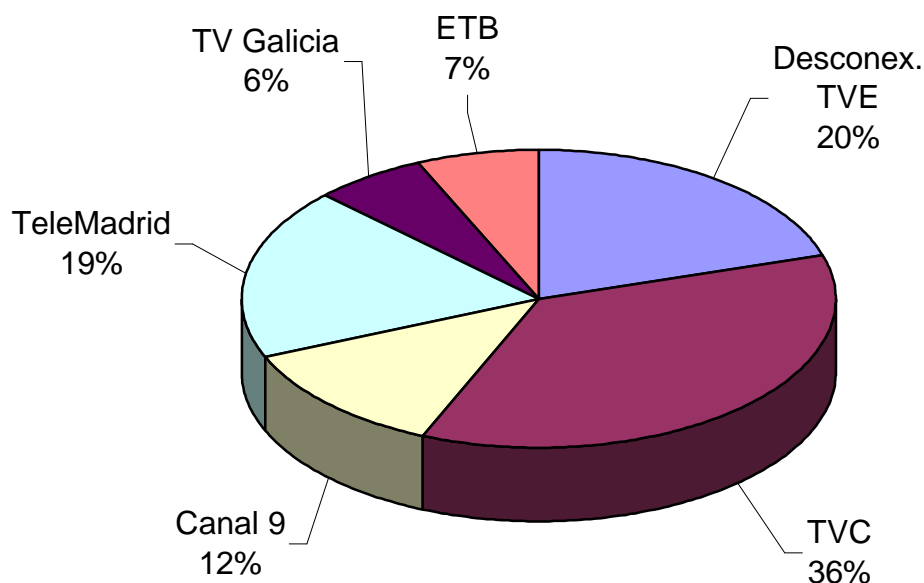
En 1995 se habían emitido un total de 1.292.229 anuncios y unas 10.000 horas de publicidad en total, llegando a una facturación publicitaria conjunta de 219.324 millones de pesetas, según la inversión real estimada³⁷⁴, repartida en las cuotas correspondientes de la siguiente manera por los emisores regionales, con incrementos generalizados año tras año.

Según muestra el siguiente gráfico, en 1995 TVC superaba con creces los recursos publicitarios que captaba el conjunto de Centros Territoriales de TVE repartidos por todo el territorio español. La televisión pública nacional sólo mantenía el 20% de cuota de mercado del total, encontrando fuerte competencia en televisiones autonómicas como RTVV o TeleMadrid, en un claro proceso de progresiva pérdida de presencia territorial con sus desconexiones.

³⁷³ Datos recogidos en Moragas, M.; Prado, E. (2000), Op. cit. p. 81, p. 281.

³⁷⁴ Infoadex, Anuario 1996.

Gráfico 8. Inversión estimada TV Autonómica y Circuito Territorial TVE en 1995.



A estos cambios profundos del sector televisivo español introducidos por la competencia y derivados de la progresiva fragmentación de las audiencias, el encarecimiento de los costes de programación y la repercusión final sobre las tarifas reales³⁷⁵, se añaden las incertidumbres propias de una financiación poco estable que provoca, en última instancia, que los emisores se lancen a una carrera frenética por la audiencia saltándose toda regulación posible del sector³⁷⁶.

Las importantes repercusiones que los aplazamientos sucesivos de implantación de la Directiva sobre Televisión sin Fronteras eran denunciados, ya en 1994³⁷⁷, ante la incapacidad de la industria española para adaptarse, por sí misma, a un entorno cambiante y caracterizado

³⁷⁵ Bustamante, E. (1999), Op. cit. p. 46, pp. 79-80.

³⁷⁶ En el marco de la Unión Europea se había firmado en Mayo de 1989 en Estrasburgo el Convenio sobre Televisión Transfronteriza, pero sólo sería ratificado muy recientemente, en 1998, BOE nº 96/98, 22 de Abril.

³⁷⁷ Álvarez Monzoncillo, J.M. (1994): "Perspectivas de la industria audiovisual española. Un difícil reto en el marco europeo", en *Telos*, nº 39 Sep-Nov, http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_039/index_039.html?cuaderno_central5.html

por “la presión tecnológica, los cambios sociales, las alteraciones en el marco regulatorio, el incremento de la competencia internacional”³⁷⁸.

No obstante, las televisiones autonómicas reaccionan bien ante la competencia y se resienten muy poco en relación a la profunda crisis que esta competencia provoca en RTVE³⁷⁹ en general y en sus Circuitos Territoriales en particular.

RTVE, a pesar de aumentar casi un 20% los minutos de publicidad y el número de anuncios emitidos por encima del 18% en el período 1994-1995 no puede evitar que disminuyan un 6,52% sus ingresos publicitarios³⁸⁰, dando claros síntomas de su incapacidad para competir con las televisiones autonómicas que, por otro lado, no dejan de aumentar su deuda de igual manera que la televisión pública estatal, y el resto de televisiones³⁸¹.

No existen datos de las televisiones locales³⁸², como viene ocurriendo por las razones comentadas, pero a estas disputas no

³⁷⁸ La Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, establecía de forma gradual la incorporación de las indicaciones contenidas en la Ley de Televisión Transfronteriza, respecto a las cuotas de obras europeas y limitaciones del tiempo publicitario, derogando todo lo relativo al contenido en la Ley de Televisión Privada, mediante Ley 25/94 de 12 de Julio.

³⁷⁹ A partir de 1990, con Jordi García Candau como director del ente y Ramon Colom al frente de TVE, se inicia un proceso de retorno a la financiación pública tras repetidas solicitudes de intervención estatal ante la deuda acumulada que arrastra la empresa pública, junto a prejubilaciones y planes de mejora de gestión que no consiguen sacar a Televisión Española y sus sociedades de la profunda crisis en que estaba. A partir de 1994 se realiza una reducción de 4.000 empleos y se comienza a asumir parte de la deuda, *La Gaceta de los Negocios*, 22 de Septiembre de 1993, “RTVE prepara una nueva reducción de 4.000 empleos”, y *Cinco Días*, 30 de Septiembre de 1993, “El estado asume una deuda de rtve de 30.500 millones”.

³⁸⁰ Datos de Infoadex, Anuario 1996.

³⁸¹ En 1995 la deuda global de las distintas televisiones públicas ya ascendía a más de 225.000 millones de pesetas, y habían registrado conjuntamente unas pérdidas de casi 180.000 millones, *Expansión*, 27 de Abril de 1996, “Las televisiones publicas perdieron 179.420 millones en 1995 y arrastran una deuda de 227.021 millones”, pero también las privadas, incluso siendo líderes de audiencia, estaban fuertemente endeudadas, *El País*, 8 de Mayo de 1996, “Antena 3 termino 1995 con deudas de 66.000 millones pese a declarar beneficios”.

³⁸² Hasta 1997 la televisión local no empieza a considerarse como variable de medición en los estudios de AIMC/EGM, aunque ya desde 1995 se inicia la confección de censos a nivel nacional desde esta asociación.

permanecerían ajenos los distintos sectores en que se agrupaban los pequeños emisores locales.

No obstante, las nuevas realidades provocaron que las diferencias entre las distintas asociaciones se acentuaron todavía más ante las propuestas de inminente regularización del sector, en un intento por parte del sector privado local de participar en un pastel publicitario que, aparentemente, no dejaba de crecer y parecía poco explotado localmente³⁸³.

En 1994 se estimaba que el negocio del sector de las televisiones locales podría rondar los 10.000 millones de pesetas, daba empleo a unas 10.000 personas y alcanzaría una audiencia potencial de 500.000 personas³⁸⁴.

Cifras realmente desorbitadas e injustificadas si no se entienden como parte de una campaña para dar relevancia y peso económico al sector como comentábamos. Si había unos 400 emisores debería haber una media de 25 personas trabajando en la emisora, cifra a la que no parece que fuese posible llegar ni contando los colaboradores; si, igualmente, facturaban un total de 10.000 millones salían igualmente a 25 millones de media que ya quisiera la mayor parte del sector haber podido facturar. Ciertamente se encuentran emisoras con presupuestos de 190 millones anuales, como Onda Jerez, pero no era la tónica general³⁸⁵.

En 1994 se contabilizaban, según ATEL, un total de 394 televisiones locales en todo el territorio español, distribuidas como se

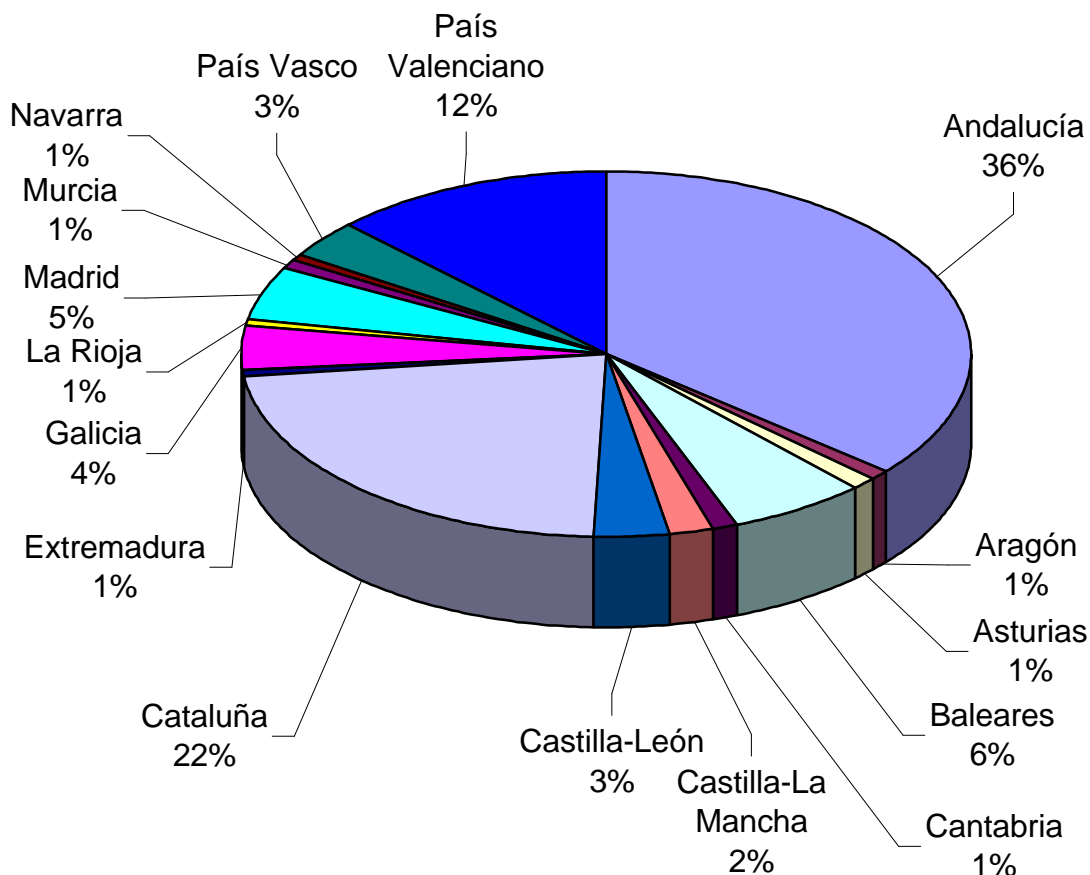
³⁸³ Desde 1990 también las empresas periodísticas se dirigen a este mercado en su estrategia de expansión, *El País*, 7 de Mayo de 1990, “15 nuevos periódicos preparan su salida en España”, la mayoría de carácter local o regional.

³⁸⁴ *Dinero*, 30 de Mayo de 1994, “Un negocio ilegal de 10.000 millones de pesetas: de Borrell depende el futuro de 400 televisiones”.

³⁸⁵ O TeleAlgeciras con 35 millones, también municipal, pero los ingresos distaban mucho de ser tan elevados y se recurría a una importante ayuda municipal, al endeudamiento o, si se trataba de televisión por cable, a la suscripción. Hay un análisis de cinco televisiones locales paradigmáticas (RTVCardedeu, OndaJerez, Teleón, TeleAlgeciras y TeleElx) de 1996 en Cinevideo20, Op. cit. p. 143, pp 8-21, en que se detallan las dificultades de financiación de estas emisoras estudiadas. En Barcelona desde 1991 también todos los barrios disponían de televisión, pero no agrupadas aún en torno a BTV y siempre con financiación mayoritariamente municipal, *La Vanguardia*, 19 de Abril de 1991, “TV Sarriá culmina el mapa de televisiones locales de Barcelona”.

muestra en el siguiente gráfico³⁸⁶, pero no es posible saber cuales iniciativas eran privadas y cuales municipales, ni tampoco mucho más.

Gráfico 9. Emisoras locales de existentes en 1994.



Lo único cierto es que se trataba de un sector que, aún sin aparecer en los estudios de audiencia ni tener más presencia institucional que la derivada de esa intención de presión para su legalización, ya era muy importante y había dejado de ser fruto de experiencias más o menos aisladas.

La televisión local estaba implantada con fuerza en todo el territorio español, aunque francamente relegada respecto a las

³⁸⁶ Según datos aparecidos en *El País*, 7 de Julio, Cfr. Xambó, R. (1996), Op. cit. p. 149, Cuadro 243, aunque este autor no precisa qué tipo de televisiones eran estas ni tampoco se puede saber si emitían con regularidad o no, etc.

continuas demandas de normalización, y lejos de ser un sector para la industria y la administración que tuviese el mismo interés que otras modalidades de televisión.

3. Algunas conclusiones.

En primer lugar, hay que destacar que la televisión local en nuestro país supone el primer intento efectivo de transformar el sistema audiovisual centralizado y estatal heredado del franquismo y que se trata de una propuesta comunicativa que se desarrolla al margen y en contraposición al modelo de sistema audiovisual que se venía definiendo desde la transición.

En nuestro país, las primeras experiencias de televisión local nacen como medios de comunicación alternativos y comunitarios, con el objetivo de facilitar el acceso y la participación ciudadana en la construcción simbólica del imaginario social de las comunidades locales, y asumiendo tardíamente las corrientes teóricas y las experiencias que se habían llevado a cabo en otros países del entorno.

De manera simultánea a las primeras televisiones comunitarias de nuestro país, la iniciativa privada y comercial comienza a promover televisiones locales por ondas o a partir de antiguos videos comunitarios que habían desplegado infraestructuras locales de cable.

En todo caso, en la implantación y desarrollo de las primeras televisiones del país el progresivo abaratamiento y facilidad de uso de los equipamientos audiovisuales juega un papel fundamental en todo el proceso, y colectivos y particulares con pocos recursos comienzan a acceder a tecnologías hasta entonces de gran complejidad y altos costes que estaban reservadas a un grupo reducido de grandes empresas o instituciones.

En cualquier caso, tanto los operadores de televisión local comercial como quienes entendían la televisión local como un servicio público esencial para profundizar en el desarrollo democrático, impulsan los primeros intentos de ruptura con el sistema televisivo estatal y, en consecuencia, la televisión local es el primer sector comunicativo que comienza a romper con el centralismo del sistema estatal de televisión y a reclamar su adecuación al marco constitucional.

Sin embargo, desde los primeros años ochenta el sector local comienza también a formar parte de las estrategias de desarrollo de grupos multimediales nacionales que intentan implantar proyectos de televisión privada de ámbito estatal basada en redes urbanas de emisión, con el fin prioritario de introducir la televisión comercial e integrarla en un sistema audiovisual que se resistía a adecuarse a la nueva realidad democrática. No obstante, las demandas de estos grupos industriales nacionales no se verían satisfechas hasta finales de la década con la regulación de la televisión privada comercial de ámbito estatal.

La descentralización del sistema audiovisual tampoco era una prioridad para el gobierno central y no era asumida en todos sus extremos y los terceros canales autonómicos acabaron por implantarse al margen de la legalidad y, finalmente y después de muchas tensiones, los poderes autonómicos forzaron su normalización en el sistema televisivo estatal. Comenzó, así, una nueva etapa en que se crean nuevas televisiones públicas de ámbito autonómico destinadas a cubrir las aspiraciones de los nuevos poderes territoriales surgidos tras la Constitución. Eso sí, siempre en el limitado marco normativo de la propia Carta Magna y el ERTV en que el Estado se reserva atribuciones básicas de gestión y control del sistema televisivo español.

Con la implantación de la televisión privada, acaban por explicitarse los desequilibrios y dificultades asociados a una creciente competencia por las audiencias que se disputaban un número cada vez mayor de operadores de televisión, y la estrecha dependencia del sistema televisivo de nuestro país de la dinámica política y económica contemporánea que aboca al sistema audiovisual a la dispersión normativa y a la inadecuación a los preceptos democráticos pactados tras la transición.

La ley de televisión privada, además, y en un claro proceso involucionista, refuerza las competencias de la Administración Central frente a las atribuciones de los gobiernos autonómicos para intervenir en sus respectivos ámbitos territoriales. En ese sentido, se aprueba una legislación para desarrollar la televisión privada nacional que bien habría podido ir un paso más allá y desregular un sistema audiovisual desde el modelo descentralizado de poderes territoriales, sin que ello tuviese por qué suponer ningún problema para la creación de emisoras comerciales de ámbito estatal.

El sector local, privado, público o, en fín, ciudadano, continuaría desarrollándose al margen de la legalidad y sus reclamaciones no obtendrían ninguna respuesta durante toda la década de los ochenta y algunos años más, a pesar de que el sector se empieza a organizar asociativamente y a reclamar con fuerza sus derechos como parte integrante del sistema televisivo nacional.

Durante esos años a los operadores de televisión local no les queda más remedio que ir adaptándose a un nuevo contexto audiovisual descentralizado y desregulado y competitivo en el que no participan, y en el que el nuevo diseño se revela como una de las causas principales del sistemático acoso de las instituciones hacia el sector y de numerosos cierres de emisoras fruto de una arbitrariedad escandalosa en la mayoría de las ocasiones.

Desamparado por el legislador, que no se ocupa de regular la situación de un sector extendido por todo el territorio nacional y anterior a cualquier otra iniciativa audiovisual en cualquier ámbito territorial del estado, y represaliado por ejercer una actividad que estaba perfectamente amparada en el marco constitucional de derechos y libertades civiles, la parcialidad y sectarismo de las instituciones durante esta época y su actitud respecto al sector de televisión local es uno de los más inaceptables episodios de nuestra reciente historia democrática.

Sin embargo, y a pesar de las dificultades que ello tiene para que el sector se consolide como propuesta comunicativa, la televisión local continúa implantándose en todo el territorio nacional y se va presentando como cada vez más necesaria para el conjunto del sistema audiovisual en cuanto a su capacidad para profundizar en las premisas constitucionales surgidas de la transición española como alternativa complementaria necesaria al sistema televisivo español.

No obstante, la indeterminación jurídica, la fragilidad del sector derivada de ella, y la falta de apoyo institucional no permite, después de tantos años de existencia, que el primer agente comunicativo que irrumpió en el monolítico sistema televisivo español de la transición adquiriera una dimensión social e industrial significativa.

En definitiva, durante esta década de los ochenta, el sistema televisivo español se transformó gradualmente con la introducción de la competencia de las cadenas autonómicas y las privadas modificando

parcialmente el marco legal y se acabó por diseñar un modelo de sistema audiovisual que no permitiría el desarrollo de las estructuras comunicativas de nuestro país en los siguientes años.

Durante todo este período, las televisiones locales fueron relegadas, menospreciadas y maltratadas por las instituciones que prefirieron atender las demandas de otros poderes públicos y económicos dejando a los operadores locales en el más absoluto desamparo. Esta actitud está justificada en el contexto de los acontecimientos de la década, pero no por ello es una actitud menos admisible e igual de censurable.

En conclusión, se puede afirmar que la exclusión consciente de la televisión local del sistema televisivo español durante todos esos años evidencia las deficiencias de un sistema sociopolítico que todavía continuaba en transición y, desde luego, el reconocimiento legal de la televisión local de nuestro país es una de las tareas pendientes de nuestra joven democracia.

Sin embargo, como veremos a continuación, el sector continuaría siendo tratado de igual manera, a pesar de cierto intento de normalización que acabaría por dejarlo en la precaria situación en que se encuentra en nuestros días. Aunque, eso sí, hoy sabemos que existe una regulación de televisión local que se ha promulgado en el sentido que decía aquel político: "haced vosotros las leyes que yo haré las normas"... y si nunca apruebo esas normas para desarrollar la ley pues tampoco pasa nada.

CAPÍTULO 3º.

LA REGULACIÓN DE LA TELEVISIÓN LOCAL.

En este capítulo se estudia el marco normativo vigente para el sector resultante de la aprobación de la Ley 41/95 de Televisión Local por Ondas Terrestres y el contexto en que aparece, así como la promulgación simultánea de la Ley 42/95 de Telecomunicaciones por Cable.

Se hace especial hincapié en las presiones ejercidas desde distintos sectores para la regulación del sector y el proceso de conformación de la nueva ley, en un momento de rápidos cambios tecnológicos en que se establece el marco normativo básico para el desarrollo de las telecomunicaciones.

Finalmente, se analiza el resultado y los efectos que aquella regulación ha tenido sobre el sector, atendiendo especialmente a los aspectos más críticos de la norma y al desinterés mostrado por la administración central para su implantación efectiva.

1. Disparidades de un sistema parcialmente regulado.

En 1990, Enrique Linde, Presidente del Consejo de Administración de RadioTelevisión Valenciana, proponía líneas de reforma legislativa para superar la herencia que el sistema televisivo español había heredado del franquismo.

Actualizando la discusión sobre la oportunidad de que las televisiones se pudieran implantar mediante un sistema de autorización en lugar de un procedimiento de concesión, como hasta el momento se hacía, intentaba superar la obsolescencia de una legislación que había sido promulgada en una época dominada por la escasez tecnológica para explotar el espectro radioeléctrico.

Este autor, caracterizaba el modelo de sistema audiovisual vigente como básicamente deficitario, y hacía especial hincapié en “el extraordinario valor socio-cultural y de medio privilegiado para la propaganda política”³⁸⁷ de la televisión y, en consecuencia, la urgente necesidad de actualizar su marco jurídico a la realidad contemporánea en cumplimiento de sus funciones como medio de comunicación social.

En ese sentido, la forma de gestión de las nuevas emisoras autonómicas y, por extensión, la definición de su función social y el modelo de crecimiento futuro, formaron parte de los debates durante los procesos de creación de la mayoría de estos terceros canales en las respectivas autonomías. En muchos casos se proponían modelos de gestión de la televisión autonómica que oscilaban entre diversos grados de titularidad pública-privada³⁸⁸ y, en algunas ocasiones se

³⁸⁷ Linde Paniagua, E. (1990): “Las radiotelevisiones públicas en España”, en *Las radiotelevisiones en el espacio europeo*, RTVV, Valencia, p. 61.

³⁸⁸ Así ocurría, por ejemplo, en los inicios de RTVV, en que la entonces Directora General de Medios ya proponía cuatro alternativas de gestión en función del grado de implicación pública en el entonces proyecto autonómico socialista y la comarcalización de las emisiones, en García Lliberos, M. (1986): “Televisión Valenciana: cuatro alternativas descentralizadoras”, en *La Televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Ed. Siglo XXI, Madrid, p. 229.

apostaba por un modelo enteramente comercial, por ejemplo en TeleMadrid³⁸⁹.

En ese sentido, las enormes contradicciones internas del sistema televisivo español no eran ajenas a los problemas que se vivían en el entorno europeo pero, en nuestro país, se reproducían de manera, si cabe más caótica y, sobre todo, tardía, como ya dijimos.

El sector local tampoco era ajeno al nuevo clima desregularizador que se había implantado en toda Europa y en España e, incluso, en los primeros años noventa se propiciaban sorprendentes intentos de integración de las televisiones locales privadas en el sector público-comercial, buena muestra de la disparidad de un sistema televisivo que carecía de una definición clara y cuya consolidación era muy deficiente.

Ejemplo de ello era el nuevo modelo de televisión autonómica que se pretendía implantar en la Comunidad de Madrid. Se buscaba mediante la creación de una federación de televisiones locales privadas la asociación del sector con la televisión pública, TeleMadrid, como estrategia de implantación descentralizada en su territorio de cobertura pretendiendo implantar un modelo televisivo autonómico en el que TeleMadrid se convertía en la cabecera de una red de televisiones locales.

Una extraña simbiosis que pretendía legitimar la iniciativa privada por encima de cualquier otra forma de entender el sector de la televisión en general, haciendolo depender exclusivamente de la supuesta mejora y eficiencia en la gestión que supondría esta fórmula, pero convirtiendo el sector local en subsidiario de una televisión

³⁸⁹ El entonces Director General de TeleMadrid, Javier Martínez Reverte, a raíz de una encuesta realizada por el ente a los ciudadanos preguntando por el modelo de televisión deseado y la oportunidad de su implantación concluía que el 62% de los madrileños les pareció una decisión acertada implantar TM, al 70% de anunciantes nacionales y locales también, de los cuales el 67% estaban radicados en Madrid y suponían el 66% de la publicidad controlada en todo el país. Los ciudadanos querían: una televisión que no costase al contribuyente, alternativa a TVE y con horario similar o superior, con programación compuesta por películas 80%, informativos 55%, deportivos 34% y musicales 33%, además en el estudio se constató que los medios locales no sufren desvíos importantes de publicidad, Martínez Reverte, J. (1986): "Introducción", en *España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Ed. Siglo XXI, Madrid, pp. 215-216.

pública y comercial³⁹⁰ y, por supuesto, sin definir claramente el papel del nuevo ‘modelo’ televisivo en cuanto a su función social.

En ese sentido, TeleMadrid diseñó una estructura diferente al reciente modelo de televisión regional constituido a partir de emisores locales que se ha implantado en Castilla y León como alternativa a la inexistencia de televisión autonómica y gestionada por la iniciativa privada³⁹¹, aunque sirve de ejemplo durante este primer período de los noventa del importante papel que juega el sector local en proyectos de televisión autonómica y, sobre todo, de la disparidad de modelos que se proyectaban sobre la televisión local de nuestro país.

En todo caso, al margen de aquella experiencia frustrada, el sector local, a pesar de continuar en la ilegalidad, ha ocupado el espacio comunicativo televisivo en algunas regiones que deberían haber cubierto los terceros canales. Es decir, la inexistencia o frustrada implantación de televisiones autonómicas ha permitido al sector de televisión local, generalmente potenciado y apoyado institucionalmente³⁹² en estas regiones, tener una relevancia muy

³⁹⁰ Abc, 17 de Marzo de 1993, “El futuro de las tv autonómicas está en la asociación con las locales, según TM-3”. En 1994 TeleMadrid, que no había recibido desde sus inicios subvención alguna, acumulaba una deuda de 40.000 millones de pesetas, El Mundo, 20 de Abril de 1994, “El PP denuncia que la deuda de TeleMadrid alcanza ya los 40.000 millones de pesetas”, en sólo 5 años desde el inicio de emisiones. Con el tiempo, sería el estandarte para impulsar la privatización de las televisiones autonómicas, a pesar de los intentos de establecer planes de viabilidad desde bien temprano, Abc, 15 de Enero de 1993, “El PSOE propone a la Comunidad una subvención de 100.000 millones para salvar TeleMadrid”.

³⁹¹ La Televisión de Castilla y León nació en Septiembre de 1998 y está constituida a partir de emisores de cable locales que emiten su programación a través de RETECAL, operador adjudicatario de esa demarcación territorial, y en asociación con la agencia ATLAS-UNE. Un modelo de televisión regional que era apoyado por el gobierno autonómico desde sus inicios, *El País*, 20 de Septiembre de 1994, “La Junta de Castilla-León invertirá 25.000 millones en telecomunicaciones”, descartando la creación de una televisión autonómica y potenciando el cable y los operadores de televisión local.

³⁹² En Asturias, por ejemplo, Santander de Cable pretendía comprar los equipos destinados a poner en marcha la televisión autonómica ante el abandono del proyecto, *El País*, 11 de Mayo de 1995, “Santander de Cable quiere los equipos de la Televisión Cántabra”, de igual manera que ha ocurrido con otras autonomías que no han sacado adelante sus respectivos proyectos de televisión, caso de Murcia o Aragón, que han intentado buscar alternativas que permitieran una televisión regional concediendo, por ejemplo en Canarias, su gestión de programación a la iniciativa privada, a Sogecable, después de descartar otra oferta de Televisa. Sobre todo ello volveremos oportunamente, no obstante se puede consultar López, B.; Risquete, J.; Castelló, E. (1999), Op. cit. p. 85, pp. 164-165 para una perspectiva general; y en el caso de Aragón en Sabés Turmo, F. (2002): *La radio y la televisión local en Aragón*, Ed. Milenio, Lleida, pp. 99 y ss.

importante, a pesar de no haber contado nunca con una regulación que permitiese tales posibilidades y, desde luego, siempre en ese clima de inseguridad jurídica ya endémica en el sector y esa indefinición del conjunto del sistema televisivo español.

2. Marco sociopolítico en que se regula el sector.

En aquel complejo panorama político y económico de principios de los noventa, con algunas televisiones autonómicas y la televisión privada de ámbito nacional implantadas en el sistema, se enfrentaban modelos con concepciones y objetivos distintos, y en algunos aspectos irreconciliables, a pesar de que supuestamente el marco legal debía favorecer la consolidación del sector televisivo en general.

Sin embargo, el sistema audiovisual español todavía lastraba la herencia del anterior sistema público, centralista y estatal, y los nuevos actores privados no hicieron más que acrecentar las fuertes tensiones provocadas por un modelo de sistema televisivo regulado parcialmente y de manera poco satisfactoria para el conjunto de los operadores de televisión.

El sector local no era ajeno a estas tensiones, y en este contexto se ha de insertar el proceso legislativo que finalmente pretendió normalizar la televisión local de nuestro país.

En ese sentido, para poder entender el proceso parlamentario y la promulgación simultánea de la ley de televisión por ondas junto a la ley de telecomunicaciones por cable, se ha de tener en cuenta la fuerte presión ejercida desde los distintos grupos de interés en el sector local y los agentes públicos y privados que intervienen.

2.1. Tensiones e intenciones para el nuevo ámbito local.

Los intentos de regularizar el sector de televisión local comenzaron a formar parte de la agenda gubernamental a partir de 1990, en que se empiezan a suceder propuestas de definición e inserción legal e industrial del sector, aunque sin demasiada intensidad.

En principio, siguiendo las tesis de los impulsores de la televisión local privada de principios de los años ochenta, se pretendía autorizar a estas emisoras locales únicamente en las ciudades grandes,

suponiendo que sólo esos ámbitos serían rentables y, evidentemente, desoyendo cualquier otro tipo de televisión local que no fuera comercial³⁹³.

Los grupos empresariales del sector televisivo nacional no eran ni mucho menos ajenos al potencial de la comunicación local y comenzaban a mostrar un creciente interés por ocupar este espacio estratégico y, para ello, ejercían un intensa presión a la administración que permitiese la expansión de sus negocios³⁹⁴.

Tal es el caso del grupo PRISA-Canal+ que, aún siendo ya poseedor de un importante conglomerado industrial, renovaba el interés en el sector que había mostrado a principios de los años ochenta y pretendía disponer de otra televisión nacional para competir en abierto con el resto de cadenas nacionales³⁹⁵.

No obstante, en el Ministerio de Transportes de José Borrell había prisas por regular otras modalidades de televisión que requerían, supuestamente, mayor atención que la televisión local, como el satélite³⁹⁶ y el cable³⁹⁷, una vez satisfechas las pretensiones de las autonomías y de la industria privada nacional.

Sin embargo, el clima liberalizador con que iban a ir introduciéndose las nuevas tecnologías de telecomunicación era uno de los fundamentos sobre el que se diseñaba el futuro sistema audiovisual español y, en ese sentido, se asignaba al sector privado y comercial un importante papel.

³⁹³ Además se remarcaba el carácter monopolístico de la distribución de la señal y, consecuentemente, la sujeción a la planificación de frecuencias legalmente atribuida al estado, *El Sol*, 7 de Junio de 1990, "Las televisiones locales sólo serán autorizadas en grandes ciudades".

³⁹⁴ *Expansión*, 26 de Marzo de 1991, "El gobierno prepara la ampliación de la televisión privada", metiendo en el mismo paquete satélite, cable y locales.

³⁹⁵ Así se manifestó Jesús de Polanco, en declaraciones recogidas en su propio periódico, *El País*, 12 de Noviembre de 1990, "El futuro de los medios de comunicación pasa por el enraizamiento local".

³⁹⁶ Modalidad de televisión regulada en 1992 y en cuya regulación se anticipaba como serían las concesiones: todas ellas de pago, temáticas y para el sector privado.

³⁹⁷ El sector del cable finalmente se regularía de manera simultánea a la televisión local por ondas, también en 1995, aunque entonces las ondas tenían menos interés económico que esta otra modalidad de emisión y, por ello, era menos urgente su regulación, *El Sol*, 11 de Octubre de 1990, "No ha llegado el momento de la televisión local".

En el Ministerio se había constituido un grupo de trabajo en el que estaban presentes las distintas administraciones territoriales, incluida la local, pero, significativamente, también las televisiones privadas³⁹⁸, que ya habían hecho patente su malestar por la competencia que las televisiones públicas les hacían y habían comenzado a cursar las correspondientes denuncias³⁹⁹.

Igualmente, el sector industrial, que veía en las nuevas tecnologías una oportunidad de negocio importante, presionaba con fuerza a la administración central y proponía un discurso que insistía en la transitoriedad de la modalidad de emisión de televisión por ondas, y especialmente la televisión local, para la que se vaticinaba su irremediable absorción por las redes de telecomunicaciones por cable y que sería adoptado institucionalmente⁴⁰⁰.

Por consiguiente, las perspectivas de que se promulgase una regulación para el conjunto del sector de televisión local no eran, ni mucho menos, demasiado esperanzadoras, y así quedó reflejado en el primer borrador que salió de aquella comisión ministerial, en el que no se hacía ninguna mención a la televisión local por ondas y se proponía, en cambio, una regulación para la televisión por satélite y por cable, lo que provocó no pocas quejas del sector⁴⁰¹.

Además, y de manera sintomática, se repitieron algunos intentos de cierre e imposición de sanciones a emisoras locales de igual manera que había sucedido en otros momentos pre-regulatorios⁴⁰², mientras

³⁹⁸ *Expansión*, 28 de Noviembre de 1991, “El MOPT prepara la ley para las nuevas televisiones”.

³⁹⁹ A partir de 1992, Antena-3 y Tele-5 comienzan a denunciar ante el Tribunal de la Competencia a las televisiones públicas, estatales o autonómicas, en algunos casos ante la Comisión Europea, como ya se ha comentado.

⁴⁰⁰ Así se pronunciaba el Consejo Asesor de Telecomunicaciones, más interesado en la convergencia tecnológica de los medios que en la realidad histórica del sector local cuando determinaba que el cable era la tecnología más adecuada para la emisión de televisión local, *Diario 16*, 19 de Febrero de 1992, “El Consejo Asesor de Telecomunicaciones da luz verde a la televisión por satélite y por cable”.

⁴⁰¹ Aurelio Martín, representando a ATEL, así lo manifestaba en declaraciones a *Diario 16*, 19 de Febrero de 1992, “Las televisiones locales consideran impresentable el borrador de la ley sobre tv por satélite y cable”. No obstante, como ya señalamos, ATEL no era ‘las televisiones locales’, sino sólo una de las asociaciones existentes pero, como también dijimos, con una visibilidad mediática mucho más importante que el resto.

⁴⁰² En Teruel, por ejemplo, la Dirección General de Telecomunicaciones incoaba un expediente sancionador, con multa de un millón de pesetas y orden de cierre a la televisión

desde el gobierno se argumentaban verdaderos disparates para justificar la ilegalidad en que se continuaba manteniendo al sector, haciéndolo depender de restricciones internacionales en materia de telecomunicaciones⁴⁰³, o se mantenía una postura diletante ante la peticiones de regulación de un sector que siempre era relegado en la agenda gubernamental y, ni siquiera, las numerosas televisiones locales por cable existentes se tomaban en consideración en los planes iniciales del ministerio para regular las telecomunicaciones por cable⁴⁰⁴.

En definitiva, la industria y el gobierno estatal estaban más pendientes del inminente lanzamiento del primer satélite español, Hispasat, que se realizaría en septiembre de 1992 sin que siquiera existiese ni un solo cliente en firme para el consorcio de telecomunicaciones y, además, ni tan siquiera un marco legal que acogiese esta nueva modalidad de televisión⁴⁰⁵, y en avanzar en la introducción de las tecnologías de telecomunicaciones.

Aún se tardarían dos años, hasta septiembre de 1994, para que el satélite español comenzase a ser operativo y, como venimos señalando, las tecnologías y las nuevas modalidades de televisión llegaban tarde y mal a nuestro país.

Cuando se lanzó el Hispasat los propios operadores locales se habían adelantado al uso de esta tecnología de emisión y ya era práctica habitual incluir este tipo de emisiones por satélite en su

local TVT, como señala *El Sol*, 14 de Marzo de 1992, "Multas de un millón de pesetas a una emisora local de TV".

⁴⁰³ Borrell, en respuesta parlamentaria a CiU, argumentaba que la regulación de la televisión local por ondas en España dependía de decisiones internacionales que limitaban su ordenación, *Cinco Días*, 4 de Marzo de 1992, "Borrell no regula la TV local por restricción internacional".

⁴⁰⁴ Poco después el propio ministro anunciaba que esa regulación sería paralela a la televisión por cable y por satélite, *Abc*, 5 de Junio de 1992, "La TV local se regulará junto al cable y al satélite".

⁴⁰⁵ *Cinco Días*, 26 de Agosto de 1992, "Hispasat entrará en órbita en dos semanas sin un solo cliente en firme". El proyecto de ley de televisión por satélite se presenta ese mismo mes de Septiembre y es inmediatamente recurrido por la oposición ante la indefinición del número de concesiones y el trato de favor a los emisores existentes, que finalmente serían dos para TVE y uno para cada una de las tres televisiones privadas, cuando finalmente se aprueba en Diciembre de ese año a través de la Ley 35/1992, derogado pocos años después por Ley 37/1995 de 12 de Diciembre de Telecomunicaciones por satélite.

programación. Desde 1993 ya se podían recibir en España alrededor de cuarenta canales internacionales de los cuales 11 no eran codificados y las televisiones locales por cable, según datos de la Asociación de Industrias de Electrónica (ANIEL), ofrecían este tipo de programas a 500.000 personas a través de sus redes⁴⁰⁶ pero, sin embargo, estos emisores locales no eran considerados importantes.

En definitiva, se vivían momentos de cierta euforia ante las nuevas tecnologías que se implantaban aceleradamente en nuestro país, y tanto la industria como el propio ejecutivo central consideraban más prioritaria la introducción de esta nueva ‘modernidad’ de la ‘sociedad de las tecnologías de la información’ que abordar globalmente el conjunto del sistema audiovisual.

Además, la multiplicidad de canales que ofrecía el cable, combinado con el satélite, y los servicios añadidos de transmisión de datos, prometía convertir este medio de transmisión en el idoneo y privilegiado para la emisión de televisión.

Visto desde la actualidad, en cambio, todavía no se ha impuesto ninguna modalidad de transmisión sobre otras y, lo que sí es evidente, es que los emisores locales han sido y son los grandes perjudicados ante una actitud institucional que volvía a relegar su integración en el sistema audiovisual, en este caso, con argumentaciones sobre la idoneidad tecnológica de algunas opciones⁴⁰⁷ sobre otras que, supuestamente, auguraban una corta vida a un fenómeno extendido por todo el territorio nacional como era la televisión local.

Esta polémica integración multimedia y la desatención del legislador hacia las distintas modalidades de televisión local acabó por acentuar, si cabe más, los enfrentamientos entre las distintas asociaciones del sector.

Desde ATEL se consideraba a las televisiones locales por cable como una competencia poco deseable para sus intereses comerciales⁴⁰⁸

⁴⁰⁶ Según señalan Giordano, E.; Zeller, C. (1999), Op. cit. p. 181, p. 90.

⁴⁰⁷ Como veremos oportunamente cuando analicemos la situación creada para el sector ante la implantación de la Televisión Digital Terrestre.

⁴⁰⁸ Así se manifestaba Aurelio Martín respecto a la posición que mantenía ATEL en Abc, 12 de Enero de 1993, “ATEL no quiere televisiones por cable”.

y. para el resto de asociaciones de televisión local, todos los empresarios privados eran considerados poco deseables en un sector que había de construirse como un espacio de comunicación ciudadana sin ningún ánimo de lucro.

La postura de ATEL, sin embargo, era claramente una estrategia de defensa de los intereses de sus asociados, sin tener en cuenta para nada al resto de opciones posibles para el sector. Como ya hacía el sector privado en general para justificar su implantación, reclamaban igualmente que se respetase una libertad fundamental de expresión y libre empresa (para ellos sí, pero no para el cable, claro), llegando incluso a equiparar los cierres que se producían de emisoras con el secuestro de publicaciones durante la época franquista⁴⁰⁹, en una clara translación del discurso del terror de la dictadura a un contexto en el que todos los emisores locales sufrían la represión institucional, no sólo los que se acogían al modelo de televisión que proponía esta asociación.

En definitiva, la iniciativa privada en general desplegaba todo su potencial mediático para orientar las decisiones gubernamentales en función de sus intereses, pero incluso se oían voces desde la propia administración que reforzaban el discurso en esta dirección pero, en todo caso, continuando con antiguas disputas no resueltas sobre los modelos de televisión adecuados, tanto a nivel nacional como autonómico, en el seno de un sistema audiovisual público-privado y originadas, básicamente, en la falta de solidez con que se había regulado el sistema televisivo español.

2.2. Proceso de conformación de la ley de tv local.

La televisión local, como había ocurrido en otras ocasiones, habría de buscar apoyos en otras instituciones políticas distintas a la administración central y, en ese sentido, el proceso institucional de normalización se iniciaría en Cataluña, a propuesta del PSUC, aunque no consiguió materializarse en norma alguna.

⁴⁰⁹ De nuevo Aurelio Martín, como Presidente de esta Asociación, personificaba la campaña dirigida en esta dirección en declaraciones a *Cinco Días*, 26 de Marzo de 1993, “Regular la TV local cubriría un vacío en materia de libertades”.

A esta iniciativa parlamentaria le siguió una proposición no de ley, esta de signo contrario impulsada por el Partido Popular en el Parlamento⁴¹⁰, pero para regular la televisión por cable. Incluso, se pidió opinión a la Comisión Europea para que se pronunciase sobre la necesidad de una legislación para el sector, petición ante la que declaró no ser competente.

La primera iniciativa legislativa que llegó al Congreso de los Diputados partió, no casualmente, desde el Parlamento Catalán, cuya tradición en el apoyo del sector era ya larga y su influencia en el gobierno nacional empezaba a ser notoria, resultado de las alianzas que surgieron a partir de las elecciones anticipadas de 1993.

De esta forma, en Junio de 1994 se presenta esta iniciativa con el apoyo mayoritario de los grupos representados en el parlamento catalán y se remite al Congreso⁴¹¹, en un texto que contiene propuestas de aplicación para la televisión local, independientemente de su medio de transmisión, y que limita la cobertura de emisión hasta el ámbito comarcal e incide en la titularidad y gestión municipal o realizada por entidades sin ánimo de lucro. En definitiva, esta iniciativa, respondía al modelo participativo y ciudadano que representaban y defendían tanto las asociaciones y federaciones catalanas, y que reflejaba la propia trayectoria histórica de las televisiones que se habían implantado en aquel territorio.

Poco después, contradiciendo y matizando esta línea propuesta desde Cataluña, Izquierda Unida también se pronunció respecto al sector en un proyecto que finalmente sería rechazado⁴¹², y que instaba en utilizar el régimen concesional como forma de adjudicación de frecuencias. Consideraba la televisión local como una actividad de servicio público, pero contemplaba la posibilidad de que la iniciativa privada participase en el sector, con el único condicionante de limitar al 25% la titularidad de estas emisoras, para evitar concentraciones en manos de unas pocas personas o empresas.

⁴¹⁰ Que como decíamos, era mucho más interesante para algunos sectores económicos.

⁴¹¹ BOCG, 12 de Septiembre de 1994.

⁴¹² Diario de Sesiones de las Cortes Generales nº 92, 27 de Septiembre de 1994.

Por otro lado, los cierres de emisoras seguían produciéndose, pero ya se convertían en un motivo de interpelación en el propio Parlamento estatal ante la actitud del gobierno⁴¹³ y la falta de interés que mostraba en regular el sector.

El ejecutivo socialista que, como dijimos, ya decía preparar una legislación para cada una de las nuevas modalidades de televisión, y después de aprobar los textos legales que regulaban la televisión por satélite, por fin tuvo que ocuparse de la regulación de la televisión local después de las presiones recibidas por los grupos parlamentarios, sobre todo de sus socios catalanes.

A mediados de 1995, finalmente, el Consejo de Ministros aprueba la remisión de los anteproyectos de ley de televisión local al Congreso de los Diputados, después de haberlos hecho públicos en marzo y someterlos a múltiples correcciones, en textos diferentes para la televisión por cable y por ondas pero, según entendía Borrell, complementarios.

No obstante, la importancia de la televisión local y la oportunidad de su regulación era, para el propio ministerio, una medida provisional. En palabras del propio Borrell “la tv local tendrá su desarrollo óptimo de aquí a cinco años, ya que después con la implantación de la televisión digital no será posible su supervivencia”⁴¹⁴.

El debate sobre el anteproyecto de ley de televisión por ondas fue motivo de fuertes críticas desde el sector, aunque, de manera significativa, la regulación de la televisión por cable quedaba algo relegada de las disputas.

El director de Telemadroño, por ejemplo, denunciaba que la ley estaba “hecha sin sentido práctico y desconoce la realidad de la libertad de expresión”, de igual manera que Francisco Pérez, director

⁴¹³ En preguntas escritas presentadas por Diego Garrido, de IU, remitidas al Gobierno sobre el cierre de Telemadroño, , Diario nº 169, Congreso Diputados, 5 de Diciembre de 1994; o unos meses antes a iniciativa del Grupo Popular, Diario nº 126 del Congreso, 8 de Julio de 1994.

⁴¹⁴ Navarro Moreno, J.A. (1999), Op. cit. p. 122, p. 107, recoge estas declaraciones expresadas en una conferencia impartida por el ministro en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. La situación creada a las televisiones locales ante la implantación de esta tecnología y los proyectos actuales de regulación del sector se tratan más adelante.

de la televisión de Vallecas, TeleK, que denunciaba que dicha regulación no “molestaba al mercado de la comunicación ya establecido” o, como señalaba Eduardo Madinaveitia respecto al “curioso reparto de poder entre las distintas administraciones del Estado” para la concesión de licencias⁴¹⁵.

La televisión por cable, sin embargo, se entendía desde una gran parte del sector como ajena a los fundamentos de servicio público ciudadano que se atribuían a la televisión local por ondas por tratarse de operadores mayoritariamente privados, o bien, como sostenía ATEL y ya hemos comentado, como una oferta de televisión local que competía con el ‘legítimo’ derecho a la libertad de expresión de los operadores comerciales que emitían por ondas.

Para la administración, en cambio, la televisión por cable se trataba sólo como una parte de los servicios de telecomunicación y se asumía una mayor flexibilización en el tratamiento de los contenidos, de manera acorde a los aires de liberalización comunes a la concepción general de las telecomunicaciones.

En ese sentido, el debate sobre regulación de la televisión por cable se vehiculó sobre todo en función de la potestad estatal o autonómica para otorgar las concesiones y en el número de operadores. Finalmente serían asumidas posiciones de CiU, que hacía uso de su peso específico en el arco parlamentario para sostener al Partido Socialista⁴¹⁶, y se introdujo en el texto final que fuese posible otro operador por demarcación además de Telefónica, haciendo que el gobierno rectificase su intención de que fuese esta empresa quien monopolizase el sector pero, en todo caso, satisfaciendo la urgencia

⁴¹⁵Cinevideo20, nº 126, Marzo 1996.

⁴¹⁶ El Partido Popular quedaba absolutamente fuera de cualquier acuerdo tanto para la legislación de la televisión por ondas como por cable, manteniendo posturas totalmente enfrentadas al resto de grupos y, en ocasiones, actuando de manera deliberada en municipios donde tenía mayoría política. Antes de la publicación de los textos legales, y a falta de consenso con el resto de grupos, convocó a los alcaldes de 54 poblaciones donde gobernaba para que sacasen a concurso el cable en sus respectivos municipios, como así hicieron, aunque sin ningún efecto legal tras la aprobación de la ley que regulaba el sector, *La Vanguardia*, 10 de Noviembre de 1995, “SMO TCI: ya tenemos ley del cable”.

con que la industria electrónica reclamaba el despliegue de la tecnología de telecomunicación en nuestro país⁴¹⁷.

La televisión local por ondas, en cambio, siempre se abordó dentro del marco normativo común al sistema televisivo, esto es el ERTV, que consideraba la televisión como un servicio público esencial.

En el anteproyecto de ley de televisión local por ondas, se reforzaba que esta modalidad estuviese sujeta a la concesión administrativa e, igualmente, se incidía en la titularidad del estado en cuanto a ordenación técnica del espectro radioeléctrico y la supervisión de contenidos. Se concedía, además, prioridad a los ayuntamientos para explotar el servicio y se limitaba, de esta manera, el número de operadores locales a uno por municipio, dejando a la iniciativa privada la posibilidad de participar en caso de renuncia del consistorio. Igualmente, este anteproyecto señalaba la prohibición de emitir publicidad en prime-time, junto a la limitación de las concesiones a cinco años.

El texto enfrentaba a partidos políticos y asociaciones del sector, ante un anteproyecto que no contentaba a casi nadie pues, intentando asumir las tesis de las propuestas catalanas, se situaba en oposición frontal respecto al modelo propuesto por ATEL o el deseado desde Andalucía por ACUTEL, y defendido por el Partido Popular, y además eludía algunos aspectos que después acabaron por introducirse en el texto final que se remitió al Parlamento⁴¹⁸.

En definitiva, el proceso de debate parlamentario y posterior implantación legal de esta normativa fue el resultado de una determinada coyuntura política representada por la mayoría conjunta formada por el gobierno del PSOE y CiU, y aprobado en la agonía de una legislatura sin contar con la participación del conjunto del sector,

⁴¹⁷ La industria además tenía prisa por desarrollar el cable y, por añadidura, el negocio que prometían las posibilidades que ofrecía tal tecnología de comunicación, *La Gaceta de los Negocios*, 1 de Enero de 1994, “ANIEL pide que el proyecto de tv por cable se tramite con rapidez”, y no es casual que esta presión se ejerciese desde la prensa económica, pues tal sector era considerado estratégico para la industria desde todo el sector financiero y político.

⁴¹⁸ Entre ellas la regulación de la publicidad electoral que, finalmente, se aprobaría en otro texto legal diferente, por medio de la ley 14/95 de 22 de Diciembre, y simultáneamente a la legislación de la televisión por ondas y cable.

a pesar de la importante presión que los operadores privados de televisión local ejercieron y las reclamaciones de gran parte del sector respecto a un modelo que, en todo caso, continuaba representando el reparto de poder territorial y continuaba estando tutelado institucionalmente.

En definitiva, el texto que regula la televisión por ondas no se puede considerar una norma que permita una aproximación al sector con perspectivas a largo plazo pues sólo respondía a los intereses particulares de aquella coyuntura política y, en consecuencia, no dejaría contento a nadie, unas veces por ir demasiado lejos en cuanto a las competencias municipales y, otras, por no reflejar la realidad del sector más allá de las características territoriales de determinadas autonomías.

Lo que sí se consiguió, en cambio, fue dar al sector un pequeño respiro ante la arbitrariedad de los cierres y expedientes administrativos que se habían ido sucediendo durante los años anteriores en la mayor parte del territorio español, y la mayor parte de los contenciosos jurídicos a partir de entonces serían resultado de la continua conculcación de la legislación sobre propiedad intelectual que realizaba parte del sector, pues la piratería era un práctica común y de enormes dimensiones.

La Federación Antipiratería, formada por distribuidores cinematográficos, ejercía una actividad frenética en los juzgados para controlar el fenómeno consiguiendo reiteradas sentencias favorables que imponían fuertes multas a los emisores⁴¹⁹. Esta Federación calculaba en unos 7.000 millones de pesetas de 1994 el volumen de piratería en España, siendo los vídeos comunitarios los que con 4.500 millones más defraudaban⁴²⁰

La Sociedad General de Autores y Editores (SGAE), por su parte, denunciaba continuamente la falta de pago de las televisiones privadas de los derechos de autor que gestionaba esta entidad⁴²¹. En Parla,

⁴¹⁹ A finales de 1993, por ejemplo, una empresa de Sevilla tuvo que pagar 28 millones de pesetas y fue condenada a tres años de clausura.

⁴²⁰ *El País*, 10 de Febrero de 1994, "Pérdidas de 7.000 millones para la piratería del video".

⁴²¹, *La Vanguardia*, 2 de Junio de 1993, "Las televisiones privadas adeudan 500 millones a la Sociedad General de Autores", y, *Expansión*, 29 de Diciembre de 1993, "Breves: Empresas".

Madrid, un propietario de un video comunitario sería igualmente condenado a una pena de dos años de cárcel y multa de tres millones por piratear la señal de Canal+ y distribuir imágenes de video de manera igualmente ilegal⁴²².

Las propias asociaciones de televisiones locales se comprometían a erradicar estas prácticas que, no obstante, se continuaron produciendo en cierta medida durante los siguientes años.

Además de ello, la regulación del sector permitiría que las administraciones autonómicas adquiriesen un papel muy relevante en tanto que responsables de iniciar el proceso de autorización de emisoras aunque, por otro lado, condicionado igualmente a las decisiones políticas del gobierno estatal y a las alianzas resultantes de la distribución de escaños en el Parlamento.

3. Ley 41/95 de Televisión Local por Ondas Terrestres.

Después de un largo período de indeterminación jurídica por fin, y tras enconados debates previos, el sector de la televisión local por ondas se regula mediante la Ley 41/95 de 22 de Diciembre.

La confección y promulgación de esta norma se realiza justo en el momento en el que ya se adivinaba un posible cambio en el signo político del gobierno de la nación, al final del período socialista. Una regulación que, como comentábamos, había sido aplazada en reiteradas ocasiones y relegada en la agenda gubernamental, ante otras prioridades políticas y económicas aparentemente más urgentes y necesarias a las que el gobierno de la nación prestaba mayor atención.

Este texto legal, además, añadía mayor complejidad normativa al sistema televisivo español en cuanto continuaba con la actitud de los poderes públicos de legislar la televisión en función de sus distintas modalidades de emisión y, por fin, se normaliza una realidad comunicativa que, muy a pesar de la administración central, se había impuesto en todo el territorio nacional.

⁴²² Cinco Días, 23 de Junio de 1995, "Pena de dos años de cárcel por piratear la señal de Canal+".

En definitiva, el marco normativo que venía regulando el conjunto del sistema audiovisual quedaba obsoleto inmediatamente después de ser ampliado, puesto que la nueva regulación continuaba siendo parcial para el sector y sólo atendía a una nueva modalidad de televisión, la local por ondas, sin que en ningún caso se abordase de manera integral el sistema audiovisual español en su conjunto.

Además, como venía ocurriendo, el legislador se veía obligado a pronunciarse tras la política de hechos consumados que practicaban los sectores públicos no estatales y el sector privado, tal como ocurrió en el caso de las televisiones autonómicas en cuya implantación, como para la televisión local, tanto tuvo que ver el gobierno catalán.

Sin embargo, los terceros canales estaban previstos en la Constitución y el ERTV, y la televisión local siempre ha estado mucho más desamparada jurídicamente y, en ese sentido, se necesitó la intervención del propio Tribunal Constitucional para obligar al ejecutivo estatal a asumir que el sector local se había de regular, al tiempo que explicitaba la arbitrariedad que había mostrado hasta entonces respecto a los emisores locales.

En definitiva, consecuencia de los escasos reflejos y omisiones mostradas por los sucesivos gobiernos desde la transición para regular el sistema televisivo español y la inexistencia de un modelo definido, y aplicable más allá de los intereses políticos dominantes en una legislatura, todavía hoy lastran y condicionan el desarrollo del sector audiovisual en general que, como decimos, ha de remitir en ocasiones al Alto Tribunal para reclamar el cumplimiento del pacto constitucional.

Esta situación de alegalidad ha sido particularmente gravosa para el sector de televisión local que, como decíamos, permaneció muchísimos años a virtud de la arbitrariedad política y la indefinición legal, y sólo se vió amparado parcialmente cuando el Tribunal Constitucional se pronunció ante este vacío legal y respecto a la falta de soporte jurídico que tenían los expedientes administrativos y las

decisiones de cierre de emisoras que la administración venía practicando de manera arbitraria⁴²³.

El propio legislador constata la ineficacia que la Ley 31/87 de Ordenación de las Telecomunicaciones había mostrado para ser considerada una regulación unitaria de la televisión, y su inaplicabilidad al sector, a través de la Sentencia de Tribunal Constitucional 88/95 de 6 de Junio, como respuesta al recurso elevado al Alto Tribunal por la emisora de Alcalá de Guadaíra, en Sevilla.

De esta manera, se declaraba insuficiente la legislación para cubrir el vacío legal existente para la televisión local por ondas, y se consideraba poco aplicable y parcial otro pronunciamiento anterior de Tribunal⁴²⁴, explicitando la indeterminación y la inadecuada ordenación jurídica en que se encontraba el sector.

En consecuencia, la regulación de la televisión local por ondas terrestres nacía para normalizar un fenómeno comunicativo sobre el que el ejecutivo ya no podía dejar de pronunciarse ante las múltiples presiones que recibía desde amplios sectores públicos y privados, y cuya actitud había sido puesta en cuestión por el propio Tribunal Constitucional, ante los arbitrarios cierres y expedientes abiertos a numerosos emisores locales desde la administración central.

En cualquier caso, como veremos a continuación, el texto que regula el sector continúa mostrando la estrecha vinculación de la televisión en nuestro país al poder político y el gran interés que las distintas administraciones muestran por continuar utilizando propagandísticamente los medios de comunicación.

3.1. Titularidad y gestión del servicio.

En la línea mantenida en el resto de la legislación sobre el sector audiovisual, la televisión local continúa siendo enmarcada en el

⁴²³ En Andalucía, por ejemplo, se producían cierres de emisora con regularidad en Sevilla y Cádiz, pero sin embargo había una total permisividad en Almería, similar a la tolerancia respecto al sector que había en Cataluña, Navarro Moreno, J.A. (1999), Op. cit. p. 122, p. 97.

⁴²⁴, STC 31/1994 que admitía la posibilidad de prestar el servicio de televisión por cable, Rozados Olivas, M.J. (2001), Op. cit. p. 126, p. 73.

concepto de medio de comunicación social, con las implicaciones que ello tiene respecto a la titularidad y gestión del servicio.

A la televisión local por ondas se la considera como un “medio de comunicación social” que “tiene la naturaleza de servicio público”⁴²⁵, cuyo ámbito de cobertura está delimitado por “el núcleo urbano principal de población del Municipio”⁴²⁶.

Esta cobertura se podría extender más allá de este ámbito territorial cuando “así lo aconseje el número de habitantes”⁴²⁷ e, igualmente, se prevee “excepcionalmente” que “las Comunidades Autónomas competentes” puedan autorizar, “previa conformidad de los plenos de los Municipios afectados, emisiones en cadena en atención a características de proximidad territorial y de identidades sociales y culturales de dichos Municipios”.

De esta manera, por un lado, se determina la participación de las distintas administraciones en el sector y las competencias estatales de intervención en la actividad privada por esta consideración de la televisión local un servicio esencial⁴²⁸.

En consecuencia, se otorga este carácter esencialmente público al servicio de televisión local y, por otro lado, se transfiere a los poderes autonómicos la capacidad de regular la conformación del sector en sus respectivos territorios, consensuando este desarrollo con los ayuntamientos.

Se fija una concesión por cada ámbito territorial de cobertura, por cada municipio, pudiendo ampliarse a dos el número de emisoras cuando exista disponibilidad de espectro radioeléctrico⁴²⁹ pero, en esta concepción se mantiene, en todo caso, la prioridad de la gestión municipal y, por tanto, pública.

⁴²⁵ Artículo 2.

⁴²⁶ Artículo 3.1.

⁴²⁷ Artículo 3.2.

⁴²⁸ Esta intervención está reconocida constitucionalmente a “la iniciativa pública en la actividad económica”, pudiendo reservarse el esta “recursos o servicios esenciales, especialmente en caso de monopolio”, y estando capacitada para “acordar la intervención de empresas cuando así lo exigiere el interés general”, Artículo 128.2 de la Constitución Española.

⁴²⁹ Artículo 4.

Tanto es así, y tan ligada está esta legislación a la intervención gubernamental y en contra de la iniciativa privada, que sólo se permite la participación del sector privado una vez agotado todo el interés del gobierno local en el sector⁴³⁰, y trasladando la decisión última de otorgar las concesiones a la administración autonómica y estatal. La primera en función de las competencias atribuidas para ordenar en sistema audiovisual en su territorio de manera acorde a la legislación nacional, y la segunda, la administración central, utilizando el argumento técnico de la ordenación del espectro radioeléctrico.

En definitiva, la prioridad autonómica y la titularidad preferentemente municipal refleja las posturas que el grupo parlamentario catalán había defendido para la conformación jurídica del sector, y que era característica de los emisores que realmente existían en su ámbito territorial, y el control básico del estado sobre el sector continúa reflejando el interés del estado en no acabar de descentralizar los medios de comunicación social.

Esta posición que adopta la norma estatal respecto a la definición y funciones de la televisión local, se ve reforzada cuando se hace referencia a la posibilidad de comarcalizar las emisiones en función de intereses lingüísticos o culturales, pues se trataba de una peculiaridad de determinadas comunidades autónomas. En ese sentido, el texto refleja con claridad que se define la televisión local a partir de la visión de algunos grupos políticos, PNV y sobre todo CiU, que hacen valer su influencia en el gobierno estatal para incluir tesis particulares sobre el sector sólo aplicables a sus respectivos territorios, pero en un texto que es de aplicación en el conjunto del estado.

El problema no es, ni mucho menos, la defensa de los intereses históricos de estos grupos políticos y su reflejo normativo. El problema es la insistencia del gobierno estatal en mantener el control del sector y, consecuentemente, amputar a las administraciones autonómicas la capacidad para regular en sus territorios las respectivas y múltiples realidades territoriales que conviven en el

⁴³⁰ “Los Municipios, dentro del plazo que a tal efecto señalen las Comunidades Autónomas, podrán acordar la gestión por sí del servicio de televisión local por ondas terrestres. En este caso, las Comunidades Autónomas, de conformidad con lo previsto en el artículo 4, podrán determinar el otorgamiento de una segunda concesión”, y “en el supuesto de que en el citado plazo los Municipios no acuerden gestionar por sí el servicio, las Comunidades Autónomas podrán determinar que aquél sea prestado por personas naturales o jurídicas”, Artículo 9.

conjunto del estado español, de modo que se pudiese atender el contexto en el que opera el sector en cada Comunidad Autónoma.

Retomando la afirmación de Emili Prado respecto a la “madurez democrática” que percibía en 1991 en los ciudadanos, no es difícil entrever que, desde luego, unos años después no se podía considerar que esta madurez se hubiera extendido al poder político, que todavía continuaba en plena transición y se negaba a reconocer las nuevas realidades territoriales.

3.2. Concesión de licencias de emisión.

En cuanto al proceso concesional, se establece un régimen en el que se continúa distribuyendo la atribución de competencias a partir del diseño territorial surgido tras la Constitución que, no por estar contenido en la Carta Magna, ha de estar necesariamente justificado en este caso.

Cómo decíamos, los argumentos de la administración estatal para reservarse un papel protagonista en el desarrollo del sector son de un lado técnicos y, de otro, relativos a la supuesta tutela que debe ejercer sobre un servicio público de comunicación social⁴³¹, pero básicamente utilizando la titularidad del estado sobre el dominio público radioeléctrico para legitimar su intervención, argumentando que se trata de un bien escaso.

El texto normativo señala muy claramente que “la asignación de frecuencias en cada localidad se efectuará por el órgano competente de la Administración General del Estado en función de las disponibilidades del espectro radioeléctrico”. Esta asignación, debe realizarse garantizando la “cobertura en aquella localidad de los distintos canales de la televisión estatal, de la televisión autonómica y de los canales de la televisión privada de ámbito nacional”.

De esta manera, se justifica esta intervención estatal para evitar las posibles perturbaciones radioeléctricas que pudieran producirse y la necesaria ordenación coherente de las bandas de frecuencias de

⁴³¹ Sobre este último volveremos más adelante.

emisión⁴³², correspondiendo, de esta manera, la decisión última para conceder licencias al estado.

El proceso de otorgamiento de concesiones está diseñado de manera que ha de ser primero el Estado quien realice una reserva de frecuencias para el sector, a través del diseño de un Plan Técnico Nacional, y sólo entonces las Comunidades Autónomas pueden consultar a los Municipios y convocar los concursos correspondientes si es necesario⁴³³. Una vez otorgadas las concesiones por el órgano autonómico, se ha de obtener del Estado la asignación definitiva de la frecuencia de emisión, reservándose este último las labores de inspección y control⁴³⁴ y la capacidad sancionadora al respecto⁴³⁵.

El problema del texto, y para el sector, es que nunca hasta la fecha se ha desarrollado ese diseño técnico para la atribución de frecuencias a los emisores locales y, en consecuencia, no ha sido posible obtener autorización ni concluir la resolución de los concursos convocados en las distintas autonomías por las condiciones legales impuestas que obligan a que exista una previa planificación.

A pesar de ello, las administraciones autonómicas han desarrollado los correspondientes textos normativos para establecer el procedimiento de adjudicación de licencias de emisión e, incluso, en algunos casos han iniciado el proceso de solicitud.

3.3. Desarrollo normativo en las Autonomías.

Desde 1996 las Comunidades Autonomas, en cumplimiento de sus competencias, comenzaron a desarrollar sus propias normas legales para la regulación del sector en sus ámbitos administrativos.

⁴³² Artículo 19.

⁴³³ Sólo en el caso de que se produzcan las condiciones descritas para la participación de particulares en la gestión y en los términos que refleja el Artículo 13.3 en el que se limita la participación de una misma sociedad mercantil en más del 25% de la propiedad de la emisora, directa o indirectamente.

⁴³⁴ Artículo 11.

⁴³⁵ Artículo 17.

En Catalunya⁴³⁶ se regula el procedimiento de adaptación de la realidad del sector a la norma estatal estableciendo el procedimiento para la adjudicación de las concesiones.

En esta norma se introducen algunas obligaciones respecto a las cuotas de programación propia⁴³⁷, y criterios para la valoración de la idoneidad de la concesión y, siguiendo con las propuestas mantenidas históricamente para el sector desde el ámbito catalán, se incide especialmente en “el interés cultural y/o educativo del proyecto”, “la promoción de la lengua catalana”, entre otras, para valorar la idoneidad de la concesión. De manera significativa, se equipara legalmente la posibilidad de participación del sector privado respecto al público⁴³⁸, aunque siempre valorando positivamente “la falta de ánimo de lucro”⁴³⁹ del proyecto, tal como establece la norma estatal en la que tanto había intervenido esta administración en su redacción final, y se permite, igualmente, el sostenimiento de los emisores públicos a través del recurso a la financiación mixta⁴⁴⁰ y, en definitiva, se limitan la participación y el sostenimiento de los posibles emisores privados en el sector.

En Navarra, también pronto⁴⁴¹, se desarrolla la normativa autonómica correspondiente para facilitar el proceso de solicitud y concesión de licencias de emisión.

En este caso, se siguen literalmente los preceptos contenidos en la ley estatal, fijando explícitamente el número de concesiones a una por municipio, preferentemente de gestión pública⁴⁴². En esta norma, en cambio, se profundiza más en la forma de autorizar la programación en cadena, señalando el proceso y la documentación necesaria para su solicitud⁴⁴³.

⁴³⁶ Mediante el Decreto 320/1996, de 1 de Octubre.

⁴³⁷ Establecida en un mínimo del 60%, pudiendo ser hasta un 40% coproducido o producido en Cataluña, Artículo 13.

⁴³⁸ Artículo 4.

⁴³⁹ Artículo 11.

⁴⁴⁰ Artículo 7.

⁴⁴¹ Decreto Foral, 313/1996 de 9 de Septiembre.

⁴⁴² Artlos. 5 y 8.1.

⁴⁴³ Artículo 2.

Unos años después, en el año 2000, tanto en Castilla-La Mancha⁴⁴⁴ como Andalucía⁴⁴⁵, se aprueban textos legales para desarrollar la legislación estatal sobre televisión local como ya se venía haciendo en las autonomías comentadas. En Castilla-La Mancha se aprueba un texto con un procedimiento similar al utilizado en Cataluña. En Andalucía se promulga una norma autonómica similar, aunque con un procedimiento más desarrollado para las concesiones, e incidiendo explícitamente en que dichas licencias de televisión local sean preferentemente de gestión municipal⁴⁴⁶.

En todo caso, regulaciones autonómicas inaplicables por la falta de planificación técnica del espectro desde la administración central.

3.4. Aspectos críticos de la norma.

Esta falta de planificación técnica era duramente criticada por Souviron recientemente, considerando que había ocasionado que “el sector se haya desarrollado de forma un tanto salvaje”, puesto que la ley no ha servido para ordenar nada, ya que “preveía un proceso concesional en el que participarían las comunidades autonómicas que, en ningún caso, se ha cumplido”, según denuncia igualmente otro jurista⁴⁴⁷.

A esta crítica, sin embargo, se deben unir otras de carácter general respecto al papel del estado en el sistema audiovisual, por la discutible consideración del espectro radioeléctrico por parte del legislador como un bien de dominio público.

En este sentido se ha manifestado Rozados Olivas⁴⁴⁸, explicitando la poca solidez jurídica que tiene la consideración del espectro radioeléctrico como bien demanial, es decir, de dominio público porque, aun siendo necesaria la ordenación de las frecuencias disponibles, la posibilidad de utilizar otras formas de atribución de

⁴⁴⁴ Decreto 54/2000, de 21 de Marzo.

⁴⁴⁵ Decreto 414/2000, de 7 de Noviembre.

⁴⁴⁶ Artículo 4.3.

⁴⁴⁷ Ambos en Ferreras, I. (2001): “La tv local ante un gran reto”, en Cinevideo20, nº 182, Jul 2001, http://www.cinevideo20.es/0_Photos/PDF/TVlocal.pdf

⁴⁴⁸ Rozados Olivas, M.J. (2001), Op. cit. p. 126, p. 241.

frecuencias, como la simple autorización, es igualmente válida, sin necesidad de mantener un régimen concesional diseñado por la legislación que, en definitiva, deja la televisión en manos del estado de manera injustificada, ya que el argumento técnico de que el espectro es un bien escaso no es suficiente para que se le considere un bien de dominio público.

A estas críticas deberíamos añadir, en cuanto al sector de televisión local, la inapropiada actitud de la administración que regula el sector y en función de posibles transformaciones futuras que podrían producirse en el conjunto de la industria audiovisual a partir de la introducción de la transmisión de televisión con tecnología digital por ondas terrestres. Aunque en aquellos momentos ya comenzaba a verse como una realidad la nueva tecnología, no se entiende como después de tantos años de indefinición jurídica en el sector, se condiciona su desarrollo de manera tan evidente cuando se limita el periodo concesional a 5 años.

Como ejemplo de esta actitud, valgan las palabras del Ministro Josep Borrell durante el debate parlamentario para la promulgación de esta legislación: “Es verdad que la televisión digital, cuando se implante, ampliará las posibilidades que hoy ofrecen las actuales tecnologías, pero antes habrá que pasar por una fase intermedia durante la cual, paradójicamente, la introducción de las tecnologías de difusión digital de televisión por ondas hertzianas va a limitar la disponibilidad, porque el espectro tendrá que ser utilizado simultáneamente para mantener los actuales servicios y dar paso a los nuevos” y, en ese sentido, la regulación de la televisión local se consideraba esa fase intermedia y, por tanto, provisional⁴⁴⁹.

Por otro lado, las limitaciones legales a la formación de grupos empresariales de televisiones locales que funcionen, de hecho, como emisores autonómicos o nacionales también han sido duramente criticadas y, muy comunmente, la propia realidad del sector ha manifestado en múltiples ocasiones muy poco interés por respetar esta prohibición⁴⁵⁰.

⁴⁴⁹ Congreso Diputados, Diario de Sesiones nº 169, 21 de Septiembre de 1995.

⁴⁵⁰ Sobre ello volveremos más adelante.

Las limitaciones para que una televisión pueda formar parte de una cadena de emisión o pueda emitir en cadena⁴⁵¹, y la posibilidad de que se puedan autorizar excepcionalmente algunas redes desde la administración autonómica⁴⁵², parecen diseñadas para no permitir que el sector de los pequeños emisores locales en ningún caso perturbe los proyectos políticos que los distintos poderes supramunicipales vehiculan a través de los medios de comunicación autonómicos y estatales.

Simultáneamente, estos condicionantes al sector facilitan que el mercado publicitario de la televisión esté en manos de un oligopolio público-privado perfectamente establecido y al que la entrada de nuevos actores restaría recursos que nadie, ni los empresarios privados ni la propia administración, estaba dispuesto a seguir repartiendo entre más competidores.

En definitiva, durante la tramitación de la ley, para algunos, el sector de la televisión local y su regulación era sólo una cuestión de encajar una realidad que, necesariamente, debía ser legislada tanto por la patente existencia de un sector audiovisual que no podía continuar sin ausencia de marco normativo como, sobre todo, por los recientes pronunciamientos del Tribunal Constitucional al respecto, que obligaba a ello⁴⁵³.

Para otros, en cambio, ya no se trataba simplemente de dar solución a un sector que permanecía olvidado por la administración estatal y a la que no interesaba en absoluto, sino que se trataba de que esta regulación pudiera profundizar en los aspectos descentralizadores y, en definitiva en la democracia, facilitando un desarrollo sólido del sector. A medio plazo, se argumentaba, tantas limitaciones no podían

⁴⁵¹ Artículo 7.

⁴⁵² Artículo 7.4.

⁴⁵³ Así justificaba Borrell la iniciativa emprendida por el gobierno para la presentación de este proyecto de ley pues, decía, “el Gobierno considera importante referirse a la sentencia del Tribunal Constitucional, de junio pasado, que ha acotado las interpretaciones extensivas que se habían efectuado de la sentencia 31/94, de dicho tribunal, relativa a la televisión por cable. Así, la primera de las sentencias citadas ha establecido el principio de la necesidad de regulación de las emisiones de televisión por ondas”, Congreso Diputados, Diario de Sesiones nº 169, 21 de Septiembre de 1995.

más que dejar a las televisiones en la misma precaria situación en que se encontraban antes de la regulación⁴⁵⁴.

Para unos terceros, por el contrario, cualquier relación que la televisión tuviera con el servicio público y la consiguiente intervención administrativa en su gestión al modo en que se entendía por el partido gobernante suponía un anacronismo y una sinrazón que, sobre todo, “estaba lesionando a determinadas empresas de comunicación” alimentando un déficit que crecía a marchas forzadas y, argumentaban, “lo que es más grave, a la propia libertad de expresión y de información”.

Las declaraciones de la representante del Grupo Popular, Ana Mato⁴⁵⁵, son elocuentes: “Se aferran ustedes al concepto de servicio público esencial que se acuñó en el Estatuto de Radiotelevisión Española y que está absolutamente superado. Nadie puede defender el concepto de servicio público esencial en la España del siglo XXI, salvo que ustedes quieran mantener a toda costa el Régimen de concesiones que significa poder político en la comunicación. Además el Gobierno, que parece no se encuentra satisfecho con el déficit billonario --billonario con be-- de Radiotelevisión Española y con los déficit de las televisiones públicas autonómicas, no se conforma con ello y quiere ampliarlo, quiere que el sector público audiovisual sea aún más deficitario”.

La entonces oposición al gobierno socialista se preguntaba qué razón había para debatir un proyecto de televisión local, cuando “todavía no hemos discutido el proyecto de ley de televisión por cable”, y proponía, en todo caso, y “en primer lugar”, que “no se considere la televisión local como un servicio público esencial, porque no lo es”.

Con estos argumentos, el texto presentado por el gobierno socialista fue rechazado por el grupo popular en su totalidad⁴⁵⁶ y, en

⁴⁵⁴ Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya, incluso denunciaba que el proyecto que presentaba el gobierno nacía “con cierta desgana, quizá obligado por las sentencias del Tribunal Constitucional y al final, casi al final de la legislatura, con apenas tiempo para ser discutido en profundidad”, mateniendo además una postura que recogía las aportaciones del sector agrupado en CETEL, Ibid.

⁴⁵⁵ Congreso Diputados, Diario de Sesiones nº 169, 21 de Septiembre de 1995.

⁴⁵⁶ Ibid.

consecuencia, al poco tiempo de ganar las elecciones y formar gobierno comenzaría a trabajar en su reforma y, en Febrero de 1997 el nuevo ejecutivo popular presentaría un nuevo proyecto legal para el sector aunque, finalmente, sería retirado sin producir efecto alguno⁴⁵⁷.

Sin embargo, bastaba con no diseñar el necesario Plan Técnico para el sector para limitar su desarrollo, y eso es lo que en las últimas legislaturas ha ocurrido.

En definitiva, un texto para un sector que es resultado, desde su concepción y durante los siguientes años, de una dinámica institucional que poco o nada ha sido capaz de alcanzar un consenso sobre el sector de televisión local y el sistema audiovisual en su conjunto. Más allá de la composición del arco parlamentario y de la provisionalidad del estrecho margen temporal de los cuatro años correspondientes a cada legislatura, no ha sido posible conciliar posturas tan enfrentadas y, en consecuencia, la ley de televisión local por ondas terrestres desde su promulgación no tenía visos de aplicabilidad.

El diseño legal del sector continuaba proyectando la distribución territorial de competencias entre las distintos poderes territoriales, lo que provocaba no pocas tensiones políticas entre las administraciones autonómicas y central.

Además, con el cambio producido en el gobierno en las elecciones de 1996, la divergencia entre la concepción del sector desde el ejecutivo entrante respecto a aquel que había promulgado la norma provocó que se postergase y condicionase el desarrollo del sector a la implantación futura de nuevas tecnologías de transmisión de televisión, a la implantación de la Televisión Digital Terrestre, que trataremos más adelante.

En todo caso, es necesario detenerse en la regulación de la televisión por cable, que se elabora y aprueba de manera simultánea a

⁴⁵⁷ En él básicamente se fijaban el número de autorizaciones en función de la disponibilidad del espectro, facilitando la entrada de la empresa privada y prohibiendo la doble financiación de las televisiones locales de titularidad municipal, Iniciativa en BOCG, nº 30-1, 17 de Febrero de 1997, y retirada después de la presentación de un texto alternativo por parte de Izquierda Unida, de la solicitud de devolución del Grupo Socialista y de la enmienda a la totalidad del grupo catalán, por lo que no fue aprobada.

la televisión local por ondas terrestres, aunque presenta importantes diferencias en tanto que trata la televisión como un servicio de telecomunicación.

4. Ley 42/95 de Telecomunicaciones por Cable.

En el caso de la regulación de la televisión por cable, el proyecto de ley se empieza a concretar a partir de octubre de 1994, encuadrando esta modalidad de televisión dentro de los servicios de telecomunicación general disponibles a través de las redes de cable, con expreso interés gubernamental en su desarrollo⁴⁵⁸, manifestado desde que en 1992 se reguló la Televisión por Satélite⁴⁵⁹, y entendiendo la complementariedad de ambas modalidades de televisión.

El desarrollo del cable era considerado estratégico para el impulso de la economía y una importante oportunidad de negocio que, para el ejecutivo socialista, estaba considerada como motor fundamental para la reactivación de la economía.

Las estimaciones rondaban los 700.000 millones de pesetas entre las infraestructuras y los equipamientos necesarios para la implantación de estas redes en todo el territorio, y el desarrollo de las redes de cable formaba parte de un paquete de medidas para el fomento de la economía impulsadas por el gobierno.

El ejecutivo incidía con insistencia en el impulso de las telecomunicaciones como eje fundamental en el nuevo escenario socioeconómico, de manera acorde a como venía ocurriendo en el conjunto de la Unión Europea, en cuyo ámbito se estimaba un volumen de negocio de unos 7 billones de pesetas y también era considerado un

⁴⁵⁸ La Comisión Delegada para Asuntos Económicos, presidida por el vicepresidente del gobierno Narcís Serra, ya aprobó en Febrero de 1992 un borrador que pretendía regular el sector, en este caso rectificando las declaraciones hechas por este ministerio en fechas anteriores en cuanto a la prioridad concedida a Telefónica para explotar el servicio, dejando entrada a la iniciativa privada para el desarrollo de las redes de cable, *Expansión*, 10 de Diciembre de 1994, "Serra anuncia que la ley del cable estara lista antes de final de mes".

⁴⁵⁹ Y que determinaría la promulgación casi simultanea de la Ley 37/95 de 12 de Diciembre de Telecomunicaciones por Satélite, en la que se actualizan las disposiciones contenidas en la Ley 35/92 de Televisión por Satélite adoptando la consideración general de ésta como un servicio de telecomunicaciones, y liberalizándolo de manera que ya no permaneciese la prioridad del servicio público para su explotación, Disposición Adicional Sexta de la Ley.

sector clave para la generación de riqueza, fundamental para la nueva economía⁴⁶⁰.

Tampoco el sector escapaba a las estrategias de expansión de las empresas multinacionales, tanto europeas como americanas y, argumentando las importantes inversiones que se habrían de realizar para el cableado de todas las demarcaciones, los ejecutivos de las multinacionales norteamericanas se prestaban sin vacilación a financiar las infraestructuras y, de paso, rechazar las limitaciones que se imponían a la participación de capital extranjero en el mercado nacional de cable a los grupos no europeos⁴⁶¹.

Las empresas estadounidenses ofrecían la dilatada experiencia en la implantación de estas redes de telecomunicación que tenían en Estados Unidos y, obviamente, pugnaban por el control de la red europea, estratégicamente esencial para la introducción de sus productos audiovisuales en estos mercados a través de estas tecnologías emergentes.

Empresas vinculadas a la Generalitat de Catalunya habían creado ya un consorcio con Warner y U.S. West en el que estas participaban con el 49% del capital, en claro enfrentamiento con la actitud del gobierno estatal que preveía la participación máxima del capital extranjero en un 25%, y que se mostraba muy reticente ante las demandas de las administraciones autonómicas de nuevas competencias en el sector⁴⁶².

En el debate parlamentario se dirimían las cuestiones relativas a la prioridad concedida a Telefónica para explotar el servicio e, igualmente, la conformación de las demarcaciones territoriales y las competencias de los municipios y los gobiernos autonómicos en el sector.

⁴⁶⁰, *Expansión*, 27 de Octubre de 1994, “González anuncia una batería de medidas para fortalecer la economía”.

⁴⁶¹*Expansión*, 13 de Septiembre de 1994, “Warner advierte que el capital local no podrá financiar el cable”.

⁴⁶² *Abc*, 30 de Junio de 1994, “El gobierno sigue retrasando la aprobación de la ley de televisión por cable”.

Desde CiU, se defendía una plena autonomía desde los gobiernos regionales para ordenar el cable en los respectivos territorios, mientras que los partidos políticos nacionales mantenían una posición común en cuanto a la necesidad de centralizar en el gobierno estatal estas competencias.

A los municipios pequeños se les dejaba la posibilidad de agruparse en demarcaciones superiores a través de la imposición que establecía en 50.000 habitantes el límite mínimo para poder otorgar una concesión de red. Postura duramente criticada por el gobierno catalán por considerar que precisamente esos municipios pequeños eran muy numerosos y aglutinaban a un elevado porcentaje de la población española.

Se trataba, en fín, de considerar el cable no como tecnología de transmisión de televisión, sino como una tecnología que agrupaba todos los servicios de telecomunicación y, por tanto, ajena a las consideraciones de servicio público que tradicionalmente se habían plasmado normativamente en la regulación sobre el sistema televisivo nacional. Tal como declara la propia ley, se entiende por servicio de telecomunicaciones por cable “el conjunto de servicios de telecomunicación consistente en el suministro, o en el intercambio, de información en forma de imágenes, sonidos, textos, gráficos o combinaciones de ellos, que se prestan al público en sus domicilios o dependencias de forma integrada mediante redes de cable.”⁴⁶³.

De este modo, se produce una translación conceptual muy importante hacía la consideración de las imágenes y sonidos como un mero intercambio de información y, en consecuencia, se incluye la televisión en la filosofía propia de la sociedad de la información, limitando enormemente la capacidad comunicativa del medio y reforzando la idea de intercambio con un carácter púramente comercial.

En esta norma, la televisión, aunque se pretende sea el eje de la nueva tecnología queda, en el fondo, como un servicio complementario. La implantación de las redes de cable no entendía de todos aquellos rasgos de formación y distribución simbólica que se atribuían a los medios de comunicación social en cuanto a la

⁴⁶³ Artículo 1.2.

conformación de la personalidad individual y la opinión pública, sino que en ella la televisión sólo era un servicio más.

Como servicio público, debía ser universal y llegar a todos los ciudadanos, pero bastaba con que estuviera disponible, sin tener demasiado en cuenta los contenidos transmitidos con esta tecnología, ocultos tras el discurso industrial y económico subyacente⁴⁶⁴.

Actitud que supone, en todo caso, una tendencia del legislador distinta a la mantenida para el resto de modalidades de televisión y que venía determinada por la consideración de la televisión como un medio de comunicación social. En la legislación sobre televisión por cable se mantiene parte de esta concepción pero de manera, digamos, más débil, reforzando la integración de esta modalidad de televisión en la filosofía comercial subyacente a la sociedad de la información y considerando prioritariamente los aspectos técnicos del servicio.

De esta manera, la televisión por cable se considera más una parte de una prometedora industria de servicios de telecomunicación que una modalidad de televisión en el sentido tradicional.

Como ha señalado Julio Calistro, “la guerra de intereses que se mueve por influir en un sector con un potencial enorme al combinar satélite y cable, y que debido a la digitalización en las comunicaciones conlleva la convergencia técnica de distintos servicios y su integración potencial en una misma red”⁴⁶⁵, hace fácil comprender la pugna y la dificultad de acuerdos para normalizar el sector ante los múltiples intereses en juego.

⁴⁶⁴ Esto se expresa en la sujeción que la propia norma determina en su Artículo 1 a la Ley de Ordenación de Telecomunicaciones 31/87 y la modificación de ésta por medio de la ley 32/92, sin realizar la tradicional mención del resto de normas de televisión al ERTV. Aunque realizando algunas precisiones sobre la consideración del servicio como medio de comunicación social, basándose en el Artículo 14.1.21 y 27 de la Constitución (Disposición Adicional Primera), y algunas indicaciones sobre la sujeción de los contenidos a la legislación sobre publicidad (Artículo 12) y otras obligaciones respecto al resto de operadores televisivos y programadores independientes (Artlos. 10 y 11).

⁴⁶⁵ Calistro, J. (1995): “El debate de la Telecomunicaciones por cables en España. Incógnitas de la comunicación”, en *Telos*, nº 42 Jun-Ago, en http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_042/index_042.html?actuali_noticias1.html

4.1. Los operadores locales de cable ante la nueva ley.

Con el consentimiento de los ayuntamientos, se habían ido desarrollando redes de cable por la que se transmitía televisión y que estaban amparadas por el Tribunal Constitucional pero, como señalaba el gobierno, permanecían en una situación de alegalidad y sólo estaban amparadas para transmitir televisión no pudiendo ofrecer cualquier otro tipo de servicio de telecomunicación⁴⁶⁶.

Así las cosas, los pequeños emisores locales de televisión por cable que habían evolucionado desde antiguos vídeos comunitarios se encontraban en una situación bastante incierta y en una posición muy débil, puesto que los grandes grupos empresariales españoles comenzaban a desembarcar con fuerza en el sector.

Las tendidos de cable se habían realizado mayoritariamente con cables coaxiales y los nuevos servicios necesitaban de la amplitud de banda que proporciona la fibra óptica y para ello se necesitaban inversiones que no estaban al alcance de los pequeños empresarios.

De esta manera, la implantación de estas redes sólo podía realizarse desde grupos empresariales fuertes y solventes y, evidentemente, tales inversiones multimillonarias se habían de rentabilizar y, por ello, era prioritario este enfoque económico y se relegaba la consideración de servicio público de televisión a un segundo plano e, igualmente, se ponía poco interés en los operadores locales de cable existentes, que no podrían impulsar esta industria.

Uno de los primeros grupos industriales interesados en esta tecnología que avanzaron su implantación fue ENDESA, que participaba a través de todas sus filiales en el territorio español en el negocio de las telecomunicaciones por cable. Igualmente Telefónica, desde 1993, ya instalaba fibra óptica en los nuevos trazados de telefonía que realizaba a través del proyecto FOTON llegando a más de 125 municipios de más de 50.000 habitantes a finales de 1995.

⁴⁶⁶ Así se expresaba Elena Salgado, Secretaria General de Telecomunicaciones, indicando también que la nueva ley de televisiones por ondas permitiría regular conjuntamente el sector de televisión local, aunque es importante recordar que la telefonía era uno de los sectores en proceso de liberalización y que con más empeño se intentó desregular favoreciendo los intereses de la primera empresa nacional, Telefónica.

RENFE también disponía de una red de fibra óptica de más de 14.000 km infrautilizada, e incluso algunas comunidades autónomas apostaban claramente por la televisión por cable para constituir un sistema de telecomunicación que incluyese una televisión autonómica que hasta entonces no existía, como el caso de Castilla y León⁴⁶⁷.

Sin embargo, y por otro lado, aunque ya emitían televisión por cable en España más de 600 televisiones locales, que habían evolucionado en muchos casos de antiguos vídeos comunitarios y que disponían de redes locales propias, los consorcios creados para la explotación del servicio en el nuevo contexto de la ley eran limitados⁴⁶⁸, sólo 14, y este tipo de televisiones pequeñas quedaban de nuevo fuera del mercado y en una situación incierta.

Conglomerados de empresas encabezados por grupos multimedia ya presentes en la televisión privada y por satélite (Zeta y Prisa), algunos bancos (SCH, Santander), grandes empresas industriales y eléctricas (Abengoa, Iberdrola, Unión Fenosa, etc.) y la propia Telefónica, estaban posicionándose con fuerza en el sector y, finalmente acabarían participando en él, sin que los operadores locales pudieran hacer valer su voz y, sólo muy recientemente, a algunas de las televisiones locales por cable que ya existían entonces les han sido concedidas licencias de emisión⁴⁶⁹.

En definitiva, de esta regulación cabe destacar que no se trata de una normativa para legalizar a estas emisoras, sino que está destinada a conformar un sector industrial y económico fuerte y competitivo y, en lo que respecta a los emisores de televisión local, sólo les deja la posibilidad de acabar formando parte de conglomerados empresariales

⁴⁶⁷ El gobierno autonómico descartaba la posibilidad de crear una televisión propia siguiendo el modelo del resto de gobiernos regionales y apostó fuertemente por la televisión local y por cable para constituir un modelo de televisión autonómica basado en la agrupación de emisores locales, impulsando desde el principio la transformación tecnológica y la implantación de una red de telecomunicación propia, *El País*, 20 de Septiembre de 1994, “La Junta de Castilla y Leon invertira 25.000 millones en telecomunicaciones”.

⁴⁶⁸ Giordano, E.; Zeller, C. (1999), Op. cit. p. 181, pp. 99 y 216.

⁴⁶⁹ A partir del año 1998 se empiezan a conceder autorizaciones a este tipo de televisiones, constando legalmente su existencia alternativa a los consorcios de telecomunicaciones adjudicatarios de las concesiones del servicio en las respectivas demarcaciones. Un listado actualizado de las licencias y autorizaciones existentes en todo el estado español se puede consultar online en la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, http://www.cmt.es/cmt/centro_info/lic_autoriza/operadores.zip

mayores, y en ningún caso protege claramente la existencia de coberturas limitadas al núcleo urbano.

En el reglamento que desarrollaba las condiciones de la concesión⁴⁷⁰, elaborado muy tempranamente al contrario que el aun hoy inexistente para la televisión local por ondas, se establecían unas cifras mínimas de inversión de 100 millones de pesetas para las demarcaciones inferiores a 100.000 habitantes, con lo cual ya directamente se dejaba fuera a los pequeños empresarios locales que emitían con esa tecnología. También esa norma contempla la posibilidad de establecer nuevas demarcaciones a partir del 1 de Enero de 1998, a petición de las Comunidades Autónomas⁴⁷¹, pudiendo incluso ampliarse fuera del territorio autonómico y reservándose para ello el Ministerio de Fomento el derecho de autorización⁴⁷².

En definitiva, nada parecido a lo que se pudiera entender como una regulación destinada a las televisiones por cable existentes en aquel momento.

Por otro lado, las corporaciones municipales siempre han de iniciar el proceso de adjudicación previo acuerdo plenario, por la evidente utilización de espacio público de titularidad municipal que ocupa el tendido del cable y no por otra cosa, porque ni los poderes municipales ni las televisiones locales tenían especial consideración para el gobierno nacional más allá del carácter instrumental de las corporaciones locales, y la supuestamente necesaria adaptación de las realidades comunicativas locales a los nuevos tiempos⁴⁷³.

⁴⁷⁰ RD 2066/96, de 13 de Septiembre, y que desarrolla tanto las telecomunicaciones por cable como la liberalización de las telecomunicaciones en general aprobada por Real Decreto-ley 6/1996, de 7 de junio, de Liberalización de las Telecomunicaciones.

⁴⁷¹ Artículo 10.

⁴⁷² Artículo 9.1.

⁴⁷³ La Ley 42/95 indicaba en su Artículo 2.2 que obligatoriamente los municipios con población menor de 50.000 habitantes debían necesariamente agruparse para constituir una demarcación y, por tanto, la autonomía municipal era más bien poca y se trataba de una colaboración necesaria con los ayuntamientos más que una efectiva dotación de capacidad para el desarrollo de las redes. Curiosamente en el Artículo 3.3. limitaba a 2 millones el límite total de la población que podía abarcar una demarcación, y como es evidente tal limitación no afecta a la mayoría de la población y, seguramente, es menos lesiva que limitar la autonomía de los municipios pequeños tal como se está haciendo igualmente para la introducción de la TDT y que trataremos oportunamente.

En definitiva, al contrario que se refleja en la norma que regula la televisión local por ondas, en el cable se apuesta por la creación de redes de telecomunicaciones que tengan un tamaño óptimo para su rentabilización y los pequeños emisores de televisión local quedan fuera de un sector que se aborda desde un punto de vista industrial y mercantil.

4.2. Integración de emisores locales en redes de cable.

Según la filosofía de la ley de telecomunicaciones por cable, también los emisores vía hertziana están abocados a acabar integrándose en las redes de cable, ante la previsible convergencia tecnológica hacia este medio que preveía el gobierno estatal.

En ese sentido, la ley obliga a los operadores de cable a distribuir a sus abonados las televisiones de ámbito nacional y autonómico, pero también a “distribuir a todos los abonados de cada Municipio conectados a la red los servicios de difusión de televisión local correspondientes al mismo, si sus titulares lo solicitan”.

Esta referencia explícita a las televisiones locales en su conjunto, aunque sin más especificaciones, en la que se hace especial mención a que “este mandato no le supondrá al operador de cable la obligación de suministrar la programación de este servicio”, junto con la necesaria solicitud previa de los gestores de televisión local para su inclusión en estas redes⁴⁷⁴, determina con claridad la subsidiariedad con que la administración trata a un sector tan extendido en todo el territorio nacional como la televisión local por ondas.

En definitiva, la ley de cable revela la desatención del ejecutivo hacia el sector de televisión local en su conjunto en cuanto medio de comunicación social, y manifiesta una actitud que impulsa la integración marginal de la televisión por ondas hertzianas en las nuevas redes de telecomunicación que, además, ni siquiera se diseñan para que sean propiedad de empresarios locales, sino para que formen parte de grandes conglomerados industriales en los que las televisiones por cable existentes también están obligadas a integrarse.

⁴⁷⁴ Artículo 11 g) de la Ley 42/95.

Se crea, en todo caso, la paradoja de pretender que las televisiones locales por ondas tengan su espacio de difusión futuro en las redes de cable pero, por otro lado, al no existir ninguna planificación técnica de aquellas y, por tanto, no estar autorizadas para emitir, tampoco pueden solicitar ser incluídas en las redes de cable puesto que no existen como tales televisiones.

Aunque sí hay algunas televisiones locales que se han integrado en el conjunto de canales que distribuyen algunos operadores de cable, las manifestaciones ya comentadas respecto al futuro del sector y esta breve referencia legal, en una ley que se promulga de manera simultanea a la propia de las televisiones locales por ondas, evidencia que la norma para regular las televisiones locales que emitían por ondas nació muerta y sin posible aplicación, y que las televisiones locales por cable existentes no tenían hueco en la nueva industria de telecomunicaciones.

Además, toda la previsión que se podía hacer sobre la convergencia tecnológica minusvaloraba el potencial comunicativo de estos emisores y su importancia social cuando ni tan siquiera se obliga a los operadores de cable a distribuir sus señales de manera automática. Se necesita una solicitud previa, y, ni siquiera se impone obligación alguna de promocionar su programación.

En definitiva, la inclusión en este tipo de redes de las televisiones por ondas y por cable existentes es claramente desventajosa para el sector, y esta nueva norma refuerza y continúa manifestando el absoluto desamparo y desinterés gubernamental hacia la televisión local en nuestro país e, igualmente, evidencia que el sector sólo es tenido en cuenta en función de intereses ajenos a su propia especificidad.

5. Algunas conclusiones.

La ley de televisión local por ondas terrestres es el resultado de tensiones de diferente signo político y del delicado equilibrio parlamentario en que se produce su debate y promulgación y se aprueba al final de una legislatura, socialista, en la que se intuía el cambio de signo político del gobierno estatal.

Con el nuevo ejecutivo del grupo popular en el gobierno continúan las tensiones y desencuentros con las distintas fuerzas de la

oposición respecto al diseño del sistema audiovisual. El grupo popular se había opuesto firmemente a la regulación que se aprobó para la televisión local y, en consecuencia, intentaría modificar el marco normativo audiovisual, aunque sin éxito.

Todo ello en su conjunto, y ante la propia provisionalidad que la ley de televisión local mantenía respecto a los previsibles cambios tecnológicos, explica nítidamente por qué no se ha puesto en marcha un Plan Técnico Nacional⁴⁷⁵ que determine las frecuencias disponibles en cada municipio y permita su asignación en los términos previstos en la normativa estatal.

Por su parte, las administraciones autonómicas, intentan desarrollar una ley que el ejecutivo central se niega a implantar en ese claro pulso al poder del Estado desde las distintas administraciones territoriales que, en algunos casos, incluso ha llegado a los tribunales⁴⁷⁶.

En consecuencia, la ley de 1995 queda sin desarrollar y todo lo que se puede aplicar de ella en la actualidad, y no con toda claridad, es la evidencia de una realidad comunicativa de ámbito local anterior a su promulgación. En ese sentido, la ley sólo concede de manera ambigua estatuto legal a aquellas televisiones locales existentes antes de 1995, indicando la posibilidad de otorgarles la oportuna concesión en un futuro que, en caso de no obtenerse, obliga a estos operadores al cese de sus emisiones en el plazo de 8 meses⁴⁷⁷.

Cómo tal proceso concesional no se ha producido por la falta de planificación del espectro radioeléctrico, es evidente que tales emisoras no tienen autorización, pero también que tal situación no es imputable a ellas, sino a la propia administración estatal. Por tanto,

⁴⁷⁵ Esta planificación sí se llevó a cabo, en cambio, cuando se aprobó la Ley de Televisión Privada, de manera diligente mediante el RD 1362/1988, de 11 de Noviembre que, aún optando por la utilización de la propia infraestructura de la red de RTVE por parte de los nuevos emisores privados, al menos daba el soporte técnico-legal para hacer posible esta asignación de frecuencias y, consiguientemente, pudiendo emitir de manera legal.

⁴⁷⁶ Al promulgarse la norma castellano-leonesa, el gobierno de la nación interpuso un recurso positivo de competencias ante el Tribunal Constitucional, puesto que contradecía la normativa estatal al declarar explícitamente que las emisoras que hasta entonces emitían se consideraban legales hasta que se otorgasen las correspondientes licencias, Disposición Transitoria Única, Apartado. 4.

⁴⁷⁷ Ley 41/95, Disposición Transitoria Primera.

aquellas que emitían anteriormente a 1995 se encontrarían en una situación, al menos, no ilegal.

Algunas de las televisiones locales del país han iniciado individualmente los trámites para obtener la concesión, aunque sin recibir respuesta alguna⁴⁷⁸, elevando directamente su petición a la Administración Central, o amparados por los desarrollos normativos de algunas autonomías que permitían iniciar el proceso.

Sin embargo, todavía hoy, todo el sector depende de la decisión de la administración estatal de asumir las competencias que la legislación le atribuye, en cuanto a la redacción del mencionado Plan Técnico y, ante la inexistencia de tal planificación, todas las televisiones locales de nuestro país emiten sin autorización.

En consecuencia, poco o nada ha resuelto la legislación para el sector que sólo de manera tenue distingue entre los emisores anteriores a la entrada en vigor de la ley, publicada en el Boletín Oficial de el Estado el 27 de Diciembre de 1995, y aquellas otras televisiones locales que empezaron a funcionar con posterioridad a esa fecha que, en ese sentido, tendrían un estatuto legal distinto en tanto que ni siquiera tienen reconocida jurídicamente su existencia.

Además, ni siquiera cuando se aprobó la norma parecía que se pensase que estas televisiones iban a continuar emitiendo hasta la actualidad o, por lo menos, no estaba demasiado claro que más allá de 5 años fuese necesario mantener las condiciones en que se había producido la concesión porque, argumentaba el gobierno central, los cambios tecnológicos inminentes no permitían preveer el futuro del sector más allá de esos años.

Según la norma, se concedería autorización para emitir durante 5 años a las televisiones que obtuviesen una adjudicación de frecuencia⁴⁷⁹ pero, a diferencia del tratamiento que otras leyes sobre el sector televisivo hacen de este aspecto⁴⁸⁰, limitando enormemente el

⁴⁷⁸ En 1999 el Grupo Socialista interpelaba por escrito al gobierno sobre la solicitud de autorización para emitir de la televisión andaluza Onda Algeciras, BOCG, nº 521, 11 de Noviembre.

⁴⁷⁹ Artículo 14.

⁴⁸⁰ En la Ley de Televisión Privada este plazo era de 10 años, Artículo 11, Ley 10/88 de 10 de Mayo.

desarrollo de estos emisores locales, obligados a asumir elevadas inversiones para su puesta en funcionamiento y a amortizarlas con la incertidumbre que suponía la autorización para emitir durante tan corto periodo de tiempo.

En este sentido, desde el gobierno y de manera explícita, se justificaba este plazo máximo en función de la previsión de implantar en un futuro próximo la tecnología de transmisión digital de televisión, y se argumentaba que durante estos 5 años se podría finalmente regular el sector para introducción la nueva tecnología pero, sobre todo, se pretendía que la televisión local por ondas terrestres no perturbarse este proceso de transición a la TDT. Tal como defendía Elena Salgado, entonces Secretaria de Estado de Telecomunicaciones, “ese plazo permite a la administración española ordenar el espectro radioeléctrico y por tanto no impedirá que la televisión digital pueda desarrollarse”⁴⁸¹.

En consecuencia, se hacía depender el desarrollo de la televisión local de un hipotético futuro tecnológico. Pero no solo eso, además se propiciaba que el sector acabase irremediablemente integrado en las redes de telecomunicación por cable.

En definitiva, parecía diseñarse su óbito o, en todo caso, se condicionaba su potencial desarrollo a acontecimientos tecnológicos futuros.

En conclusión, y a pesar de la promulgación de esta legislación para la televisión local por ondas y por cable, la administración mantuvo, durante el proceso de regulación del sector y los siguientes años, una actitud de desatención consciente y desprecio evidente hacia el sector dejándolo en el más absoluto desamparo y pendiente de la evolución de indicadores ajenos a las necesidades del sector.

La administración parece estar ahora inmersa en el diseño de ese Plan Técnico para la Televisión Local por Ondas Terrestres, ahora digital⁴⁸², y a pesar de que la televisión local es una realidad

⁴⁸¹ *Diario 16*, 29 de Septiembre de 1994, “Elena Salgado niega que la nueva ley de televisión local vaya a impedir el desarrollo de la televisión digital”.

⁴⁸² La introducción de medidas para el sector mediante la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos de 2003 la analizaremos más adelante. Paralelamente al desarrollo de estas medidas se está elaborando un proyecto global de Ley de Televisión aunque, en el momento

incontestable en nuestro sistema audiovisual el sector continúa obligado a adaptarse a los acontecimientos contemporáneos en la misma precariedad legal en que se encuentra desde hace más de 20 años y en la mayor de las incertidumbres.

de acabar esta investigación, todavía no está concluido. Se prevee, no obstante, que se abra un procedimiento legal para la privatización de las televisiones autonómicas, según las informaciones aparecidas en Tvdí.net “Piqué espera aprobar el proyecto de ley de TV antes de Semana Santa, para que pueda entrar en vigor esta legislatura”, 10 de Abril de 2003, <http://www.tvdi.net>

CAPÍTULO 4º.

TELEVISIÓN LOCAL ANTE LA OFERTA MULTICANAL.

En este capítulo, se analiza el papel de los operadores de televisión local ante la creciente multiplicación de la oferta de programas y actores en el sector durante la última década de los noventa, así como el creciente interés estratégico que muestran algunos grupos multimedias para su implantación en el sector.

Se revisan, igualmente, algunos estudios contemporáneos que analizan el sector con acercamientos territoriales a la realidad de algunas autonomías.

Finalmente, se intenta determinar la situación en que se encuentra la televisión local y las posibles tendencias que se están implantando.

1. El sector local en la actualidad.

A mitades de la década de los noventa, el sistema televisivo español un sistema televisivo ya se había transformado desde una concepción centralista y pública de la programación basada en el monopolio de la red de transmisión, hacia un sistema audiovisual mucho más complejo en el que participaban los poderes públicos territoriales, la empresa privada y se utilizaban distintas tecnologías de difusión.

De esta manera, distintos operadores de televisión pueden difundir su señal en el mismo territorio, y el nuevo contexto audiovisual propicia la multiplicación de la oferta de programas y las posibilidades de negocio del sector audiovisual en su conjunto. Pero esta multiplicación de canales deja en un posición más débil, si cabe, a los pequeños emisores locales que han tenido que competir con el resto de operadores de televisión en franca desigualdad y desamparo legal.

Los condicionantes legales impuestos a las televisiones locales, tanto en lo relativo a las dificultades de ampliación de coberturas de emisión, como en cuanto a la limitación de agruparse y emitir en cadena, merma de manera importante las posibilidades de desarrollo de los emisores locales en un contexto competitivo como el actual.

Restringiendo el espacio comunicativo de estas televisiones a un territorio que progresivamente ocupan más operadores nacionales e internacionales, y dificultando la necesaria rentabilización de la producción local, se condena a las televisiones locales a una difícil supervivencia ante la concurrencia en el sistema franca desventaja y frente a productos mucho más elaborados y competitivos.

Cierto es que el gran potencial de la cercanía de estos emisores a las realidades sociales inmediatas del entorno permite ofrecer una programación de indudable interés ciudadano, pero difícilmente se puede sostener que sólo con *imaginación* y *creatividad* es posible consolidar el fragil sector de televisión local.

El argumento del indudable interés de los contenidos de proximidad que ofrecen estos emisores, y que otras cadenas generalistas desatienden, no es suficiente para sostener por sí mismo este tipo de emisoras, por muchas razones.

Entre las más evidentes se encuentra la general falta de consolidación y fidelización de públicos respecto a la oferta de programación que proponen las televisiones locales. Esta debilidad y poca penetración del sector ha facilitado que los nuevos operadores que se han ido introduciendo en el mercado no hayan encontrado resistencia de las audiencias para imponer su oferta generalista, relegando todavía más a los operadores locales a una posición marginal en el conjunto del sistema televisivo.

Por otro lado, y como resultado de la dificultad de romper esta dinámica de reproducción y legitimación de la programación generalista como la única válida para televisión, las comunidades locales continúan exponiéndose a productos estandarizados y generalistas que dificultan la introducción de la programación de proximidad a través de operadores locales.

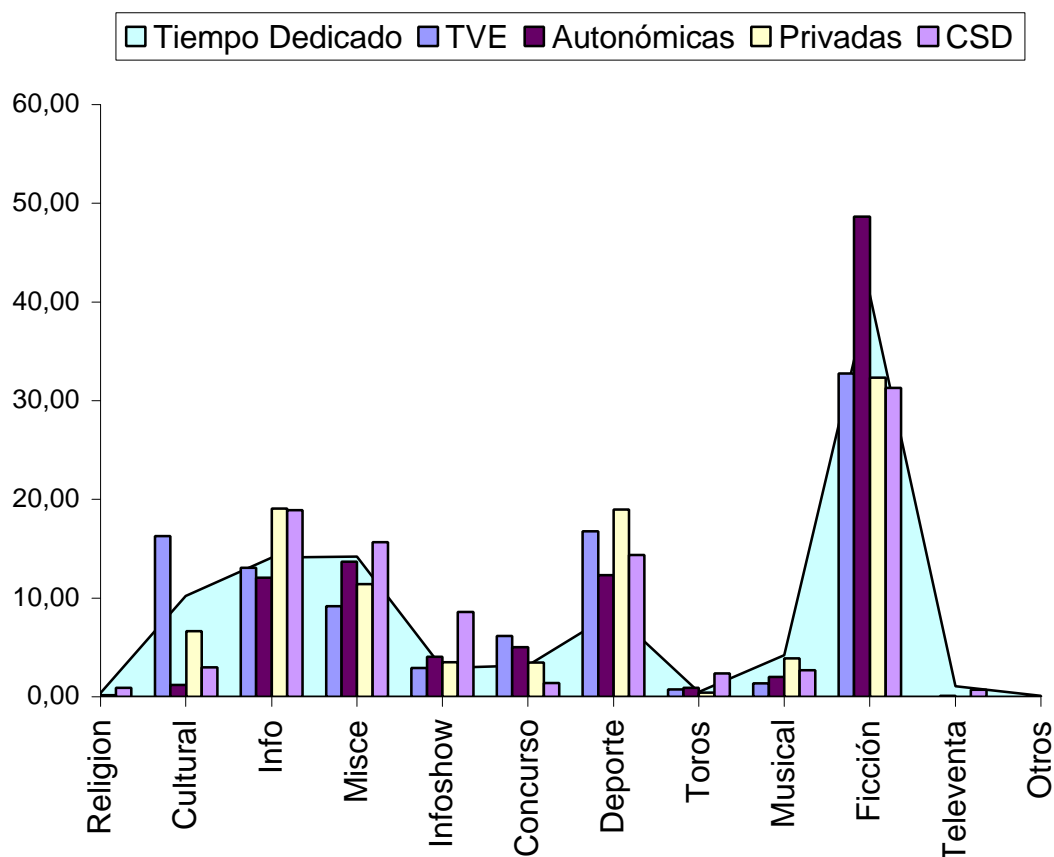
De esta manera, y durante este último período de los años 90, el sector local, en lugar de aumentar su presencia en el conjunto del sistema audiovisual multicanal, se ha revelado incapaz de incrementar su visibilidad y aceptación por parte del público, obligado a competir en desigualdad con el resto de operadores televisivos, por las razones ya descritas.

Esta tendencia a la falta de consolidación de la oferta de programación local sólo comenzará a cambiar su tendencia a partir de la introducción, a finales de la década, de nuevos actores en el sector local. Algunos de ellos, se implantan en este ámbito comunicativo impulsando nuevas áreas de negocio mediante estrategias de programación de carácter local y, otros, surgidos como resultado de diversas formas de agrupación de operadores ya existentes en torno a modelos mercantiles o asociativos.

2. El nuevo escenario audiovisual de la competencia.

Si revisamos la evolución de las propuestas genéricas que se han ido presentando a las audiencias por la televisión generalista y su grado de aceptación, fácilmente podemos concluir que son productos con los que los pequeños emisores difícilmente pueden competir.

Gráfico 10. Aportación de cada género a la audiencia en 1996⁴⁸³.



De la relación entre la oferta de programas y su aceptación, podemos apreciar que la ficción, género que necesita de grandes recursos de producción, es el género dominante en la parrilla de las televisiones no locales. En este sentido, las propuestas de las cadenas generalistas se ven correspondidas con la respuesta de la audiencia aunque, sin duda, los programas más rentables son los deportivos, que consiguen mayor aceptación relativa por parte del espectador.

Cabe señalar, igualmente, la importancia de los informativos, magazines y programas culturales tanto para los emisores como para el público, aunque habría que precisar que, en el caso de los programas culturales, son mayoritariamente seguidos por la cadena pública estatal y, en todo caso, difundidos a través de la segunda cadena,

⁴⁸³ Sofres, Anuario 1997.

representando el 25% de la audiencia de TV2, similar a la cuota obtenida por este canal público tanto en programas deportivos como de ficción.

En todo caso, las preferencias del público se decantan por la ficción, el deporte y la información, géneros que necesitan de importantes recursos económicos para su producción y que no son accesibles a los emisores locales para competir en condiciones aceptables y de igualdad.

No se tienen datos sobre la oferta de las televisiones locales en estas fechas, aunque si comparamos esta muestra de 1996 con la elaborada en 1991 por Prado y Moragas⁴⁸⁴, aun siendo una clasificación genérica distinta, podemos determinar el aprovechamiento de los emisores locales de su propia especificidad utilizando mayoritariamente el género informativo.

De igual manera, el deporte está considerado un buen medio de penetración en las audiencias locales dentro del marco territorial específico del entorno de cada emisor, seguido de los programas de bajo coste de producción y accesibles a los medios técnicos y financieros de los pequeños emisores, como pueden ser los debates, concursos, etc.

Es decir, a pesar de la fuerte competencia generada por la multiplicidad de programas que se ofertan al espectador, algunos géneros son susceptibles de adecuarse de manera *natural* a las posibilidades y características propias de las televisiones locales, aunque siempre contando con que se tienen muchos menos recursos financieros para su producción.

Por otro lado, sigue latente el problema de la medición de su efectividad y la aceptación real de los mismos. Los resultados de Sofres no aportan datos sobre las televisiones locales, ni pueden hacerlo, dadas las dificultades de aproximarse a la medición de núcleos poblacionales de manera exhaustiva⁴⁸⁵.

⁴⁸⁴ Gráfico 4, pag. 170.

⁴⁸⁵ En el año 2000, la muestra se realizaba sobre 3.105 hogares y un total de 10.029 individuos, de los más de 12 millones de hogares existentes y una población censada de más de 38 millones.

Tampoco se puede afirmar que tales datos puedan representar algo más que la sintonización de un canal determinado⁴⁸⁶ y que reflejen la relevancia que la oferta conjunta de las televisiones tiene para el espectador, aunque son aceptados de manera consensuada por todos los operadores.

Los datos de medición de audiencia, como ya comentamos, han sido creados para la cumplir una función específica respecto a los anunciantes, es decir, para justificar la inversión realizada en el medio, y se necesitarían estudios adecuados para los ámbitos de cobertura de las televisiones locales y, en todo caso, si se considera que tales televisiones ejercen algún tipo de función social, estos deberían ser cualitativos.

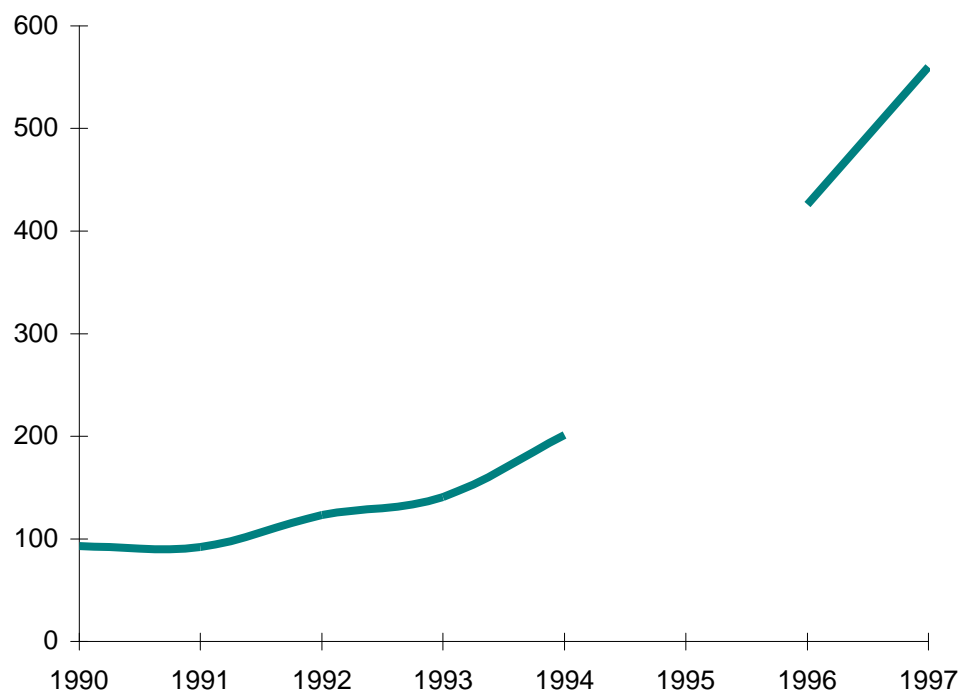
Sobre la necesidad de ello se ha insistido en varias ocasiones y, como afirma Callejo, es en este ámbito en el que “la investigación, cuando se enfrenta realmente a lo local, pone en evidencia sus limitaciones y condicionantes; pero, también, su potencial para repensarse creativamente y salir de las rutinas subordinadas”, que subyacen a las metodologías tradicionales y que deberían tener hacia estudios etnometodológicos y que reforzasen el conocimiento de los vínculos de estas televisiones con la ciudadanía⁴⁸⁷.

Sí existe la medición realizada por EGM de las audiencias estimadas a partir de las encuestas telefónicas que realiza periódicamente y que determinan con claridad la progresiva aceptación del público de la oferta facilitada por las televisiones locales, aunque muy por debajo del resto de cadenas, y con las limitaciones inherentes ya reseñadas de obtener muestras representativas para el sector.

⁴⁸⁶ La información sobre los métodos audiométricos utilizados por Taylor Nielsen-Sofres se puede consultar <http://www.sofresam.es>

⁴⁸⁷ Callejo, J. (2002): “Estudios de audiencia en espacios locales: entre la estandarización y el vínculo”, III Jornadas de Comunicación y Cultura Contemporánea, *Las Televisiones Locales en Europa: Proximidad, Programación y Políticas de Comunicación*, Santiago de Compostela, 23-25 Octubre 2002, inédito.

Gráfico 11. Evolución audiencia de las Televisiones Locales según EGM (miles).



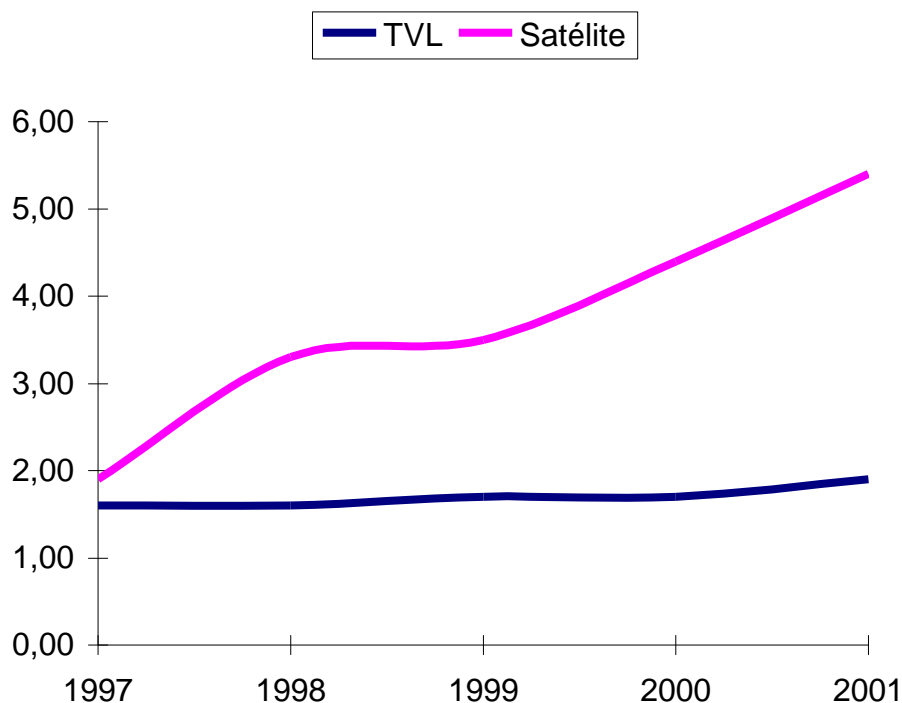
Y ni siquiera este estudio puede ofrecer datos con continuidad pues, como se aprecia, existe un período en que no se realizan mediciones. En todo caso, en 1997 se llega a un total de 560.000 personas que sintonizan alguna televisión local, pero todavía por debajo de la penetración de la televisión por satélite nacional, y siempre con una audiencia inferior a la registrada por la cadenas extranjeras vía satélite durante el período en que se produce su medición⁴⁸⁸.

Es decir, aún aumentando su presencia, el conjunto de las televisiones locales siempre permanece muy por debajo del resto de ofertas más o menos novedosas, distancia que se incrementa durante la última década de los años 90, en que se produce una fuerte penetración

⁴⁸⁸ Con una audiencia estimada, según este estudio, por encima de los 600.000 televidentes. En todo caso, estos datos no son representativos de la audiencia real del satélite por la confluencia de este y las televisiones locales desde los inicios, siendo estas últimas reemisores privilegiados, de manera legal o ilegal, de programas satélite de amplia implantación internacional como MTV, Galavisión, EuroNews, etc.

del satélite, mientras la televisión local registra sólo un aumento moderado de aceptación.

Gráfico 12. Evolución audiencia tv local y satélite 1992-2001, EGM (% sobre total cadenas).



La televisión local, pues, es la última preferida por las audiencias según los estudios de ámbito nacional aunque, pudiendo ser cierto, no se corresponde con la real aceptación y sintonización de estos canales, aunque tal extremo no se pueda demostrar con precisión por el método de medición empleado. Los datos de EGM relativos a 2002 ofrecen una audiencia acumulada de algo más de 13 millones de personas mensuales, aunque estos datos son resultado del análisis del sector de manera conjunta al resto de operadores de televisión y, por tanto, no se puede considerar que sean válidos por que utilizan muestras no representativas.

No obstante, y sin duda, la aceptación por parte de la audiencia de multiples ofertas de programación ha permitido que todos los operadores, incluidos los locales, obtengan cierta atención del público y, en este sentido, la propia multiplicidad de canales ha beneficiado, subsidiariamente, a estas televisiones locales que han pasado a ser una más de las ofertas temáticas posibles. Esta nueva situación multioferta

ha supuesto un beneficio añadido al sector local, por el hecho de que la proliferación de programación similar en todas las cadenas ha permitido otorgar mayor visibilidad a una propuesta netamente diferente como es la programación inmediatamente cercana al ciudadano, esto es, la que ofrece la televisión local.

De esta manera, mientras las plataformas de satélite y cable se esforzaban por ampliar y delimitar temáticamente la oferta para captar públicos específicos, las televisiones locales no necesitaban de ningún esfuerzo para evidenciar que se trataba de una propuesta temáticamente alternativa a la oferta generalista que ofrecían el resto de cadenas nacionales públicas y privadas.

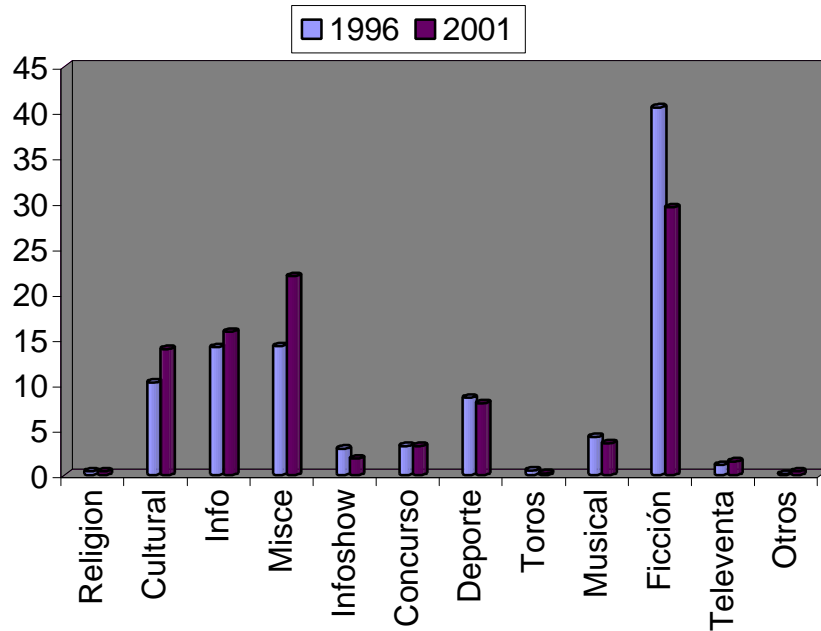
Sin embargo, por otro lado, y en contraposición a ello, la competencia feroz por rentabilizar al máximo todos los tramos horarios y arañar puntos de audiencia que ha provocado esa tendencia en las televisiones generalistas hacia la unificación de la oferta con programas de éxito contrastado, también ha acabado por imponerse en una parte importante del sector local que, además, ha pasado a ser considerando un oportuno nicho de mercado para expandir un negocio que ya parece haber tocado techo en el ámbito de la televisión nacional. En consecuencia, la dinámica mercantil de las cadenas generalistas ha supuesto un grave perjuicio a los emisores locales trasladando al sector la necesidad de elaborar programas que se parezcan a los generalistas y trasladando, también, el discutible afán de ocupar antena durante el mayor tiempo posible, sin que importe demasiado en muchas ocasiones qué programación se emite y, además, el propio sector ha pasado a ser un espacio donde compiten emisores nacionales entre sí pero, también, contra el propio sector.

En definitiva, la competencia feroz del último período de los años 90 ha provocado una importante convulsión en el conjunto del sistema televisivo nacional que se manifiesta en todos los ámbitos y supedita cualquier modelo de televisión a la rentabilización de las audiencias para lograr su financiación y la televisión local está integrada en esta vorágine y cada vez más alejada de sus objetivos fundacionales.

En el año 2001, la programación que ofrecían el conjunto de las televisiones de ámbito nacional y autonómico muestra que, respecto a cinco años atrás, se había reforzado el área informativa, cultural y los programas de entretenimiento incluidos en la categoría *miscelanea*

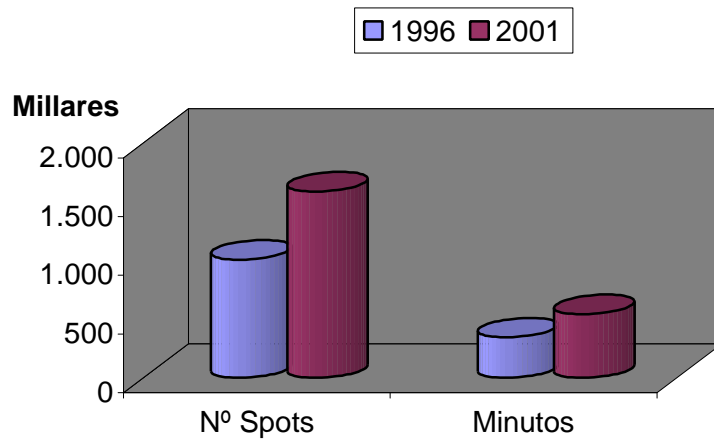
utilizada por Sofres, con un descenso importante en la programación de ficción.

Gráfico 13. Evolución oferta nacional de televisión 1996-2001 Sofres, (% sobre emisión).



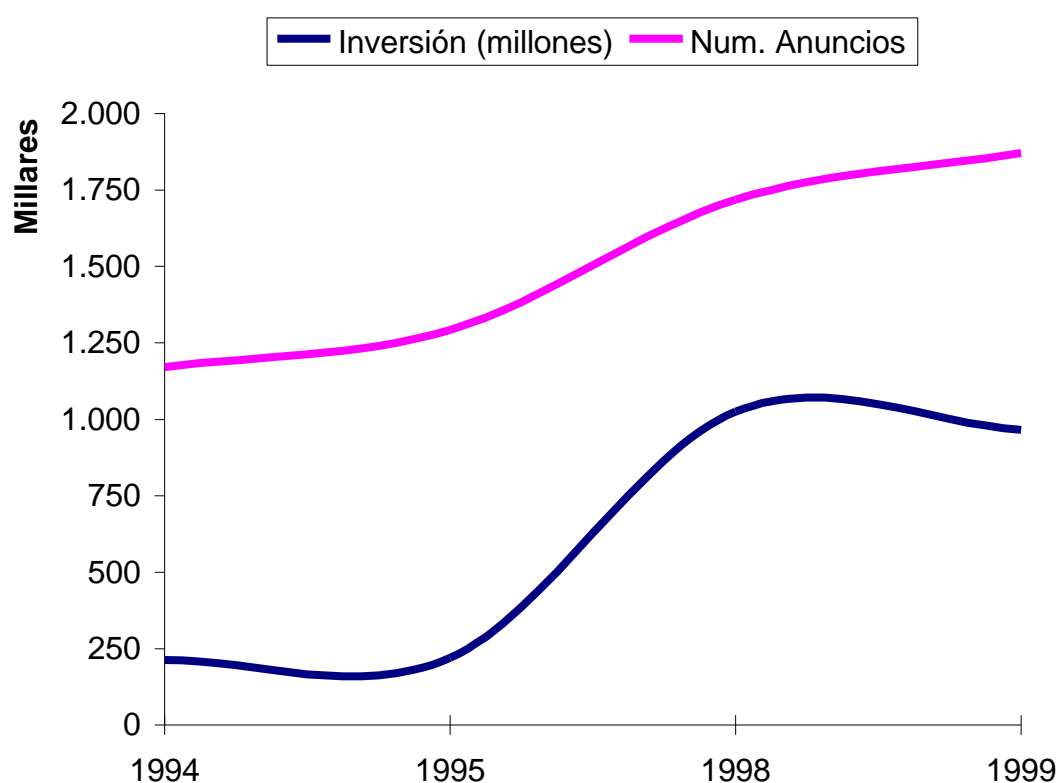
Igualmente, la publicidad se había hecho mucho más presente en la televisión, aumentando enormemente tanto el número de inserciones como los minutos totales de emisión, en una relación similar, sin variar la duración de los spots.

Gráfico 14. Evolución emisión publicidad cadenas nacionales 1996-2001 (Sofres).



Es decir, durante estos años se aprecia una notable competencia por la captación de estos recursos publicitarios por parte de las televisiones nacionales y esto provoca la tendencia a la disminución de las tarifas y, finalmente, acaba por disminuir el volumen total de ingresos por este concepto, que sitúa al sector en franca recesión a partir de 1998, año en que comienza a disminuir igualmente el coste real de los anuncios en un 13%, resultado de las políticas de descuento de las cadenas televisivas.

Gráfico 15. Inversión publicitaria cadenas nacionales.



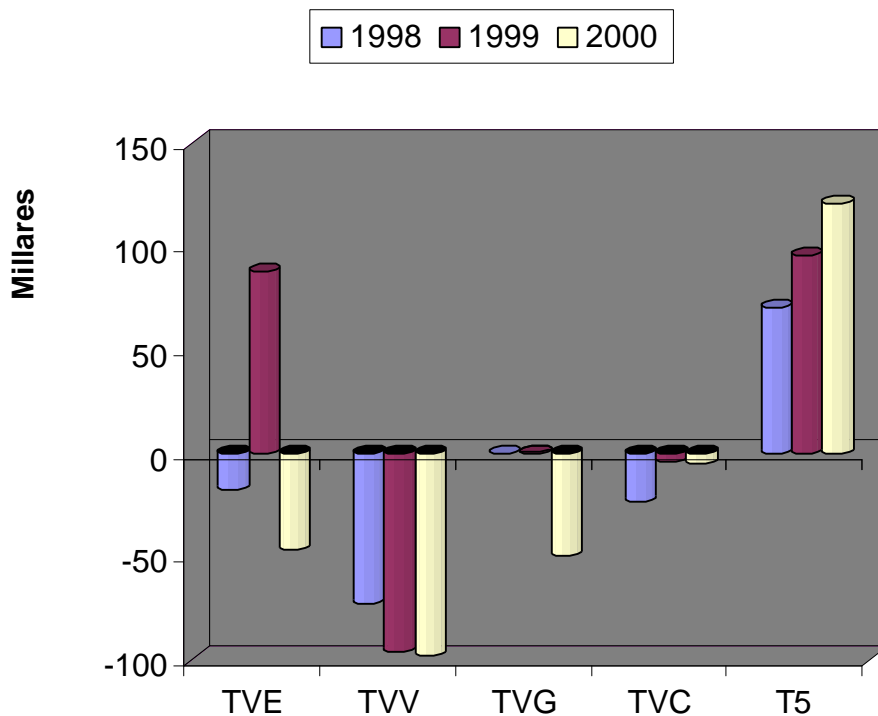
En 2002 la inversión publicitaria total en televisión continuaba disminuyendo a un ritmo del 0,9%⁴⁸⁹ respecto al año anterior. Una tendencia general en todo el sector televisivo, que retrocede una media del 1,5%, aunque todavía constituyendo junto a los diarios el medio en el que se registra un volumen mayor de inversión.

⁴⁸⁹ Informe Infoadex Sept-2001 a Sept-2002.

Todo ello no hacía más que acrecentar los problemas financieros del sector, sobre todo de las televisiones públicas que, en su conjunto acumulaban ya una deuda cercana a los 130.000 millones de pesetas en 1993. En la actualidad, sólo en TVE, esta deuda ronda los 6.000 millones de euros, y son más de 400, por ejemplo, en Televisión Valenciana⁴⁹⁰.

Tal es la situación crítica del sector televisivo público que la propia Unión Europea se ha pronunciado respecto a la necesidad de mantener la doble financiación de las televisiones públicas⁴⁹¹.

Gráfico 16. Resultados contables de algunas cadenas de televisión⁴⁹²



⁴⁹⁰ El mantenimiento de las televisiones públicas costaron en el años 2000 una media de 4.900 pesetas a cada español, según cálculos recogidos en *Expansión*, 12 de Noviembre de 2001, “Las televisiones públicas costaron en 2000 1.200 millones de euros a los españoles”.

⁴⁹¹ *Expansión*, 17 de Septiembre de 2001, “La UE apoya la financiación con publicidad y subvenciones de las televisiones públicas”.

⁴⁹² Registro Mercantil.

En definitiva, una situación de continua crisis en el sector televisivo y, especialmente en el sector público, que afecta al conjunto del sistema audiovisual y que está condicionado por las tensiones provocadas por el contexto actual ultracompetitivo, y los problemas que ya venía arrastrando el sistema desde años atrás.

3. Transformaciones en el sector de televisión local.

En este nuevo escenario surgido tras la concurrencia de múltiples actores en el sector audiovisual unido a la contracción del negocio publicitario en general⁴⁹³, y la saturación de anuncios en las televisiones nacionales debido a la feroz competencia de precios, no extraña que el sector local se haya convertido desde hace unos años en un apetecible sector de expansión.

Diversos grupos de comunicación han desarrollado estrategias de implantación para explotar, y rentabilizar, el potencial de la comunicación local, en medios escritos y en radio pero, especialmente, en televisión.

Durante los últimos años se manifiesta una necesidad notable de los anunciantes por focalizar sus estrategias de comunicación hacia públicos cada vez más específicos y, en este sentido, el sector de televisión local se ha convertido en lugar preferente para la expansión del negocio publicitario aunque, hasta ahora, con resultados poco alentadores en el caso de la televisión local⁴⁹⁴.

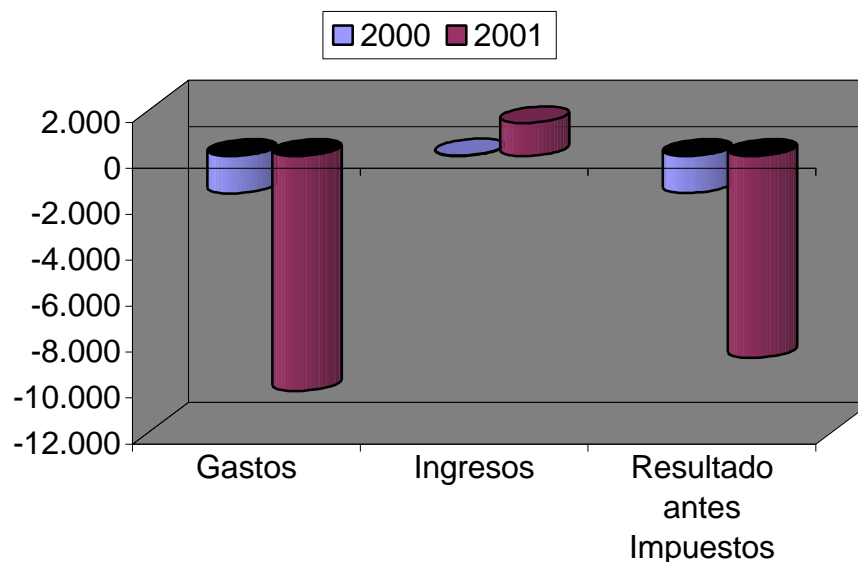
Como se puede apreciar en las cuentas de resultados del Promotora de Emisoras de Televisión Local S.A. (PRETESA), integrada en el grupo PRISA y que opera con la marca Localia TV, esta cadena de televisión local de ámbito nacional todavía está lejos de alcanzar la rentabilidad. No obstante, se ha de considerar que es

⁴⁹³ En todo caso, y a pesar de los últimos descensos en la inversión publicitaria en televisión, la cifra total ha aumentado más de siete veces entre 1994 y 2002.

⁴⁹⁴ Recientemente, un informe de UBS Warburg, señalaba la importancia estratégica de la televisión local para el grupo PRISA, apuntando incluso la posibilidad de optar por Localia antes que por el negocio del satélite ante las condiciones impuestas por el gobierno en la reciente Ley de Acompañamiento de los Presupuestos para 2003, en relación a las limitaciones impuestas respecto a la propiedad de cadenas de ámbito nacional y local, *La Gaceta de los Negocios*, 24 de Septiembre de 2002, "UBS Warburg dice que la tv local es estratégica para PRISA".

una empresa de reciente implantación y no se le puede exigir rentabilidad en tan corto período de tiempo⁴⁹⁵.

Gráfico 17. Resultado contable PRETESA 2000-2001
(miles Euros)⁴⁹⁶



No obstante, durante estos últimos años de la década de los noventa se detecta un impulso de las televisiones locales, que efectivamente van aumentando sin cesar, simultáneamente a los posicionamientos que los grupos de comunicación van tomando en el sector⁴⁹⁷, pero se producen, sobre todo, importantes cambios estructurales, tanto a nivel de contenidos como en cuanto a su propia

⁴⁹⁵ Sobre este grupo de televisiones locales y otros que operan en el sector hablaremos más adelante, Capítulo 4º.3.3, p. 261 y ss.

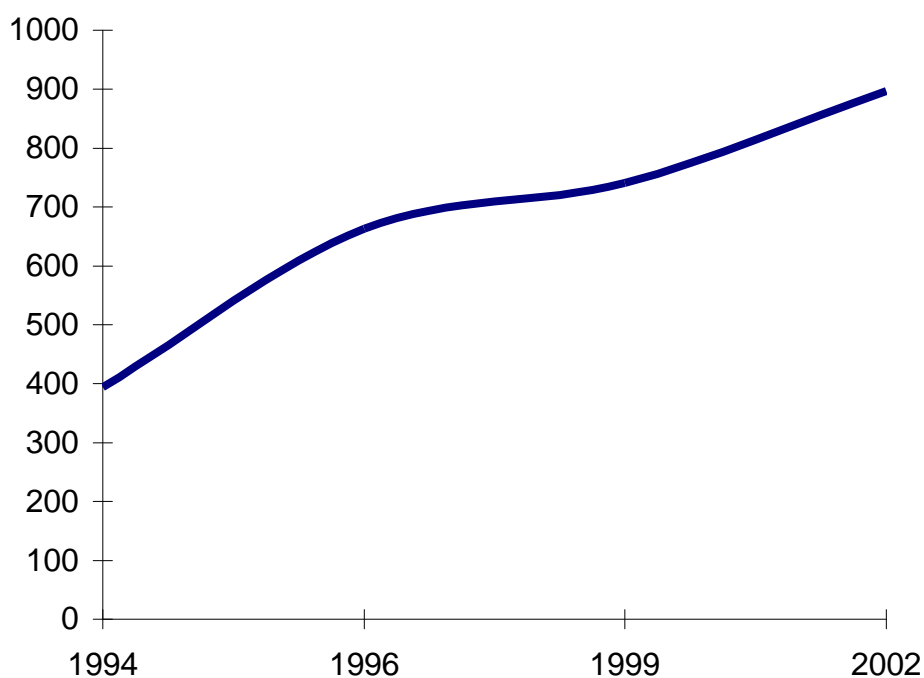
⁴⁹⁶ Datos extraídos del Registro Mercantil Central.

⁴⁹⁷ En general, la estrategia de estas cadenas de televisión de ámbito nacional pasa por establecer acuerdos con emisoras ya existentes evitando promover desde sus orígenes la emisora de televisión y, en ese sentido, aprovechan la ventaja competitiva que supone introducir su programación en frecuencias ya existentes y sintonizadas en los hogares. Además, como es lógico en una estrategia empresarial como esta, establecen unos estándares de calidad mínimos y apoyan con su participación económica la renovación tecnológica para cumplir con los requisitos exigido. De esta manera, entran a formar parte de una emisora consolidada y, muchas veces, como socio mayoritario y, en definitiva, obtienen el instrumento ideal para rentabilizar contenidos que ya se distribuyen por otros canales en un nuevo nicho de mercado que permite una mayor explotación de sus catálogos.

gestión empresarial. Al tiempo que crece el número de operadores locales, el sector local en su conjunto emprende un proceso de reconversión y adaptación al nuevo contexto económico y tecnológico.

De un lado, se intenta la profesionalización de procedimientos de trabajo y, de otro y consecuencia de este, se apuesta por el aumento de calidad de la programación para equipararla a la oferta de las cadenas generalistas, todo ello en un proceso constante de implantación por todo el territorio español.

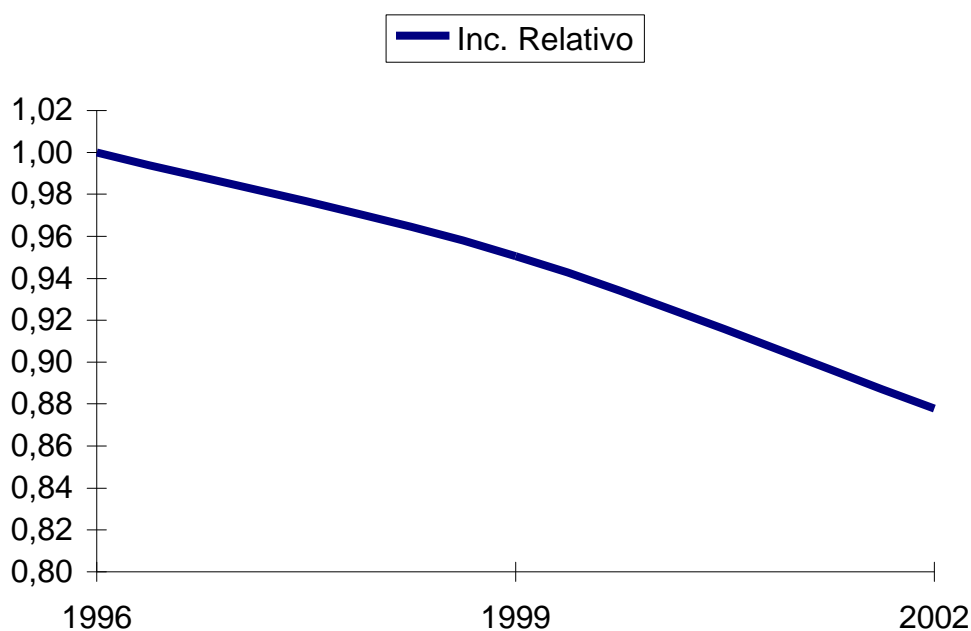
Gráfico 18. Evolución del número de televisiones locales⁴⁹⁸.



Si comparamos, no obstante, el incremento del número de televisiones locales respecto al incremento de audiencia medida, observamos que la mayor implantación neta de emisores en el sector no está correspondida con un incremento similar de penetración en el público.

⁴⁹⁸ Datos de ATEL 1994 y AIMC resto años.

Gráfico 19. Incremento número televisiones y cuota audiencia.



A esta evolución negativa de la implantación en la audiencia de las televisiones locales, a pesar del aumento neto del número de emisoras⁴⁹⁹, habría de añadirse igualmente la elevada morbilidad y constante transformación característica del sector.

En consecuencia, se hace muy difícil, con los datos de que se dispone, determinar la penetración efectiva que este tipo de emisoras tienen en la población ni tampoco cuál es el peso específico que el sector está adquiriendo desde el punto de vista industrial aunque, como veremos a continuación, se pueden observar algunas tendencias generalizadas que apuntan a una progresiva profesionalización y,

⁴⁹⁹ Con todas las matizaciones que tal tipo de estudios puedan requerir en cuanto a la representatividad real de la medición de audiencia y el total de emisoras considerables como tales y, sobre todo, la diferencia existente en la cuantificación de este número total de emisoras y aquellas que efectivamente rellenan el formulario remitido por AIMC para hacer constar su existencia. Así, Francisco Pérez, indica que la cifra real no pasaría de las 557 emisoras, de las que 107 emiten por cable y, según este autor, la reciente licencia C1 concedida para ofertar otros servicios de telecomunicación junto a la televisión les haría perder la especificidad como tales y, consecuentemente, la cifra final de emisoras, establecidas de manera regular en todo el territorio español, podría rondar no más de 310 a 350, Pérez, F. (2003): "Las televisiones locales en el umbral de la era digital", *Anuario de la Televisión 2003*, GECA, en prensa.

también, integración en la dinámica del sistema televisivo en su conjunto.

3.1. Estudios territorializados sobre el sector.

Para el análisis del sector, por las razones apuntadas y dada su enorme heterogeneidad y amplia distribución territorial, existen serias dificultades para obtener una visión global de su situación en todo el territorio español. Sólo se puede contar con la fiabilidad de investigaciones territorializadas, aunque tampoco determinan con precisión la aceptación real de las televisiones locales en sus ámbitos respectivos de estudios, ni en algunos casos revelan demasiados datos sobre la transformación económica y empresarial que se ha producido en el sector en el nuevo escenario surgido estos años.

No es posible, por tanto, conocer el peso específico del conjunto del sector de televisión local respecto al resto de oferta audiovisual, y tampoco es fácil establecer estudios comparativos entre los escasos trabajos existentes sobre el sector. De una parte por estar desarrollados en períodos temporales distintos y, de otra, por utilizar una metodología y establecer unas variables de análisis en muchos aspectos distintas, que hacen incluso difícil establecer comparaciones entre los resultados obtenidos a partir del análisis de la programación.

Del estudio publicado respecto a la situación del sector en Andalucía en 1999, se puede extraer la conclusión de que, por ejemplo, la programación genérica de las televisiones locales es mayoritariamente de ficción⁵⁰⁰ pero, sin embargo, en este estudio se está incluyendo también la oferta de programación por satélite que, según se afirma, es utilizado por el 40% de las televisiones en su parrilla de programación.

Por el contrario, en el reciente estudio publicado por Prado y Moragas⁵⁰¹, cuando se analiza la parrilla ofertada al espectador se excluye explícitamente la programación vía satélite por considerar que

⁵⁰⁰ Navarro Moreno, J.A. (1999), Op. cit. p. 122, pp. 270 y ss.

⁵⁰¹ Prado, E; Moragas, M. (2002): *Les televisions locals a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat*, Quaderns del CAC, num. Extraordinari, Setembre 2002, Consell Audiovisual de Catalunya, Generalitat de Catalunya, p. 49, en <http://www.audiovisualcat.net/publicacions/quadernstvlocal.html>

tal tipo de oferta es “extralocal” y no “estrictamente televisiva” y, por tanto, sólo se realiza la medición de la oferta de programación propia.

En esta última investigación, la ficción obtiene de esta manera un exiguo 2% del total, siendo el género informativo el que tiene una presencia mayoritaria en la parrilla, en función de la metodología utilizada, alcanzando el 29 o el 71% del total dependiendo de que la programación de teletexto sea o no considerada como información, y se incluya o no junto al satélite para la obtención de los datos.

De esta manera, el mencionado estudio concluye que, en el ámbito catalán, la oferta de las televisiones locales es una apuesta clara por la información, muy por encima de la oferta general de las televisiones que se reciben en este ámbito territorial, haciendo especial hincapie en la relación entre la titularidad de la emisora y la procedencia de las informaciones⁵⁰². Extremo que se matiza y confirma como tendencia igualmente en el ámbito andaluz para el sector público respecto al privado, aunque en este estudio el público sigue optando mayoritariamente por la ficción y, en su conjunto, el cine es la clara apuesta del sector en Andalucía, en función de la metodología de análisis utilizada para esta investigación⁵⁰³.

Estos dos estudios territorializados utilizan, pues, categorías genéricas y metodologías de análisis distintas, evidenciando la complejidad de establecer comparaciones válidas más allá de los límites espaciales sobre los que se proyecta cada estudio específico⁵⁰⁴.

⁵⁰² Ibid. pp. 50 y ss.

⁵⁰³ Existe igualmente un reciente estudio sobre el sector en el País Vasco, en el que se indica, de manera similar, la predominante presencia de la información en la parrilla de programación, señalando que es la opción inicial preferida por los emisores que, posteriormente, amplían su oferta de producción propia con programas incluidos por Sofres en la categoría *miscelanea* (magazines, humor, entretenimiento y similares), aunque manteniendo la información como eje vertebrador de la oferta y la especificidad de la propia televisión local, cuando no se diluye esta característica que les es propia al asociarse con grupos y cadenas de emisión de ámbito nacional. Arana, E.; Azpillaga, P.; Narbaiza, B. (2002): “Colonización o desarrollo en la televisión local”, ”, III Jornadas de Comunicación y Cultura Contemporánea, *Las Televisiones Locales en Europa: Proximidad, Programación y Políticas de Comunicación*, Santiago de Compostela, 23-25 Octubre 2002, inédito.

⁵⁰⁴ Aunque, no obstante, las aseveraciones generales respecto a la situación del sector se encuentran en todos los estudios y análisis realizados en distintos ámbitos autonómicos, tal como manifiesta de manera contundente Marcelo Martínez: “A televisión local en Galicia é un espacio de ausencias. A ausencia dunha política coherente, a ausencia de relación entre a comunidade de interese e a comunidade real, a ausencia dunha libertade interna dentro da

De igual manera, las distintas posturas metodológicas adoptadas evidencian, en consecuencia, la dificultad de adoptar si quiera una definición válida de lo que podemos considerar televisión local, complicando más si cabe, conocer la importancia específica del sector más allá de la propia ideología subyacente a cada estudio⁵⁰⁵.

3.2. Algunas tendencias generales.

No obstante estos estudios aportan una visión general que puede acercarnos, con las limitaciones apuntadas, a conocer la tendencia del sector durante estos últimos años.

En Andalucía, por ejemplo, se constata el “interés por emitir la mayor cantidad de horas posibles para parecerse a las cadenas generalistas”⁵⁰⁶. De manera similar ocurre en Cataluña, en que las televisiones locales “seguint un procés progressiu d'ocupació d'antena, s'han anat expandint a totes les franges horàries. Encara hi ha emissores que concentren la seva activitat en una o dues d'aquestes franges, però ja són moltes les que mantenen el dial ocupat en totes sis, si no és que ho fan les 24 hores”⁵⁰⁷.

Esta tendencia general es independiente de las características específicas de los operadores locales en cada ámbito territorial⁵⁰⁸, y

comunidad de interés”, Martínez Hermida, M. (2000): “Televisión Local en Galicia: o problema das comunidades de interese e referencias das relacións medio-comunidade”, <http://www.usc.es/xorna/media/pastoracharin/tvlocalgalicia.htm>.

⁵⁰⁵ Cabe destacar, en todo caso, la inclusión progresiva, aunque todavía poco extendida como aproximación metodológica en el resto del país, de la televisión local como parte importante del sistema audiovisual. Así se viene haciendo desde tiempo atrás en los regulares estudios que analizan el ámbito catalán. El último de ellos, aparecido recientemente, es buena muestra de la necesidad y oportunidad de esta aproximación metodológica global, VV.AA. (2003): *Informe de la comunicació a Catalunya*, Institut de la Comunicació/Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra.

⁵⁰⁶ Navarro Moreno, J.A. (1999), Op. cit. p. 122, p. 272.

⁵⁰⁷ Prado, E; Moragas, M. (2002), Op. cit. p. 256, p. 54.

⁵⁰⁸ Mientras en Andalucía las emisoras mayoritariamente son de titularidad privada, en Cataluña existen televisiones municipales y las privadas en número similar. Igualmente, el cable en Andalucía está muy implantado tradicionalmente, mientras que en Cataluña la transmisión se realiza fundamentalmente por vía hertziana, con lo que ello supone respecto a la utilización de la tecnología para ofertar la programación vía satélite. Todo ello también es fundamental para entender que la publicidad sea utilizada prioritariamente como vía de financiación de las televisiones locales andaluzas, mientras que en Cataluña el 32% de los

manifiesta igualmente la expansión que el sector está protagonizando tanto en cuanto al aumento de la oferta de programación como, también, extendiendo sus ámbitos de cobertura más allá de los límites de las localidades donde estas televisiones operan y al margen de las disposiciones legales relativas al sector.

En Cataluña, sólo el 31% de las emisoras se pueden considerar estrictamente de ámbito local, en una tendencia a ampliar su radio de cobertura hasta las localidades cercanas y hasta el ámbito comarcal, extendiendo sus emisiones en algunas ocasiones más allá de la propia Comunidad Autónoma, como el caso de Flaix TV que emite con una potencia de 1000W, muy superior a la necesaria para un núcleo urbano y posee repetidores en territorio francés (Perpinyá)⁵⁰⁹.

Ambas tendencias, aumento de cobertura y ampliación horaria de la programación, junto a una mayor profesionalización del sector y la constitución de grupos de emisoras asociadas, independientes o con grupos de comunicación nacional, marca la inserción de las televisiones locales en la dinámica competitiva del mercado audiovisual como respuesta, en gran medida, a dos hechos fundamentales. De un lado la multiplicación de la competencia y la necesaria reorganización del sector para permanecer y sobrevivir en el nuevo escenario audiovisual y, de otro y consecuencia de ello, la imperante necesidad de buscar fórmulas que consoliden al sector en sí mismo desde el punto de vista financiero e industrial.

Los perdedores en este nuevo escenario son, seguramente, aquellas televisiones locales que apostaban por una especificidad basada en una programación propia alternativa a la ofrecida por el resto de operadores televisivos y que, en general, están sufriendo procesos de adaptación a la nueva realidad contemporánea traumáticos, mientras parte del sector se está renovando estructuralmente para atender eficazmente las nuevas necesidades impuestas en la actualidad.

Ello se desprende, por ejemplo y con cierta claridad, del estudio sobre el ámbito catalán en el que se observa una progresiva inclusión

emisores no emiten publicidad, pues hasta el 56% de las televisiones privadas reciben subvenciones públicas para su funcionamiento.

⁵⁰⁹ Censo AIMC 2002, pp. 72 y 268.

de personal laboral en la plantilla de la emisora, presente en el 63% de las emisoras que cuentan con entre 11 y 24 personas, contratadas el 20% de ellas⁵¹⁰. También este proceso de adaptación necesaria ha introducido la progresiva adopción de fórmulas de gestión más profesionalizadas que, según afirman los autores, aun sin poder hablar de profesionalización, el hecho de que “un 40% de les estacions hagin optat per un nivell mínim de formalització organitzativa demostra el creixement d’aquesta tendència”⁵¹¹.

De una parte, pues, es en el seno del propio sector donde se están produciendo cambios estructurales importantes y, de otra, es desde empresas y grupos ajenos al mismo desde donde se está impulsando, voluntariamente o no, esa renovación para adecuar las televisiones locales al nuevo escenario comunicativo⁵¹².

En consecuencia, lo que venía pareciendo una alternativa ciudadana basada en la cercanía al entorno social inmediato, se ha convertido en un elemento estratégico que, como apunta esta traslación terminológica de corte mercantil-militar, forma parte de una lógica industrial en la que el valor añadido de la proximidad se convierte en un potencial recurso comunicativo para explotar nichos de mercado.

En este sentido, las televisiones locales se están convirtiendo, tanto para el propio sector como para aquellos operadores que mantienen áreas de negocio en el ámbito local, en empresas que puedan rentabilizarse económicamente utilizando estrategias de proximidad que, aunque en algunos casos no busquen grandes beneficios económicos, puedan reforzar y consolidar el sector con nuevos estilos y formas de gestión.

⁵¹⁰ Prado, E.; Moragas, M. (2002), Op. cit. p. 256, p. 42.

⁵¹¹ Ibid. p. 47.

⁵¹² Nos permitimos dudar mucho de que el ejecutivo nacional se hubiera pronunciado de alguna manera respecto a las televisiones locales como claramente lo ha hecho tras unos últimos años en que los grupos de comunicación nacionales han ido adquiriendo un progresivo control del sector.

3.3. Estrategias de agrupación de televisiones locales.

Las razones apuntadas más arriba, en la actualidad, se están viendo reforzadas con la creciente accesibilidad de tecnologías que, hasta hace bien poco, se explotaban de forma limitada. Igualmente, la dinámica de la competencia está provocando que se adopten nuevas estrategias de agrupación y colaboración entre los operadores del sector local, en una tendencia que no ha hecho más que comenzar.

La creciente oferta de conexión vía satélite junto a las diversas formas de asociación o participación de los grupos nacionales en el sector, está obligando a los operadores locales, cuanto menos, a reaccionar y posicionarse ante el nuevo contexto tecno-industrial.

De un lado, ante los propios cambios endógenos que esto está provocando en el sector pero, sobre todo, ante la extensión de las diversas cadenas nacionales en todo el territorio utilizando la televisión local, provocando que aquellas televisiones históricas y otras más nuevas tengan que competir directamente con estos grupos empresariales, si no han entrado a formar ya parte de los mismos.

Según manifiestaba el grupo PRISA en el año 2001⁵¹³, en sólo dos años la red Localia había alcanzado una cobertura de 11 millones de españoles, con un total de 57 emisoras en el grupo. En Octubre de 2002 AIMC ya cifra en 65 las televisiones entre asociadas y las que son propiedad de PRETESA⁵¹⁴.

El grupo Canal 47, radicado originalmente en Sevilla, tiene en propiedad otras 43 emisoras a las que distribuye programación vía satélite a través de las marcas Canal 47 o Tele Local, además de otras emisoras que distribuyen su señal fruto de acuerdos puntuales para utilizar su señal durante un periodo horario determinado o las 24 horas.

El grupo UNE-ATLAS, por su parte dependiente de Gestevisión-Telecinco a su vez participada por el grupo Correo hasta hace poco⁵¹⁵,

⁵¹³ Informe Anual 2002, <http://www.prisa.es/memoria/unidades/tvlocal.html>

⁵¹⁴ Censo de Televisiones Locales, Octubre 2002, AIMC.

⁵¹⁵ Recientemente como reacción, o no, a la prohibición del gobierno a través de la ya citada ley de acompañamiento, el grupo de comunicación se ha desprendido de su 12% en la cadena que ha pasado a ser propiedad de Mediaset, controlada por el empresario-presidente

tiene asociadas un total de 66 emisoras en las que no participa accionarialmente, y con las que tiene acuerdos de asociación para la distribución de algunas horas diarias de la programación que ofrece vía satélite.

Igualmente otros grupos de comunicación como la COPE a través de Popular TV, el grupo Godó en la gestión de BTV, o el grupo Zeta utilizando la marca Antena Local, han entrado en el sector participando directamente en las empresas o en su gestión.

Cabe destacar la situación en Castilla y León, en la que existen dos redes que cubren el espacio autonómico, una de ellas con 18 emisoras que utilizan la denominación de Televisión de Castilla y León, que distribuyen la programación de UNE y funciona como una televisión autonómica; y una segunda red que, con el nombre de Canal 4 Castilla y León, agrupa a 12 emisoras independientes que realizan tan sólo colaboraciones puntuales.

Igualmente, otra asociación tradicional de emisores independientes, Local Media, se ha constituido con el nombre de Cadena Local y empieza a hacer uso del satélite para distribuir programación común y compartir contenidos.

Además, algún otro empresario de comunicación hace uso extensivo de las posibilidades del satélite para distribuir programación de calidad discutible, como Telesierra, a través de los cuatro o cinco canales que distribuye a través de Eutelsat y de los que no se ofrecen más datos desde AIMC ante la imposibilidad de conseguir su colaboración para el mencionado estudio.

Retelsat, participada por Asegarce, difunde igualmente contenidos generalistas a través de Hispasat, contando con un total de 48 emisoras que han contratado estos paquetes de programas⁵¹⁶ y que

Berlusconi, que se ha hecho de esta manera con la mayoría del capital, puesto que el grupo Correo sí es propietario de unas 30 emisoras de televisión que, además, participan en la programación ofrecida por UNE.

⁵¹⁶ <http://www.retelsat.com>

incluyen en su programación de manera libre sin ningún tipo de obligación formal⁵¹⁷.

En definitiva, según esta investigación, un total del 25% de las televisiones locales están asociadas o son propiedad de alguna red y es una tendencia que no ha hecho más que empezar.

Por otro lado, no es difícil entender que ciertas redes se implanten a partir de núcleos con concentraciones de población importantes, tal como relatabamos que se pretendían desarrollar aquellos proyectos de televisión local comercial de ámbito nacional de los años ochenta. Y, en consecuencia, si el conjunto de las televisiones locales tienen una cobertura global superior al 58% de la población en el conjunto del territorio, estando sintonizadas y disponibles en los televisores que diariamente ven más de 20 millones de personas⁵¹⁸, estas cadenas de televisión asociadas a grupos de comunicación podrían disponer de una muy importante cuota de pantalla respecto al resto del sector.

En definitiva, se están constituyendo multitud de grupos empresariales en un complejo cruce de participaciones y asociaciones que alejan mucho la realidad de la televisión local respecto al marco en que se desenvolvía hace unos cuantos años y su propia definición, y estas redes, a pesar de ser ilegales según la Ley 41/95, adquieren una cada vez mayor presencia y peso específico en el conjunto del sector⁵¹⁹.

Como comentábamos, sólo PRETESA declara que llega por sí misma a 11 millones de habitantes, es decir, más del 50% de la sintonización total, lo cual evidencia la importante convulsión que supone para el sector la presencia de una emisora de semejante envergadura que, además, distribuye una oferta de programación muy cercana a la de las grandes cadenas, explotando para ello mercantilmente la información de proximidad.

⁵¹⁷ Como no ocurre por ejemplo en LocaliaTV, que las ventanas locales tienen establecidos unos determinados horarios y es obligado emitir durante el resto de la emisión la programación distribuida en cadena.

⁵¹⁸ Censo Televisiones Locales, Octubre 2002, AIMC.

⁵¹⁹ Sobre el sector de televisión local en Catalunya y las redes que operan en ese ámbito territorial se puede consultar el informe de Prado, E.; Moragas, M. (2002), Op. cit. p. 256; el resto de datos de las redes existentes en todo el territorio español están contenidos en el Censo de Televisiones Locales de AIMC.

De un día a otro, los canales locales de estas cadenas nacionales han dado a la televisión local una imagen parecida al resto pero, consecuencia de su propia estrategia mercantil, este aterrizaje tan traumático para el resto del sector no facilita nada la implantación de una programación alternativa y distinta a la ofrecida por el resto de operadores de televisión.

Utilizando los mismos canales de distribución y volviendo a programar catálogos de producciones ya rentabilizadas, la televisión local se ha convertido, para estos grupos de comunicación, en una simple expansión de sus áreas de negocio explotando estratégicamente esa cercanía ciudadana característica y específica durante años del sector de televisión local en nuestro país.

Es decir, la necesaria profesionalización que el sector viene llevando a cabo en los últimos años para conseguir una programación de mayor calidad y, presumiblemente, más cercana a la ciudadanía y alternativa a la oferta genérica del resto de las televisiones, se ha visto de un plumazo minimizada ante la súbita incursión de estos grupos de comunicación en el sector.

Así, ha bastado que estas cadenas, sobre todo Localia, hayan utilizado unas pocas horas de antena para información local llenando el resto de su programación con productos de calidad televisiva contrastada y aceptada por el público, y también suficientemente rentabilizados⁵²⁰, para decantar todo el sector hacia la estandarización de la programación. De esta manera, y de un día para otro si tenemos en cuenta los más de 20 años de existencia del sector, todo el esfuerzo por consolidar una alternativa comunicativa sólida y adecuada al entorno social inmediato de los ciudadanos ha quedado diluida en la dinámica empresarial resultante del contexto televisivo contemporáneo.

No obstante, y como resultado de una larga trayectoria pero de manera acelerada durante los últimos años, se están produciendo reacciones ante estas presiones exógenas y endógenas, que pueden hacer posible que algunas operadores continúen todavía desarrollándose dentro del marco fundacional original, esto es, como

⁵²⁰ La sitcom “Las Chicas de Oro”, por ejemplo, entre otros.

alternativa comunicativa, aunque con los necesarios ajustes para permitir la supervivencia económica y social de este sector.

En Cataluña, el Consorci Local i Comarcal de Comunicació⁵²¹, ha puesto en marcha desde el 11 de Septiembre de 2002 la Xarxa de Televisions Locals (XTVL) en la que se han incluido inicialmente 41 televisiones locales, distribuyendo 7 horas de programación vía satélite de contenidos inicialmente gratuitos, utilizando la infraestructura técnica de Tradia y STAM para su distribución. Bajo esta marca se agrupa tanto a la Federació de Televisions Municipals de Catalunya como a la Federació d'Organismes i Entitats de Televisió Local de Catalunya. Con ello, y aun previendo que el servicio sea de pago en breve, se impulsa significativamente la participación de la administración en el desarrollo del sector, y se desarrolla igualmente un protocolo de intercambio en el que “el pas de la distribució de continguts per correu ordinari a l'ús del satèl.lit no només millorarà la qualitat i l'actualitat de les recepcions, sinó que també potenciarà la xarxa coma distribuïdora de publicitat”⁵²².

Esta iniciativa, pues, supone un claro salto cualitativo en la concepción del sector mucho más allá de aisladas iniciativas de comunicación local alternativa que, ante el nuevo escenario, permanecían en una situación de dudosa supervivencia, agrupando los esfuerzos de las administraciones públicas con una estructura eficiente de captación de recursos privados⁵²³.

La transformación continua del sector era y es necesaria, pero esta adaptación dinámica al contexto audiovisual contemporáneo no necesariamente habría de hacerse asimilando los preceptos y en la dirección determinada por los grupos de comunicación. La importante apuesta que, en el caso de Catalunya, está promoviendo el sector

⁵²¹ El CCL está impulsado por la Diputació de Barcelona desde 1994, la Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona i l'Associació d'Emissores Municipals de Catalunya van ser els fundadors. Posteriorment s'hi ha adherit l'Ajuntament de Barcelona. Se puede encontrar más información en <http://www.ccl.es>

⁵²² Antena Local, “El CLCC presenta els continguts de la xarxa de televisions locals”, Jul-Ago 2002.

⁵²³ Cabe reseñar, no obstante, que la utilización de los fondos públicos junto a los privados continúa evidenciando el difícil sostenimiento económico del sector, y la necesidad de utilizar instrumentos mixtos de financiación que faciliten el cumplimiento de las funciones sociales atribuidas al medio respecto a las comunidades locales.

público con el objeto de consolidar el sector sin perder de vista la función de servicio ciudadano no es que sea la solución total para el sector, ni siquiera es extrapolable a otros ámbitos territoriales, pero mantiene, en lo posible, la original concepción inicial del sector local como imprescindible servicio de comunicación social.

Esta nueva cadena de televisión, al igual que las de ámbito nacional, está diseñada para establecer sinergias que permitan un intercambio y una colaboración tanto en contenidos como en captación y explotación de recursos publicitarios que permitan fortalecer el sector pero, a diferencia de que su ámbito territorial de actuación se extiende y limita al ámbito de los territorios catalanoparlantes, incluida la Comunidad Valenciana y Baleares⁵²⁴. De esta manera se constituye pues, una cadena de televisión diseñada para adecuar la distribución territorial de poderes y la cercanía de culturas interautonómicas⁵²⁵, con el objetivo de reforzar y consolidar un modelo de comunicación descentralizado de carácter local⁵²⁶.

En Andalucía, igualmente, se desarrollan desde hace algún tiempo iniciativas para establecer intercambios efectivos de programación entre emisoras.

Según señala F. Pérez, actualmente hay 116 emisoras asociadas a ACUTEL, aunque organizadas no en forma de una cadena como las referidas, sino de manera interdependiente⁵²⁷, “desarrollando cada vez con mayor intensidad procesos de intercambio de programas, de compra de producciones externas y de captación de recursos

⁵²⁴ Recientemente, en Marzo de 2003, se ha incorporado a esta red Calvià Televisió, un proyecto de red ciudadana impulsada por el gobierno local y que utiliza internet, radio, televisión y prensa para poner a disposición de los ciudadanos información de interés de su ámbito territorial.

⁵²⁵ Toda la programación se distribuye en catalán.

⁵²⁶ Bajo la marca de CIRCUIT funcionaba en Catalunya otro modelo similar de asociación de televisiones locales para el intercambio de contenidos impulsados desde la Diputación de Barcelona y teniendo como referente claro de cabecera a BTV, Barcelona Televisión, contando con 39 asociados e intentando ser una alternativa clara a la Corporación Catalana de Radio y Televisión. Se partía de la red alternativa creada para la radio a través de COM-Radio, en clara evidencia del proceso de posicionamiento político a través del sector televisivo local de los diversos poderes y opciones autonómicas. Actualmente BTV y esta estructura está integrada en torno a XTVL.

⁵²⁷ De hecho muchas de ellas están asociadas a otras cadenas nacionales, aunque mantienen y desarrollan acciones conjuntas a través de esta asociación desde 1992, <http://www.acutel.org>

publicitarios como consecuencia de su importante cobertura”⁵²⁸. Paralelamente, las televisiones municipales se agrupan en torno a EMA-RTV, con 20 ayuntamientos asociados en la actualidad que cuentan con una emisora de televisión municipal⁵²⁹.

En definitiva, se están desarrollando importantes asociaciones de televisiones con objetivos distintos y, en muchos casos, creando modelos de agrupación de emisores que, con mayor o menor interdependencia y jerarquización, distribuyen contenidos comunes.

De esta manera, se facilita la circulación de ofertas que, tanto por la extensión de su cobertura como por su creciente calidad, empiezan a competir con posibilidades frente a la oferta generalista que, como venimos relatando, también se posiciona fuertemente en el ámbito local con una presencia muy significativa.

De todas ellas, y en mayor o menor medida, se desprende la expresa declaración de obtener recursos publicitarios para una financiación estable y suficiente que permita hacer viable esta propuesta de comunicación manteniendo, con distinta intensidad y objetivos, cierta propuesta de programación distinta a la distribuida tradicionalmente por el sistema televisivo español, tanto nacional como autonómico.

Quizás la propuesta asociativa que más mantiene la filosofía fundacional de la televisión comunitaria en España en cuanto a las funciones atribuidas tradicionalmente a este tipo de televisiones es aquella formada en torno a RETISEC, impulsada por la Asociación de Televisiones Educativas Iberoamericanas (ATEI). Emite diariamente dos horas de programación en el que participan los distintos asociados a través del intercambio de contenidos de carácter social, cultural y educativo, con el nombre de Glocal TV, y en la que participan “EMA-

⁵²⁸ Pérez, F. (2003), Op. cit. p. 255

⁵²⁹ En el caso de esta asociación se parte de los movimientos de radios libres de principios de los años ochenta, y fue creada en 1984 para reivindicar un espacio para estas alternativas comunicativas, integrando desde 1994 a operadores de televisiones locales. Desde entonces adopta el nombre actual de Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía de Radio y Televisión. Se puede encontrar más información en <http://www.emartv.es>.

RTV y emisoras emblemáticas de la televisión de origen genuinamente comunitario en España, como Tele K y Clot RTV”⁵³⁰.

Un panorama ciertamente complejo y en continua transformación, acelerada durante los últimos tiempos y que dista mucho de los escenarios en que se desenvolvía la televisión local durante la primera mitad de los años 90.

En conclusión, la televisión local se ha constituido en la actualidad como un sector dinámico y ha pasado de ser considerada como un medio de comunicación potencialmente significativo, a implantarse efectivamente como una alternativa real, presente con fuerza en el sistema televisivo nacional, aunque dependiente, en todo caso, de decisiones legales en proceso de desarrollo e implantación y, en definitiva, manteniendo un papel indefinido en el conjunto del sistema.

4. Algunas conclusiones provisionales.

La multiplicidad de actores que operan actualmente en el sector comunicativo y la fuerte competencia existente, no ha hecho más que aumentar la complejidad y poner en crisis la definición de un sistema audiovisual público-privado diseñado con múltiples contradicciones que hoy, más que nunca, se hacen explícitas.

En ese sentido, tanto lo relativo al papel de los medios de comunicación en el conjunto de la sociedad, como las evidentes dificultades económicas de las televisiones y su propia viabilidad, y todo ello, en el marco de una profunda y vertiginosa transformación tecnológica, introduce un alto grado de incertidumbre respecto al futuro de la televisión en nuestro país.

⁵³⁰ Pérez, F. (2003), Op. cit. p. 255. Entre los objetivos compartidos por las televisiones locales integrantes de esta red sirva como ejemplo la declaración de intenciones expresada en las páginas institucionales de TeleK, “El surgimiento de Tele K se inspira en las referencias de comunicación audiovisual aplicadas al desarrollo local”, y desde sus objetivos fundacionales es prioritario “ofrecer un cauce de expresión a las minorías y a los nuevos movimientos sociales, es decir, un medio que aporte avances en el terreno de la democracia informativa”, dentro de una estructura mucho más amplia que se articula en el entorno del barrio de Vallecas de Madrid. Se puede encontrar más información en <http://www.vallecas.org>.

El sector de televisión local, absolutamente extendido por todo el territorio nacional, no es ajeno a estas transformaciones y tensiones en el conjunto del sistema audiovisual y está evolucionando tecnológica e industrialmente a un ritmo acelerado, en estrecha interrelación con la dinámica del conjunto del sistema comunicativo, socioeconómico y político y, a pesar de la falta de atención que durante muchos años se ha prestado a la televisión local desde todos los ámbitos, durante el último quinquenio se observa un interés creciente en el desarrollo del sector desde todos los ámbitos.

De un lado, grupos multimedia consolidados en el ámbito nacional vuelven a interesarse con renovado vigor, y después de dos décadas, en la televisión local, desarrollando una agresiva estrategia de implantación en el sector. De otro, se observa un importante impulso y apoyo de algunas administraciones públicas de ámbito no estatal en la creación de redes de emisores locales públicos alternativas a las redes nacionales y las televisiones autonómicas, y que se superponen o enfrentan a aquellas. También el resto de operadores independientes, tanto comerciales como sin ánimo de lucro, renuevan su interés en buscar modelos de desarrollo y estrategias cooperativas de trabajo en red. Y, de manera simultánea y complementaria a todo ello, se está generando una incipiente industria audiovisual auxiliar de producción y distribución que opera específicamente en el sector.

Todo ello es posible, en gran medida, gracias a la accesibilidad de las tecnologías de transmisión por satélite y el progresivo abaratamiento de los equipos de producción durante los últimos años que está facilitando, de un lado, la conformación eficiente de diversas redes de operadores y, de otro, la mejora general de la calidad de emisión y la creación de pequeñas y medianas empresas auxiliares y, todo ello en su conjunto, está dando un nuevo impulso al sector.

En definitiva, se está conformando un sector industrial y cultural que adquiere un peso cada vez mayor dentro del sistema audiovisual pero, hoy más que nunca, en estrecha simbiosis con la dinámica que determina al conjunto del sistema, en tanto que parte activa e integrante del mismo a todos los efectos, excepto en lo relativo a su estatuto legal que sigue estando pendiente de desarrollar.

En este sentido, el sector de televisión local se puede entender, de un lado, como apuesta estratégica de expansión y desarrollo del

propio sistema audiovisual, en el que sus legítimos agentes desarrollan nuevas áreas de negocio y, de otro, como un sector en el que las propias administraciones públicas manifiestan un explícito interés en participar, no solo apoyando, incentivando o subvencionando puntualmente la televisión local, sino apostando fuertemente para que se consolide frente a otras ofertas de televisión de ámbito supralocal.

En definitiva, la televisión local es un sector que en la práctica está integrado en el sistema audiovisual y cuya ilegalidad sólo es un artificio formal. Consecuencia de ello, y obligada por los acontecimientos, la administración estatal ha reaccionado y ha incluido de nuevo en su agenda la regulación del sector local en un intento de definir el marco normativo en el que han de operar las televisiones locales durante los próximos años en el nuevo contexto de la Televisión Digital⁵³¹.

En conclusión, se puede afirmar que la televisión local en nuestro país en estos momentos es una realidad jurídicamente imposible pero mayoritariamente aceptada e integrada en todos los ámbitos.

Sin embargo, esta nueva situación supone, al margen de la incertidumbre previa a cada intento de regulación a que se ha acostumbrado el sector, la imposición de dinámicas económicas y políticas ajenas a la idiosincrasia del sector en el que los nuevos agentes que intervienen solo proyectan intereses que el resto del sistema televisivo español no puede satisfacer.

En ese sentido, las televisiones locales que todavía mantienen cierto carácter independiente, sean comerciales o no, también están esforzándose por fomentar y consolidar un modelo alternativo a la dinámica sociopolítica e industrial hacia donde está derivando el conjunto del sector, aunque con los mismos problemas y dificultades de siempre pero agravados por la enorme presión a que se están viendo sometidos.

Consecuencia de todo ello, se está haciendo explícita, más si cabe, la diversidad de modelos de televisión local existentes y la dificultad de integrar y actualizar el papel del sector en el conjunto

⁵³¹ La nueva situación creada la tratamos al final del siguiente capítulo.

del sistema audiovisual, en un continuo proceso de redefinición y adaptación a las nuevas realidades no exento de tensiones y de complejidad creciente.

En todo caso, es necesario garantizar, utilizando todos los medios y tecnologías posibles, que el sector local adquiriera un papel relevante y complementario al resto de propuestas televisivas del sistema audiovisual de nuestro país, aunque, es sin embargo muy urgente, sin que por ello se haya de excluir de este ámbito comunicativo ninguno de los modelos presentes en la actualidad, definir y actualizar la función que se debe asignar a la televisión local como medio de comunicación social integrado en el conjunto del sistema audiovisual, tal como expondremos a continuación.

CAPÍTULO 5°.

TELEVISIÓN LOCAL Y DESARROLLO.

Este capítulo, que cierra el primer bloque, sintetiza los argumentos presentados a lo largo de los epígrafes anteriores en torno a la tesis de que la definición del fenómeno de la televisión local ha de entenderse y actualizarse en el marco de las transformaciones socioeconómicas actuales y, en ese sentido, se defiende la creciente importancia que las pequeñas comunidades adquieren como agentes activos del desarrollo global sostenible y la necesidad de fomentar la implementación de políticas de desarrollo local integrales.

En primer lugar se revisa, como consecuencia de lo ya expuesto y de manera muy breve, el actual marco conceptual con que se abordan los medios de comunicación como parte integrante de las industrias culturales para, posteriormente, proponer una estrategia de análisis que, aunque complementaria, se revela distinta: el concepto de *desarrollo*.

A partir de ello, y siguiendo con esta argumentación, se analiza el contexto en el que surgen las políticas de desarrollo y su estrecha relación con la expansión de determinados modelos económicos después de la II Guerra Mundial. Igualmente, y de manera simultánea, se revisan las tensiones socioeconómicas globales que se vienen produciendo desde entonces y el importante papel que las políticas de desarrollo local tienen en la actualidad, y los medios de comunicación locales en particular.

Posteriormente, y en tercer lugar, se determina la necesidad de profundizar en nuestros actuales modelos democráticos de convivencia y la urgente actualización del sistema audiovisual a la actual dinámica global. En ese sentido, se argumenta y defiende la oportunidad de incluir el sector local en el conjunto de las actuales transformaciones socioeconómicas y comunicativas como elemento fundamental para avanzar en la mejora de nuestras sociedades.

En cuarto lugar, consecuencia de todo lo anterior, se realiza una toma de postura explícita en cuanto a los modelos actuales de gestión del espacio público, proponiendo su actualización eficiente al contexto contemporáneo.

En quinto, y último lugar, se analizan las consecuencias que para el sector de televisión local tienen las transformaciones tecnológicas, así como las derivaciones e imprecisiones del diseño que se está realizando del futuro inmediato del sector en este período de transición digital.

Finalmente, se sintetizan las conclusiones extraídas del análisis realizado durante el capítulo que, como es evidente, sólo pueden ser provisionales y ajustadas al particular momento en que este texto se está acabando de redactar.

1. Industria cultural y desarrollo.

Desde siempre se viene demandando una ley de televisión que englobe y ordene, de manera clara y sensata, todo el sector en nuestro país, con distintas opciones enfrentadas ciertamente, pero que acabe definitivamente con tanta provisionalidad.

Estas diferencias oscilan entre las posturas mantenidas por los operadores privados y representadas, por ejemplo, en la posición mantenida por Campo Vidal⁵³², cuando era Vicepresidente de Antena-3, y aquellas otras contrapuestas y, a veces complementarias, encaminadas a defender un modelo público de televisión que intentan encontrar caminos que permitan justificar la noción de servicio público y legitimar la intervención estatal en el sistema televisivo.

Campo Vidal se queja de las limitaciones legales que el actual marco normativo impone para el desarrollo de la televisión comercial en nuestro país y para la necesaria formación de grupos comunicativos fuertes de ámbito europeo y, en este sentido, dirige sus críticas a los límites accionariales y la competencia desleal que el sector público practica frente al resto de operadores y el elevado endeudamiento que, a pesar de ello, arrastra.

De otro lado, y en sentido distinto, son muchas las voces que reclaman una ordenación del sistema audiovisual que permita definir con claridad las funciones que la televisión pública y el conjunto del sistema audiovisual deben tener como agentes fundamentales en el diseño y profundización de nuestro sistema democrático⁵³³.

Las contradicciones y compleja articulación de ambos discursos se encuentran en el origen, ya comentado, de un sistema televisivo regulado *ad hoc* ante las nuevas realidades que se venían imponiendo durante las últimas décadas y que, de esta manera, dió lugar a una normativa dispersa y parcial que evidencia la provisionalidad y

⁵³² Campo Vidal, M. (1996): *La transición audiovisual pendiente*, Ediciones B, Barcelona. El libro está prologado por Marcelino Oreja, entonces Comisario Europeo, y se publicó en una editorial que, igualmente, pertenece al grupo Zeta, propietario entonces de la empresa de televisión.

⁵³³ Como por ejemplo se puede ver recientemente en Moragas, M.; Pardo, E. (2000), Op. cit. p. 69, pp. 331 y ss.

precariedad con que se ha abordado el sector desde los sucesivos gobiernos hasta la actualidad.

Tampoco desde la Comunidad Europea se ha mantenido una postura clara y que aborde globalmente el sector audiovisual, con frecuentes omisiones y oscilaciones que, en los últimos tiempos, han introducido si cabe más ambigüedad.

La promulgación de la Directiva de *TV sin Fronteras*, que supuestamente protege la producción comunitaria y establece disposiciones al efecto ha sido, sin embargo, incumplida en multitud de ocasiones y regularmente.

Desde la Comisión Europea se pretende, por un lado, armonizar y facilitar el desarrollo de una industria considerada estratégica desde el punto de vista económico y cultural, clave para la creación y desarrollo del empleo y las políticas sociales y de integración europeas y, para ello, se emprende un lento y constante proceso de desregulación de los sistemas televisivos nacionales, adaptándolos a las dinámicas mercantiles, promovidas desde la propia Comisión, con el fin de establecer un marco competitivo en el marco de la Unión pero, también, frente a competidores no europeos.

De esta manera, se establece una política que considera el sector audiovisual, simultáneamente, como un sector económico y cultural estratégico, en lo que Schlesinger ha calificado como una política con la que “en apariencia, rezamos ante el altar de la cultura, pero en realidad adoramos al dios de la economía”⁵³⁴, lo que provoca que el continuo proceso de liberalización de los sistemas televisivo europeos se realice intentando proteger los contenidos y, en definitiva, se produce una fuerte tensión en la propia definición del sistema de difícil solución.

Cultura e industria, agrupadas bajo el reciente cuño de industrias culturales, son de esta manera conceptos en un diálogo continuo sin posibilidad de resolución y que reflejan tanto la patente función social

⁵³⁴ Cfr. Bustamante, E. (1998): “La industria audiovisual. Entre la economía y la cultura, entre lo global y lo local”, en Fernández Soriano, E. (coord.): *Identidades regionales y locales en la era de la comunicación transnacional*, Universidad de Málaga/Debates, Málaga.

de distribución simbólica de los medios de comunicación en general, como su necesaria inserción en el sistema productivo y mercantil⁵³⁵.

Sin embargo, la concepción de la televisión como un medio de comunicación “económico” que se tenía 10 años atrás, particularmente respecto a la televisión en nuestro país, se está empezando a transformar y el conjunto del sistema audiovisual se está empezando a considerar únicamente como una simple industrial cultural, poniendo el acento casi exclusivamente en los aspectos económicos y relegando, en gran medida, todo lo relativo a su función social.

En ese sentido, cuando todavía los sistemas audiovisuales eran públicos y estaban estrechamente ligados a la concepción de los estados-nación europeos comunmente se olvidaba, con desastrosos resultados, la ingente cantidad de recursos de los ciudadanos que consumían estos entes, en lo que Bustamante⁵³⁶ ha calificado como la percepción de que la televisión era “económica”, por aparentemente barata y lo poco que sus gestores se preocupaban por los costes⁵³⁷. En la actualidad, sin embargo, el modelo de análisis con que la administración aborda el sistema televisivo en su conjunto, y la televisión pública en particular, gira más en torno a la adecuación de las cuentas de resultados, sin demasiada atención al adecuado cumplimiento de la función social que, con la programación subvencionada por los ciudadanos, realiza la televisión pública.

En definitiva, una actitud basada en la justificación del servicio público basada en la mera obtención de audiencias y, como ya hemos contado, orientada de esta manera a los anunciantes y bien poco a los ciudadanos, convertidos en simples clientes.

No obstante, esta dualidad conceptual, y su compleja articulación, se puede abordar bajo otro término genérico que, sin

⁵³⁵ Un reciente trabajo desde esta perspectiva sobre la situación en nuestro país en los diferentes medios de comunicación se puede encontrar en Bustamante, E. (coord): *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, Gedisa, Barcelona.

⁵³⁶ Bustamante, E. (1999), Op. cit. p. 46.

⁵³⁷ Las televisiones públicas, en general y TVE en particular, siguen instrumentalizando su carácter de servicio público y ciudadano, aunque como venimos relatando y salta a la vista, más es una estrategia de supervivencia de empleos, sueldos y, sobre todo, de control político, que cualquier aproximación a ello.

duda, forma parte de los discursos económicos y sociales que transitan por el universo textual con el que se intenta definir la particularidad de los medios de comunicación y su función en nuestras sociedades.

Se puede analizar desde un punto de vista que, en general, subyace a la propia concepción de nuestras sociedades y, particularmente, de la evolución del saber y del papel del conocimiento científico en nuestra historia: el concepto de *desarrollo*.

Intuitivamente podemos reconocer que gran parte de la actividad humana se puede englobar bajo este concepto, en una suerte de acepción evolucionista que tiende a entender los procesos y manipulaciones simbólicas y materiales en función de la obtención de mejoras continuas y progresivas que, en definitiva, transformen estados anteriores en nuevos escenarios basándose en un modelo de concepción lineal del tiempo y una filosofía de corte darwinista en la que existen mejores y peores.

Naturalmente esta concepción supone un reduccionismo importante y una forma de entender la Historia que nada tiene que ver con la efectiva transformación que se produce en nuestras sociedades a lo largo del tiempo, pero a nadie escapa que el desarrollo supone, en sí mismo, un fin al que es difícil abstraerse.

El término, por el contrario, es tremendamente complejo y de imposible definición, pues se sitúa en el vértice de las propias corrientes de pensamiento que han recorrido nuestra historia y, por tanto, está indisolublemente unido a la cosmovisión en que en cada tiempo y cada sociedad particular se insertan los distintos textos discursivos contemporáneos.

El desarrollo ni siquiera es un término universal, bien al contrario, es profundamente logocéntrico y, consecuentemente, responde a un modelo de pensamiento básicamente occidental situado como eje fundamental de la reciente “modernización” que las sociedades tradicionales vienen “sufriendo” desde la Edad Media, en una suerte de mejora continua de procedimientos y conocimientos

originados en torno a agrupaciones humanas en núcleos urbanos occidentales⁵³⁸.

A pesar de estas limitaciones, no obstante, creemos que el término *desarrollo* es una eficiente herramienta de análisis para dirigir y tipificar el papel que los medios de comunicación en general, y la televisión en particular, deben jugar en un contexto socioeconómico como el actual, en el que el sentido y atribuciones de los servicios públicos se encuentran en crisis ante la necesaria redefinición y actualización constante a que obligan las nuevas realidades contemporáneas.

2. La economía como motor del desarrollo social.

El surgimiento formal del concepto de desarrollo se ha situado en torno a los años posteriores a la II Guerra Mundial y, aun pudiéndose encontrar mucho más atrás, se empieza a implantar efectivamente como una opción política a partir de 1947, con la asunción por parte de Estados Unidos de los costes financieros de reconstrucción de una Europa empobrecida después de la contienda bélica, a través del conocido Plan Marshall⁵³⁹.

Mattelard, por su parte, sitúa la implantación del concepto de desarrollo en el lenguaje de las relaciones internacionales un par de años después, a partir del discurso pronunciado por el presidente Truman en la Casa Blanca titulado “Punto Cuatro”, con el que intenta “movilizar a la opinión pública en torno a los grandes desequilibrios sociales que amenazaban con abrirle paso al comunismo mundial”, de

⁵³⁸ Cualquier repaso a la Historia, desde Mesopotamia hasta la actualidad pasando por la concepción de las polis griegas, manifiesta que la herencia cultural y la dinámica de la experiencia humana en general siempre ha estado ligada a agrupaciones demográficas altas en torno a espacios metropolitanos en los que se ha ido conformando la historia de la civilización.

⁵³⁹ La idea se comienza a plantear conceptualmente en la reunión de Bretton Woods de 1944 en donde se acordó la creación del Banco Internacional de Reconstrucción y Desarrollo, esto es, el Banco Mundial, Peredo Pombo, J. M. (1999): *Opinión pública y desarrollo. La respuesta social a las ayudas internacionales*, Los libros de la catarata/IUDC/UCM, Madrid, pp. 23.

manera que, según este autor, “la idea del progreso se metamorfoseaba en ideología del desarrollo”⁵⁴⁰.

Hasta entonces las corrientes económicas estaban fuertemente fundamentadas en las propuestas de Adam Smith, que sostenían que, en condiciones de equilibrio competitivo: a) la producción permite ofrecer aquellas mercancías que demandan los consumidores; b) los métodos productivos elegidos son los más eficientes; y c) las mercancías se venden al precio más bajo posible, en una suerte de control del mercado sobre los propios intereses egoístas de los participantes en el mismo.

De esta manera, finalmente, el mercado facilitaría, según esta concepción postulada en el conocido texto de Smith de 1776 *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, el crecimiento real de la riqueza aunque, como se ha señalado se trataba de una “magnífica construcción que quedó sin demostrar”⁵⁴¹, a pesar de que aún hoy es defendida con virulencia frente a otras posturas teóricas.

En sentido contrario, y siguiendo la filosofía económica de Alfred Marshall, su rechazo a la ideología del *laissez faire* que defendían los más acerrimos librecambistas de la época y la explicitación de los vínculos inextricables entre los ámbitos económico, social y cultural implican importantes consecuencias en los modos de concebir la intervención del estado en la economía.

Para este economista neoclásico, seguidor de la corriente iniciada por J. S. Mill. que intentaba atemperar el papel de mercado mediante la intervención del Estado⁵⁴², es fundamental la introducción

⁵⁴⁰ Mattelard, A. (1993): *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*, Fundesco, París.

⁵⁴¹ Screpanti, E; Zamagni, S. (1997): *Panorama de historia del pensamiento económico*, Ariel, Barcelona, p. 73.

⁵⁴² Sin embargo, todavía Marshall mantenía una posición deudora de aquella concepción expresada por Mill relativa a que una cantidad mayor de dinero producía mayor placer en el pobre que en el rico, tal como estaba conceptualizada en el texto fundacional que inaugura el pensamiento utilitarista en economía, reeditado recientemente en Mill, J. S. (1984): *El utilitarismo*, Alianza, Madrid. En el prólogo de este texto, Esperanza Guissan realiza una soberbia introducción de la importancia de esta obra en el conjunto del pensamiento filosófico de este autor y las consecuencias de la limitada y parcial interpretación que de sus propuestas se ha hecho, así como la importancia que tenían en aquel contexto de finales del

de mecanismos correctores en la dinámica económica de la sociedad tales como la cooperación y el arbitraje en material salarial, entre otros, para, en definitiva, regular el mercado y sus posibles fallos. De esta manera, aun defendiendo la idoneidad del sistema capitalista para el desarrollo, parece necesario atemperar los costes sociales e injusticias a que da lugar una concepción absolutamente liberal de la economía⁵⁴³.

En definitiva, la nueva ideología del desarrollo en aquel contexto de la postguerra, basada en las proposiciones de este economista, estaría dirigida a la reconstrucción del desastre provocado por el conflicto bélico en aquellos países, sobre todo europeos y, en similar medida, distinguiría entre aquellos países desarrollados y aquellos otros con economías no desarrolladas.

2.1. Desarrollo y subdesarrollo.

Con esta nueva concepción teórica de la economía, y de manera contrapuesta a las propuestas de Adam Smith en las que el mercado es su propio guardián y se autorregula completamente en el conocido teorema de la “mano invisible”, se superaba la tradición más acérrimamente librecambista y se facilitaba la intervención de la administración en aquel contexto geopolítico particular, extendiendo una filosofía económica de carácter evolucionista.

En ese sentido, la idea del desarrollo, contraponiendo la diferencia existente entre países desarrollados y subdesarrollados, y el necesario paternalismo de los primeros sobre los segundos, se materializa con la creación del Banco Mundial, bautizado con el nombre específico de “Banco Internacional de Reconstrucción y Desarrollo”, en la reunión de Bretton Woods en 1944.

En esta reunión fundacional del actual Banco Mundial, la delegación británica estaba encabezada por otro ilustre economista, John Mainard Keynes, entre cuyas principales aseveraciones teóricas figuraba la importancia que la iniciativa privada desempeña como

siglo XIX, y la enorme influencia que ejercería este autor en la teoría económica a partir de entonces.

⁵⁴³ Screpanti, E; Zamagni, S. (1997), Op. cit. p. 280, p. 194.

actor económico, y su idoneidad para determinados ámbitos en los que el estado no debe entrometerse, aunque admitiendo la posibilidad de que la intervención administrativa sí pueda funcionar mejor que los particulares en algunos otros⁵⁴⁴.

De esta manera, en el contexto de la postguerra y a partir de la construcción de Naciones Unidas (1945) y la extensión de los criterios económicos norteamericanos y la creación posterior de la OTAN (1949) ante el temor a la extensión del comunismo⁵⁴⁵, se producen importantes cambios internacionales que marcan la interrelación mundial entre todos los países y su interdependencia⁵⁴⁶, al tiempo que se imponen los criterios económicos y culturales estadounidenses y su modelo de desarrollo.

En esta situación histórica particular, se comienza a acuñar el término *subdesarrollo* de manera evidente contraponiéndolo al del *desarrollo* de aquellos países vencedores en la contienda bélica, y pasa a formar parte de los focos de interés de la teoría económica. Se determina, siguiendo esta nueva política económica global, que la falta de capital, ante la insuficiencia de ahorro, y de una tecnología que permita la mejora productiva, son los dos factores más importantes de “retraso” de estas sociedades respecto a las “desarrolladas”.

En consecuencia, se inicia un proceso de “ayuda al desarrollo” que, como es sabido, acaba por convertirse para estos países en una forma de dependencia en forma de deuda internacional y en la obligación de facto de adoptar prácticas políticas y económicas implantadas desde modelos norteamericanos de desarrollo aunque, no obstante, pronto contestadas por grupos de economistas, en la mayoría

⁵⁴⁴ Esta postura fue presentada en 1926 en *The End of Laissez Faire*, en que el autor sostenía que era necesario “abandonar la rígida ortodoxia liberal, cuyos efectos temía por lo menos tanto como los efectos políticos del *socialismo de estado*”, Ibid. p. 240.

⁵⁴⁵ La Revolución China (1949), así como la Revolución Cubana (1959), suponían una importante amenaza a los ojos de los norteamericanos que se habían convertido en la potencia económica y nuclear más importante del planeta en una dinámica que marcaría los posteriores años de la conocida “guerra fría”.

⁵⁴⁶ En el contexto de esta bipolaridad y de la escalada armamentística comienza la ola descolonizadora en áreas de África, India y Oriente Medio en un traumático proceso de consolidación de instituciones políticas y económicas estables que hasta hoy da lugar a guerras y conflictos reales o latentes en aquellos territorios que, en todo caso, comienzan a formar parte de la sociedad internacional y a ser reconocidos.

de los casos, procedentes justamente de estos países en “vías de desarrollo”.

Este nuevo debate teórico que discute el modelo de desarrollo impuesto tras la postguerra, se agrupa en torno a análisis estructuralistas de orígenes marxistas, e intenta profundizar en las causas históricas de la explotación de los países de la periferia por parte de los del centro⁵⁴⁷, o busca causas endógenas en los propios países, entre ellas, las relativas a la falta de revoluciones democrático-burguesas que permitiesen la creación de crecimiento económico sostenido. En todo caso, estas posturas son muy críticas con el modelo de desarrollo norteamericano y, comunmente, señalan que el desarrollo propuesto por la economía capitalista liberal genera, necesariamente, subdesarrollo⁵⁴⁸ en aquellos países que cada vez dependen más del apoyo financiero y tecnológico de los países del primer mundo.

No obstante, estas posturas alternativas al modelo económico impuesto por la nueva realidad sociopolítica global, serían, en todo caso, minoritarias y de poca implantación, frente a una concepción mercantil y capitalista comunmente aceptada por la mayoría de los países, y que se ha venido expandiendo y consolidando como opción aparentemente única gracias a su asunción generalizada por parte de los líderes políticos contemporáneos.

Por su parte, para facilitar la implantación global de tal modelo de desarrollo, los medios de comunicación social se venían utilizando como herramienta de propagación simbólica fundamental para la expansión mundial de esta cosmovisión⁵⁴⁹, sólo parcialmente revisada a

⁵⁴⁷ Esta postura se basa en una teoría que avanzaba en indicar que el intercambio desigual era “el mecanismo fundamental de producción y reproducción del imperialismo y el subdesarrollo”, como aparece en la obra de Baran de 1951 *La economía política del crecimiento*, cfr. Ibid. p. 425.

⁵⁴⁸ Esta corriente en América Latina tendría entre sus seguidores a teóricos como Frank que, en su libro *Capitalismo y subdesarrollo en América Latina* de 1967, cfr. Ibid. p. 426, representaría esta corriente contestataria al modelo de desarrollo propuesto por los organismos internacionales impulsados por las teorías económicas norteamericanas.

⁵⁴⁹ La expansión de este modelo socioeconómico se ha venido considerando como la implantación de un sistema cultural basado en una suerte de “pensamiento único”, que automáticamente excluye cualquier aproximación diferente al concepto de desarrollo más allá del carácter economicista propuesto por la economía liberal norteamericana. Entre los analistas más lúcidos y significativos que manifiestan una postura crítica respecto a la política norteamericana se encuentra Noam Chomsky que, además de excelente lingüista, ha dedicado numerosos trabajos a ello desde tiempo atrás, por ejemplo, Chomsky, N. (1969):

partir de la crisis del petróleo de 1973, en que se empiezan a abrir vías distintas de interpretación del concepto de desarrollo y el papel que los medios de comunicación juegan en él, y que continuarán presentes hasta nuestros días formando parte importante de las corrientes discursivas actuales⁵⁵⁰.

2.2. Comunicación y modelos de desarrollo.

Ya se ha comentado, a lo largo de este texto, la necesidad manifestada en el Informe McBride de 1980 de situar a los medios de comunicación en los fundamentos del imperialismo cultural y la subsiguiente penetración de estos modelos económicos que venimos comentando, dando como resultado la deficiente implantación y promoción de las culturas de los “países no desarrollados” y su colonización en el amplio sentido del término.

En este sentido, desde UNESCO, avivada por las constantes reivindicaciones de los países del llamado Tercer Mundo que llevaban años reclamando un nuevo orden mundial, se comienza a explicitar la necesidad de revisión de ese concepto de desarrollo, tan ligado al crecimiento económico basado exclusivamente en el capital y ajeno a las sociedad.

Desde esta institución se comienza a aportar mayor riqueza semántica al término y se evidencia la existencia de distintos *modelos de desarrollo* posibles, en los que los medios de comunicación son una alternativa sociocultural que puede permitir cambiar y transformar estos países menos desarrollados, asumiendo que han de ser los propios países en vías de desarrollo quienes controlen el flujo de distribución simbólica de sus respectivas culturas.

En consecuencia, para este organismo internacional es necesario romper con esa unicidad teórica que se estaba implantando en la

American power and the new mandarins, Penguin, Harmondsworth-Middlesex o, el más reciente Chomsky, N. (2002): *Estados canallas: el imperio de la fuerza en los asuntos mundiales*, Paidós, Barcelona. También, y en el ámbito europeo, es necesario reseñar la febril actividad del actual director de *Le monde diplomatique*, Ignacio Ramonet, que también se ha dedicado intensamente a difundir estas posturas críticas.

⁵⁵⁰ Todo ello se comenta, sin ánimo de ser exhaustivos y como ha venido haciéndose a lo largo de todo el texto de la tesis, sin pretender ofrecer un análisis específico y amplio de esta corriente en la actualidad.

opinión pública respecto al concepto de desarrollo y, finalmente, determinar qué modelo desarrollo, y a qué ritmo, era oportuno implantar en cada país en función de sus características socioculturales propias.

Inicialmente, como cuenta Lewis⁵⁵¹, UNESCO se interesó en los medios de comunicación con fines meramente educativos para, posteriormente, adoptar una estrategia de promoción de la participación de las comunidades autóctonas en pequeños proyectos comunicativos “con metas y objetivos prácticos” pero, también, teniendo cuidado con que “no alertasen a los gobiernos sobre su carácter potencialmente revolucionario”.

Como señala el propio Lewis a partir del estudio de algunos casos de medios de comunicación alternativa presentes en diferentes regiones mundiales⁵⁵², este tipo de medios son un importante “factor de esfera pública” allí donde existe sociedad civil aunque poco reconocido por los políticos y planificadores de la política económica, pero también supone para los regímenes autoritarios “un lujo peligroso, un área de impugnación crítica y disensión de la que puede salir un desafío hegemónico suficientemente fuerte para derribar al Régimen”.

De esta manera, UNESCO, a partir de la organización y estudio de las alternativas posibles para los pueblos menos favorecidos, adopta, institucionalmente y a nivel mundial, una concepción del término desarrollo que amplía su significado de manera importante para incluir en él la multiculturalidad y pluralidad de opciones para conseguir esos objetivos de mejora.

En consecuencia, el desarrollo se situó en el eje de las políticas y programas institucionales de la organización en todos los países, y se

⁵⁵¹ Lewis, P. (1995): “Los medios de comunicación alternativos y los debates sobre la comunicación internacional”, en *Medios de comunicación alternativos: la conexión de lo global con lo local*, UNESCO, París, pp. 23 y ss.

⁵⁵² El estudio analiza medios escritos, radiofónicos y audiovisuales en lugares como Jamaica, India, Marruecos, Perú, Bielorrusia y, entre otros, el caso particular de Brasil y la TVT fundada por el sindicato metalúrgico, en cuyo seno se ha desarrollado la reciente campaña presidencial del finalmente vencedor Lula da Silva, y que ejemplifica bien como un medio de comunicación autogestionado por los trabajadores puede acabar convirtiéndose en un medio de comunicación masivo y un instrumento político.

confronta este nuevo modelo global de desarrollo con la hegemónica postura paternalista que, hasta entonces, había calado profundamente en la opinión pública⁵⁵³ y venía siendo practicada comunmente por las políticas gubernamentales de la mayoría de los países hacia terceros países.

Esta nueva actitud crítica, tuvo extraordinario éxito en América Latina, simultáneamente a la implantación progresiva de medios alternativos en países industrializados, como respuesta ciudadana al flujo comunicativo difundido por los medios de comunicación masivos, tanto en entornos urbanos como rurales⁵⁵⁴.

En definitiva, propuestas comunicativas al amparo de un modelo de desarrollo que rebate la concepción mercantil de lo que McLuhan llamó “aldea global”⁵⁵⁵ y hacia la que se dirigían las políticas internacionales ya comentadas.

2.3. La política de desarrollo local.

Con este nuevo discurso que venimos analizando, comienzan a implantarse desde hace un par de décadas nuevos modelos económicos surgidos tras las evidentes disfunciones provocadas por el capitalismo en su versión más liberal, y empiezan a impulsarse políticamente en nuestro entorno más inmediato nuevas propuestas de desarrollo, simultáneamente al creciente interés por las consecuencias globales de

⁵⁵³ Un resumen de las corrientes de opinión sobre el desarrollo durante esos años y la reformulación posterior hacia un concepto global de desarrollo humano se puede encontrar en Peredo Pombo, J. M. (1999), Op. cit. p. 279, pp. 24 y ss.

⁵⁵⁴ En la actualidad se están relanzando proyectos participativos de televisión y radio comunitarias en algunas zonas de Europa con desigual éxito, aunque siguiendo con la tendencia a potenciar y consolidar medios de comunicación alternativos que permitan el acceso ciudadano. La situación actual, por ejemplo, en el Reino Unido se puede consultar en <http://www.commedia.org.uk/index.htm>, en cuanto a Francia en <http://www.reseautsa.org/>, o en Venezuela, donde se está desarrollando un significativo movimiento en este sentido más allá de las fronteras del país, <http://www.medioscomunitarios.org/>. Otro movimiento de carácter crítico con la globalización y que hace un uso intensivo de los medios de comunicación se puede consultar en <http://www.indymedia.org/>.

⁵⁵⁵ Se puede encontrar una edición de esta obra en McLuhan, M.; Powers, B.R. (1994): *La aldea global*, Planeta-DeAgostini, Barcelona. Y otra obra interesante de este autor en McLuhan, M. (1993): *La Galaxia Gutemberg*, Ed.Galaxia Gutemberg, Barcelona.

esta política económica impulsada básicamente desde los Estados Unidos y adoptada en todo Occidente⁵⁵⁶.

En ese sentido, y de manera limitada, se comienzan a asimilar enfoques socioeconómicos que complementan los acercamientos macroeconómicos tradicionales a la dinámica del crecimiento, dando una importancia cada vez mayor a modelos de desarrollo microestructural en un continuo diálogo que se inserta en el amplio discurso global-local⁵⁵⁷.

De esta manera, se inicia una dialéctica compleja que surge como respuesta contemporánea a las dificultades encontradas para establecer modelos de equilibrio que permitan construir sociedades sólidas y con un modelo de desarrollo sostenido, y en la que “las comunidades regionales y locales han tomado la iniciativa de hacer más eficientes sus sistemas productivos”, que se irá concretando en políticas activas impulsadas, sobre todo, desde la Unión Europea y, también, en el contexto del estado español⁵⁵⁸.

En este sentido desde Europa se ha pasado, de similar modo al desarrollo propuesto globalmente desde UNESCO, de una política regional tradicional “basada en el modelo de crecimiento concentrado” y que proponía “favorecer la distribución territorial de la actividad productiva mediante la utilización de recursos externos al área objetivo de la ayuda”, a una nueva política de desarrollo que “pretende superar los desequilibrios mediante el fomento del desarrollo de todos los territorios con potencialidades de desarrollo competitivo”, sin que este crecimiento tenga por qué ser “polarizado y concentrado en las grandes ciudades”⁵⁵⁹.

⁵⁵⁶ No obstante, los gobiernos todavía mantienen en suspenso tal concepción en toda su amplitud, ante intereses predominantemente mercantiles respecto a los intercambios tecnológicos y ayudas que prestan a países estratégicamente interesantes desde el punto de vista geopolítico y económico, tal como se manifiesta, en el momento de redactar esta tesis, en relación a la reciente crisis de Irak y la participación internacional en la reconstrucción del país tras la ocupación anglo-estadounidense.

⁵⁵⁷ O glocal, como se ha puesto de moda.

⁵⁵⁸ Vázquez Barquero, A. (1999): “La política de desarrollo local en Europa”, en *Manual de desarrollo local*, Trea, Gijón.

⁵⁵⁹ *Ibid.* p. 47.

En este nuevo enfoque, se considera que las empresas y organizaciones operan en un entorno determinado exógenamente que se ha ido formando históricamente, aunque se continúa depositando el protagonismo del crecimiento en ellas desde la clásica consideración de los productores/consumidores como agentes del mismo. Pero, no obstante, aún considerando la existencia de gran variedad de “modelos espaciales de crecimiento”, se admite que “los modelos de especialización flexible (cómo las redes de empresas de alta tecnología y los sistemas locales de empresas)” son las formas “más deseables de acumulación” por su mayor eficiencia económica⁵⁶⁰.

Esta nueva concepción, de corte puramente economicista en lo relativo a la necesidad de especialización y localización productiva para continuar con el crecimiento, surge, sin embargo, como única alternativa posible a la progresiva unificación de los modelos de desarrollo bajo el patron liberal-mercantil y, en este sentido, permite retomar otra corriente económica que había sido relegada en la década de los ochenta pero que, de nuevo, se muestra con renovado vigor.

En los años 90, aunque este es un proceso que empieza a finales del siglo XIX como comentamos, se explicita el nuevo marco global en el que operan las organizaciones e, igualmente, se hace patente las múltiples visiones y modelos de desarrollo posibles y, sobre todo, los desequilibrios que el *laissez-faire* provoca en sociedades desarrolladas pero con valores culturales distintos a los norteamericanos.

En el contexto contemporáneo, se hace evidente lo que Schumpeter⁵⁶¹ llamaba la segunda fase del capitalismo, el *capitalismo trustificado*, de manera que se ha pasado de un primer momento en el que la función del capital era asumida por el propietario del mismo y existían gran número de empresas, a una situación actual en que multitud de empresas desaparecen y el progreso técnico se “programa y se activa” en el seno de grandes multinacionales⁵⁶².

⁵⁶⁰ Esta acepción con claras reminiscencias de la concepción estructuralista del materialismo dialéctico propio de las corrientes marxistas se ha desarrollado agrupada en torno a las corrientes teóricas conocidas como de desarrollo endógeno, según relata Vazquez Barbero, *Ibid.* p. 54.

⁵⁶¹ Cfr. Screpanti, E; Zamagni, S. (1997), *Op. cit.* p. 280, pp. 255-256.

⁵⁶² Con los devastadores efectos que ello tiene para los pequeños territorios que, una vez perdido su tejido industrial productivo, quedan en manos de decisiones externas que pueden

Consecuencia de ello, según este autor, se produce la progresiva desaparición de los valores éticos y políticos que acompañaban a “aquella clase burguesa que había iniciado el proceso de transformación social moderna arriesgando su propia riqueza” y que, en cierta medida, justificaban las propuestas original de la economía liberal.

En definitiva, aquellas promesas de libertad y mejora común depositadas en la propia dinámica del mercado aparecen, ante una globalización que se demuestra absolutamente ajena a la sociedad y de efectos devastadores, como ingenuas propuestas incapaces, por sí mismas, de facilitar el bienestar social⁵⁶³.

Sin embargo, y en sentido opuesto, en la actual dinámica global-local la constante remodelación de los actores económicos y sociales intermedios facilita el surgimiento de otras clases sociales y otros valores. De esta manera, “mientras se debilita la tendencia de la acumulación individualista del capital, se refuerzan las tendencias sociales hacia la construcción de una organización económica basada en la planificación centralizada”⁵⁶⁴ y, en consecuencia, se justifica de nuevo con fuerza la activa intervención del estado en la esfera económica y social.

En este sentido, las administraciones públicas asumen el tenso diálogo que confronta las dinámicas globales y las realidades locales impulsando políticas de desarrollo que, en nuestro entorno, se concreta en distintos programas que parten de la Unión Europea, destinados a las regiones más desfavorecidas de su ámbito territorial y, especialmente, nuestro país⁵⁶⁵.

hacer tambalear esas sociedades de un día para otro. Casos múltiples de deslocalización de empresas o delegaciones de las mismas saltan todos los días a las páginas de los periódicos, consecuencia directa de la concentración del poder económico en manos de unas pocas multinacionales.

⁵⁶³ Un texto que analiza especialmente el papel de la marca en la dinámica de implantación global de esta nueva economía trustificada de que hablamos se puede consultar en Klein, N. (2002): *No logo: el poder de las marcas*, Paidós, Barcelona.

⁵⁶⁴ Cfr. Screpanti, E; Zamagni, S. (1997), Op. cit. p. 280, p. 256.

⁵⁶⁵ En el caso de la Unión Europea, por medio de los diversos programas FEDER destinados a facilitar el impulso de las regiones, y las políticas de empleo y desarrollo tecnológico en zonas rurales desfavorecidas. De igual manera, se ha venido impulsando una política de

En el caso español, como señala Rodríguez Álvarez⁵⁶⁶, los gobiernos locales han “abierto sus campos de actuación a ámbitos anteriormente menos atendidos”, o no de forma prioritaria, entre los que cabe destacar el “fomento del empleo y el estímulo del desarrollo económico”, empujados a asumir estas nuevas funciones por varias razones.

En primer lugar, y a partir del recientemente denominado Pacto Local de 1999, la dinámica descentralizadora que se había concentrado en las autonomías comienza a extenderse a las entidades locales. En segundo lugar, las recientes transformaciones socioeconómicas y políticas obligan a un replanteamiento del estado del bienestar que, ante las crecientes exigencias ciudadanas, obligan a que los servicios públicos se mantengan de manera eficiente tanto administrativa como económicamente. Y, en tercer lugar, la crisis del modelo clásico de crecimiento basado en las economías de escala y las grandes aglomeraciones industriales en las ciudades, obliga igualmente a un mayor protagonismo de los entes locales en el diseño de las políticas de desarrollo.

En este sentido, este autor, señala que los orígenes de este nuevo modelo económico contemporáneo se encuentran en la crisis de las propuestas keynesianos de intervencionismo estatal que ha obligado a buscar estructuras más flexibles de gestión pública y que, en definitiva, ha acabado por conformar un modelo de desarrollo en el que se busque, sobre todo, la utilización eficiente de los recursos y la mejora continua de las sociedades con la participación conjunta de todos los agentes globales y locales.

De esta manera, el ámbito de lo local está convirtiéndose en el espacio privilegiado sobre el que se proyectan las nuevas teorías del desarrollo que, como señala este autor, se pueden emprender tanto desde la administración central o los grandes grupos industriales pero, y esto es lo más importante, también pueden iniciarse desde abajo, en una suerte de reestructuración en la que participen agentes locales

desarrollo local desde la OCDE, cuya eficacia y evolución se analiza con detalle en Vázquez Barquero, A. (1999), Op. cit. p. 287, pp. 55-56.

⁵⁶⁶ Rodríguez Álvarez, J. M. (coord.) (2001): *Experiencias prácticas de desarrollo local. 19 casos de dinamización socioeconómica en ámbitos locales*, Ed. Bayer Hnos, Barcelona, p. 27 y ss.

públicos y privados “para obtener beneficios que redunden, en la medida de lo posible, a favor de toda la comunidad local”⁵⁶⁷.

Consecuencia de ello, y en el contexto actual, se hace evidente la necesidad de un continuo intercambio dialéctico entre la dinámica global y las realidades locales de manera que se puedan aprovechar los recursos externos facilitados por la economía global para obtener beneficios de explotación que repercutan localmente y faciliten estabilidad y mejoras reales en las comunidades de convivencia para lo cual, desde luego, es necesaria la participación activa de los agentes locales.

Como señala Vazquez Barbero, el concepto contemporáneo de desarrollo se habría de entender actualmente en los términos que lo define el propio Consejo de Europa y, así, considerar genéricamente el *desarrollo* como aquel que “satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”⁵⁶⁸.

De este modo, el único desarrollo posible parte de la coordinación entre actores públicos y privados, junto a la conjunción eficiente de políticas que permitan “una sinergia entre las acciones arriba-abajo, que promueven el cambio estructural, y las acciones abajo-arriba, que promueven el desarrollo territorial”⁵⁶⁹.

En definitiva, el desarrollo ha tomado un protagonismo en la esfera local hasta ahora desconocido, y es en este ámbito donde se dirimen las estrategias políticas y sociales que van a permitir durante los próximos años el diseño de modelos de desarrollo equilibrados y que puedan proporcionar mejoras sostenibles y duraderas.

En consecuencia, tal como venimos relatando entre líneas y continuando el discurso que ocupa nuestra investigación, el sector de la televisión local es el lugar privilegiado para facilitar y fomentar estas nuevas dinámicas contemporáneas que pueden y deben progresivamente implantarse en nuestras sociedades, tanto a nivel político-económico como desde el punto de vista social.

⁵⁶⁷ Ibid. p. 35.

⁵⁶⁸ Ibid. p. 37.

⁵⁶⁹ Vázquez Barquero, A. (1999), Op. cit. p. 287, pp. 57.

2.4. Televisión local para el desarrollo.

En términos económicos se ha de distinguir entre cierto tipo de mejoras referidas a la “expansión económica”, que es una magnitud que sólo mide el corto plazo y además es reversible y sujeta a procesos cíclicos, que, a su vez, es distinto al “crecimiento”, que es un proceso a medio plazo que se define como “la capacidad de una nación para producir los bienes y servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades”, según la distinción hecha por Robert Colonna⁵⁷⁰.

Cuando hablamos de desarrollo, pues, estamos hablando de “una modificación a largo plazo de las estructuras mentales y de los hábitos sociales”⁵⁷¹, es decir, de un modelo de desarrollo sostenible que no sea gravoso para las generaciones futuras y, en consecuencia, estamos hablando de algo más que las consideraciones netamente macroeconómicas reflejadas en los índices de productividad, empleo, número de ordenadores por cabeza, etc.

En ese sentido, el sector de la televisión local, como distribuidor privilegiado del flujo simbólico inmediato a la realidad ciudadana es el lugar privilegiado que, en nuestra opinión, debe protagonizar junto al resto de agentes sociales y económicos este proceso de desarrollo a que nos referimos⁵⁷².

Desde hace tres décadas, la televisión de ámbito local se ha convertido en un espacio comunicativo que, como hemos comentado, viene siendo entendido como una alternativa comunicativa que, en principio, prometía una participación ciudadana en los asuntos públicos.

En la actualidad, en el sector local se superponen en una compleja relación intereses privados y públicos, y también ciudadanos (aunque éstos estén en franco retroceso) que, en todo caso, están redefiniendo el papel de las comunidades locales en el conjunto del

⁵⁷⁰ Colonna d’Istria, R. (1994): *Iniciación a la economía*, Acento, Madrid, p. 75.

⁵⁷¹ Ibid.

⁵⁷² Sobre el papel genérico de la comunicación como elemento fundamental para avanzar en el desarrollo social se puede consultar López-Lita, R. (2000): *Comunicación: la clave del bienestar social*, Ed. El Drac, Madrid.

sistema sociopolítico estatal que compromete y determina el posible modelo de desarrollo hacia donde se dirige nuestra sociedad.

De otro lado, y en el sentido expresado, la gestión de las comunidades locales en un contexto globalizado sólo es posible acercando esas realidades a los ciudadanos y adecuando las dinámicas macroestructurales a las características propias de cada sociedad y, en consecuencia, en el ámbito local tanto los agentes públicos como privados deben ejercer un papel activo dentro de sus comunidades de referencia.

En ese sentido, y consecuencia de ello, la gestión participativa del flujo simbólico particular de cada comunidad a través de los medios de comunicación local, y específicamente utilizando la televisión local, es absolutamente necesario para que todos los agentes públicos y privados puedan construir un modelo consensuado de desarrollo que redunde en beneficio de toda la comunidad.

El modelo de comunicación que proponen estos medios locales, tan cercanos al ciudadano, es necesariamente la alternativa y el complemento necesario para el diseño de un sistema de televisión que responda efectivamente a las necesidades económicas y sociales actuales, y en el que los agentes locales han de tener una participación activa sin que, por ello, se deba dar la espalda a un diálogo fluído con agentes económicos y sociales exógenos⁵⁷³.

Es decir, en ningún caso se puede dejar el sector socioeconómico en general, y los medios de comunicación en particular, completamente en manos de organizaciones mercantiles trustificadas similares a aquellas que aparacen en la actual fase del capitalismo de que hablaba Schumpeter, y se debe dar a la realidad local y a la economía real la importancia que merece en un contexto globalizado como el actual.

⁵⁷³ Sin pretender discutir ni analizar la pertinencia de posturas excesivamente localistas, nos hacemos eco de una frase de Albert Einstein que describía bien tal opción cuando era defendida con extremismo para cualquier ámbito de convivencia: "El nacionalismo es una enfermedad infantil, el sarampión de la humanidad" y, aun sin compartir esta opción ideológico-cultural en ningún grado, reconocemos su utilidad para aglutinar y mejorar las comunidades ciudadanas cuando se ejerce en fluída interacción con el resto de discursos socioeconómicos y culturales globales y, por supuesto, respetamos a aquellos que puedan identificarse con esta opción política.

Existen alternativas que permiten, también para el sector local, avanzar en modelos de especialización flexible basados en la creación de redes que, como ya hemos señalado respecto a las propuestas de redes de televisión local que se están desarrollando en Andalucía y Cataluña por medio de diversas asociaciones y modelos, permiten avanzar en la consolidación del sector.

Sería un error dejar la televisión local en manos de la iniciativa privada, pues esta no ofrece garantías de participación activa de las comunidades locales en sus políticas de desarrollo. Pero, también, sería igualmente erróneo dejar la comunicación local exclusivamente en manos de las administraciones públicas que, como hemos venido relatando, acaba por convertir estos medios en instrumentos de manipulación política con un elevado consumo de recursos financieros que en nada responde a la necesaria efectividad exigible a los servicios públicos.

La televisión local, en definitiva, se ha de entender como uno de los ejes fundamentales para vertebrar el desarrollo local y como medio de comunicación social vital para la conformación y ampliación del sentimiento de pertenencia de los ciudadanos a comunidades ciudadanas que faciliten la dinamización de sus respectivos ámbitos territoriales de convivencia.

Igualmente, las televisiones locales han de responder a las funciones sociales que tienen asignadas y, en consecuencia, se han de entender integradas en el entorno productivo e institucional y han de responder a los criterios de efectividad que tanto la empresa privada como, más recientemente, se reclaman para la administración, han de asumir.

Ello no quiere decir que los medios de comunicación social, y las televisiones locales en particular, no puedan ser deficitarias, pero sí se ha de tener en cuenta que tal déficit sólo es justificable cuando permite avanzar en un modelo de desarrollo a largo plazo como el propuesto, y siempre con unos límites definidos.

Claro, que este modelo de desarrollo y la importancia que para el conjunto del sistema económico y social puedan tener las televisiones locales no forma parte de las prioridades de las agendas gubernamentales. Como venimos relatando, las administraciones se han plegado ante un discurso económico que sólo viene determinado

por la bonanza coyuntural de determinadas variables macroeconómicas, y parecen más interesadas por otras industrias culturales más fuertes y por las mitologías de la digitalización, de manera que han dejado al sector en el más absoluto abandono hasta fechas recientes.

No obstante, antes de analizar los posibles escenarios futuros que pueden surgir tras la implantación de la Televisión Digital Terrestre y su incidencia en los emisores locales, es necesario dedicar unas páginas a valorar la importancia que las televisiones locales tienen en cuanto a la propia especificidad del modelo comunicativo que proponen y practican en mayor o menor medida.

3. Comunicación local y democracia.

Cómo hemos venido señalando, uno de los discursos teóricos que se han ido construyendo en torno a los medios de comunicación local gira en torno a la posibilidad de que estos se constituyan en una alternativa, en sentido amplio, a los poderes tradicionales. Se considera, de este modo, que tales medios permiten redefinir la relación de los ciudadanos con los mecanismos institucionalizados de gobierno social, a partir del establecimiento de un flujo comunicativo que parta de las bases ciudadanas e influya decisivamente en las macroestructuras políticas.

Incluso no tratándose necesariamente de un modelo alternativo definido en este sentido, la comunicación local, por sus propias características, establece un modelo de influencia en la gestión de la *res pública* basado en un modelo de flujo comunicativo abajo-arriba, en el que la conformación de la opinión pública no está gestionada lejanamente por un modelo jerarquizado y, en algún grado, centralizado.

Este modelo de gestión social en el que la autoridad reside en el pueblo responde literalmente al concepto de democracia que, por definición, se contrapone a otros sistemas políticos en los que la capacidad decisoria en los asuntos públicos no es patrimonio popular, sino que está en manos de otros, cuya autoridad y legitimidad está en algunos casos reconocida popularmente con diversos grados de legitimidad. Teocracia, aristocracia, plutocracia, tecnocracia, partitocracia, etc., están presentes en la actualidad en diversas formas

en multitud de sociedades del mundo pero, en todo caso, la democracia representativa se revela como la menos mala de todas ellas y, desde luego, la democracia participativa como un objetivo deseable.

El gobierno popular es, por tanto, de una propuesta radicalmente contraria a los usos políticos tradicionales y, consecuentemente, los medios de comunicación local alternativos no son sólo una respuesta ciudadana frente a los medios de comunicación masivos, sino que proponen un modelo de gestión política que cuestiona las propias bases estructurales de organización social de los asuntos públicos y, por ello, es radicalmente alternativo y opuesto en toda su extensión al resto.

Esta propuesta intenta, pues, ahondar en la definición literal del término *democracia*, dando un salto cualitativo importante en nuestras vigentes democracias representativas. Igualmente, esa traslación de la capacidad decisoria a nivel local propone una reestructuración que tendería hacia una máxima descentralización del poder y, consecuentemente, supondría un cuestionamiento fundamental al modelo de estado-nación, en primer lugar, y, en último término, a la adopción de organizaciones sociales y políticas de corte federalista⁵⁷⁴, que en algún caso subyacen a la concepción y funciones que este tipo de comunicación cercana debe realizar, según algunos autores⁵⁷⁵.

Ahora bien, la radicalidad de la propuesta difícilmente es asumible por un sistema político actual resultado de un contexto histórico en el que la propia consitución de la democracia es un hecho reciente, con dificultades de interpretación y de implantación práctica, y los condicionantes y limitaciones particulares comentados respecto a

⁵⁷⁴ El desarrollo del federalismo se encuentra originalmente en la obra de Pierre-Joseph Proudhon publicada en 1862 del que se puede encontrar una edición en Proudhon, P. (1985): *El principio federativo*, Sarpe, Madrid. En cuanto a la aplicación particular de esta teoría política a la gestión de los medios de comunicación, se puede consultar Garaitonaindía, C. (1983): *Federalismo y autogestión en los mass media*, Universidad del País Vasco-Servicio de Publicaciones, Vitoria.

⁵⁷⁵ En ese sentido, la televisión de “proximidad” se ha venido considerando, como decíamos, en un deseable instrumento comunicativo y que, en la actualidad, define bien los intereses de alguna región histórica por dotarse de máxima autonomía respecto al poder central del estado. En el trabajo de Prado y Moragas, Op. cit. p. 46, se incluyen bajo el mismo término las televisiones autonómicas, en un intento, ya comentado, de utilizar esa cercanía para justificar su pertinencia en cuanto a la defensa de intereses culturales y su correlación con la gestión del poder político territorial.

la inacabada transición española y el particular diseño de nuestro sistema televisivo nacional.

3.1. Sociedad civil y democracia.

La conformación de la democracia se desarrolla paralelamente a la aparición de la sociedad de masas a partir del siglo XIX, en un proceso histórico de industrialización y reestructuración social en el que nuevas clases sociales llegan al poder y, consecuentemente, empieza a decaer el poder de los sistemas absolutistas tradicionales.

En este nuevo modelo de reparto de poder emergente, el capitalismo se sitúa en el vértice de las transformaciones económicas que acaban por transformar las sociedades durante el período de industrialización.

En ese sentido, como ha señalado Qualter, el paulatino proceso de urbanización e industrialización de las sociedades y los subsiguientes cambios culturales asociados, aun favoreciendo el establecimiento de la democracia, estaba impulsado para “exclusivo provecho de las clases poseedoras de las propiedades y llevada a cabo a costa de enorme sufrimiento y degradación de los pobres”⁵⁷⁶.

Es decir, el desarrollo inicial de la democracia estaba sustentado por un modelo económico liberal más interesado en “proteger los derechos del individuo y especialmente la propiedad individual contra la intromisión del gobierno que en mejorar los derechos de los individuos sin propiedades hacia la participación en el gobierno”⁵⁷⁷.

Además, como ha señalado Alcaraz Ramos⁵⁷⁸, la tradicional concepción del pueblo como masa respecto al concepto de democracia desarrollado por Tocqueville, está estrechamente enfrentado a las teorías clásicas liberales y la peligrosidad del poder de la opinión pública de estas masas en la que “se disuelve la capacidad de

⁵⁷⁶ Qualter, T.H. (1994): *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*, Paidós, Barcelona, p. 17.

⁵⁷⁷ Ibid. p. 22.

⁵⁷⁸ Alcaraz Ramos, M. (1994), Op. cit. p. 42

raciocinio, la posibilidad de convencer a través de la argumentación reservada a la élite ilustrada y censitaria”⁵⁷⁹.

Es decir, aquellas democracias impulsada para beneficio de los propietarios de la tierra y del capital se han implantado en nuestras sociedades cuidando mucho los peligros que las nuevas masas podían suponer y, en ese sentido, se han venido desarrollando durante todo el siglo XX las teorías sociológicas americanas que comentábamos para el análisis y gestión de la opinión pública.

De hecho, hoy todavía la opinión pública es ese magma informe que todos los poderes políticos, económicos y sociales, nuestras élites actuales que poco se diferencian de las tradicionales, intentan conocer, transformar y dirigir en función de sus intereses.

La opinión pública es, además, una disciplina absolutamente implantada y consolidada tanto a nivel académico como en la estructura de las organizaciones en forma de departamentos de nombres diversos, y en la propia forma de concepción y gestión de los medios de comunicación social como difusores de corrientes de opinión y, en definitiva, como ese cuarto poder que interviene activamente como actor sociopolítico y económico en la gestión de la opinión pública.

En ese sentido, los diversos modelos políticos democráticos han considerado, en general, la opinión pública como el cordón umbilical que une a los gestores de la *res pública* con los administrados aunque, en los últimos tiempos, las anteriores sociedades de masas se vienen entendiendo cada vez más dentro de lo que se ha venido en denominar sociedad civil que adquiere, de esta manera, una relevancia especial como actor político activo⁵⁸⁰.

La sociedad civil es, por tanto, un sujeto histórico novedoso y que se superpone a una larga tradición de enfrentamientos entre la

⁵⁷⁹ Extremo también apuntado por J.S. Mill respecto a que la opinión pública nunca debiera constituirse en un poder puesto que posiblemente liquidaría a todos los demás, *Ibid.* p. 165.

⁵⁸⁰ Aunque no es objeto de este trabajo profundizar en la constitución y evolución del concepto se pueden consultar, no obstante, este y otros aspectos conexos, por ejemplo, en Keane, J. (1992): *Democracia y sociedad civil*, Alianza, Madrid. O el trabajo de la catedrática de ética Adela Cortina, en Cortina, A. (2000): *La ética de la sociedad civil*, Anaya, Madrid.

literalidad del término democracia y su implantación práctica pero, sin duda, supone una concepción de la ciudadanía cualitativamente distinta a como se venía considerando durante la mayor parte del siglo XX.

En este sentido, y siguiendo con la relevancia que como sujeto histórico está protagonizando la sociedad civil, la propuesta de comunicación local alternativa supone que el necesario equilibrio global-local se construya a partir del progresivo traslado a espacios ciudadanos de cuotas de poder que permitan una gestión socioeconómica eficiente, complementaria a las dinámicas macroestructurales y, sobre todo, adecuada a los distintos modelos convivenciales de las comunidades de ciudadanos.

Para ello, se ha de considerar a la sociedad civil como un agente activo del desarrollo que, junto con el resto de actores públicos y privados, y debe ser parte activa en la asunción de consensos a nivel local, facilitando así la adaptación de nuestros modelos convivenciales a la realidad contemporánea.

En definitiva, la televisión local y los medios de comunicación ciudadanos en general, permiten profundizar en la democracia trasladando la gestión de la opinión pública y su conformación a los propios ciudadanos y, consecuencia de lo expuesto, son los únicos que permiten integrar las realidades locales en el flujo global de manera provechosa para cumplir los objetivos de desarrollo en los términos expresados.

3.2. Comunicación local en el sistema audiovisual.

Con la televisión local, como venimos diciendo, los modelos comunicacionales de interacción espacial inmediata, intrapersonales, interpersonales y grupales, se concretarían en el siguiente nivel comunicativo posible sin permanecer demasiado alejados de las formas de diálogo social deseables, es decir, sin que la capacidad de transformación de la opinión pública sea impuesta institucionalmente desde la distancia.

Pero, no obstante, el tipo de comunicación que propone la televisión local se sitúa en un nivel, la llamada mesocomunicación, que presenta dificultades y puede incluso estar, en su propia definición, contrapuesto al concepto mismo de televisión.

A la propuesta tecnológica inicial del medio, ver a distancia, hay que sumar el resultado de la evolución histórica del mismo, muy en consonancia con todo lo que venimos contando en cuanto a gestor y pacificador de la opinión pública, en cuanto a que este tipo de comunicación es unidireccional y, además, distribuye contenidos que no son accesibles de manera inmediata a través de la comunicación interpersonal directa.

De esta manera, la televisión es, por un lado, un medio de comunicación que, tecnológicamente, permite participar de otras realidades no accesibles en los espacios de convivencia habituales y, como resultado de ese distanciamiento intrínseco al medio, se puede utilizar para hacer de tal instrumento una efectiva herramienta de control de la opinión pública según los parámetros de interés de las élites.

Como señala Qualter, “el capitalismo se reincidió con la democracia una vez se sintió seguro de que la mayoría no podía usar su poder para hacer un asalto demasiado peligroso a los privilegios de la propiedad... y utilizó los nuevos instrumentos de persuasión, no para una pesada y crasa propaganda sino, de forma más sutil, para definir el significado de la buena ciudadanía e incluso el de la propia democracia”. Entre estas máximas distribuidas por los medios se encuentran la premisas inviolables de que “un sistema de mercado libre es la norma económica prevalente; que la expansión del consumo personal es la medida del progreso social; que las diferencias de clase van desapareciendo a medida que todos nos convertimos en consumidores de clase media”⁵⁸¹, etc.

En consecuencia, la televisión es, además de un medio de transmisión a distancia de imágenes, sobre todo un medio de transmisión de contenidos simbólicos y, en consecuencia, un importante dinamizador y conformador de la realidad. Es decir, los medios de comunicación, y la televisión en particular, se muestran como los agentes sociales más eficientes y necesarios para la conformación simbólica de agrupaciones de individuos más allá de sus realidades inmediatas.

⁵⁸¹ Qualter, T.H. (1994), Op. cit. p. 297, p.25.

Sin embargo, el actual uso que se hace de ellos situándolos en el vértice de un complejo entramado institucional y económico que se superpone a las realidades cotidianas de cada comunidad de ciudadanos particular es, sin duda, una utilización parcial e interesada.

Cómo decía Maquiavelo en 1513⁵⁸², refiriéndose a la existencia de dos clases en todo espacio de interrelación humana, “en todas las ciudades existen estas dos facciones distintas”, el pueblo y los poderosos, y el gobierno (en el contexto de su obra habla del principado), “sólo se puede alcanzar con el favor del pueblo o bien con el favor de los poderosos... y se debe al hecho de que el pueblo no quiere ser sometido ni oprimido por los poderosos, y los poderosos quieren someter y oprimir al pueblo”.

Esta concepción, que puede parecer trasnochada en un sistema como el actual caracterizado por la separación de poderes y su institucionalización, los príncipes contemporáneos que efectivamente regulan y aglutinan la diversidad de poderes en una sociedad de masas son los medios de comunicación, que se han constituido, metafóricamente, en un principado.

En nuestra inmadura democracia representativa, la actividad política sólo se ejerce cada cierto período mediante un proceso electoral que deposita toda la capacidad ejecutiva y decisoria en representantes que, en muchos casos, son impuestos por agentes de poder organizados en torno a modelos partitocráticos.

Siguiendo con la metáfora principesca, los medios de comunicación son un tipo de actor político que, como para todo príncipe señalaba Maquiavelo, es necesario que “viva siempre con el mismo pueblo, pero que no tenga siempre a los mismos poderosos, pudiendo crearlos o destruirlos y darles o quitarles prestigio, a su gusto, cada día”.

Sin llegar a esos extremos, no es difícil acercar esta concepción a la generalizada idea que sobre la profesión periodística se difunde respecto a su capacidad de influir en la conformación del poder efectivo, a modo de príncipes contemporáneos aparentemente situados

⁵⁸² Maquiavelo, N. (1993): *El Príncipe. Comentario por Napoleón Bonaparte*, Espasa-Calpe, Madrid.

en un estrato de poder casi teológico y que, en nombre de la libertad de expresión etc., se constituyen en una suerte de defensores de los derechos civiles.

Ahora bien, estos príncipes los crean “el pueblo o los poderosos, según a cual de estas partes se le presente la ocasión. Porque cuando los grandes ven que no pueden hacer frente al pueblo, empiezan a reforzar el prestigio de uno de ellos, al que nombran príncipe, para poder saciar su apetito bajo su protección”⁵⁸³.

Esta sería la forma en que efectivamente se han constituido los medios de comunicación masivos históricamente, justamente para que la opinión pública responda a los intereses de los grandes flujos de capital y, como decíamos, permita la modelación de una democracia a medida de las élites que lo promueven.

En ese sentido, y consecuencia de nuestra historia reciente, nuestro sistema audiovisual responde fielmente a las funciones esperadas de un príncipe maquiavélico aunque, sin embargo, se presenta como absolutamente inadecuado al contexto actual⁵⁸⁴ y, en último extremo, poco pertinente y actualizado a los requerimientos de las realidades contemporáneas en cuanto a la necesidad de un desarrollo equilibrado como el que comentábamos.

No obstante, tal como se pretendía cuando se mostraban las potencialidades de la comunicación local alternativa, sería ilusorio pensar que la sociedad civil está formada activamente por “toda” la ciudadanía, es decir, que cualquier ciudadano está efectivamente interesado en la acción política y es parte activa de la misma.

Tampoco, igualmente, respondería a la realidad esa concepción monolítica de que los ciudadanos, por el hecho de serlos, no se agrupan muchas veces en torno a discursos y posturas enfrentadas radicalmente, aun en espacios de convivencia muy pequeños como pueden ser los espacios locales.

⁵⁸³ Ibid., p. 77.

⁵⁸⁴ Como muestra lo escandaloso de que se elija un candidato para un determinado partido por un proceso de sufragio universal y el propio partido acabe imponiendo alguien que, “para la opinión pública”, puede resultar un candidato más adecuado.

En este sentido, las propuestas de comunicación local se encuentran frente a dos escollos perfectamente evidentes. De un lado, otorgar mayor poder a la ciudadanía y hacer fuerte un sistema de comunicación local choca directamente con cualquier estructura sociopolítica y económica vigente, en tanto que supone un peligro potencial que puede determinar la cosmovisión de nuestras comunidades más allá de lo admisible para la actual estructura sociopolítica y económica. De otro, cualquier nuevo modelo de gestión sociocultural y política de ámbito local se ha de integrar en las realidades específicas de cada comunidad ciudadana y, en ese sentido, estas se han de entender en su complejidad.

En definitiva, la propuesta comunicativa ciudadana que se hace desde la televisión local sólo puede entenderse como un medio alternativo y complementario al sistema comunicativo actual: entenderla como una propuesta absolutamente radical a nuestra realidad contemporánea supondría no conocer los límites y condicionantes que nuestro sistema sociocomunicativo arrastra⁵⁸⁵.

En todo caso, la televisión local no sólo es un eje fundamental para el desarrollo de nuestras sociedades actuales, sino que es el complemento necesario a nuestro sistema de convivencia actual para atender las nuevas demandas ciudadanas y, en último término, para insertar en nuestras sociedades una cultura de participación plural de todos los agentes que puedan facilitar aquellas mejoras que todos intuitivamente deseamos.

Los medios de comunicación alternativos, y promovidos por los ciudadanos, todavía están pendientes de constituir principados que permitan separar efectivamente la estrecha colaboración e interdependencia que entre los diversos poderes y los medios de comunicación se produce desde que estos últimos se constituyen en instrumentos efectivos para la conformación de la opinión pública.

La dinámica de nuestro sistema comunicativo actual, como ya contamos, acaba por transformar el concepto de ciudadano en el de cliente a través no sólo de la conformación de las audiencias

⁵⁸⁵ El interés y las tensiones entre los sectores público y privado respecto al conjunto del sistema televisivo y en relación a la televisión local lo hemos tratado profusamente en páginas anteriores, y a ellas nos remitimos.

meramente televisivas, sino con toda una batería de estudios de opinión, intención de voto, y multitud de medidas estadísticas que acaban reflejando numéricamente un concepto, el de democracia, que todavía está lejos de responder a lo que en su definición promete.

Se necesitan principados locales, actualizados a la estructura contemporánea del poder, y lo suficientemente autónomos para constituirse en un poder intermedio con suficiente peso específico para responder a las imposiciones macroestructurales y poder realizar un papel importante para el desarrollo en el ámbito socioeconómico inmediato al espacio de convivencia de las agrupaciones ciudadanas⁵⁸⁶.

Se necesita, en definitiva, la redefinición del espacio público en la compleja dinámica global, de manera que las comunidades locales participen activamente en la definición del tipo de desarrollo adecuado a sus características y, para ello, es absolutamente necesario el control y acceso al flujo comunicativo a través de la propiedad y gestión de sus propios medios de comunicación.

4. Televisión local y servicio público.

La aparición de algún tipo de entidad superior a las propias interrelaciones entre personas y grupos a modo de institución formal de gobierno, más allá de las propias dinámicas de convivencia generadas mediante la comunicación en espacios físicos inmediatos, comienza con la institucionalización de una estructura de orden superior que permita el gobierno de esas comunidades.

Esto ocurre hace aproximadamente 2500 años en Atenas, cuando las reformas constitucionales de Clístenes proponían un sistema de elección de gestores públicos mediante sorteo en el que se elegían representantes entre los ciudadanos residentes en las ciudades, divididas en algo parecido a los distritos. Un modelo de gestión

⁵⁸⁶ Esta demanda de insertar la dinámica del desarrollo profundizando en los valores democráticos es ampliamente recogida en multitud de textos. Una de estas aproximaciones, referida al ámbito latinoamericano, e interesante por la simbiosis que propone entre comunicación-ciudad como modelo de análisis se puede encontrar en Esteinou, J. (1996): "La ciudad como proceso de comunicación", en *Interacción*, nº 9, Ene-Feb-Mar, 1996.

política basado en un sistema de ciudad-estado llamado, ya entonces, democracia⁵⁸⁷.

La justificación teórica de la necesidad de esta institución gestora situada en un nivel superior a la propia dinámica de interrelación grupal, comienza a configurarse en el marco de las teorías que Platón formaliza en *La República*, y su concepción general de la existencia de un mundo de las ideas inalterable y absoluto al que se debe aspirar que ejemplifica en su famoso *Mito de la Caverna*⁵⁸⁸.

En ese sentido, la primera teoría sobre el estado está indisolublemente unida a aquel concepto limitado de democracia y justificada por la condición de que sólo la realización del Bien es posible conociendo cuales son las leyes cósmicas del orden y, consecuentemente, la oportunidad y necesidad de un Estado sólo es sostenible cuando éste actúa determinado por el conocimiento de lo que es justo.

De esta manera, los hombres que forman el Estado deben cultivar la virtud, que daría lugar a la sabiduría, alcanzable subiendo progresivamente por la escala del conocimiento a través de la razón. No sería posible cualquier tipo de estado para cumplir con los objetivos de contribuir a la virtud de sus ciudadanos, a una vida completa. Sólo sería posible en un estado racional, con un gobierno justo y que hace posible al hombre practicar las virtudes intelectuales, estimulando y educando a los ciudadanos en esta práctica y en la observancia de las leyes que permitan asegurar su bienestar⁵⁸⁹.

Esta ciudad-estado ideal no queda muy lejos de las contemporáneas esperanzas depositadas en ese tipo de televisión local

⁵⁸⁷ Sólo que se trataba de un sistema democrático en el que se excluían a mujeres, esclavos y extranjeros, habitual en la concepción griega de quienes eran o no ciudadanos de pleno derecho, como ha señalado Méndez Rubio, A. (1997): *Encrucijadas. Elementos de crítica de la cultura*, Cátedra, Madrid, p. 229.

⁵⁸⁸ En el caso de Platón su concepto de la democracia era todavía más restrictivo, incluso la despreciaba y sólo consideraba válido el gobierno autocrático dirigido, naturalmente, por aquellas personas que estaban cerca del Bien porque había alcanzado, o casi, aquel mundo de las ideas.

⁵⁸⁹ Desarrollado en *La política*, por Aristóteles, y que se puede encontrar contrastado con la evolución subsiguiente en el ámbito de la escolástica hasta nuestros tiempos en Hartnack, J. (1996): *Breve historia de la filosofía*, Cátedra, Madrid.

alternativa que participaría en el desarrollo de las comunidades proporcionándoles acceso y facilitando un desarrollo racional, sostenible y equilibrado. como tendencia deseable está bien, pero no deja de ser una idealización respecto a las virtudes del hombre y las posibilidades de conformación de sociedades justas.

Lo que nos interesa, en todo caso, es que en los orígenes de las formas de gobierno, situando por encima de los ciudadanos instituciones que velen por el bien común, se empieza a conformar un nuevo espacio, que conocemos como espacio público, en el que se dirimen los asuntos no privados, es decir, aquellos que competen a toda la comunidad.

Con la conformación de este espacio que media entre la ciudadanía y el estado, a este último se le asignan funciones que, por definición, son de naturaleza pública, es decir, de servicio público en el sentido griego que señala que tal estado ha de contribuir al bien común ofreciendo formación, promulgando leyes para mantener el orden, etc., y, en definitiva, facilitar el bienestar.

4.1. Conformación del espacio público.

Para aquellos griegos, los conflictos resultantes de la implantación y promulgación definitiva de ese orden democrático se dirimían mediante el diálogo entre los ciudadanos que poseían el conocimiento racional necesario y representaban, más tarde, al pueblo, incluidos los excluidos esclavos que no tenían consideración de ciudadanos.

Afortunadamente, nuestras sociedades han cambiado mucho en algunos aspectos desde entonces pero, sin embargo, el foro parlamentario sigue siendo muy parecido al de entonces, con la diferencia de que aquellos hombres que eran considerados, por el hecho de serlos (excluidos esclavos y mujeres, conviene insistir), criaturas políticas y el estado, justo y bueno, se entendía como el único posible para que el hombre pudiera vivir.

Unos siglos después, pasada la Edad Media, y en un progresivo proceso de implantación de economías capitalistas a partir del desarrollo de las ciudades, facilitada por la reproductibilidad técnica de textos desde la invención de la imprenta en 1450, empieza a formarse el concepto de esfera pública más allá de aquella cercanía

del diálogo y confrontación de opiniones sobre los asuntos públicos en el ámbito de las instituciones políticas griegas, y comienza a construirse un espacio comunicativo de mediación en el que interviene lo que conocemos como opinión pública.

El destinatario y actor principal en esta nuevo espacio de opinión es un público básicamente perteneciente a la nueva clase burguesa formada por los propietarios tradicionales junto a los nuevos funcionarios y profesionales liberales⁵⁹⁰. De esta manera, lo público empieza a conformarse como la esfera de lo privado, y la opinión pública como un nuevo mecanismo de los asuntos económicos en defensa de los intereses de estos propietarios y comerciantes frente al poder público del estado.

Paralelamente a la conformación de esa nueva clase social, la burguesía, aquellos mismos economistas liberales que defendían la idea de libertad de expresión y de comercio, van desarrollando el concepto de *sociedad civil*, y se empieza a definir una esfera de acción económica libre de la intervención estatal que debe ser considerada, al contrario que comunmente se piensa, “como un lugar donde algunos capitalistas trabajaron duro para *maximizar su propia libertad* de cara a *minimizar la libertad* de la mayoría de los otros”⁵⁹¹.

De esta manera, la opinión pública funciona como “mediación entre ambas esferas, la de la sociedad civil y la del Estado, la de la nueva intimidad familiar burguesa y la de la sociedad cortesana... y *lo público remite a la burguesía propietaria y ‘cultura’* instalada en los países desarrollados del siglo XVIII y la primera mitad del XIX”.

Más tarde, en el nuevo período monopolista-imperialista que da lugar a una “progresiva estatalización de la sociedad privada junto con la socialización-privatización de los poderes del Estado”, el concepto de opinión pública evoluciona hasta la actual definición de las *relaciones públicas* como mediadora entre la sociedad civil y el estado y con la función de la “construcción del consenso y la orientación de

⁵⁹⁰ Como ha señalado Habermas, este proceso está estrechamente ligado al ámbito de la difusión de noticias y su conexión con el tráfico mercantil, Habermas, J. (1994): *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona, p. 56.

⁵⁹¹ Bové, P. (1996): *En la estela de la teoría*, Cátedra, Madrid, p. 156, Cfr. Méndez Rubio, A. (1997), Op. cit. p. 305, p. 236.

las opiniones”. Es decir, un sistema, llamado democrático, en que unas pocas élites minoritarias “discuten de forma pública” aquellos asuntos que “una gran masa de consumidores reciben privadamente”⁵⁹².

Por tanto, lo público, y el servicio público, no es en su concepción histórica un servicio dirigido al pueblo, pero tampoco se puede considerar así en la actualidad.

4.2. El servicio público de televisión.

Según Prado y Moragas, las deseables funciones de servicio público, referidas a las televisiones públicas, se podrían resumir en “garanties democràtiques (especialment defensa del pluralisme), estímulo a la participació ciutadana, funció cultural, identitària, social i de benestar social, d’equilibri territorial, econòmica i desenvolupament, motor de la industria audiovisual, innovació i experimentació creatives, funció humanística i moralitzadora, i funció divulgadora i socialitzadora del coneixement”⁵⁹³.

Sin embargo, cuando se realizan debates sobre las funciones de servicio público que las televisiones, también públicas, deben realizar, en todo momento se establecen unos parámetros deseables de programación que, cuanto menos, son funciones supuestas por unos pocos en cuanto a la definición del servicio público que deben prestar.

Funciones y atribuciones sociales, económicas y políticas que, en cualquier caso, se podrían agrupar bajo el concepto genérico de desarrollo pero que, como aquel que sostenemos en el capítulo anterior, es más una postura ideológica que un universal absoluto que haga por sí mismo que la sociedad y sus ciudadanos sean más virtuosos, al modo platónico.

En ese sentido, el concepto de servicio público, en último término, continúa expresando esa función humanística y moralizadora tan deseable tanto para aquellos autores como para quien redacta este texto pero que, en nuestras sociedades, está dirigida desde unas élites

⁵⁹² Ibid. pp. 243-246.

⁵⁹³ Moragas, M.; Prado, E. (2000), Op. cit. p. 81, pp. 379-380.

minoritarias que difícilmente practican ese pluralismo democrático, como hemos comentado en repetidas ocasiones en capítulos anteriores.

Igualmente, se tiende a maximizar la capacidad de los medios de comunicación y su contribución a la transformación, depositando en ellos esperanzas que, comunmente, se ven poco refrendadas por la realidad histórica de nuestro sistema audiovisual, lastrado por condicionantes políticos, económicos y jurídicos a los que también nos hemos referido.

En ese sentido, y tal como están las cosas, entendemos la equiparación que hacen Prado y Moragas entre televisión de proximidad y televisión pública, considerando aquella como “una aportación genuina de la televisión pública al sistema de comunicación modern”⁵⁹⁴, en ese deseo de utilizar la proximidad con fines políticos, en una concepción de las instituciones públicas consecuente con el desable servicio público que deben prestar.

Ahora bien, aún compartiendo la evidencia de que la televisión privada en general opera en el sector por razones básicamente económicas, asimilar servicio público a instituciones públicas supone también asimilar que tal servicio sólo se puede realizar en la actualidad mediante la gestión de la opinión pública y, como venimos diciendo, dicha gestión está en manos de unas pocas élites, nacionales o locales, es igual el ámbito territorial.

Si equiparamos los asuntos públicos a los asuntos estatales, estamos de esta manera reduciendo la capacidad de la sociedad civil para actuar, limitando y guiando sus movimientos por los mecanismos de creación de opinión pública en nuestra “madura” partitocracia democrática.

La única vía de transformación, y por eso compartimos la utilización del término proximidad propuesto por Emili Prado como agente de actuación política, es un acercamiento de ese estado-nación a la concepción estricta de la democracia, en tanto que se puedan implantar sus beneficios a toda la población y, en este sentido, haciendo que la sociedad civil participe activamente en su definición.

⁵⁹⁴ Ibid. p. 290.

En este sentido, la televisión local como espacio comunicativo capaz de vertebrar una sociedad civil plural y popular, es el medio de distribución simbólica y el foro ciudadano privilegiado para, efectivamente, actuar hacia esos objetivos.

Sin embargo, no necesariamente el servicio público ha de estar exclusivamente en manos de los poderes públicos, eso sería un error de apreciación de la capacidad, también a nivel local, de esos poderes públicos para definir un modelo de desarrollo que satisfaga a toda la comunidad, alejado, o cuanto menos en equilibrio inestable, de otros intereses personales y corporativos.

Sostener posturas similares sería remontarse a la concepción monolítica de las televisiones locales comunitarias, en cuyo origen se supone que todos los ciudadanos tienen intereses similares y estos pueden ser representados de manera equilibrada y plural desde un medio de comunicación de consenso.

La idea es atractiva, pero como decía Adorno, el término pluralismo “sirve frecuentemente para calmar los ánimos”, y como sostiene Alain Touraine, en la tradición del pensamiento político moderno “limitar el acceso al poder se convierte en la preocupación principal de los que defienden la democracia”⁵⁹⁵, y esto ocurre generalmente cualquiera que sea el tipo de organización de que hablemos, sea pública, privada o incluso civil.

En consecuencia, no podemos sostener otra concepción de la democracia que la basada en el reparto y confrontación de poderes en equilibrio inestable y dinámico y, en consecuencia, no podemos estar de acuerdo con limitar la gestión del espacio público exclusivamente a los actores públicos que, al fin y al cabo, tampoco están investidos de ninguna virtud o sabiduría cósmicas.

En definitiva, entendemos que el servicio público es básicamente un servicio que ha de estar gestionado y dirigido por los ciudadanos, independientemente de que se realice con un grado de institucionalización u otro. Por supuesto que las instituciones sostenidas por y para los ciudadanos deben cumplir una misión de

⁵⁹⁵ Touraine, A. (1994): *¿Qué es la democracia?*, Temas de Hoy, Madrid, Cfr. Méndez Rubio, A. (1997), Op. cit. p. 305, p. 239.

servicio público, pero no son propietarios en exclusiva de la esfera pública que, afortunadamente, es mucho más amplia.

Las televisiones locales, sean gestionadas como sea, deben realizar una función de servicio público, pero no porque deban promocionar determinados valores culturales, sino porque han de situarse en el centro de la mediación de la opinión pública local y, consecuentemente, han de tender idealmente a garantizar el pluralismo. Y este no se consigue dando sólo cabida a las distintas opciones políticas, sino que sólo se puede conseguir entre iguales, es decir, otorgando capacidad de comunicación de sus ideas no sólo a quienes ostentan el poder, sino también a quien no lo tiene e incluso a quien la política no le interesa en absoluto⁵⁹⁶.

De esta manera, confundir en la gestión y análisis del servicio público con las atribuciones de las administraciones públicas otorga una preeminencia excesiva a los gobernantes y excluye a todos los gobernados y, por tanto, poco servicio se hace a una democracia participativa y ciudadana defendiendo a ultranza el carácter público de sus medios de comunicación.

En ese sentido, coincidimos con las propuestas de Prado y Moragas, respecto a la necesidad de creación de autoridades audiovisuales independientes⁵⁹⁷ que puedan jugar un papel activo en el sistema televisivo en general, pero sin que ello tampoco sea ninguna panacea exenta de los problemas de gestión del espacio público que venimos comentando.

Y desde luego, en nuestra opinión, la conformación de agentes de comunicación local superpuestos y complementarios al sistema televisivo actual es la mejor manera de ir sumando opciones y posibilidades de actuación plural que permitan, con las oportunas

⁵⁹⁶ Recordemos, no obstante, que la televisión y la comunicación en general, no se puede entender fundamentalmente desde un modelo que defina la relación con los público-ciudadanos como un proceso racional y, como tal, tampoco se puede pedir a todo el mundo que la entienda como un instrumento para el diálogo.

⁵⁹⁷ Tal como ya se ha hecho en el ámbito catalán, con la creación del Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), creado a través de la Ley 2/2000 del Parlamento de Cataluña, <http://www.audiovisualcat.net/>. No es objeto de este trabajo el estudio de la configuración de tales organismos. Para una análisis exhaustivo y de ámbito europeo, se puede consultar la obra de estos autores, Moragas, M.; Prado, E. (2000), Op. cit. p. 81, pp. 103-136.

regulaciones, profundizar en un modelo democrático basado en la confrontación de poderes y en el que los municipios y los ciudadanos tengan un papel activo, utilizando los medios locales, y la televisión local en particular, como un instrumento de participación en los asuntos públicos.

4.3. Televisión local y gestión del espacio público.

Como venimos contando, la televisión en su conjunto pero, sobre todo, la televisión local, ha de entenderse como un servicio público esencial pero no ligado necesariamente a los poderes públicos, aunque tampoco exclusivamente a los privados. En ese sentido, en la actualidad es necesario entender el servicio público en relación a iniciativas teóricas e implantaciones prácticas de desarrollo local en las que participan todos los actores sociales.

De otro lado, y consecuencia de lo que venimos expresando a lo largo del texto, se ha de entender que todos los países están en vías de desarrollo y que tal desarrollo es una opción política, una reivindicación de futuro.

Sin embargo, como señala Dalla Rosa remitiendo sus orígenes al movimiento comunitario de Quebec⁵⁹⁸, no “se trata sólo de una teoría, sino de una práctica en la cual pueden cometerse errores, aunque se tiene la obligación de conseguir resultados”, y en la que “aunque no es posible que haya desarrollo sin crecimiento” ambos términos no “deben confundirse”. Igualmente, continúa este autor, sería “una utopía creer que toda una población puede hacerse cargo del desarrollo local” , y en consecuencia, “la función catalizadora de un líder, un animador o de un interventor exterior es a menudo fundamental”⁵⁹⁹.

En ese sentido, a toda política de desarrollo subyace la necesaria iniciativa de los actores públicos y privados significativos y su acción

⁵⁹⁸ Del que ya destacamos su importancia y carácter pionero respecto a la conformación de un determinado modelo de televisión local alternativa.

⁵⁹⁹ Dalla Rosa, G. (1999): “Algunas reflexiones sobre la metodología del desarrollo local a partir del ejemplo francés”, en *Manual de desarrollo local*, Trea, Gijón, p. 33-39.

ha de concretarse facilitando mecanismos de consenso y asociación con una “perspectiva estratégica definida”⁶⁰⁰.

Para ello, como señala Vázquez Barquero⁶⁰¹, el desarrollo de una comunidad local se ha de realizar abordando, en conjunto, tres tipos de acciones políticas locales a las que denomina *hardware*, refiriéndose a las infraestructuras; *software*, dirigida a los factores inmateriales como los recursos humanos, nivel tecnológico, etc.; y acciones de *orgware*, dirigidas a mejorar la organización del desarrollo para dar respuestas eficaces a los problemas y desafíos del territorio⁶⁰².

En esta acción conjunta de todos los actores locales⁶⁰³, la acción primera y más importante, y que define lo que se ha venido identificando como el más eficiente modelo de desarrollo local, pasa por una adecuada organización del mismo⁶⁰⁴, es decir, por la necesaria coordinación de los diferentes intereses de actores públicos y privados que, comunmente, siguen diferentes estrategias y tienen intereses propios y, en consecuencia, se revela como uno de los puntos débiles para conformar una nueva política regional eficiente.

En ese sentido, implantar una estrategia de desarrollo que parta de cierto corporativismo local, al contrario que otras estrategias de desarrollo, tiene, en palabras de Köler⁶⁰⁵, importantes ventajas, tales como “una mejor identificación de los problemas, una visión más integrada y que permita aprovechar las sinergias” y, sobre todo, “la participación de las organizaciones locales, el aumento de una cultura democrática participativa y de la comunicación intralocal”.

⁶⁰⁰ Rodríguez Álvarez, J. M. (2001), Op. cit. p. 290, p. 39.

⁶⁰¹ Vázquez Barquero, A. (1999), Op. cit. p. 287, pp. 48-51.

⁶⁰² La terminología no es invento nuestro, sino del autor. Hubiesemos preferido no incluir en este texto estos anglicanismos tan de moda y que tanto gustan justo por la modernidad de sus planteamientos.

⁶⁰³ Entre los actores se han identificado, como posibles participantes, tanto la administración local como la regional y central, las organizaciones empresariales, los sindicatos, cámaras de comercio, asociaciones sectoriales, asociaciones civiles y la Universidad, entre otros.

⁶⁰⁴ Por la gestión eficiente del denominado *orgware*.

⁶⁰⁵ Köler Holm-Detlev (1999): “Corporativismo local, ¿una estrategia de consenso para el desarrollo?”, en *Manual de desarrollo local*, Trea, Gijón, p. 102.

Es decir, mejorar la comunicación y colaboración para la creación de un consenso concertado alrededor de los objetivos políticos y estratégicos de la localidad, sería la primera y fundamental acción de desarrollo ha llevar a cabo⁶⁰⁶.

En ese sentido, como no puede ser de otra manera, esta acción política ha de estar impulsada en primer lugar por las administraciones públicas, que han de actuar como catalizadoras de los dispersos intereses y estrategias propios de los actores públicos y privados. De esta manera, emprendiendo iniciativas para facilitar la concertación de los agentes de desarrollo en torno a objetivos comunes se facilita, en último término, el desarrollo global de la comunidad a partir de los planes adecuados. Por todo ello, insistimos, el concepto de desarrollo que venimos manejando es, sobre todo, una opción política.

Este tipo de actuación, esta opción política de la administración respecto a sus obligaciones de gestión del espacio público, habría de concretarse en este necesario impulso inicial y en la participación activa en el proceso antes, durante y después de la implantación del plan estratégico que permita emprender acciones locales concretas.

Todo ello, como venimos argumentando, sin que los agentes que efectivamente las diseñan y llevan a término deban ser necesariamente públicos, bien al contrario, necesariamente han de ser públicos y privados y, en definitiva, formar parte de una comunidad ciudadana participada por toda la sociedad civil.

En esta línea, y como ejemplo de aplicación práctica de estas política de desarrollo local, cabe mencionar la exitosa experiencia llevada a cabo por el Ayuntamiento de Jerez desde 1991 mediante el llamado Plan Estratégico de la Ciudad de Jerez⁶⁰⁷, en el que se auna a

⁶⁰⁶ En sucesivas fases, como señalan estos autores, este consenso inicial facilitaría posteriores análisis de carencias y potencialidades que permitirían la definición de objetivos prioritarios que, seguidamente, podrían ser implantados en la práctica y continuamente mejorados a partir de su evaluación constante, Ibid.

⁶⁰⁷ El detalle de sus orígenes, características e implantación se encuentra en Ballesteros Marra-López, M. (2001): "La segunda transformación de Jerez de la Frontera", en Rodríguez Álvarez, J. M. (coord.), *Experiencias prácticas de desarrollo local. 19 casos de dinamización socioeconómica en ámbitos locales*, Ed. Bayer Hnos, Barcelona, pp. 261-295.

diferentes actores públicos y privados en torno a un Consejo Económico y Social Local⁶⁰⁸ con carácter consultivo⁶⁰⁹.

La labor de este Consejo es emitir informes en torno a los principales asuntos socioeconómicos de la ciudad, en los que la radio y televisión municipales, Onda Jérez, están involucradas y participan activamente “en torno a la necesidad de facilitar la inversión y el empleo en la Ciudad”⁶¹⁰, adquiriendo un marcado protagonismo en todo lo relativo a la creación de consenso y establecimiento del marco adecuado para el desarrollo local.

En este caso particular, se trata de una televisión y radio locales que realizan el deseable servicio público que sería exigible para este tipo de medios de comunicación dependientes de instituciones que, igualmente, trabajan, seguro que con algunos errores, con el objetivo principal de servir a los ciudadanos.

Sin embargo, este servicio público, se podría hacer de igual manera sin que la televisión fuese necesariamente pública, estableciendo una línea de actuación mediante, por ejemplo, un contrato-programa que permitiese implantar lo que es, al fin y al cabo, una opción consensuada por distintos agentes locales: el desarrollo.

Lo importante, en este caso y en cuanto a las televisiones locales en general, es que la televisión responda al entorno en el que se inserta, pudiendo ser más o menos activa para el desarrollo de las comunidades a que se dirige, pero, en ningún caso, estando de espaldas a los ciudadanos. Si la televisión local no realiza una función

⁶⁰⁸ Y en el que participan asociaciones empresariales, sindicales, de consumidores y un grupo de expertos locales independientes

⁶⁰⁹ Existen otras experiencias en distintas comunidades autónomas, entre ellas la ya reseñada y reciente del municipio de Calvià, basada en un modelo mixto de gestión. El ayuntamiento ha realizado las inversiones necesarias en infraestructuras y equipamientos y participa financieramente en el sostenimiento diario llevado a cabo, sin embargo, por la empresa Lavinia, <http://www.lavinia.tc>, adjudicataria del concurso convocado al efecto. Lo interesante de esta televisión, aun siendo básicamente una iniciativa municipal, es que se integra en un proyecto más amplio de red ciudadana municipal que aglutina diversos medios de comunicación públicos existentes junto a otros de nueva creación. De este modo, esa red municipal está formada por una radio, la televisión, una publicación periódica y, todo ello, integrado en un portal de internet desde el que se puede acceder a los contenidos distribuidos a través de cualquier otro de los medios. Se trata de un proyecto todavía joven aunque, no obstante, de indudable interés.

⁶¹⁰ Ballesteros Marra-López, M. (2001), Op. cit. p. 314, p. 272.

de servicio público, en el sentido amplio del término, antes o después dejará de ser vista.

Sólo si los ciudadanos perciben la utilidad del servicio de televisión local la pueden elegir como una oferta distinta al resto de propuestas que reciben en su televisor y, en ese sentido, cuando la televisión local se inserta en un plan estratégico de desarrollo municipal es, con diferencia, donde encuentra justificación como medio de comunicación local.

Además, intentar competir con una televisión local con la oferta de las grandes cadenas generalistas y desprestigiar la tematización intrínseca de este tipo de televisiones respecto a los asuntos locales es, cuanto menos, una osadía con poco futuro y un error estratégico, pues sólo ocupándose de los asuntos locales estas televisiones pueden sobrevivir, repito, independientemente de que sean públicas o privadas.

En nuestra opinión, sólo se habrían de excluir del sector aquellos operadores que forman parte de cadenas nacionales que en nada distinguen su programación de la del resto de televisiones existentes. Prácticas que, en nuestra opinión, deberían limitarse y regularse estrictamente no permitiendo que el sector se convierta en subsidiario de las industrias culturales nacionales e internacionales⁶¹¹, ya que en ningún caso potencian el desarrollo local en los términos descritos.

Sin embargo, tanto criticar dogmáticamente la presencia de los grupos de comunicación en el sector local, como defender a ultranza la participación privada o pública, o sostener que el modelo de televisión local sea netamente de gestión ciudadana, se revela actualmente como un ejercicio que, aunque necesario, reduce bastante la complejidad de la realidad contemporánea y olvida la necesaria complementariedad de las propuestas en el conjunto del sistema audiovisual.

Por otro lado, para el sostenimiento de las televisiones locales, como para cualquier otro medio de comunicación social, se necesitan

⁶¹¹ En nuestra opinión, se debería profundizar en la vigente Ley 41/95 sobre el sector al modo que, recientemente, se ha hecho en Cataluña mediante el Decreto 15/2003, que establece limitaciones a la propiedad (Artículo 5) y algunas consideraciones sobre la programación estableciendo un mínimo del 60% de producción propia (Artículo 6.h), aunque en la línea tradicional de esta Comunidad Autónoma de primar la gestión pública y controlar la programación justificando la difusión del uso del catalán.

recursos financieros estables y en cantidad suficiente y, tampoco, pueden depender absolutamente de sus propias capacidades de producción.

En consecuencia, como es evidente, el mejor modo de gestión de unas televisiones locales que puedan tener un papel relevante ha de basarse en la garantía de una mínima viabilidad económica para poder ejercer su papel social.

En ese sentido, y siguiendo la línea argumental expuesta, esta financiación bien puede provenir de las arcas públicas o bien de las privadas, siempre que permita cumplir esos fines. Y para su cumplimiento, se ha de evitar, en todo caso, que tal apoyo económico no haya de convertirse en un tributo político o de otro tipo hacia los benefactores y, por ello, se ha de primar en todo caso la independencia.

Garantizar tal independencia sólo es posible cuando la viabilidad del proyecto y su financiación está asegurada pero, sobre todo, cuando está lo suficientemente diversificada para que la continuidad del proyecto no se vea comprometida en función de cambios coyunturales políticos o de otra índole que se puedan producir. En consecuencia, la financiación mixta de este tipo de televisiones es, en nuestra opinión, la más adecuada para garantizar el cumplimiento de sus fines.

Por todo ello, preferimos defender un modelo de televisión local apoyado e impulsado públicamente pero cuya gestión esté en manos de profesionales del sector y no dependa de las dinámicas de pactos y negociaciones de los poderes públicos. Y defendemos, igualmente, un modelo de televisión local que no sea ajeno a los circuitos de distribución comercial y en el que el sector privado tenga un papel importante, tanto en lo relativo al propio impulso de la economía local como en cuanto a que la televisión local participe y comparta las sinergias con el resto de la industria audiovisual.

De este modo, la televisión puede cumplir sus fines en cuanto al modelo de desarrollo local propuesto pero, también, con el adecuado marco que arbitre los mecanismos para garantizar esa independencia de manera paralela, puede encontrar las sinergias más eficientes para responder al papel que se le asigna en el ámbito local.

En los casos en que las televisiones locales no se creen a partir de una política estratégica municipal global y definida porque

simplemente no interese; o en aquellos otros en que tales acciones sólo se gestionen en el ámbito de la confrontación partidista municipal sin el concurso del resto de actores locales, mejor es tener una televisión local privada.

Con los operadores privados cabe la posibilidad, eso sí remota en el contexto actual, de que personas individuales o grupos puedan ocupar parte de ese espacio ciudadano que la realidad local de las instituciones y el poder no gestionan adecuadamente. Incluso en el peor de los casos, en que los propietarios del medio sólo busquen el ánimo de lucro, tampoco van a poder estar de espaldas a la dinámica local y, en consecuencia, no se les puede reprochar que su ánimo de lucro sea más censurable que la actitud de los representantes de los ciudadanos en las instituciones de la localidad porque, en definitiva, el servicio público que realizarán será cualitativamente similar, incluso a veces puede que mejor.

En definitiva, las televisiones locales, en nuestra opinión y junto al resto de medios de comunicación local, son y han sido siempre un actor fundamental para el desarrollo local, sea cual sea su modalidad de gestión y financiación. No solo como una propuesta deseable, sino porque, como venimos argumentando, en ningún caso pueden consolidarse en sus ámbitos de actuación si no realizan alguna forma de servicio público, en el amplio sentido del término.

Sin embargo, la capacidad de participación activa de las televisiones locales en el ámbito municipal y su propia supervivencia en el sistema socioeconómico y comunicativo actual se encuentra en un momento crítico, en el que se está redefiniendo el marco normativo y el futuro del sector ante la actual transición digital y, por ello, esta concepción amplia y abierta del servicio público que pueden prestar se ha de matizar.

En la articulación que se está diseñando para las televisiones locales en el conjunto del sistema televisivo, está en juego el modelo de desarrollo y participación de los pequeños espacios socioeconómicos de convivencia ciudadana, en un contexto en el que tan necesario es ese diálogo fluído que permita la articulación no traumática entre las dinámicas globales y las realidades locales. Un contexto en el que la televisión local, como vértice de las estrategias de desarrollo municipal, debe ejercer un papel fundamental.

Naturalmente, esta definición que venimos manteniendo respecto al rol de la televisión local y su papel social es una postura política, queramos o no, y, por tanto, discutible. No obstante, mantenemos y hacemos nuestra esta concepción de la televisión local y, desde este prisma, analizaremos a continuación el sentido que las nuevas modificaciones propuestas por la administración central suponen para el sector.

5. Televisión Local Digital para el desarrollo.

Como ya comentamos, el desarrollo y extensión de la televisión local en nuestro país está indisolublemente ligado a la disponibilidad de tecnologías accesibles a pequeñas comunidades ciudadanas y empresarios privados con pocos recursos financieros.

Hasta la década de los años 70, no se empiezan a introducir comercialmente equipos de producción de vídeo relativamente ligeros y accesibles, en un proceso imparable de sustitución de la tecnología de producción basada en soporte cinematográfico utilizada hasta entonces por la televisión pública estatal. Y sólo a finales de esa década comienza a extenderse y hacerse accesible esta tecnología más allá de un reducido grupo de productoras publicitarias de alto nivel⁶¹².

Durante los primeros años 80, al tiempo que comienzan a implantarse experiencias de televisión local por todo el territorio, se presenta el formato Betacam de Sony y las primeras cámaras que utilizan tecnología de captación basada en CCD. Con ello, comienza la popularización del video doméstico y la disponibilidad de formatos semiprofesionales ligeros de captación de imágenes, determinante para que grupos sociales y ciudadanos particulares puedan acceder a los procesos y tecnologías comunicativas mediadas más allá del exclusivo grupo de grandes televisiones y empresas conexas.

Hasta ese momento, los únicos con capacidad financiera y técnica para producir y distribuir contenidos audiovisuales, que requerían gran especialización y necesitaban importantes inversiones, eran las grandes televisiones y unas pocas y selectas productoras.

⁶¹² Se comienzan ya a utilizar los primeros generadores de efectos digitales, como en el caso de la productora Telson.

Sin embargo, la rápida transformación tecnológica que sufrirían las tecnologías audiovisuales durante los siguientes años fomentaría, de manera indudable, el desarrollo de la televisión local en nuestro país, a partir de una importante reducción de los costos de acceso a los equipos de producción televisivos.

5.1. Acceso popular a las tecnologías audiovisuales.

El acceso popular a estas tecnologías, en el contexto de la transición española y ante un sistema audiovisual monopolístico y centralizado generaría, como ya comentamos, de un lado las experiencias de comunicación ciudadana alternativa y, de otro, que la iniciativa privada desarrollase empresas de televisión o vídeos comunitarios en el ámbito local.

También, y en ese sentido, la mayor accesibilidad de los equipos junto al vitalismo de personas y grupos ajenos a la industria televisiva hace crecer rápidamente el video independiente de creación⁶¹³ y, paralelamente, comienza a reclamarse el fomento de este tipo de experimentación y la necesidad de actualizar el sistema educativo a las nuevas enseñanzas relacionadas con la tecnología audiovisual.

Durante toda esta década de los años 80, la industria audiovisual se desarrollaría muy rápidamente de manera concurrente con la implantación de las primeras televisiones autonómicas en nuestro país y la entrada al sistema de las televisiones comerciales privadas de ámbito nacional y, paralelamente, el sector local se extendería de manera significativa por todo la geografía española. De esta manera, se conformaría un nuevo contexto audiovisual muy alejado del sistema monopolístico vigente pocos años atrás.

También durante este período la convergencia tecnología entre los sistemas analógicos y digitales comienza ya a formar parte importante de las agendas de las industrias mundiales de la imagen y, muy rápidamente, se desarrollan sistemas dedicados de

⁶¹³ En el I Festival Nacional de Vídeo, organizado en 1984 por el Círculo de Bellas Artes de Madrid se presentan 217 procedentes de todo el territorio nacional, según se recoge en Cinevideo20, Op. cit. p. 143, p. 6.

postproducción⁶¹⁴, de manera paralela a la utilización de la transmisión de imágenes por satélite y un rápida carrera por la extensión del negocio audiovisual a los hogares, más allá de la mera transmisión de imágenes por televisión, popularizando también los vídeos domésticos⁶¹⁵.

Con la adopción de equipos digitales dedicados la postproducción de alto nivel se empieza a conformar con fuerza la actual imagen televisiva y cinematográfica que forma parte de nuestra cultura contemporánea. Hasta entonces, la estética audiovisual se limita a artesanales procesos de truca y retoque, pero la implantación de los primeros sistemas informáticos y el rápido abaratamiento de los costes de inversión en equipos profesionales de vídeo pronto permitieron introducir mejoras en los procesos productivos transformando y extendiendo la industria audiovisual hasta cotas desconocidas, haciendo accesible la tecnología de la imagen a amplios sectores de la población que comienza a familiarizarse con los procesos y productos audiovisuales.

Sin embargo, esos desarrollos tecnológicos sólo accesibles inicialmente a grandes corporaciones públicas o empresariales, facilitarían sobremedida el acceso y extensión de equipos tecnológicamente complejos que, una vez desarrollados, buscaban nuevos mercados en el público en general⁶¹⁶, y en otros grupos de profesionales de la imagen⁶¹⁷ que, igualmente, serían beneficiarios unos años después de la estrategia industrial de extensión del negocio audiovisual en estos sectores.

⁶¹⁴ Se empieza a distribuir la plataforma de Quantel, PaintBox, en el entorno profesional, antesala del posterior desarrollo de sistemas de bajo coste que se produciría cuando aquellas propuestas de postproducción se adaptasen a los entornos PC.

⁶¹⁵ En ese período se produce la consecuente guerra industrial por la implantación de formatos de grabación propios que, finalmente, acaba imponiendo el formato Betacam frente al MII (de Sony y Panasonic respectivamente) en el ámbito profesional, y el VHS sobre el Beta en el ámbito doméstico.

⁶¹⁶ Como ocurrió en su momento con la popularización de la fotografía con la introducción de las cámaras automáticas de Kodak.

⁶¹⁷ Entre ellos, fotógrafos y pequeñas empresas de producción semiprofesionales que comienzan a utilizar desarrollos tecnológicos adaptados a ese tipo de mercados, como los formatos HI-8 o S-VHS.

Cuando en 1981 IBM presenta su ordenador personal, con un precio algo superior al millón de pesetas de entonces, todavía parecía muy lejano que un máquina de cálculo tan rudimentaria⁶¹⁸ en cuanto a sus capacidades gráficas y de almacenamiento y proceso, fuese a provocar un cambio estructural tan significativo durante los siguientes años en nuestras sociedades. Cuando se comienza a comercializar a partir de 1984 en España, con un sistema operativo desarrollado por un desconocido Bill Gates, en la industria audiovisual la producción digital estaba reservada para trabajos específicos con importantes presupuestos en equipos dedicados y realizada, en muchos casos, fuera de nuestro país. A partir de entonces, con la progresiva y rápida implantación de los ordenadores personales en la industria audiovisual, aquellas tareas productivas reservadas a unos pocos operadores televisivos hoy se han hecho accesibles al conjunto del sistema audiovisual y, especialmente, a los operadores locales.

Si a esta facilidad de acceso añadimos la reciente popularización y abaratamiento de sistemas de captación y grabación audiovisual⁶¹⁹ que, insertos en un sistema informático, mantienen el flujo de la señal digital durante todo el proceso de producción, no es difícil establecer la estrecha relación entre los avances tecnológicos implantados en grandes operadores de la industria audiovisual mundial y la progresiva facilidad que ha supuesto para el desarrollo de la televisión local y, en general, para la transformación de la cultura audiovisual que impregna nuestras sociedades.

Por tanto, y en primer lugar, la televisión local digital es el resultado tangencial de la dinámica industrial propuesta por las corporaciones multinacionales y es, en ese sentido, un proceso de transformación que afecta a los procesos productivos y permite la adopción de tecnologías diseñadas para ampliar las áreas de comercialización de productos y equipamientos desarrollados en

⁶¹⁸ El proceso histórico de creación de máquinas de cálculo desde Babbage, pasando por el ENIAC está descrito con precisión en VV.AA. (1995): "Máquinas de cómputo", *Investigación y Ciencia*, Temas 4, Barcelona.

⁶¹⁹ A partir de 1983 ya se empieza a experimentar con estos formatos con el D1 que graba la señal sin comprimir, hasta las actuales normas CCIR en los que se incluyen los actuales DVCPRO, DVCAM, Digital-S, etc. con distintos niveles de compresión y relación colorimétrica de la señal.

función de la dinámica de la industria comunicativa y tecnológica mundial⁶²⁰.

La extensión posterior de estas tecnologías y las supuestas nuevas aplicaciones narrativas y, en definitiva su capacidad de transformación cultural, corroboran la estrecha relación entre intereses industriales, accesibilidad tangencial de tecnologías a grupos sociales que, en principio, no son los destinatarios primeros de esas innovaciones, con todo lo que ello supone en cuanto a renovación del panorama audiovisual en general⁶²¹.

Este extremo es fácilmente extrapolable a, por ejemplo, el desarrollo que ha tenido el cable en nuestro país en sus aspectos políticos y económicos y sus repercusiones en el ámbito local, como también tendrá la introducción de la TDT, que a continuación tratamos.

⁶²⁰ Los primeros experimentos cinematográficos en formato vídeo se llevaron a cabo en el entorno de Hollywood y como respuesta alternativa a los condicionantes de los estudios, aunque después han sido absorbidos por la industria en general, quedando hoy muy poco espacio para la experimentación en ese soporte, ahora trasladada al nuevo contexto digital. El cine digital, igualmente, es un impulso tecnológico propiciado por las corporaciones empresariales que han derivado sus departamentos de investigación hacia la creación de nuevos equipos que dinamicen la renovación de tecnologías ya rentabilizadas aunque, en este casos, adoptado por George Lucas y otros sin complejos en el seno de las majors norteamericanas.

⁶²¹ Un análisis reciente relativo a las transformaciones que se están produciendo en la industria cinematográfica en su conjunto y, específicamente, la utilización que desde el denominado *Grupo Dogma* se está haciendo de la nueva tecnología digital cinematográfica se encuentra en Marzal Felici, J. J. (2003): “Atrapar la emoción: Hollywood y el Grupo Dogma 95 ante el cine digital”, en *Arbor*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, en prensa. No es objeto de esta tesis profundizar en estos aspectos, pero sin duda, como señala este autor, “el Grupo Dogma 95 no ha hecho sino plantear una propuesta estética dogmática frente al implícito dogmatismo de Hollywood”, y poco más arriba “lo que conviene asumir es que, con el tiempo, la tendencia natural de toda propuesta vanguardista es terminar en anquilosamiento y disolución”. En ese sentido tal afirmación genérica se podría compartir en mayor o menor medida aunque, desde luego compartimos, en línea con lo que venimos relatando, que cualquier cambio tecnológico es “resultado de los cambios y las transformaciones que se producen en las necesidades sociales”. Eso sí, y como matiza este autor, “principalmente en los hábitos de consumo”, diseñados a medida de la todopoderosa industria del cine para optimizar sus recursos y responder ante un público “cada vez más atomizado y heterogeneo”, desarrollando la nueva tecnología de turno que, tal como decíamos, permite tangencialmente el acceso a otros grupos a los que no estaba destinada inicialmente.

5.2. Marco legal para la transición digital del sector.

En 1997, después de un relativamente largo periodo de investigación en tecnologías digitales para la implantación de nuevos sistemas de transmisión de televisión mejorada⁶²², se aprueba la DVB-T, como continuación de la DBV-S y DVB-C⁶²³.

A partir de entonces, la televisión ya no es un medio audiovisual que sólo haya introducido la digitalización en sus procesos productivos, sino que también comienza a configurarse el nuevo sistema de transmisión en el ámbito digital y, en consecuencia, ha de empezar a considerarse la televisión integralmente digital.

En este sentido, como señala Javier Marzal, esta nueva consideración se ha de entender en seis áreas del trabajo audiovisual: la preproducción, la producción, el rodaje en sí mismo, la postproducción, la distribución y, finalmente, la transmisión⁶²⁴, adoptadas en un proceso de renovación e implantación progresiva de tecnologías productivas más eficaces que se ha venido desarrollando durante la presente década en el ámbito español⁶²⁵.

Como culminación de esta integración digital, la transmisión digital terrestre tiene indudables ventajas, entre las que se han enumerado, hace tiempo y entre otras, el refuerzo y mantenimiento de la calidad en todo el proceso de distribución y una mayor robustez y

⁶²² Con la paralización final de los proyectos de televisión de alta definición en el ámbito europeo basados en tecnología analógica.

⁶²³ Digital Video Broadcasting Terrestre, Satélite y Cable respectivamente, cuya normalización e implantación está impulsada a nivel europeo por el conjunto de la industria con el objetivo de regular la transición a este nuevo sistema. Se puede consultar la información institucional en <http://www.dvb.org>.

⁶²⁴ Exhibición en el texto de este autor, dado que se refiere al ámbito cinematográfico, aunque es un término menos utilizado en televisión, Marzal Felici, J. J. (2003), Op. cit. p. 323.

⁶²⁵ Actualmente, como estudiamos con detalle en el análisis empírico que se presenta en la segunda parte de esta tesis, las televisiones locales están desarrollando un continuo proceso de adaptación a las nuevas tecnologías audiovisuales, utilizando formados de captación, grabación y tratamiento digital de manera intensiva y, en todos los casos, sustituyendo parcial o totalmente los equipos analógicos. En general se están implantado tecnologías DV y estructuras de trabajo basadas en equipos informáticos conectados en red, con una fuerte tendencia a automatizar las emisiones utilizando programas como VectorBox o TVMaker que, además, permiten la integración de distintas fuentes analógicas o digitales en un continuo proceso de mejora de la eficacia productiva y de la calidad en general.

simplicidad de los procesos⁶²⁶. A esto habría que añadir la extraordinaria multiplicación de los programas disponibles que facilita la multiplexación de hasta 4 o 5 de ellos en una misma frecuencia de emisión⁶²⁷.

Cómo venimos relatando, la televisión local acaba por ser finalmente destinatario, en este caso no del todo beneficiario, de la implantación de nuevas tecnologías que son ajenas a la dinámica del sector y que, tangencialmente, acaban por determinar su desarrollo y evolución.

En este sentido, el eficaz e intensivo aprovechamiento que actualmente el sector está realizando de las nuevas tecnologías de producción disponibles está suponiendo, no obstante, unas inversiones que, no por pequeñas, dejan de ser costosas para este tipo de operadores. En consecuencia, el sector se está viendo fuertemente convulsionado, y en una situación crítica, ante las obligaciones impuestas desde la administración a corto plazo en cuanto a la introducción de la tecnología de transmisión digital.

La televisión local es un sector todavía hoy alegal y que no ha conseguido un marco normativo estable y un peso específico en el conjunto del sistema audiovisual. Ahora, tras haber pasado a ser blanco de la nueva estrategia de la administración para implantar la TDT en nuestro país⁶²⁸ se introduce, si cabe, más incertidumbre en el

⁶²⁶ Bethencourt, T. (1991): *Sistemas de Televisión clásicos y avanzados*, IORTV, Madrid, p. 229 y ss.

⁶²⁷ Un desarrollo más reciente de este autor sobre los aspectos técnicos específicos de la TDT en toda su extensión se encuentra en Bethencourt, T. (2001): *Televisión Digital*, Beta, Madrid.

⁶²⁸ Esta ley se introduce, además, en un momento en el que los operadores nacionales por satélite están en proceso de fusión-absorción; después del fracaso de la experiencia de TDT llevada a cabo por Quiero TV, y después de haber permitido un período de transición a las cadenas autonómicas y nacionales emitir en analógico y digital hasta el año 2010. A pesar de ello, el plan de introducción de la televisión digital diseñado por el gobierno no es compartido por el sector. UTECA, en 2001 se manifestaba contraria a los planes del gobierno del grupo popular, y llevó a esta asociación a impugnar los concursos de adjudicación de licencias de televisión digital, finalmente concedidas a Quiero TV, Net TV y VeoTV. Los argumentos utilizados eran, principalmente, las perturbaciones que ello podía suponer para la supervivencia del resto de operadores y, en segundo lugar, las dificultades y costes de implantación de un Plan Técnico de infraestructuras que, según esta asociación, no iba a permitir un desarrollo adecuado para el sector. En definitiva, una tecnología que llegaba en un momento de graves dificultades financieras para el conjunto de operadores del sector, ante una contracción general del mercado publicitario de televisión, según se desprende del último

sector en un momento en que, al menos tecnológicamente, se empezaban a conseguir ciertos estándares de calidad y cierta predisposición a amortizar las inversiones realizadas.

El gobierno, de manera sorprendente e inoportuna, introduce modificaciones normativas de gran calado a través de una ley de acompañamiento⁶²⁹, en la que se modifica, en primer lugar, el artículo 1 de la Ley 41/95 de Televisión Local por Ondas Terrestres.

De este modo, se pasa a entender por televisión local “aquella modalidad de televisión consistente en la emisión o transmisión, con tecnología digital, de imágenes no permanentes... en el ámbito territorial señalado en el Artlo. 3” que, igualmente modificado en este mismo texto, indica el posterior desarrollo de un Plan Técnico en el que se prevee “reservará canales múltiples, con capacidad para la difusión de, al menos, cuatro programas de televisión digital para atender las necesidades de cada una de las capitales de provincia y autonómicas, y de cada uno de los municipios con una población de derecho superior a 100.000 habitantes si la capacidad del espectro lo permite”.

Como dijo un político en alguna ocasión, “haced vosotros las leyes que yo haré los reglamentos” y, en ese sentido esta ley, en su redacción, prevee que las necesidades de las capitales de provincia y autonómicas estén perfectamente cubiertas en el despliegue de la televisión local pero, sin embargo, sólo si existe disponibilidad de espectro lo estarán aquellas poblaciones mayores de 100.000 habitantes.

Más adelante, el texto continúa señalando que en el caso de que “la Comunidad Autónoma correspondiente hubiera solicitado coberturas para municipios de menor población, siempre que existan frecuencias disponibles, el Plan podrá reservar canales para atender

informe de Infoadex correspondiente a 2002, que no hace más que agravar las dificultades para realizar esa transición en condiciones aceptables, según sostenía UTECA (2001). “El problema de la implantación y desarrollo de la Televisión Digital Terrestre en España”, en <http://www.uteca.com/documentos/utecal3/Fichero.doc> . Un completo informe sobre la implantación de la TDT en nuestro país publicado por el Consell Audiovisual de Catalunya se puede consultar en CAC (2002): “La Televisión Digital Terrenal. Situación y tendencias”, en <http://www.audiovisualcat.net/investigacion/tdt-cast.pdf>.

⁶²⁹ Nos referimos a la Ley 53/2002 de Medidas Administrativas, Fiscales y de Orden Social

las necesidades de varios municipios colindantes cuya población de derecho total sea superior a 25.000 habitantes, o cuya cobertura incluya a todos los municipios en un radio de 25Km”, e indica, igualmente, que “el ámbito de cobertura de cada canal múltiple reservado para la cobertura local será establecido en cada caso”.

De esta manera, la ley introduce dos modificaciones fundamentales en el hasta entonces vigente, e inaplicado, marco normativo en el que se desenvolvía el sector.

De un lado, se obliga a la televisión local a existir sólo si utiliza la transmisión digital porque, atendiendo a la literalidad del texto, la televisión local o es digital o, simplemente, no es.

De otro, se establece, en el mejor de los casos, una cobertura mínima de 25.000 habitantes, de manera que aquellos municipios que quieran disponer de una televisión local propia están obligados a llegar a acuerdos con otras entidades locales próximas para poder compartir un canal. En ese sentido, multitud de televisiones locales están obligadas a desaparecer en su concepción actual y ajustarse a las imposiciones de un Plan Técnico, futuro, que no atenderá su especificidad.

No obstante, se mantiene la prioridad de las corporaciones municipales para la explotación de un canal y, en esta ocasión, se definen unos plazos claros para que el sector realice la transición.

Y esta es la tercera de las imposiciones de este texto, y si cabe la más grave, que no es posible entender, habida cuenta de que para el resto de operadores de televisión presentes en nuestro sistema audiovisual se ha diseñado una transición que abarca varios años y en la que se permite emitir la simultaneidad de los sistemas analógicos y digitales de emisión. Para la televisión local se impone un plazo de transición tan breve, 18 meses, que se hace muy difícil de justificar y de aplicar.

Entre el 1 y el 31 de Marzo, las Comunidades Autónomas deben manifestar sus necesidades de espectro, con el compromiso de que, a partir de estas previsiones, se elaborará un Plan Técnico Nacional para el sector a lo largo del último semestre del año 2003. Durante los primeros seis meses de 2004, el proceso de adjudicación de licencias de emisión debe estar concluído. Sin duda, todo un despropósito para

que, tanto las administraciones autonómicas y locales como el propio sector, pueda asumirlo.

No obstante, alguna administración autonómica, por su lado e incluso antes de la promulgación de la ley, había empezado a elaborar sus propios planes de desarrollo de la nueva red de televisión digital. En este sentido, destaca la celeridad con que la administración catalana está impulsando estas iniciativas⁶³⁰, en ocasiones en un enfrentamiento directo con la administración estatal⁶³¹.

En esta comunidad autónoma, se prevee una distribución de programas y una planificación del espectro que permita la participación amplia de operadores de televisión local en el sistema audiovisual. Igualmente, se amplían y concretan de manera pertinente las difusas previsiones que la modificación introducida por el gobierno a la Ley 41/95, en concordancia con las tesis impulsadas históricamente desde la administración catalana.

En todo caso, en el momento de redacción de este texto, esta iniciativa legislativa de la Generalitat está recurrida por la Administración Central por considerar que se pronuncia sobre competencias que no le son propias, sobre todo en lo relativo a la autorización provisional durante el período de transición a aquellas televisiones locales que emitían antes de 1995⁶³².

⁶³⁰ En Abril de 2002 ya se preveía en un documento de trabajo de la Secretaría de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información de la Generalitat, la posibilidad de elaborar una infraestructura para la introducción de la TDT en el que quedarían un total de 304 programas para operadores locales en una red distribuida por mallas de ámbito autonómico, intraregional, y comarcal o supracomarcal.

⁶³¹ Mediante el Decreto 15/2003, de 8 de Enero, la Generalitat regula la televisión local por ondas terrestres en su ámbito administrativo criticando en su exposición de motivos duramente la actitud de la administración estatal respecto a la inexistencia de un marco normativo para el sector, regulando provisionalmente durante el período de transición el sector de televisión local amparado en la Disposición Transitoria Única de la Ley 41/95, es decir, aquellas que emitían antes de 1995, y derogando el anterior Decreto 320/1996 existente aunque de características similares, y con un proceso concesional parecido.

⁶³² La Disposición Final Primera, explicita esta adaptación provisional al marco legal diseñado en el resto del texto y permite, dado que esta disposición está dirigida a la “televisión local por ondas terrestres”, diseñar un período de transición en el que las televisiones existentes tienen abierto el camino para obtener una autorización provisional mientras tanto, siempre que cumplan con el resto de prescripciones impuestas en el texto en el plazo de 6 meses. Sin duda, un texto conflictivo tanto para las pretensiones del gobierno central como para la dudosa pertinencia legal de autorización administrativa desde el gobierno autonómico cuando

De otro lado, el texto del gobierno limita la participación accionarial en más de una empresa de televisión, sea esta de cualquier ámbito territorial, y la formación de cadenas. En ese sentido, se modifica la Ley 10/88 de Televisión Privada⁶³³, y se traslada la potestad de la autorización de tales agrupaciones al poder central del estado o a la administración autonómica, en función de los límites territoriales donde pretenda operar una posible cadena. Es decir, tal como viene siendo habitual en el tradicional reflejo normativo del sector audiovisual que acaba por explicitar los permanentes conflictos competenciales entre las distintas administraciones.

Sin embargo, y probablemente, este sea uno de los motivos que justifica tanta celeridad y diligencia en la aprobación de estas incomprensibles modificaciones legales del marco normativo del sector, en un contexto como el actual⁶³⁴.

En el momento de redacción de este trabajo de investigación, está todavía por adivinar cuales serán los acontecimientos próximos que acabarán por dotar al sector local del tan demandado y necesario marco legal que permita su normalización en el conjunto del sistema televisivo nacional. En todo caso, es patente que nuestro sistema audiovisual y el sector de televisión local continúa tutelado, maltratado y dependiente de la actitud errática y coyuntural de la formación política de turno.

no existe ningún Plan Técnico sancionado por el ejecutivo nacional que permita cumplir con el proceso concesional diseñado en la ya comentada Ley 41/95.

⁶³³ Se modifica específicamente el Artlo. 19 de esta ley indicando que “las personas físicas o jurídicas que participen en el capital de una sociedad concesionaria de un servicio público de televisión de ámbito estatal no podrán participar en ninguna otra sociedad concesionaria de un servicio público de televisión, sea cual sea su ámbito de cobertura”, y estableciendo un plazo de un año para normalizar aquellas situaciones que pudieran incurrir en este supuesto.

⁶³⁴ Imposición que afecta enormemente a grupos que recientemente han expandido su área de negocio en el ámbito local, como Correo (que ya ha desinvertido en Tele5, ahora en manos de Mediaset-Berlusconi) o Prisa. Pero esta modificación no solo afecta al sector local, muy recientemente Telefónica, aprobado el proceso para la fusión-absorción de su plataforma digital también ha puesto a la venta su participación en Antena 3 que, a fecha de hoy, parece quedará en manos del Grupo Planeta. Paradójicamente, los ganadores de la guerra de las plataformas digitales, el grupo Prisa-Sogecable-CNN etc, no han movido un ápice, hasta el momento, su posicionamiento estratégico en el sector televisivo y, sin duda, parecen ser los menos afectados por la introducción de esta imposición legal. Curioso, cuanto menos, teniendo en cuenta que todo ello ocurre, además, en situación preelectoral.

En consecuencia, en el marco actual y a raíz de los últimos acontecimientos, no parece posible un desarrollo sostenido para el sector en función de sus propios ritmos de crecimiento, siempre supeditados al contexto sociopolítico y económico en el que se dirimen tensiones ajenas. En definitiva, no parece que se esté facilitando nada la consolidación de la televisión local en nuestro país como complemento necesario a nuestro actual sistema audiovisual y, en último extremo, no se permite la adaptación adecuada de nuestro modelo de convivencia a las realidades contemporáneas⁶³⁵.

⁶³⁵ En el momento de finalizar la redacción de este texto, el ejecutivo popular está elaborando un anteproyecto de Ley General Audiovisual que pretende armonizar la dispersión normativa del sistema y aprobar antes del final de la legislatura. El contenido de la norma todavía está en el Ministerio de Ciencia y Tecnología y se desconoce cual será su redacción final cuando llegue al Congreso para su aprobación. No obstante, todo apunta a que tendrá carácter liberalizador en lo relativo a la gestión de las televisiones autonómicas e introducirá algunas correcciones a las modificaciones últimas relativas al sector local que se aprobaron a través de la ya comentada ley de acompañamiento. Además parece que entre los mayores escollos se encuentra la definición del modelo público de TVE y, también, la posible conformación de una autoridad audiovisual independiente, *El País*, “Los grupos de comunicación podrán tener televisiones locales”, 8 de Mayo de 2003.

CONCLUSIONES PARTE I.

A nuestro joven sistema audiovisual surgido en el marco de la democracia, enfermo de una esclerosis múltiple perfectamente diagnosticada, todavía hoy se le pretenden aplicar formulas parciales y tratamientos puntuales para su mejora, y se continúa dilatando *sine die* su urgente e inaplazable adaptación a la realidad contemporánea de nuestro país. Sin embargo, sus males endémicos no se arreglan con remedios parciales y sectoriales, sino que necesita un enérgico tratamiento de choque que permita desarrollar el sector televisivo en toda su extensión pero, sobre todo, es inaplazable que el actual sistema televisivo permita profundizar en el marco de convivencia reflejado en la Constitución⁶³⁶.

En ese sentido, el sistema audiovisual diseñado para el nuevo marco constitucional de derechos y libertades creado durante la transición, y modificado chapucosamente durante los siguientes años, es el mayor obstáculo para cumplir con aquellos preceptos consensuados para el desarrollo de nuestra joven democracia, especialmente los relativos a garantizar el acceso de los grupos sociales y políticos significativos a los medios de comunicación, el respeto a la pluralidad y de las diversas lenguas del estado⁶³⁷.

La Constitución, igualmente, garantiza la autonomía de los municipios para la gestión de sus respectivos intereses⁶³⁸ pero, sin embargo, reserva atribuciones fundamentales para el estado como son el régimen general de telecomunicaciones y las normas básicas relativas a los medios de comunicación social⁶³⁹, tal como se ha venido

⁶³⁶ No es objeto de esta tesis debatir la adecuación actual de la Constitución a la realidad del estado español ni tampoco la oportunidad, o no, de su reforma y, ni mucho menos, los posibles modelos de convivencia que se podrían derivar de ella pues supera, y en mucho, las aspiraciones y los objetivos de esta investigación.

⁶³⁷ Artículo 20.3 de la Constitución, y recogido en el ERTV en su artículo 24, que señala que a tal fin “el Consejo de Administración, de acuerdo con el Director general, en el ejercicio de sus respectivas competencias, tendrán en cuenta criterios objetivos, tales como representación parlamentaria, implantación sindical, ámbito territorial de actuación y otros similares”. Ya se ha comentado páginas atrás la ductilidad de esa objetividad y sujeción a los intereses del gobierno central, responsable del nombramiento del Director del ente haciendo uso de su mayoría en el Consejo de Administración, conformado a partir de la distribución parlamentaria de escaños.

⁶³⁸ Artlo. 137 y 140.

⁶³⁹ Arlos. 149.21 y 149.27, respectivamente.

reflejando en todas las normas posteriores relativas al sistema televisivo de nuestro país.

Sin embargo, el marco normativo actual no permite que ni los entes autonómicos ni, especialmente, los gobiernos municipales, puedan cumplir con las atribuciones constitucionales que les son propias, ante un sistema comunicativo, resultado de aquel contexto particular de la transición, centralizado en torno al poder del gobierno estatal y diseñado a medida de los intereses de la televisión pública española.

Esta concepción centralista del papel de la televisión, y su estrecha relación con los intereses propagandísticos del poder estatal empezó a conformarse desde las primeras emisiones de la *Televisión local de Chamartín* y se consolidó durante todo el período franquista, dando lugar a un sistema de televisión centralista, estatalista y que se usaba de modo parcial para inculturar a la población los valores del Régimen y así continúa hasta nuestros días a pesar del tímido intento de transformación que se emprendió durante la transición.

En definitiva, resultado de aquella pesada herencia que dejó el franquismo y las dificultades de aquel fragil proceso político en que se gestó nuestro presente, el sistema televisivo actual sigue teniendo similares problemas sin resolver y, aunque aparentemente actualizado, continúa en manos de intereses particulares de agentes políticos y económicos alejados y ajenos a los espacios de convivencia donde habitan los ciudadanos, que son tratados como simples clientes de una sociedad de consumo instrumentalizada a través de la gestión eficiente de la opinión pública. En definitiva, más de lo mismo, pero con nuevas herramientas y otro estilo.

Por supuesto, la democracia representativa es el menos malo de los sistemas sociales que podían haber surgido tras la transición y, sin duda y en nuestra opinión, este proceso de actualización democrática había de hacerse de manera no traumática y hemos de celebrar que así fuese. Por otro lado, de manera evidente y también en nuestra opinión, una sociedad de consumo como la nuestra, fundamentada en la creación y distribución de flujos de capital para facilitar el crecimiento económico, no parece ser el peor de los modelos económicos con que podemos incrementar nuestro bienestar, aunque de los efectos indeseados que este modelo económico provoca nadie se puede felicitar.

Ahora bien, ello no quiere decir que nuestro sistema de convivencia actual, aun reconociendo que dada nuestra historia reciente es de los menos malos posibles, sea el mejor de los deseables y, en consecuencia, debamos conformarnos con su situación actual y no se deba avanzar en su desarrollo.

En este sentido, encontramos inadmisibles, a todas luces, que durante más de 20 años se haya ninguneado, reprimido y arrinconado la iniciativa de ciudadanos individuales y sujetos colectivos que han convertido este país en uno de los más densamente poblados en cuanto a propuestas comunicativas de nuestro entorno inmediato. Cabría agradecer la existencia de tantos y tan variados medios de comunicación local y hacer gala de una vitalidad industrial en el sector audiovisual y un pluralismo comunicativo que, sin embargo, está aún alejado del que la gestión de los sucesivos gobiernos de la nación ha impuesto, menospreciando hasta hace bien poco estos medios de comunicación local.

Seguramente, como se ha venido haciendo y lo que parece se pretende hacer con el sector, se podría argumentar, para excusar el desinterés en este tipo de medio de comunicación local, que se trata de un subsector del sistema de televisión que:

- Es demasiado heterogeneo y difícil de regular técnicamente sin que se provoquen tensiones difíciles de solventar con el resto de operadores que emiten televisión e, incluso, su normalización podría suponer cierta convulsión en la estructura actual de financiación de los mismos⁶⁴⁰.
- Es demasiado amplio y de difícil supervivencia económica en muchos sitios, en tanto que no son sostenibles los costes de financiación de una televisión en poblaciones pequeñas con poca densidad de población y limitada actividad económica.

⁶⁴⁰ Hacia este punto se dirigen las precauciones para limitar la formación de cadenas de ámbito nacional imposibilitando que, según los últimos borradores del gobierno para la nueva Ley General Audiovisual, se realicen este tipo de transmisiones en horarios de máxima audiencia, al tiempo que realiza un fuerte impulso liberalizador del sistema audiovisual en su conjunto, ver nota 635, p. 330, y también se puede consultar este extremo en *El País*, 28 de Abril de 2003, “La ley permitirá privatizar la televisión local y autonómica”, aunque manteniendo ciertas reticencias, o mejor indefinición, ante el futuro de la televisión pública estatal.

- En consecuencia, si se ha de emprender la regularización del sector se ha de potenciar la creación de una industria fuerte a partir de la implantación de una infraestructura técnica viable que permita tal extremo, y se ha de hacer en el momento en que la tecnología permita tal abundancia de frecuencias, un bien público tan escaso⁶⁴¹, y caiga quien caiga.

Y para concluir 20 años de desatención e irresponsabilidad social, el nuevo diseño normativo e industrial para el sector, basado en esta argumentación como no, se muestra ahora oportuno porque, por fin, se dan las condiciones técnicas para ello.

Ahora bien, en sentido contrario y como un simple ejercicio dialéctico, es necesario señalar que:

- No es lícito argumentar *per se* que la introducción de una tecnología sea pertinente en todos los casos y sectores socioeconómicos, y no es sostenible ni oportuno hacerlo de manera acelerada a golpe de elecciones en este caso particular, y como se ha venido haciendo siempre.
- Es un fraude intelectual ocultar los problemas estructurales de nuestras sociedades bajo el manto protector de cada nueva tecnología y hacer creer que las promesas y mitologías que la acompañan son suficientes para solventarlos.
- Es éticamente reprobable sostener que las mejoras productivas y la eficacia económica en general mediante la liberalización del mercado puede proporcionar, por sí misma, un beneficio neto a todo el conjunto de la sociedad⁶⁴².
- Por supuesto, argumentar durante los últimos años que el espacio radioeléctrico es un bien escaso, está saturado y no se puede ordenar es, desde luego, un argumento insostenible. Salta a la vista que las televisiones locales siguen existiendo y ocupando espacio en el espectro y, excepto casos aislados, sin perturbar a otros emisores: en consecuencia, no parece que las

⁶⁴¹ Argumento repetido en numerosas ocasiones y comentado a lo largo de capítulos anteriores.

⁶⁴² Este aspecto particular ya se ha comentado a lo largo del texto, especialmente en el Capítulo 5º.2.

casi 700 frecuencias actuales de televisión local analógica⁶⁴³ sean, digamos, tan pocas como para considerarlas escasas.

En definitiva, no es aceptable que se diseñe un sistema socioeconómico y cultural basado exclusivamente en parámetros tecnológicos e industriales, sin definir con claridad cual es el papel social que los medios de comunicación en su conjunto, y las televisiones locales en particular, han de tener para, por supuesto, poder establecer posteriormente los mecanismos necesarios para que el rol asignado a cada uno de los medios en el conjunto del sistema se cumpla⁶⁴⁴.

Por otro lado, y aunque pueda parecer lo contrario, los gobernantes pasan y los ciudadanos continúan viviendo en sus lugares de toda la vida, o en otros donde quieren que se les continúe manteniendo el respeto como últimos depositarios del poder constitucional, tanto ahora como después, y tanto aquí como allá.

Nuestros gobernantes, elegidos democráticamente, deben responder a los requerimientos de los ciudadanos y no olvidar que su legitimidad reside en la calidad del servicio público que realizan para el conjunto de la sociedad y la forma en que administran la convivencia de los administrados. Sin embargo, como se ha demostrado a lo largo de la investigación, que sus actuaciones vayan más allá de la intervención coyuntural, parcial y sectaria en el sistema y que mantengan una perspectiva alejada de la obtención inmediata de

⁶⁴³ Estos datos serían matizables en cuanto a las características propias de cada emisora, en cuanto a la modalidad de emisión por ondas o cable, y a las diferencias y problemas metodológicos para obtener una cifra total a través de respuestas voluntarias de los propios operadores al cuestionario diseñado por AIMC. En este sentido, según datos censados por esta asociación, de las 897 televisiones locales se recibió confirmación de su existencia de un total de 645 de ellas. A esta cifra, habría que restarle aquellas que emiten por cable y aquellas otras que lo hacen por ondas pero de manera esporádica. En todo caso, sin arriesgar mucho, estaríamos hablando de alrededor de 500 frecuencias ocupadas asiduamente que bien se podrían acercar a las 600 o 700 entre quienes no han contestado y aquellas creadas desde Septiembre de 2002 en que se cierra este estudio. No obstante, se estima que sólo unas 350 o 400 mantienen una estructura productiva y de emisión más o menos estable.

⁶⁴⁴ Como venimos comentando, la redacción y aprobación final del texto de la Ley General del Audiovisual está pendiente pero, quien suscribe y visto lo visto, no puede más que desconfiar que se trate de una ley de punto final o, ni siquiera, de punto aparte. como ya se ha comentado parece que los grandes escollos son el Consejo Audiovisual y TVE y, desde luego, si no se soluciona esto cualquier nueva normativa solo será un parche más, y a lo que estamos asistiendo ahora es a una batería de propuestas mutables que no permiten determinar cuál será ese texto legal: la coyuntura política dirá.

buenos resultados en la próxima convocatoria electoral no es la actitud más común⁶⁴⁵.

En definitiva, el gobierno debería atender no solo a los requerimientos de aquellos que lo han elegido, o a los de otros gobernantes, o actuar respondiendo a presiones macroestructurales ajenas a la vida real y cotidiana de los depositarios de la soberanía última en una democracia, es decir es, los ciudadanos. Y, desde luego, lo que no es tolerable es que los gobernantes ejerzan el poder investidos de una suerte de mesianismo que les aboca a su irrenunciable destino en lo universal⁶⁴⁶.

Sin embargo, los ciudadanos tenemos los gobernantes que hemos elegido y nuestro sistema de convivencia es el único con el que hemos sido capaces de dotarnos, resultado de nuestras decisiones. Sin embargo, eso no nos exime de la obligación de, más antes que después, ejercer el papel que tenemos asignado en la democracia, y profundizar en ella con nuestra participación.

En ese sentido, y después de un largo camino que comienza inmediatamente después de la instauración del Régimen franquista, hoy se revela muy poco permisible para muchos ciudadanos de este país que sus vidas se rijan y dirijan sin el respeto a la legalidad, utilizando el fraude y, en definitiva, menospreciando su capacidad intelectual y limitando el desarrollo de una sociedad civil adecuada a nuestra contemporaneidad⁶⁴⁷.

⁶⁴⁵ Si acaso, sólo se podría adivinar este tipo de reflexión de largo recorrido en los momentos previos de la transición, con el consenso alcanzado en los *Pactos de la Moncloa* y la conformación de la Constitución.

⁶⁴⁶ Los mecanismos para que la sociedad civil pueda ejercer la acción popular e introducir iniciativas legislativas en la Cámara, con los límites expresados en la Constitución en su artículo 87.3 que señalan que tal iniciativa no procede “en materias propias de ley orgánica, tributarias o de carácter internacional, ni en lo relativo a la prerrogativa de gracia”, facilitan claramente esta tendencia, como se ha visto recientemente en la crisis de Irak.

⁶⁴⁷ Esta no es una reclamación novedosa, está en el propio origen de la teorización de la democracia aunque, eso sí, de escasa aplicación en toda su amplitud en la mayoría de los países. Sin embargo, el concepto está adquiriendo un renovado vigor a raíz de los últimos acontecimientos globales y de experiencias puntuales surgidas del *Foro de Portoalegre*, que venían de mucho más atrás pero que se están extendiendo con extraordinaria rapidez. El propio gobierno de Brasil es una buena muestra de una decidida respuesta a los extraordinarios desequilibrios que provoca la mundialización de la economía y, de manera más modesta y en nuestro país, también se están produciendo experiencias similares de participación basadas en aquellas propuestas que, por sí solas, ya suponen un avance

Todo ello, se habría de concretar en el marco que regula nuestra realidad socioeconómica y nuestra convivencia pero, por lo que parece y a la vista de lo ocurrido durante los últimos 20 años, la flamante televisión digital y sus delineantes muestran escaso interés en satisfacer estas demandas y, por ello, es obligado denunciar que:

- El futuro sistema televisivo se está diseñando sin contar con el conjunto de los operadores de televisión y, por ello, se está violando el derecho de los ciudadanos en democracia a manifestar en libertad su opinión, y se está cercenando el pluralismo consagrado en nuestra Constitución.
- La multiplicidad de medios de comunicación presenta un problema financiero evidente para su sostenimiento, pero los responsables de esta situación no son precisamente los operadores locales, sino que es fruto de la endémica ineficacia de los sucesivos gobernantes que hemos tenido en este país y, en consecuencia, no es achacable a ellos tal situación ni son ellos los que necesitan una urgente reforma en los términos que se plantea.
- En ese sentido, pretender que los pequeños municipios con poblaciones inferiores a los 25.000 habitantes suponen un problema sosteniendo las argumentaciones comentadas, es crear problemas ficticios y no tratar adecuadamente los problemas de un sector intentando limitar los derechos de ciudadanos inocentes que tienen reconocida constitucionalmente la garantía de poder disponer de sus propios medios de comunicación.
- En cualquier caso, sería más sensato dedicarse a solucionar los males de las televisiones públicas y a regular adecuadamente las funciones de servicio público que deben hacer las privadas, en consonancia con la titularidad y potestad de la administración central en cuanto a gestión del espacio radioeléctrico y

cualitativo para nuestra ineficaz democracia representativa. El caso de Albacete se puede consultar en [http://www.lacerca.com/Local%202002/pagina\(24-10-02\)-3.htm](http://www.lacerca.com/Local%202002/pagina(24-10-02)-3.htm), diario digital local de la provincia. Incluso algunas formaciones políticas están apostando por su experimentación amplia en nuestro país en una contundente y arriesgada apuesta electoral, *El País*, 11 de Noviembre de 2002, "IU cree que será imprescindible para gobernar en 700 municipios"

regulación básica de los medios de comunicación social, pero claro, eso es más complejo.

En definitiva, el conjunto de los operadores locales no necesitan que se les diseñe un marco propio para competir en condiciones que permitan su viabilidad en la era digital: lo primero que necesitan es que se reconozca y autorice su actividad.

En todo caso, no parece oportuno que se intente regular tal marco industrial para el sector imponiendo con urgencia a los operadores nuevos endeudamientos para el despliegue de una tecnología para la que, al contrario que al resto de televisiones, no se les permite transitar en condiciones adecuadas, agravando y dificultando el importante esfuerzo de adaptación tecnológica que están realizando en todas las áreas productivas.

Claro, que tanto como poco ha interesado ordenar con seriedad el sistema televisivo nacional en su conjunto y atajar sus males endémicos, tanto de interés se tiene ahora en ordenar el sector de televisión local: al fin y al cabo, esos medios siempre estuvieron en manos de ciudadanos individuales, pequeños colectivos, empresas de poca significancia industrial o municipios con cuatro habitantes..., pero hasta hace bien poco, y en consecuencia, ahora el sector ya es digno de la atención que merece⁶⁴⁸.

Por ello, consecuencia de la situación actual y el escenario futuro que se prevee, es necesario recordar que:

- Las comunidades y culturas locales y regionales son el motor fundamental, y el único, sobre las que se puede equilibrar y desarrollar la compleja dinámica económica global contemporánea de manera sostenible.

⁶⁴⁸ No es posible determinar el grado exacto de correlación que los nuevos proyectos gubernamentales para el sector, y especialmente la ya vigente Ley de Acompañamiento comentada, tiene con los acontecimientos que se están produciendo a partir de la formación de redes de cadenas de televisión, participadas por grupos interesados en desarrollar una televisión localizada pero de ámbito autonómico o nacional. No obstante, como ya dijimos, la intervención gubernamental guarda, sin duda, una estrecha relación con todo ello, de igual manera que acaba por concretar la absoluta negativa del gobierno popular a aceptar y desarrollar el marco legal que se aprobó para el sector cuando este partido político estaba en la oposición.

- Los municipios, son un organo representativo de la voluntad popular reconocido constitucionalmente y, al menos, tan válido como el resto de instituciones del Estado.
- La libertad de empresa, como la libertad de expresión, de reunión, de manifestación, de asociación y un largo etcetera, son derechos irrenunciables que la ciudadanía española consiguió tras la oscura noche de la Dictadura y, todos ellos, son tan respetables tanto para las pequeños empresarios, municipios o agrupaciones ciudadanas como para las grandes corporaciones u organismos de representación institucional popular de otros ámbitos territoriales.

En definitiva, el acceso de los grupos sociales a los medios de comunicación es un derecho constitucional reconocido, pero no solo para los grupos relevantes en el sentido en que se vienen interpretado, relativo a aquellos significativos a nivel nacional o autonómico y utilizando una concepción trasnochada resultado de nuestra triste transición: tambien hay grupos sociales relevantes en los municipios y tambien ellos tienen derecho a acceder a la comunicación y gestionar sus propios medios audiovisuales.

En consecuencia, y si se ha de respetar la pluralidad, tanto los medios de comunicación nacionales o autonómicos, publicos o privados, que emiten por cable, ondas, satélite o Internet, como los medios de comunicación local, cualquiera que sea su modo de gestión y titularidad, deben formar parte de un sistema audiovisual sujeto a las prescripciones que para nuestra democracia representativa plasmó la Constitución.

Pero no solo eso, estos medios audiovisuales locales deben ser parte activa de las políticas de desarrollo global, introduciendo el necesario equilibrio y proyecto de Estado que la Carta Magna refleja y en el que está por desarrollar el ámbito municipal, con más urgencia todavía en un contexto de mundialización económica como el actual.

Por lo tanto, se necesita garantizar la viabilidad del sector y solucionar sus problemas reales, apoyando firmemente las mejoras generales en la productividad y la calidad de las emisiones en general, y no imponiendo el tránsito a una tecnología que los operadores locales no tienen por qué liderar.

En ese sentido, y en relación a la nueva dinámica de desarrollo global-local, en los términos descritos a lo largo de la tesis, estos medios de comunicación local no pueden ni deben tener atribuída ninguna titularidad a priori. Es decir, los medios de comunicación social, y la televisión local en particular, no son propiedad de la industria privada ni de la administración, sino que forman parte del patrimonio social y, en ese sentido, sus únicos propietarios son los ciudadanos que, necesariamente han de participar en su gestión.

Además, el desarrollo del espacio público local se muestra así, más eficiente, con la participación de todos los agentes del desarrollo y, desde luego, intentando que no se realice en exclusiva por ninguno.

Y mucho más, ajustando la situación del sector local a la realidad actual en la que la iniciativa pública y privada está presente en gran parte del territorio español, es más necesaria que nunca regular esa participación ciudadana para avanzar en la gestión eficiente de los asuntos públicos que afectan a las comunidades locales.

En ese sentido, es necesario fomentar que esa participación se inegre en la gestión de las televisiones existentes o, en el caso de que exista multiplicidad de frecuencias y en aras de conseguir un mayor equilibrio de poderes y una mayor pluralidad, se ha de emprender una política dirigida a implantar un tercer modelo de televisión local, complementario a los públicos y los privados, gestionado íntegramente por los ciudadanos: el *Tercer Sector Audiovisual*.

En consecuencia, es necesario reclamar más que nunca que se deje de actuar fraudulentamente con los ciudadanos y que en el marco normativo que se está diseñando para la transición digital se tenga en cuenta esta posibilidad, seguro que muy eficiente para avanzar y profundizar en nuestra actual sociedad. Nuestro sistema audiovisual sólo es mejorable si se arbitra un marco sensato y ajustado a nuestra realidad contemporánea basado en el consenso constitucional y, en ese sentido, el sector local y las comunidades ciudadanas locales en su conjunto han de jugar un papel fundamental.

En definitiva, se ha de definir legalmente un nuevo modelo de gestión que permita avanzar en la creación de un *Tercer Sector Audiovisual*, hasta ahora diluído y disperso a lo largo de la normativa y poco reconocido como alternativa válida y complementaria al sistema comunicativo actual.

Para ello, a pesar de que el nuevo marco sociocomunicativo y convivencial que se está diseñando con la introducción de la televisión local digital necesita prestar atención a muchos aspectos, bastaría con que dedicase un interés especial en desarrollar una ínfima parte de la inaplicada Ley 41/95 de Televisión Local por Ondas Terrestres.

De hecho, en gran medida, aplicando aquella legislación y los respectivos desarrollos normativos aprobados en cada territorio particular, la televisión local digital en nuestro país podría esperar sin que nadie la reclamase durante unos cuantos años más⁶⁴⁹.

Bastaría con desarrollar uno de los fundamentos sobre el que se definía la televisión local en aquella ley de 1995 que señala que uno de los principios inspiradores de la televisión local es “la promoción de los intereses locales, impulsando para ello la participación de grupos sociales de tal carácter, con objeto de fomentar, promover y defender la cultura y la convivencia locales”⁶⁵⁰.

Sin embargo, por lo que parece, este principio no forma parte de la escala de valores del gobierno popular y está algo relegado de la agenda del gobierno central y alejado de su particular forma de concebir el sistema televisivo en nuestro país. En ese sentido, la intervención que está realizando en estos momentos sobre el sistema audiovisual es crítica para determinar si los intentos autonómicos de

⁶⁴⁹ Baste recordar que sólo recientemente se ha empezado a adoptar la norma MHP (MultiHome Platform) como válida para desarrollarse en los decodificadores de TDT de toda Europa y facilitar la introducción de aplicaciones interactivas. Sin embargo, todavía resulta improbable que para cuando se prevea que la televisión local sea digital, esto es, primer semestre de 2004 haya un solo receptor instalado en nuestro país. No es nuestro objetivo, ni está al alcance de esta tesis, profundizar en las promesas y, sobre todo, oportunidades de negocio se abren con la TDT utilizando la televisión, y el salón de los hogares, para la introducción de la tan anunciada Sociedad de la Información y nos vemos obligados a postergar este análisis a posteriores investigaciones. No obstante, la situación de la interactividad en nuestro país está despegando más allá del simple *sms* que utilizan las mayoría de las televisiones en la televisión digital por satélite y, recientemente, a través del cable. Los servicios ofrecidos en la actualidad se detallan, junto a otra mucha información de interés que ofrece el resto del portal sobre el análisis de la situación y estado de implantación en que se encuentra en nuestro país y el resto de Europa, en <http://www.tvdi.net/cgi-bin/trad/html/servicios/serviciosinteractivos.html>. Es igualmente recomendable el portal que sostiene la Universidad de Navarra, <http://www.boletinbit.tv/>, y desde luego, las consultas regulares a <http://www.portalcomunicacion.com>, desde cuya página se puede acceder a multitud de información y, específicamente, al Observatorio de la Comunicación Local, en el seno del Instituto de la Comunicación Local de la Universidad Autónoma de Barcelona.

⁶⁵⁰ Artlo. 6 g).

profundizar en este aspecto, en mayor o menor medida, serán todavía posibles cuando se puedan actualizar y adecuar al marco legal derivado de la aprobación de la nueva norma⁶⁵¹.

Sería necesario, además, y para desarrollar este principio fundamental que define el papel que debe jugar la comunicación de ámbito local, desvincular el sistema audiovisual en su conjunto, y la televisión local en particular y el resto de medios locales, de intereses políticos y económicos puntuales, estableciendo un marco normativo en que se garantice efectivamente la independencia y pluralidad de los medios⁶⁵². Y, en última instancia, se necesita efectivamente establecer las condiciones adecuadas para la consolidación económica del sector que permita el cumplimiento de estas funciones.

Para ello, creemos que la administración local debe desempeñar la tarea que tiene asignada en la actualidad como impulsora del desarrollo local, es decir, debe asumir la responsabilidad de facilitar la integración activa de los agentes privados y la sociedad civil en políticas de desarrollo local sostenible, aportando el soporte financiero y los recursos técnicos y humanos necesarios para establecer las condiciones óptimas para dinamizar la actividad comunicativa y socioeconómica, en estrecha colaboración con el resto de agentes públicos y privados, locales y de otros ámbitos.

En consecuencia, los agentes públicos deberían ser los primeros impulsores del ámbito comunicativo local pero, sin embargo y en aras de garantizar la independencia y la pluralidad, deberían buscar modelos de responsabilidad compartida para el desarrollo de sus comunidades locales y, en ese sentido, renunciar a la gestión unilateral de la televisión y establecer el marco adecuado para la participación activa del resto de agentes del ámbito local y no local.

⁶⁵¹ Conviene recordar el ya mencionado recurso al reciente Decreto del Parlamento catalán presentado desde la Administración Central y el contexto político actual de mayoría absoluta del grupo popular que no permite los equilibrios obtenidos, reseñados y discutidos oportunamente a lo largo del texto, para la aprobación de aquella Ley 41/95 en los estertores de una legislatura en que se coaligaban posiciones nacionalistas autonómicas y el gobierno socialista.

⁶⁵² Sobre la posibilidad que esto ocurra y se haga de manera adecuada ya hemos expresado nuestras dudas.

En cualquier caso, tanto agentes públicos como privados, y sobre todo la sociedad civil, deberían participar en condiciones adecuadas en el acceso a los medios de comunicación local.

En este sentido, si la abundancia de frecuencias lo permite se debe intentar implantar los tres modelos de televisión gestionados por agentes locales; si no existiese tal posibilidad, o no fuese viable, se debería primar por encima de cualquier otra opción la creación de televisión locales del *Tercer Sector Audiovisual* pero, en cualquiera de las situaciones, definiendo el papel de la televisión local como medio de comunicación social en el marco de las políticas de desarrollo local.

Por otro lado, el impulso actual en la creación de redes de operadores de televisión local parece ser la mejor solución para paliar la falta de consolidación del sector y los escasos recursos que pueden disponer para mejorar cualitativamente su oferta de programación.

En ese sentido, limitar la creación de estas redes, o prohibir la emisión en cadena a determinadas horas nos parece que, tal cual, sólo puede provocar perjuicios para el conjunto del sector. Tanto como los agentes privados comerciales, las redes no son, por sí mismas, perniciosas para el sistema comunicativo local, bien al contrario, se muestran como una eficaz aplicación de las tecnologías al desarrollo del sector.

Sería necesario, en este sentido, que no se dirigiesen las miradas a las redes considerándolas inadecuadas por sí mismas, sino que se atendiese a los contenidos y propuestas que esas redes distribuyen en las poblaciones locales y la oportunidad y adecuación de esos modelos de programación a los fines determinados normativamente para el sector⁶⁵³.

Además, y por último, sería necesario que la decisión última de decidir las concesiones no recayera en las administraciones

⁶⁵³ Tal como, de manera explícita, mantiene tradicionalmente el Parlamento de Cataluña en los sucesivos decretos publicados para el sector, aunque con una actitud hostil hacia emisores ajenos a su ámbito territorial que, a nuestro juicio, es una muestra de excesivo celo por mantener la cultura local, que puede estar justificada en su contexto, pero que no compartimos porque la introducción de otros agentes externos no tiene necesariamente que hacer peligrar la cultura local, siempre puedan existir, y los hay, medios operando en ese ámbito.

autonómicas o estatales, tan temerosas ante cualquier nueva propuesta comunicativa que pueda perturbar el estrecho control que, en general⁶⁵⁴, ejercen sobre el sistema de comunicación a través de los medios públicos, y a través de las respectivas televisiones autonómicas en particular.

En ese sentido, y siguiendo con nuestra línea argumental, parece más adecuado dar a las comunidades locales la relevancia que merecen en el contexto actual, y dejar que decidan qué tipo de emisores deben operar en el municipio. Para ello, habría que dejar atrás, de una vez por todas, el temor enfermizo de los poderes supralocales a la pérdida de poder sobre sus administrados y al peligro de cierta hipotética descomposición y fragmentación territorial que podría provocar la traslación de competencias al ámbito municipal⁶⁵⁵.

Ni las comunidades locales, ni las televisiones locales, ni la ciudadanía, suponen ninguna amenaza para nadie, al contrario, son el espacio privilegiado para potenciar y modelar el desarrollo futuro de nuestras sociedades de manera sostenible. Este tipo de concesiones no van a restar ningún poder a nadie, ni económico, ni político, ni cultural, pues el sistema político, socioeconómico y, en última instancia, comunicativo, ya permite ampliamente que cada poder territorial y cada grupo económico disponga de medios propios para el cumplimiento de sus fines⁶⁵⁶.

Sin embargo, los acontecimientos últimos indican que el sector se va a regular en una dirección que no parece pretender conformar un sistema audiovisual adecuado para responder a la realidad contemporánea, y en el que se tenga en cuenta el sector local en los términos expresados.

⁶⁵⁴ Sin embargo, y en cierta medida en contraposición a lo expresado en la nota anterior, es el gobierno catalán el único que está iniciando la separación de la televisión autonómica de las instituciones políticas tradicionales creando una Autoridad Reguladora, el ya mencionado CAC, que inicia una lenta, pero decidida, apuesta absolutamente plausible para el desarrollo de nuestro sistema audiovisual y que, esperemos, se extienda a otros ámbitos, como ha ocurrido en numerosas ocasiones, esta pertinente iniciativa.

⁶⁵⁵ Esto ya ocurrió cuando se diseñaba el modelo autonómico y sigue produciéndose en este ámbito. Sin embargo, a pesar de la autogestión que reclaman los gobiernos autonómicos para sí mismos, no parece coherente que cuando se les reclama mayor cuota de poder desde la administración local se resistan a cederla con tanta contundencia.

⁶⁵⁶ Aunque, no obstante, se podrían todavía mejorar y definir esos fines, claro.

En definitiva, no parece entenderse la televisión local como un agente fundamental en la construcción activa de un sistema sociopolítico y económico descentralizado y nos tememos que no se va a diseñar un sistema audiovisual en el que actores públicos y privados, y la sociedad civil en su conjunto, participen en el desarrollo sostenido de sus comunidades de referencia en el marco de la actual dinámica global: una errónea estrategia a medio plazo que tendrá importantes y graves consecuencias para el futuro inmediato de nuestras sociedades.

En todo caso, a pesar de los esfuerzos que se vienen haciendo por definir y conocer la realidad del sector para determinar mejor cuáles son sus problemas y necesidades concretas, todavía se siguen aplicando recetas para ordenar la televisión local sin que se conozca mucho la realidad del sector y, en ese sentido, la segunda parte de esta tesis la dedicamos a intentar obtener una aproximación a su situación en el ámbito de influencia inmediato desde donde desarrollamos esta investigación: la Universitat Jaume I de Castellón.

PARTE II.
EL SECTOR TV LOCAL EN CASTELLÓN.

En este segundo bloque de la tesis se realiza la síntesis de los datos recogidos en las entrevistas realizadas a los operadores de televisión local de la provincia de Castellón.

A partir de ello, y después de situar el papel de la televisión local en el conjunto del sistema audiovisual de este ámbito territorial, se analizan y presentan gráficamente los resultados obtenidos con el objetivo de que puedan facilitar una visión conjunta del sector.

Finalmente, y para concluir el análisis, se contrastan las expectativas que el propio sector ha manifestado sobre su futuro inmediato con las conclusiones resultantes del análisis de su situación actual que se han ido presentando a lo largo del texto.

De este modo, se intenta obtener una visión global fruto de la integración de dos aproximaciones al sector complementarias: una, específica de los agentes que operan cotidianamente en el sector basada en una lógica y una praxis propia para abordar su situación y, otra, resultado del análisis de los vectores significativos que hemos considerado convenientes y que, con el uso de herramientas conceptuales para el análisis estructural, pueden aportar una visión global complementaria a la anterior.

Se hace igualmente especial mención al proyecto comunicativo de la Universidad de Castellón y su forma de integración en el conjunto del sistema audiovisual de la provincia.

Al final de este bloque, en el anexo correspondiente, se pueden consultar el diseño del cuestionario que se utilizó para las entrevistas y los datos básicos de cada una de las televisiones que operan en la actualidad.

Las entrevistas se realizaron durante los meses de diciembre de 2002 y enero de 2003 y, en consecuencia, los resultados del análisis están limitados a la situación específica del sector en ese momento.

CAPÍTULO 6º. LAS TV LOCALES DE LA PROVINCIA COMO OBJETO DE ESTUDIO.

En este capítulo, se repasa someramente la evolución del sistema televisivo valenciano y se analiza, especialmente, la crítica situación en que se encuentra la televisión autonómica en la actualidad y los efectos y transformaciones que se están produciendo en el conjunto del sistema televisivo autonómico.

A partir de ello, se defiende la oportunidad y urgencia de incluir el estudio de la televisión local como elemento imprescindible para el desarrollo de las políticas públicas valencianas a través de sus instituciones y, en ese sentido, se integra esta segunda parte de la investigación en el ámbito de influencia inmediato de la Universidad Jaume I de Castellón.

Finalmente, se realizan las pertinentes aclaraciones metodológicas y se señalan las dificultades encontradas durante todo el proceso de investigación.

1. El sistema televisivo valenciano.

Nos habríamos de remontar unas décadas, hasta 1959, para encontrar los orígenes del sistema televisivo valenciano, fecha en que comienzan las emisiones de TVE en la ciudad de Valencia y alrededores. Poco después, en 1962, se inauguraría el emisor de la sierra de Aitana extendiendo, así, las emisiones de la televisión pública estatal a todas las provincias del territorio valenciano.

Sin embargo, como ha señalado Bas Portero, no aparecería programación televisiva referida al propio ámbito de la Comunidad Valenciana hasta 1974, cuando comienzan las emisiones del informativo *Aitana* con el objeto de intentar regularizar “l’aparició de noticies referides a l’àmbit regional i anar adaptan-se a la nova situació autonòmica”⁶⁵⁷.

No obstante, como ya comentamos, esta estrategia que llevaba a cabo TVE desde los primeros años 60 a través de la creación de Centros Territoriales en las distintas regiones, solo era una iniciativa para establecer una estructura para el suministro de noticias a los estudios centrales de Prado del Rey y, excepto en casos puntuales como Cataluña o Canarias que mantenían cierto nivel de producción de programación propia, la descentralización del sistema televisivo español todavía era muy tímida, y continuaba monopolizado por TVE⁶⁵⁸.

En nuestro ámbito, el sistema televisivo valenciano inicia su transformación a partir de la aprobación del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana en 1982⁶⁵⁹, en el que se profundiza en el nuevo contexto sociopolítico surgido de la transición. Aunque, sin embargo, no sería hasta 1987 cuando comenzase a introducirse más pluralidad en el sistema con la llegada de TV3 por iniciativa de Acció

⁶⁵⁷ Bas Portero, J.J. (2000): *El naixement de la radiotelevisió autonòmica valenciana (1978-1989): antecedents, gestació i constitució*. Tesis Doctoral, Dept. Periodisme i Ciències de la Comunicació, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra, Barcelona, p. 322.

⁶⁵⁸ Como ya comentamos también, sólo más adelante y como respuesta a la creación de los respectivos entes autonómicos de televisión se produciría un impulso, sin éxito, para dotar a estos Centros Territoriales de franjas horarias y capacidades de producción que permitiesen competir a TVE con el resto de televisiones autonómicas.

⁶⁵⁹ Ley Orgánica 5/1982, de 1 de Julio.

Cultural del País Valencià⁶⁶⁰, que extiende una red de repetidores por la mayor parte del territorio, enlazando Cataluña con Castellón y hasta Alicante.

En este despliegue de TV3, como hemos podido corroborar en nuestra investigación, los ayuntamientos tienen un papel muy activo permitiendo instalar en sus términos municipales repetidores que, aunque ilegales, difunden la cultura catalana a lo largo de la Comunidad Valenciana, en un momento de fuertes tensiones políticas en la definición del modelo autonómico.

Poco más tarde, en Octubre de 1989, empieza sus emisiones la televisión pública valenciana, ocupando la frecuencia por la que se difundía la señal de TV3. De esta manera, Canal 9 comienza su andadura con la ventaja de que su señal ya estaba sintonizada en multitud de televisores de la Comunidad y, además, comienza como una apuesta política evidente de limitar la difusión de la cultura catalana y definir la especificidad valenciana.

No es objeto de esta investigación profundizar en estos aspectos históricos relativos a la televisión pública valenciana, aunque cabe reseñar que se ha encontrado siempre en el centro de tensiones sociopolíticas y económicas de importancia capital para el desarrollo y conformación de nuestro sistema audiovisual⁶⁶¹. Sin embargo, es necesario mencionar, respecto al conflicto identitario y cultural, que en 1999 se introdujo una modificación legal de la Ley del Tercer Canal que permitía la resolución de los conflictos provocados por la difusión de señales de televisión autonómica fuera de su ámbito territorial, aunque aplicada con parcialidad en la Comunidad Valenciana⁶⁶².

⁶⁶⁰ Sobre la situación sociopolítica durante la transición, y los problemas identitarios y políticos se puede consultar, en esa línea, un estudio específico sobre el tema en Xambo, R. (2001): *Comunicació, política i societat. El cas valencià*, Tres i Quatre, Valencia, pp. 43-78 y el resto del texto en general.

⁶⁶¹ Sobre ello se pueden consultar los trabajos ya comentado de Bas Portero y Xambò, Op. cit. p. 353, y Op. cit. p. 354, respectivamente. También se puede consultar otro trabajo similar, aunque orientado a la defensa del modelo público de televisión en Quilez Sanchez, R. (1990): *Canal 9-TVV. Por un modelo valenciano de televisión pública*, Tesis doctoral, Depto. De Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

⁶⁶² En el caso particular de la Comunidad Valenciana respecto a TV3 es necesario señalar que, a pesar de existir esa posibilidad de acuerdos recíprocos entre autonomías, se continúan recibiendo distintas emisiones de la Corporación Catalana de Radio y Televisión en todo el territorio valenciano sin que, sin embargo, ocurra igual respecto a las señales que distribuye

Desde los inicios de RTVV, la función que tenía asignada el ente, y su propia justificación, giraba en torno a la definición de una televisión pública que fomentase la identidad del pueblo valenciano y defendiese sus peculiaridades culturales. Tal como se refleja en la Ley de Creación, TVV se consideraba “una mostra més de la voluntat política d'assumir la responsabilitat contreta de fer avançar la consolidació de l'Administració Autònoma i la presa de consciència dels nostres trets diferencials com a poble”⁶⁶³.

En este sentido, como señalaba en 1990 Alcaraz Ramos cuando formaba parte del Consejo de Administración de RTVV, se entendía “la cultura como algo dinámico y más amplio que la suma de ‘actos culturales’, como algo que englobaría todas las expresiones del pueblo valenciano precisamente en cuanto que pueblo diferenciado”⁶⁶⁴, sin que este extremo fuese efectivamente cumplido entonces, ni tampoco en la actualidad.

Como señala este autor, al alborozo inicial y las expectativas que generó la televisión pública valenciana, siguió una etapa de descontento “entre estos *preocupados*”, cuyas críticas se mantenían “siempre en contradicción con el triunfalismo que provenía de la propia RTVV”, de manera simultánea a la progresiva consolidación del ente que adquiría cada vez mayores audiencias. Sin embargo, no se puede determinar que la televisión pública autonómica no tuviese, y tenga, un papel esencial para el fomento y la vertebración sociocultural de la Comunidad Valenciana⁶⁶⁵.

RTVV que sólo se reciben residualmente en aquella Comunidad Autónoma, consecuencia de los problemas intrínsecos que genera la tecnología de transmisión de televisión relativos al desbordamiento hertziano. La posibilidad de tales acuerdos se introdujo en la Ley 55/99 de Medidas fiscales, administrativas y de orden social, es decir, en una ley de acompañamiento como ya viene siendo habitual para modificar aspectos sustanciales de la legislación sobre televisión. Reproducimos el texto relativo a ello: "Las Comunidades Autónomas podrán celebrar convenios de colaboración para permitir la emisión de uno o varios programas de su televisión autonómica en el ámbito geográfico de otras, siempre que los espacios radioeléctricos correspondientes a sus ámbitos territoriales sean colindantes y que utilicen las frecuencias que tengan asignadas por el Ministerio de Fomento.", Disposición Adicional Trigesimosegunda.

⁶⁶³ Ley 7/1984, de 4 de Julio.

⁶⁶⁴ Alcaraz Ramos, M. (1992): “Televisión Valenciana: la ley, la práctica, la crítica”, en *Comunicación y Estudios Universitarios*, nº 2, Universidad Cardenal Herrera-CEU, Valencia, p. 262.

⁶⁶⁵ *Ibid.*, p. 258.

Pero, en este sentido, como afirmaba ya entonces Alcaraz Ramos, TVV se iba conformando como una televisión justificada en torno a dos ejes fundamentales: la afirmación de los niveles de audiencia como criterio esencial de la racionalidad del sistema; y la selección de conflictos. Modelo que “era extraordinariamente funcional a los objetivos e intereses particulares de los tres vértices en que se apoya, en última instancia, RTVV: el Consell -y, en realidad su President-, el Director General y el Consejo de Administración sobre todo en los tiempos dorados del triple acuerdo PSOE-PP-VV”⁶⁶⁶.

En aquel contexto, no parecía viable aquella propuesta de privatización que parecía provenir, según este autor, “tanto de la demagogia como de la ignorancia, peligrosa aunque habitual mezcla que requiere más del silencio que de una respuesta que la amplifique”. Eran otros tiempos en los que todavía se podía sostener con solvencia una doble postura indisoluble que el propio autor explicitaba: “el apoyo a TVV y su crítica”⁶⁶⁷.

Sin embargo, en la actualidad, y profundizando en todo ello en el contexto de una mayoría absoluta parlamentaria de una única opción política, TVV se ha revelado tan eficiente como entonces aunque, eso sí, en función de intereses y objetivos, si cabe, más particulares. Y además, se han vuelto a retomar aquellas intenciones privatizadoras que, esta vez, se emprenden con más contundencia que entonces.

Es constatable el descontento generalizado hacia un medio de comunicación que se ha deteriorado enormemente y ha incumplido reiteradamente sus funciones de servicio público, y que está perdiendo todo el sentido con el que se creó ante un contexto como en el actual en que se están produciendo, como ya analizamos páginas atrás, profundas transformaciones en el sistema televisivo en su conjunto.

Como muestra de las distintas posturas frente a la situación actual de RTVV sirva la exposición del Sr. Peris, en representación del Grupo Mixto en las Cortes Valencianas⁶⁶⁸, que comienza señalando la evidencia de que “la Radiotelevisió Valenciana ha de ser pública,

⁶⁶⁶ Ibid., p. 272.

⁶⁶⁷ Ibid., p. 281.

⁶⁶⁸ Diario de Sesiones de las Cortes Valencianas, 28 de Octubre de 2002.

participativa, objetiva, plural, de qualitat i que promocióne el valencià i els valors naturals del nostre territori”, para despues constatar que “la crisi actual que patix la radiotelevisió pública valenciana no és un problema de model sinó de gestió política i econòmica”, resultado de la “escassa voluntat política per desenvolupar totes les potencialitats que permet la llei de la seua creació” ⁶⁶⁹.

De otro lado, y en sentido contrario, se reclama con insistencia la modificación del marco legal de actuación vigente que se ha mostrado muy inadecuado en tanto que permite que la mayoría parlamentaria disponga libremente del ente en función de sus intereses, a través del nombramiento del Director General⁶⁷⁰. Es decir, RTVV necesitaría una profunda redefinición para poder cumplir con los objetivos prescritos en cuanto a la función de servicio público esencial que tiene asignada la televisión para fomentar el desarrollo autonómico en general.

En este sentido, RTVV, al igual que otras televisiones públicas, arrastra los mismos problemas financieros y ha generado, con el paso de los años, una estructura productiva y laboral poco adecuada a las exigencias del contexto contemporáneo⁶⁷¹, en el que se ha de aunar calidad y eficacia para poder concurrir en óptimas condiciones de competitividad al mercado cultural y, en el caso de las televisiones públicas, haciendo todo ello en el marco del cumplimiento de sus funciones de servicio público esencial.

Consecuencia de todo ello, y como ya comentamos, la programación de las televisiones autonómicas está alejada de la supuesta proximidad que se atribuye a estas televisiones públicas y que legitimaría su existencia y su consideración de servicio público

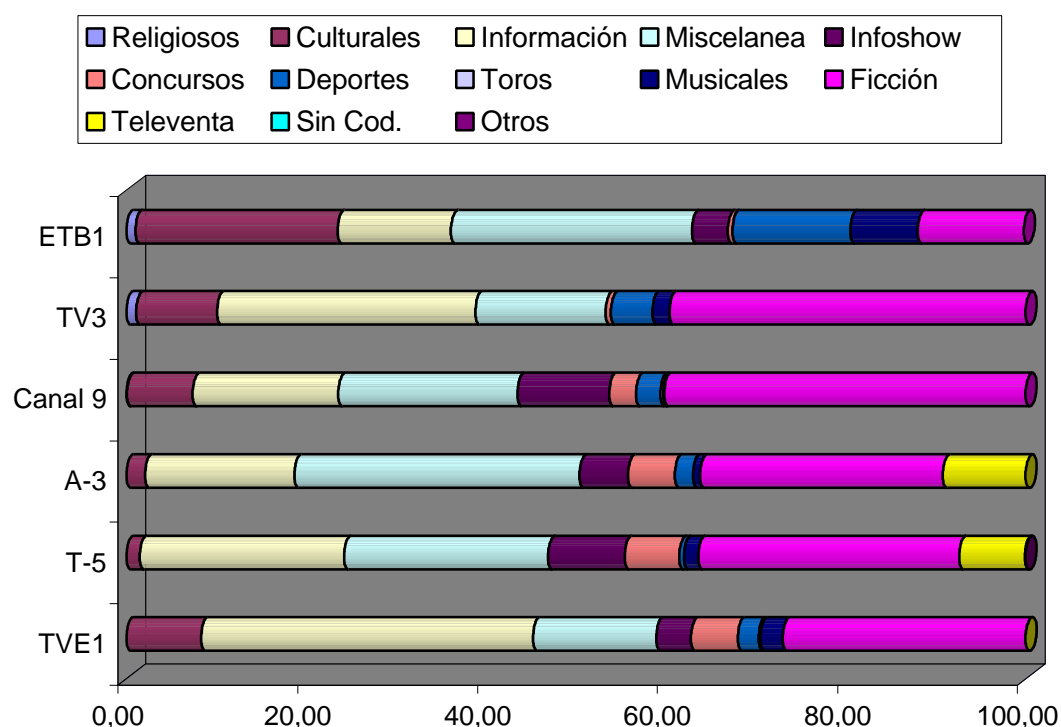
⁶⁶⁹ Ibid.

⁶⁷⁰ Con los problemas ya reseñados a lo largo del texto respecto a la estrecha relación de las televisiones públicas y el poder político y la urgencia y oportunidad de crear Consejos Audiovisuales independientes.

⁶⁷¹ Sobre este aspecto, sin pretender entrar en detalle, se pueden consultar los informes emitidos por una autoridad nada sospechosa de parcialidad, el Sindic de Comptes, y dependiente de la propia Generalitat Valenciana, que ha detectado arbitrariedades en la imputación de gastos y otros conceptos contables, así como en la contratación laboral y otros aspectos relativos a la producción y, en definitiva, ha evidenciado irregularidades de gestión y control económico y financiero en general en RTVV. El último informe de 2001, junto a otros de años anteriores relativos al ente y a otras instituciones dependientes de la Generalitat Valenciana, se puede consultar en http://www.sindicom.gva.es/f_informes.htm

esencial. Si revisamos los últimos datos de Sofres⁶⁷², podemos extraer algunas conclusiones al respecto.

Gráfico 20. Géneros programación Canal 9 2002 (% s/total).



Sin pretender hacer un análisis de contenido que rebasa en mucho los objetivos de esta investigación, no es difícil establecer que la oferta genérica no indica que la programación atienda las particularidades del ámbito territorial autonómico. Canal 9, es una televisión con una programación incluso menos próxima que la de las televisiones del resto de autonomías, y ni siquiera dedica una parte sustancial de su parrilla al género informativo o cultural, más susceptible de adecuarse a los objetivos de servicio público de cualquier cadena y acercar a los públicos contenidos de proximidad⁶⁷³.

⁶⁷² Sofres A.M. (2002): *Anuario de Audiencias de Televisión*.

⁶⁷³ En la Comunidad Valenciana, en el mes de Abril, el programa más visto con un 45,7% de cuota de pantalla es la retransmisión en directo de un partido de fútbol y Canal 9, se sitúa en los puestos 11 y 12 del ranking con una película y otro partido en directo. En el puesto 36 se sitúa un programa de deportes de producción propia que se podría asimilar a ciertos contenidos de proximidad y, en consecuencia, no parece que el relativo éxito de esta cadena

En definitiva, Canal 9 es una televisión fundamentada en la mera contabilización de las audiencias y muy alejada de sus objetivos fundacionales y, sin duda, criticada con toda razón: tanto en cuanto a su propia legitimidad actual como a su funcionamiento en general.

Todo estas evidencias, junto al resto de posiciones respecto al futuro de RTVV, se debatieron en el seno de la *Comisión Especial para el Estudio de las Nuevas Formas de Gestión de RTVV*, en cuyo documento final se concluía, entre otras cosas y con el consenso de todos los grupos parlamentarios que la consolidación y utilidad que había demostrado la entidad para la vertebración de la Comunidad Valenciana era evidente; su importante papel para la dinamización del sector audiovisual autoctono; y la necesidad de redefinir un modelo ineficaz a la nueva realidad contemporanea.

En ese sentido, se apuntaba la oportunidad de realizar un informe, un Libro Blanco del Audiovisual, para diagnosticar la situación y poder emprender las oportunas reformas y, mucho más importante en nuestra opinión, la necesidad de avanzar en la creación de un Consejo Audiovisual Valenciano⁶⁷⁴.

En todo caso, la situación actual de la televisión pública está siendo revisada de manera profunda, fruto de las evidentes carencias que presenta en un contexto como el actual. Sin embargo, las circunstancias particulares de la coyuntura política están derivando fuertemente las soluciones para el ente hacia la externalización de la gestión y producción y, finalmente, a su privatización parcial a través del actual proceso de adjudicación de contratos de gestión de algunas áreas⁶⁷⁵.

tenga alguna relación con el supuesto objetivo básico de atender las peculiaridades propias de la Comunidad Valenciana.

⁶⁷⁴ En el momento de redactar las líneas finales de esta investigación se acaba de publicar dicho Libro Blanco del Audiovisual elaborado por Corporación Multimedia-GPR Consultores, y que comentamos en las conclusiones finales.

⁶⁷⁵ Sobre el sentido de este proceso y las fuertes connotaciones del término *privatización*, se está produciendo un encendido debate político y jurídico respecto a si las reformas emprendidas son compatibles con el actual marco legal. En este sentido, cabe señalar la argumentada opinión de Martínez Sospedra aparecida en *El País*, 7 de Abril de 2003: “RTVV: privatización sin salida”, que simplemente tacha este proceso de “desproposito legal”. Palmaria ilegalidad que ha sido recurrida en los tribunales, en tanto que la vigente Ley del Tercer Canal señala explícitamente que “la gestión que se concede no podrá ser transferida, bajo ninguna forma, total o parcialmente, a terceros, correspondiendo directa e íntegramente

Consecuencia de ello, se ha iniciado un proceso de selección de ofertas que, después de pocas tensiones y fuertes críticas⁶⁷⁶ desde la oposición al gobierno autonómico, ha acabado por convocar a concurso la externalización de las siguientes áreas⁶⁷⁷:

- Servicio de edición de noticias de los programas informativos de Canal 9, suministro de noticias.
- Contratación del suministro de contenidos audiovisuales destinados a Canal 9.
- Servicio de promoción e intermediación en la venta de espacios publicitarios y venta de derechos de emisión de programas de Televisión Autonómica Valenciana S.A.

Las ofertas presentadas a concurso, se distribuyen de la siguiente forma según los intereses de los participantes en la futura adjudicación⁶⁷⁸:

el desarrollo de la organización, ejecución y emisión del tercer canal a la Sociedad anónima constituida al efecto en cada Comunidad Autónoma.”, artículo 6 de la Ley 46/1983. Y, por otro lado, una actuación del Consell a través del Director General del Ente que ha sido desautorizada por el propio Ministerio de Ciencia y Tecnología, y a la que se pretende dar cobertura legal en el nuevo texto de Ley General del Audiovisual de futura promulgación ya comentado, *Cinco Días*, 1 de Abril: “Privatización: El ministro estudia si es legal la privatización de Canal 9”.

⁶⁷⁶ Entre ellas destaca la creación de una Plataforma Audiovisual Valenciana en defensa del carácter público de RTVV que está realizando una intensa presión para denunciar la situación que se puede crear en el ente tras el proceso de privatización y sus irregularidades. Al cierre de esta investigación, se ha convocado una huelga en Canal 9 el día 23 de Mayo en defensa de los puestos de trabajo, uno de los aspectos más controvertidos en el proceso iniciado por el Consell que, de un lado, convoca oposiciones y, de otro, mantiene en suspenso el futuro global de la plantilla actual. La información actualizada de todo ello, incluidas las críticas e informes del Comité de Redacción respecto a las irregularidades del proceso y situación actual de RTVV, se puede consultar en <http://www.rtvvpublica.info>.

⁶⁷⁷ D.O.G.V. nº 4467, Miércoles 26 de Marzo de 2003, en que se publican los concursos 2003/09, 2003/10 y 2003/11.

⁶⁷⁸ Los datos son los publicados en *Las Provincias*, 9 de Mayo de 2003: “Carrascosa y sus 36 socios compiten con Moragues, el «Murdoch» valenciano”. En el momento en que se redacta este texto, estas ofertas están en proceso de estudio y baremación, aunque su adjudicación queda pendiente de la resolución del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana que ha aceptado el recurso presentado por Comisiones Obreras y a dado un plazo de 5 días para que RTVV alegue contra la paralización del concurso antes de pronunciarse, *Levante*, 14 de Mayo de 2003, “El TSJ da cinco días a RTVV para que alegue contra la paralización del concurso de Canal 9”.

- Informativos: Unedisa (empresa editorial del periódico El Mundo), Plataforma Audiovisual Valenciana (UTE liderada por Valencia TeVe -de la que Maria Consuelo Reyna, esposa de Sanchez Carrascosa anterior director de RTVV, es propietaria- y en la que participan Malvarrosa Media, Trivisión, VideoReport y la televisión local RTV de Elx), Pretesa-Localia (filial del Grupo Prisa, propietario del diario El País y la cadena SER) y Atlas-UNE (productora de contenidos informativos de Telecinco).
- Programas: Unedisa, Prisa, Plataforma Audiovisual Valenciana, Producciones 52 (responsable del programa Tómbola); la UTE compuesta por ZZJ, Createle, Doblebanda 10 y Nisa y, por último, otra UTE compuesta por Abanda Media, Boca a Boca, Cartel (productora de la serie Cuéntame) Media Pro, La Boleta y Europroducciones.
- Publicidad y mercadotecnia: Novo media, Publi9, Unedisa (El Mundo) y Argomedia.

En definitiva, y al margen del resultado final y las distintas posiciones mantenidas respecto a la futura situación del sector, se está produciendo una profunda transformación en el sistema audiovisual de nuestra comunidad personificada en la figura de la televisión valenciana por excelencia, esto es, Canal 9 y las sociedades agrupadas en torno a RTVV, pero en que el sector de televisión local comienza a estar presente.

2. La TV local en el sistema televisivo de la provincia.

Si observamos las ofertas presentadas a concurso, se hace explícito el papel que el sector de televisión local está adquiriendo para la conformación del nuevo sistema audiovisual.

El interés de Valencia TeVe, actualmente asociada a Localia TV, y la propia Pretesa, en cuanto a hacerse con la gestión de la televisión autonómica, junto a la participación del grupo UNE que, como ya señalamos a lo largo del texto mantiene una significativa presencia en el sector, evidencia lo que ya comentábamos respecto a la estrecha integración que la televisión local tiene actualmente en el conjunto del sistema audiovisual, aunque esta integración se habría de matizar en los términos ya expresados en el trabajo.

Si bien es cierto que, al margen de las tensiones y dificultades jurídicas que esto provoca, las televisiones locales son un sector que se ha hecho presente de manera explícita en la industria audiovisual en general durante los últimos años, su participación en la misma y la renovada atención institucional hacia el sector está determinada en función de intereses que poco responden a las características propias de la televisión local, tanto en el conjunto del estado como en nuestro ámbito territorial específico de la Comunidad Valenciana.

En ese sentido, la concepción que se viene manejando en la actualidad desde el gobierno estatal respecto al sector, específicamente y, en el ámbito de actuación inmediato de nuestras instituciones autonómicas, se resume en la particular radiografía que se muestra en las conclusiones derivadas del análisis previo del sector realizado desde la propia Generalitat Valenciana⁶⁷⁹ y que refleja que:

- Prácticamente la mitad de las televisiones locales ubicadas en la Comunidad comienza a emitir en la década de los ochenta, aunque es entre 1987 y 1988 cuando se aprecia un mayor crecimiento.
- El volumen de producción propia estaría cercano al 70%, y la audiencia real se situaría en torno al 0,5%.
- Los expertos señalan que la extensión de la tecnología digital al contexto local permitirá alcanzar economías de escala que favorecerán el desarrollo de la industria audiovisual de la Comunidad.
- Debería tenerse en cuenta en las futuras concesiones o adjudicaciones de TDT el esfuerzo de creación de empleo y los niveles de producción propia como elementos a considerar en el procedimiento administrativo.

Nada que objetar a ello, excepto la forma en que se realice la implantación efectiva de esa tecnología digital y el modo en que se alcanzarán las señaladas economías de escala y, sobre todo, la particular interpretación que se haga de el modelo de desarrollo

⁶⁷⁹ Corporación Multimedia; GPR Consultores (2002): *El sector audiovisual de la Comunidad Valenciana. Situación, dimensiones y perspectivas*, elaborado a propuesta de Presidencia de la Generalitat y disponible en <http://www.portaveu.gva.es/audiovisual.pdf>.

oportuno para la industria audiovisual de la Comunidad Valenciana y la discutible consideración de la televisión local como un simple mercado secundario.

En ese sentido, y en línea con el análisis realizado a lo largo del texto respecto al diseño del proceso de introducción de la TDT, los posibles modelos de implantación y su oportunidad en estos momentos para el sector, se continúan determinando el futuro inmediato de la televisión local, también en nuestro ámbito territorial, sin contar con la realidad del conjunto del sector y, en definitiva, proponiendo un modelo de sistema de televisión alejado del concepto integral de desarrollo que proponíamos⁶⁸⁰.

Como muestra, sirva la escala de actores y agentes de interés para el sector audiovisual valenciano derivada de este *diagnóstico* del sector:

- La Administración autonómica.
- La Radio Televisión Valenciana (RTVV).
- Las productoras audiovisuales.
- Las delegaciones de las televisiones nacionales en el territorio.
- Las empresas privadas de los distintos subsectores del audiovisual.
- Las iniciativas de new media.
- Las compañías valencianas de otros sectores.
- Los centros de formación.
- Las empresas locales de televisión y radio.
- Las asociaciones profesionales y empresariales
- El Instituto Valenciano de Cinematografía (IVAC)

⁶⁸⁰ Ver Capítulo 5º, en especial el epígrafe 5.Televisión Local Digital para el desarrollo. , y Conclusiones Parte I., pp. 273 y ss.

- La Ciudad de la Luz
- ...

Y, siguiendo este razonamiento particular, el informe concluye: “El desarrollo del sector en la Comunidad Valenciana pasa por avanzar en el diálogo y el entendimiento entre los distintos actores – públicos y privados– del audiovisual, garantía indispensable para su crecimiento definitivo.”

La intención se podría compartir, pero no en su globalidad. Tal como hemos constatado y argumentado a lo largo del texto, se continua primando el *crecimiento* como elemento fundamental para el diseño futuro del sector y se confunde con el *desarrollo* en una actitud que es, cuanto menos, de un reduccionismo muy discutible. Pero, sobre todo, se continúan abordando los problemas del sector utilizando unas herramientas conceptuales que no responden a la realidad de la televisión local en su conjunto y, en consecuencia, sólo pueden generar soluciones parciales y, en el peor de los casos, absolutamente inadecuadas.

Por todo ello, durante este segundo bloque de la tesis nos acercaremos a la realidad de las televisiones locales que operan en el ámbito de influencia inmediato de la Universidad Jaume I, en cuyo seno realizamos esta investigación. De esta manera, y en los límites de esta modesta investigación, intentaremos analizar con exhaustividad la situación de la totalidad del sector en la provincia de Castellón para aproximarnos al conocimiento de su situación actual y, sobre todo, poder determinar el papel que efectivamente representa para el conjunto de la sociedad castellanense.

En este sentido, conviene recoger parte de las aseveraciones de hacía Alcaraz Ramos en 1990 respecto a las continuas críticas provenientes de Castellón y, sobre todo, de Alicante como un ejemplo de “localismo provinciano” que “por eso mismo, requieren una mayor atención encaminada a identificar a todo el conjunto del País Valenciano en una programación global que cuide con el máximo

esmero lo que podemos denominar la pluralidad conveniente valenciana”⁶⁸¹.

Desde luego, no es objeto de discusión necesaria la insostenible consideración de la sociedad castellonense como provinciana por lo que de errónea presuposición conceptual tiene⁶⁸², aunque, por el contrario, el resto de aseveraciones mantienen plena vigencia en la actualidad. Hoy por hoy, TVV continúa siendo una televisión centralista que solo recientemente está impulsando un Centro de Producción en Alicante⁶⁸³, y que mantiene una mínima infraestructura en la provincia de Castellón.

Fruto de ello, el desarrollo comunicativo de la sociedad castellonense se muestra evidentemente desatendido en la agenda institucional⁶⁸⁴ y, en ese sentido, se hace urgente explicitar su importancia y situación actual.

En ese sentido, y al margen de esta testimonial presencia de Canal 9 en la realización de actos puntuales de interés para la

⁶⁸¹ Alcaraz Ramos, M. (1992), Op. cit. p. 355, p. 275.

⁶⁸² En este aspecto, sin intención de extendernos, se podría fácilmente equiparar esta particular escala de valores a la ya comentada consideración de desarrollo opuesta a subdesarrollo, con lo que de parcial y logocéntrica tiene.

⁶⁸³ Este edificio se ha realizado simultáneamente al desarrollo de la denominada Ciudad de la Luz, en un esfuerzo por dotar a la provincia de Alicante de infraestructuras audiovisual propias y de alto nivel. En el caso de RTVV en Alicante el proceso se inició con la publicación del concurso para la remodelación y adecuación del inmueble destinado a este Centro de Producción publicado en DOGV 3989, 30 de Abril de 2001. En cuanto a la Sociedad Anónima Ciudad de la Luz, se constituyó en Noviembre de 2000 como una sociedad de economía mixta, en la que ostenta la mayoría la Sociedad Parque Temático de Alicante, de capital público. No es objeto de esta investigación analizar y discutir la política particular seguida por el Consell en este aspecto, aunque cabe remitirnos a la opinión, poco sospechosa de parcialidad, que refleja el informe de la Sindicatura de Comptes de 2001 refiriéndose a cierta arbitrariedad en la gestión y contabilización de la sociedad: “respecto a la forma de selección (de ofertas), el procedimiento se adjudica por procedimiento negociado sin publicidad” y recomendando, entre otras cosas, “la aplicación de un régimen de firmas mancomunado para la disposición de fondos” y “que las imputaciones (contables) se realicen de acuerdo con la naturaleza del gasto”. El informe completo se puede consultar en http://www.sindicom.gva.es/pdf/cg2001/01CVIV2_CL.pdf

⁶⁸⁴ No obstante, Generalitat impulsa desde 1997 el proyecto que se ha venido denominando *Castelló Cultural* mediante una sociedad de gestión enteramente pública que ha realizado o impulsa la dinamización de la provincia a través de cinco grandes espacios: el Espai d'Art Contemporani, El Teatro Principal de Castellón, el Museo de Bellas Artes, el Auditorio y Palacio de Congresos y el Auditorio de Peñíscola.

provincia⁶⁸⁵, ante los nuevos cambios que se están produciendo en el sistema audiovisual el sector local de televisión de Castellón se revela como el medio de comunicación televisivo por excelencia en este ámbito territorial.

En definitiva, el sector de televisión local de la provincia necesita que se le preste la atención que merecen unos medios de comunicación que se muestran como los únicos con capacidad para reflejar la realidad de la provincia y vertebrar su futuro desarrollo y necesita, ante los vertiginosos cambios que se están produciendo.

Este análisis ha de ser necesariamente exhaustivo y responder a la situación actual y, en consecuencia, ha de permitir avanzar en el objetivo básico de facilitar la derivación de conclusiones que, aunque sin duda serán provisionales, nos permitan abordar problemas con mayores garantías ante un futuro incierto.

3. Metodología utilizada para el análisis.

El proceso de recogida de datos y análisis que se presenta en este informe se ha realizado partiendo de los censos existentes sobre el sector elaborados por Presidencia de la Generalitat Valenciana⁶⁸⁶ y AIMC⁶⁸⁷. Junto con el censo suministrado por la Cámara de Comercio de Castellón, se han revisado y confrontado los datos existentes y a ellos se ha añadido aquellas nuevas televisiones que han aparecido durante el último período del año 2002.

Una vez confeccionado un censo válido se han visitado las instalaciones de las televisiones locales existentes y entrevistado a sus responsables para, a partir de ello, actualizar los datos básicos de cada una de ellas y recoger aquellos otros necesarios para la investigación y que se presentarán oportunamente a lo largo de las siguientes páginas.

⁶⁸⁵ Las televisiones nacionales, excepto UNE-ATLAS/Tele-5 que mantiene una delegación en Alicante, están centralizadas en Valencia.

⁶⁸⁶ <http://www.portaveu.gva.es/guia.htm>

⁶⁸⁷ <http://www.aimc.es>

De las inicialmente 24 emisoras censadas se ha excluído del estudio aquellas que no poseen domicilio fiscal en la provincia de Castellón aunque su señal sea recibida en algunas comarcas⁶⁸⁸. El resto de televisiones, 21 finalmente, han pasado a formar parte del informe global, aunque algunas han sido excluídas parcialmente en lo relativo a programación y análisis económico y financiero.

Las televisiones locales de Onda, Betxí, Vilafranca y el Canal Maestrat de Vinaroz no han sido incluídas en el informe por no poseer una programación estable o, en todo caso, consistir esta únicamente en la reemisión continuada de una señal de satélite. La televisión de Almenara mantiene muy poca actividad, reducida a una programación basada en texto y fotografía con información municipal.

La televisión de Borriol, la otra televisión pública junto a la de Almenara en toda la provincia, tiene encomendada la gestión y producción puntual de algunos programas en período de fiestas a una productora externa y sólo emite en esas fechas. Las televisiones de Benicassim, Benicarló y Oropesa después de mucha insistencia no han facilitado la programación ni tampoco las tarifas publicitarias⁶⁸⁹.

Todas las sociedades mercantiles que tienen obligación de presentar sus cuentas anuales en el Registro Mercantil se han incluído en el estudio y, por ello, se ha excluído a todas aquellas gestionadas por empresarios individuales, o ser sociedades civiles, como en el caso de TV Canal de Segorbe o Canal Maestrat, o no tener una contabilidad separada para las distintas áreas de negocio, caso de Localia Nord de Morella.

Una vez recopilados todos los datos relativos a cada televisión se ha verificado toda la información a partir del reenvío de la misma a las propias televisiones para su cotejo para, finalmente, consolidar y analizar todos los datos que se han utilizado para la confección del estudio.

⁶⁸⁸ Caso de Flaix TV y Visió 3, ambas ubicadas en Cataluña, o XTV, que tiene domicilio fiscal en Valencia y emite también para la provincia de Castellón.

⁶⁸⁹ En el caso particular de Alba TV, de Oropesa, sus propietarios manifestaron abiertamente no querer proporcionar dato alguno por considerar que era información sensible e, incluso, susceptible de ser recopilada en un intento de espionaje industrial que, pensaba su propietario, quien suscribe llevaba a cabo.

Para la determinación de datos demográficos y socioeconómicos se han utilizado las bases de datos elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística y los Anuarios Social y Económico de la Fundación La Caixa. Los resultados anuales de cada una de las televisiones que han pasado a formar parte del estudio económico y financiero sobre el sector se han confeccionado a partir del depósito de Cuentas Anuales de cada una de ellas proporcionado por el Registro Mercantil de Castellón y que abarca un período de cuatro años, desde 1998 a 2001, último año depositado.

Los datos relativos a la cobertura específica de cada televisión se han elaborado a partir de las indicaciones de los propios emisores de las poblaciones que reciben su señal con calidad suficiente⁶⁹⁰, ante el silencio de la Dirección General de Telecomunicaciones una vez solicitados esos datos en sus dependencias⁶⁹¹.

Todas las televisiones existentes están incluídas en el correspondiente Anexo con los datos recogidos de cada una de ellas⁶⁹², pues todas ellas, independientemente de su capacidad de producción y su tamaño son televisiones locales que operan en la provincia y que, como tales, forman parte del censo y del análisis global.

En lo relativo a las variables socioeconómicas utilizadas para el análisis su definición se encuentra, junto con el detalle de los cálculos realizados, en el Glosario que acompaña igualmente el informe.

⁶⁹⁰ En el caso de las televisiones locales que emiten por ondas y por cable, todas a través de Mediterranea Norte de Cable (ONO) y operando en toda la provincia, no se han añadido a los datos de cobertura por no haber recibido de la operadora de cable dato alguno respecto a su número real de abonados. Los datos proporcionados a la prensa sitúan el número en 210.000 en toda la provincia, cifra a todas luces muy alejada de la realidad teniendo en cuenta que la población mayor, Castellón, ni siquiera alcanza los 150.000 habitantes, exactamente 146.546 según datos actualizados del Censo que arrojan una población total en toda la provincia de 485.173 habitantes, algo menos del 10% total de la Comunidad Valenciana.

⁶⁹¹ La Subdirección de Telecomunicaciones de Castellón nos remitió al Ministerio de Ciencia y Tecnología y al departamento correspondiente indicando que sus labores de inspección y control de ocupación de canales se realizaban de manera regular en la ciudad de Castellón y alrededores y esporádicamente en el resto de la provincia y que, en todo caso, no podían proporcionarnos datos de cobertura real, como tampoco facilitarnos las intervenciones administrativas, en forma de inspección o sanción, que habían llevado a cabo.

⁶⁹² Se han incluído igualmente las televisiones por cable de Jérica y Montán, aunque funcionan más como videos comunitarios que como televisiones que tengan una programación más o menos estable, limitándose a la emisión de fiestas populares por encargo municipal y, de un tiempo a esta parte, reemitiendo la señal de TV Canal de Segorbe sin que sus responsables hayan dado autorización alguna.

Para el análisis de la programación se ha utilizado la categorización genérica realizada por trabajos similares sobre el sector⁶⁹³, aunque con algunas particularidades.

No se ha considerado oportuno entender la programación por satélite como “no programas” y, por el contrario, sólo se ha incluido en esta categoría toda aquella programación ofrecida por las televisiones locales que carece de una estrategia de programación definida para su inclusión en la parrilla. Es decir, sólo se ha incluido en este género aquella conexión por satélite en la que el programador de la televisión local no sabe, ni le interesa, qué tipo de programas concretos le van a llegar más allá de la tematización propia de esa cadena por satélite.

Prado y Moragas, parece que justifican esta categoría genérica en tanto que sirve para distinguir la programación “netamente” local o propia frente a la que consideran extralocal. Sin embargo, esta distinción, establece un conjunto de categorías genéricas que no parecen poder agruparse coherentemente. En algunos casos, se refieren a aspectos formales y de contenido; en otros al tipo de público a que van destinados y, en esta categoría particular de *satélite*, a la tecnología de transmisión utilizada. Opción que, aún perfectamente válida y comprensible, no deja de ser una opción.

No obstante, se ha preferido utilizar una clasificación genérica ya existente como la de Prado y Moragas aunque, además de estas salvedades que venimos contando, se ha preferido llamar infantil a la programación que en aquel estudio se considera juvenil, y se ha respetado que si una serie está dirigida a un público juvenil esta esté incluida en la categoría de ficción⁶⁹⁴.

⁶⁹³ Prado, E.; Moragas, M. (2002), Op. cit. p. 256.

⁶⁹⁴ No es objeto de esta investigación establecer un debate sobre la oportunidad de una clasificación genérica u otra que, al fin y al cabo, es un ejercicio en el que es difícil alcanzar cierto consenso por la propia dilución de fronteras entre conceptos que se pretenden cerrados ante un universo discursivo evidentemente abierto y dinámico. No por ello la teoría de los géneros es un ejercicio teórico menos necesario aunque, sin duda, con altos grados de subjetividad y grandes dificultades para compartimentar realidades continuas. Sobre ello nos remitimos a trabajos de lingüística y semiótica en general que se explicitan los problemas relativos a la teoría de los prototipos, y las dificultades inherentes al propio estructuralismo en general, López García, A. (1991): *Psicolingüística*, Síntesis, Madrid, pp. 69 y ss. También se puede consultar Cifuentes, J.L. (1994): *Gramática cognitiva. Fundamentos críticos*, Eudema, Madrid, pp. 149 y ss.

Para poder determinar los programas externos a las televisiones locales, se ha distinguido en el análisis de la parrilla de programación entre aquellos programas que proceden de la conexión a una cadena, aquellos otros que realizados por productoras externas, y aquella otra programación emitida que proviene de distribuidoras. De esta manera, se ha diferenciado entre aquellos programas en los que el emisor tiene capacidad de decisión respecto a su horario de difusión, y aquellos otros en que esta capacidad está limitada, caso que se da cuando se emite en cadena. En ese sentido, la separación entre programas que provienen de productoras y de distribuidoras se hace en función del grado de estructuración del mercado e instrumentalización de la emisora local por agentes externos.

Es decir, la emisión en cadena sería el grado máximo, la estrategia comercial de distribución masiva de catálogos el siguiente y, por último, ambos serían diferentes de aquella programación directamente suministrada por una productora externa que, o bien la realiza por encargo o acuerdo con el emisor, o por iniciativa propia pero, que en todo caso, llega a la televisión local sin intermediación.

En consecuencia, esta última circunstancia no se puede tratar como la simple compra de un producto, en tanto que no tiene plenamente esta consideración por no ser este parte de los canales industriales y comerciales habituales y, en definitiva, cuando un emisor utiliza estos productos se reduce mucho la consideración de la televisión local como mercado secundario y se permite avanzar en su especificidad⁶⁹⁵.

De esta manera, y asumiendo estas opciones como parte indisoluble de nuestra estrategia metodológica, emprendemos el análisis del sector a continuación conscientes de que, sin duda, es una aproximación necesariamente limitada y parcial, por las razones comentadas, aunque quien suscribe haya intentado emprender con la máxima exhaustividad y objetividad.

⁶⁹⁵ Más adelante matizaremos estas afirmaciones que no son la negación a la conformación de una industria sectorial de televisión local con sus correspondientes empresas auxiliares de producción y distribución. Sin embargo esta diferenciación nos parece oportuna por la actual tendencia a la estandarización de productos que, como veremos a lo largo del texto, sirven estas distribuidoras y lo alejados de la realidad de la provincia de Castellón que están y, en consecuencia, de la especificidad propia de una televisión local en su ámbito territorial.

CAPÍTULO 7º.

ANÁLISIS SECTORIAL.

Resultado de la estrategia de análisis utilizada, y el posicionamiento discursivo que subyace a lo largo del texto, el estudio del sector se ha emprendido estructurando su realidad en función de varios aspectos: la penetración que tiene en la actualidad la televisión local en la provincia de Castellón; la capacidad industrial de los emisores; la programación que distribuyen a la población; y, por último, la situación económica y financiera actual del sector y sus expectativas de futuro.

De esta manera, en primer lugar se estudia cuales son las televisiones locales que operan y su cobertura sobre la superficie total de la provincia, indicando gráficamente su penetración actual.

Posteriormente, se analiza el estilo de gestión y el grado de estructuración que tiene el conjunto de las empresas del sector, así como los recursos técnicos y humanos con los que cuentan.

Más adelante, se aborda el estudio genérico de la programación que los operadores emiten, resultante de sus capacidades productivas y su conformación empresarial en general.

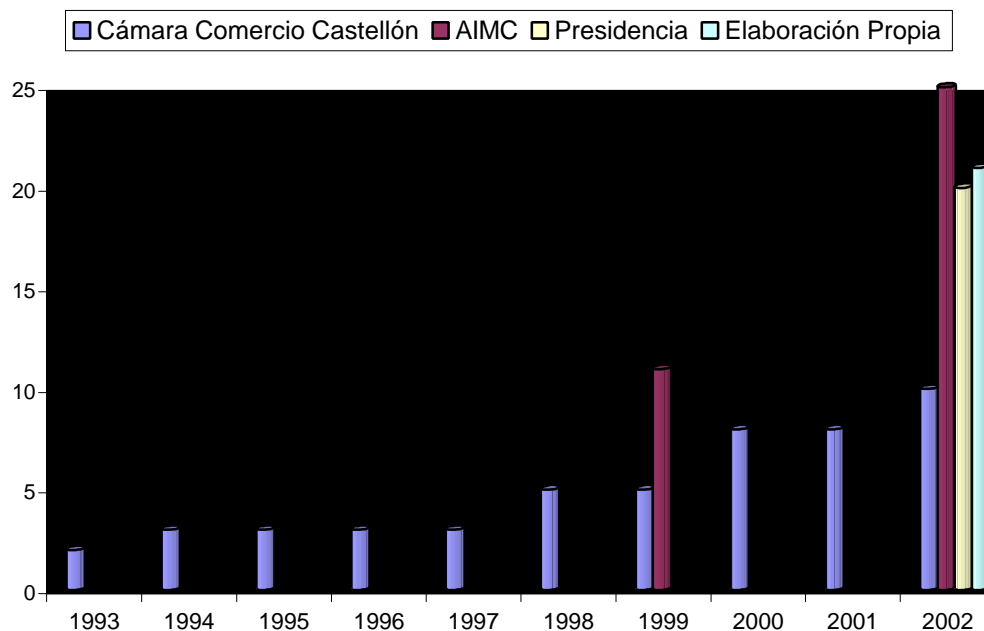
Finalmente, se revisa la situación económica y financiera en que se encuentran algunos operadores de televisión local de la provincia y las consecuencias que se puedan derivar de ella y el resto de variables analizadas para la consolidación y el futuro del sector.

Para concluir, se revisa la propuesta comunicativa de la Universidad Jaume I de Castellón y su forma de integración en el sistema audiovisual de la provincia.

1. Introducción.

Las televisiones existentes en la actualidad en la provincia de Castellón se han venido implantando durante la última década y, especialmente, durante los últimos años.

Gráfico 21. Evolución del número de Televisiones Locales.



Aunque los datos de 2002 coinciden más o menos en señalar una cifra alrededor de las 20 televisiones operando en la actualidad, lo cierto es que las 21 que efectivamente emiten, aún existiendo en número similar a los ofrecidos por estos censos, son otras televisiones distintas a las que allí aparecen. En algunos casos se han transformado televisiones existentes en otras con nuevos propietarios que utilizan la misma frecuencia de emisión⁶⁹⁶, o simplemente se han creado algunas, como en Oropesa, mientras otras han desaparecido, como la televisión de Lucena del Cid.

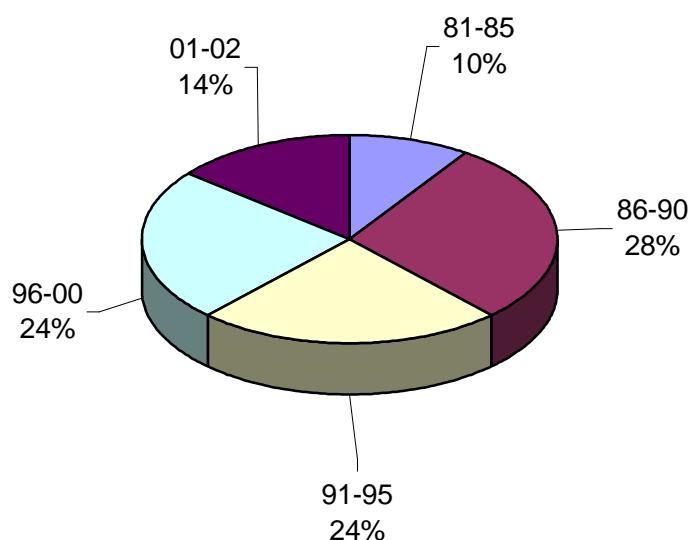
Especialmente significativa es la diferencia de las sociedades mercantiles que realmente existen respecto a las cifras que maneja la

⁶⁹⁶ Caso de la reconversión de TeleCarlón en CSNTV, en Benicarló, por ejemplo.

Cámara de Comercio de Castellón, debido a que la inscripción en los epígrafes correspondientes relativos a la actividad económica que ejercen muchas veces pueden no corresponder con la actividad real que llevan a cabo⁶⁹⁷.

Las televisiones existentes en la actualidad han sido creadas mayoritariamente durante la década de los noventa aunque todavía permanecen activas un 30% de las empresas que comenzaron a operar en la década anterior.

Gráfico 22. Período de creación de las TV existentes.



En general, son las televisiones más antiguas en el sector las que presentan una menor actividad productiva⁶⁹⁸, mientras que las creadas a partir de 1996 parten de proyectos con cierta solidez financiera y con capacidad para ejercer un importante papel en el sector a medio plazo,

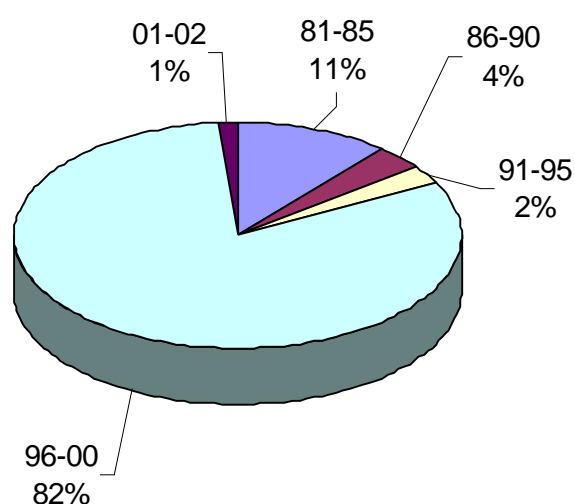
⁶⁹⁷ Es frecuente encontrar como Servicios de Transmisión y Enlace de Señal de TV (epígrafe 9643) lo que debería clasificarse como epígrafe 9642-Servicios de Televisión; o, en ocasiones, algunas emisoras de radio o productoras que mantienen una televisión no aparecen en este censo en el epígrafe adecuado, por no declarar completamente sus actividades a efectos fiscales.

⁶⁹⁸ Exceptuando TV Canal de Segorbe y Canal 56.

ocupando individualmente en su mayoría una importante cuota de mercado en el sector.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, el valor contable del conjunto de las empresas de televisión local creadas durante el último período de la década de los noventa supone más del 80% del total del sector.

Gráfico 23. Peso activos en sector sg. período creación⁶⁹⁹.

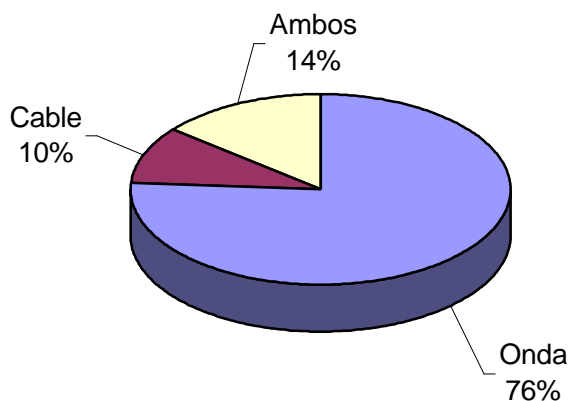


La mayoría de las televisiones existentes con peso en el sector emiten por ondas, mientras que las que lo hacen por cable son una minoría que operan en el interior de la provincia y están gestionadas por la misma empresa⁷⁰⁰.

⁶⁹⁹ Las televisiones creadas en 2002 (CSNT, TV Benicassim y Alba TV), al no disponer de un ejercicio contable depositado en el Registro Mercantil se han valorado en función del capital con el que se han constituido que, conjuntamente, está en torno a los 50.300€.

⁷⁰⁰ Concretamente Satelbex, que gestiona el cable de Jérica y Montán junto con algunas localidades de la provincia de Valencia que limitan con Castellón, manteniendo el centro de operaciones en Villar del Arzobispo.

Gráfico 24. Forma de emisión.



Se observa, no obstante, una progresiva inclusión de las televisiones locales en la oferta de cable⁷⁰¹, a través de ONO, adjudicataria de la demarcación territorial de Castellón.

De esta manera, algunas de ellas están llegando, teóricamente, a los abonados de toda la provincia, ampliando así su cobertura y audiencia potencial de manera significativa y más allá del ámbito estrictamente local.

⁷⁰¹ Posibilidad contemplada en la legislación y que obliga a los operadores a incluir esta oferta entre sus canales, aunque limitando esta cobertura al término municipal y sin obligación de difundir ni promocionar su programación. Estando, además, las televisiones locales actuales en condiciones legales dudosas, no parece estar claro si tal obligación se ha de cumplir, aunque normativamente quede reflejada de la siguiente manera en el Artículo 11.g) de la Ley 42/95 de Telecomunicaciones por cable, respecto a las obligaciones de los concesionarios: “Distribuir a todos los abonados de cada Municipio conectados a la red los servicios de difusión de televisión local correspondientes al mismo, si sus titulares lo solicitan. Este mandato no le supondrá al operador de cable la obligación de suministrar la programación de este servicio, si sus gestores lo solicitan”.

2. Cobertura.

Prácticamente todas las televisiones locales han incrementado la potencia inicial con que comenzaron a emitir su señal, cuando no han comenzado a hacerlo con emisores de amplio alcance.

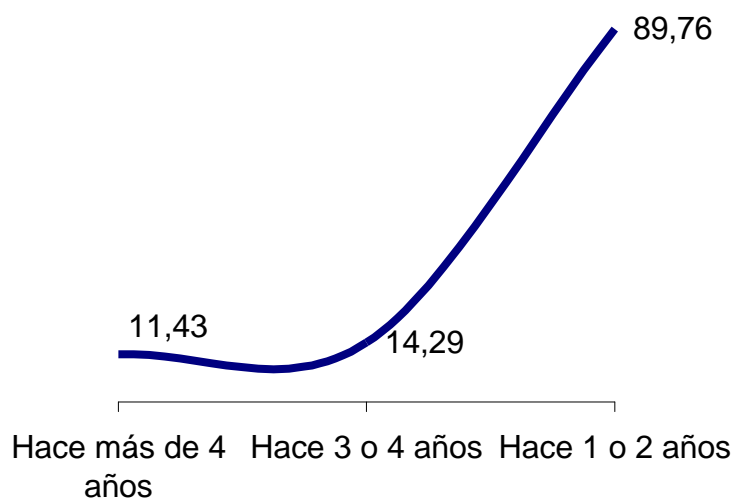
Gráfico 25. Incremento Potencia.



En este sentido, en el conjunto del sector se observa un progresivo incremento de la potencia de emisión llegando a alcanzar cifras que, en general, permiten un amplio radio de cobertura y, en este sentido, el estudio revela que la potencia media se ha aumentado de manera constante durante los últimos tiempos, y mayoritariamente en los dos últimos años.

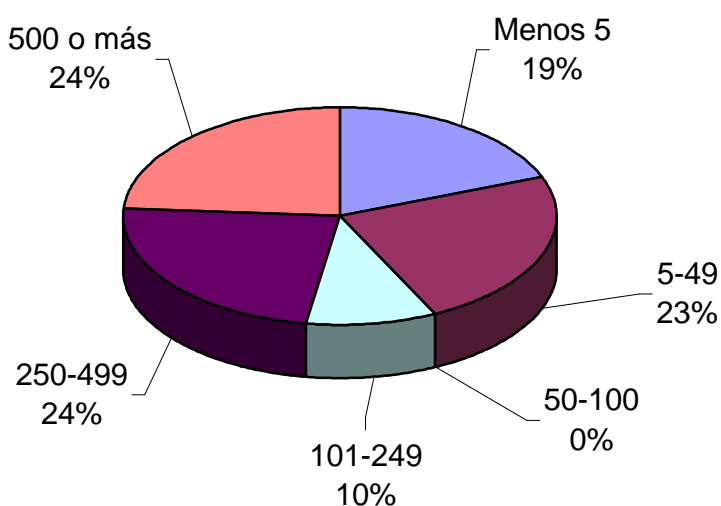
De esta manera, se ha pasado de los aproximadamente 12 vatios de media a los casi 90 y, en consecuencia, la televisión local tipo de la provincia supera con creces los requisitos técnicos para difundir su señal en el ámbito estrictamente local.

Gráfico 26. Potencia media (wattios).



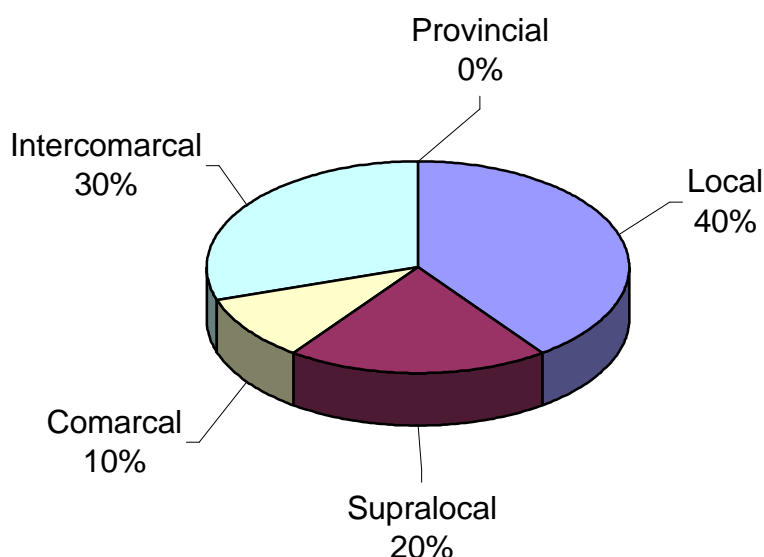
Cabe destacar que aquellas que comienzan su actividad durante el último período, instalan una potencia inicial que está por encima de los 100w, comunmente 500W, y aquellas que amplian la potencia de sus emisores suelen instalar, igualmente, 500w.

Gráfico 27. Potencia Actual de Emisión (wattios).



De este modo, son pocas las emisoras locales cuyo ámbito de cobertura se limita al término municipal, alcanzando núcleos de población que van mucho más allá de lo que sería justificable entender sólo a partir de considerar el rebosamiento hertziano inherente a este tipo de tecnología de transmisión. Es decir, la ampliación de la cobertura actual de las televisiones de la provincia hasta más allá del ámbito estrictamente local es una actitud bastante generalizada y, desde luego, consciente que practica el 60% de los operadores.

Gráfico 28. Ámbito de cobertura.

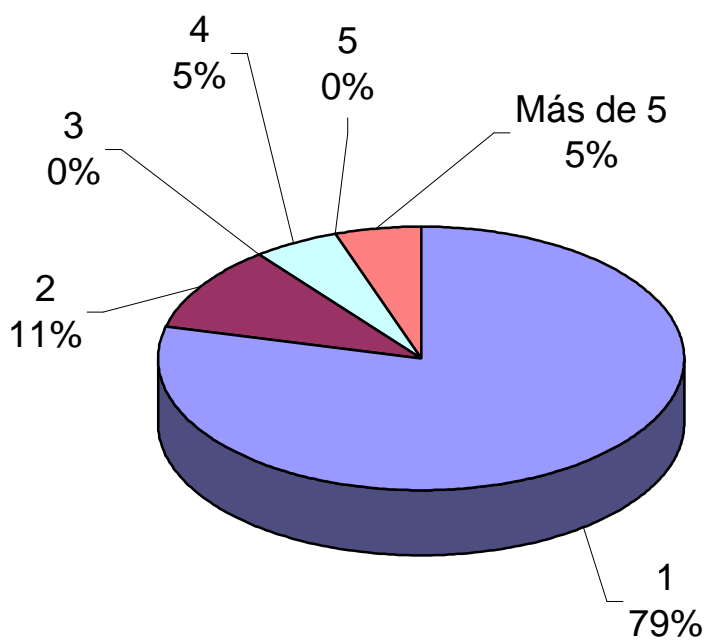


En este sentido, es común, excepto las emisoras locales del interior y las ubicadas en Vinaroz, que las televisiones locales instalen sus emisores en el Desierto de Las Palmas, más conocido como “El Bartolo”, lugar privilegiado en el que están los repetidores de todas las redes de transmisión de televisión. Emiten, en algunos casos, utilizando la infraestructura de Tradia o RTVV pero, mayoritariamente, los emisores están gestionados por un instalador privado de Castellón, Servitronic.

Es decir, las televisiones locales de Castellón y su comarca sitúan, generalmente, los repetidores en el Desierto de Las Palmas, en el conocido monte Bartolo⁷⁰²: independientemente de que la televisión sea de Castellón, Burriana, Vila-real o Vall d'Uxó, se enlaza con el Bartolo, y se coloca el emisor fuera del término municipal donde opera la televisión. Solo las televisiones que están más al norte de la provincia, como Canal 56 de Vinaróz, o más al interior, como TV Canal de Segorbe, lo hacen dentro del término municipal, de igual manera que las televisiones que quedan de ámbito estrictamente local.

Existen operadores que, además de los emisores principales tienen una infraestructura de repetidores de señal suficiente para llegar a buena parte de la provincia o, cuanto menos, disponen de una cobertura en municipios a los que sería difícil hacer llegar la señal sin desplegar una red de enlaces y reemisores adecuada.

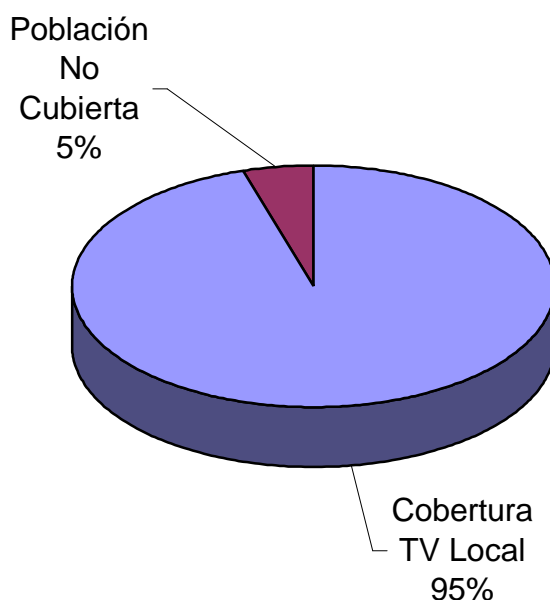
Gráfico 29. Número de emisores.



⁷⁰² El Bartolo tiene 729 metros de altitud sobre el nivel del mar y es un lugar privilegiado para emitir para gran parte del litoral y está situado en el término municipal de Benicassim.

Con todo ello, y dadas las características demográficas de la provincia, muy despoblada en el interior, la cobertura total del conjunto de las televisiones llega hasta el 95% de los habitantes.

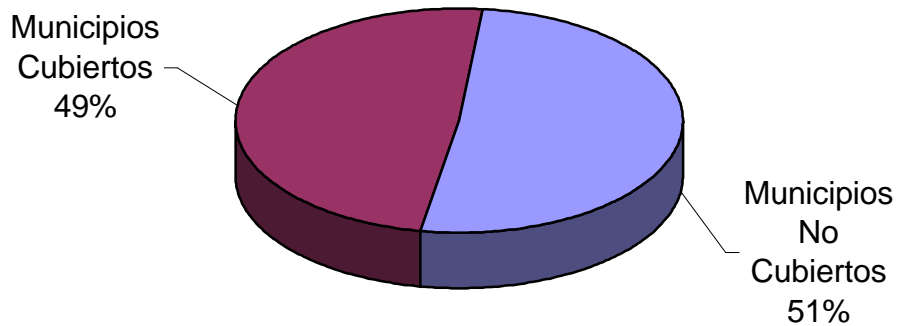
Gráfico 30. Cobertura provincial.



El 5% restante de la población, que se distribuye básicamente por las comarcas interiores en núcleos reducidos de algunas zonas del Alt Palancia y el Alt Maestrat y, sobre todo, en el Alcalaten y el Alt Millars, no puede sintonizar ninguna televisión local. En este sentido, es evidente la desatención del sector respecto a esos núcleos poblacionales de pequeñas dimensiones y una clara relación entre el número de habitantes del municipio y el interés de las empresas de televisión local por cubrir esa población.

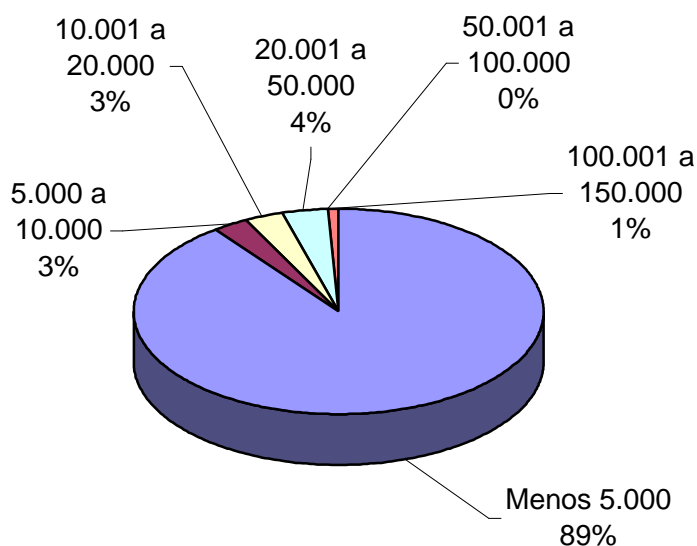
Consecuencia de todo ello, como se observa en el siguiente gráfico, existe la posibilidad de sintonizar alguna emisora de televisión local en menos de la mitad de las poblaciones de la provincia.

Gráfico 31. Municipios cubiertos.



Sin embargo, casi el 90% de los municipios de la provincia tienen poblaciones inferiores a los 5.000 habitantes, y hasta un total del 99% de los de municipios tienen censos inferiores a los 50.000 habitantes.

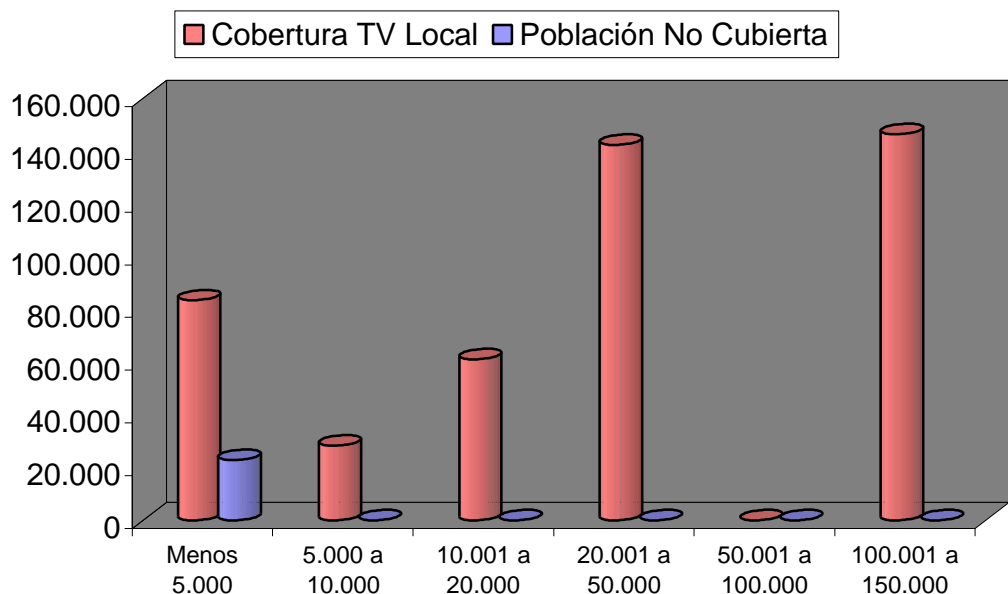
Gráfico 32. Nucleos poblacionales (habitantes)



Además de todo esto, aquellos pequeños municipios que reciben alguna emisión de televisión local están cubiertos por operadores ajenos y, en definitiva, los habitantes del interior de la provincia carecen de un espacio territorial muy poco desarrollado desde el punto de vista comunicativo, y dependiente de los operadores de televisión local ubicados del litoral.

Si revisamos cuál es el número de municipios en la provincia y la distribución de la población en los mismos, queda patente que la mayoría de los núcleos de población son inferiores a 5.000 habitantes, muy poco interesantes para las televisiones locales desde el punto de vista comercial aunque imprescindibles desde cualquier otro punto de vista, son jústamente estos pequeños núcleos poblacionales los que suman el 5% del total de habitantes de la provincia que no cubren las televisiones locales.

Gráfico 33. Población cubierta según número habitantes.



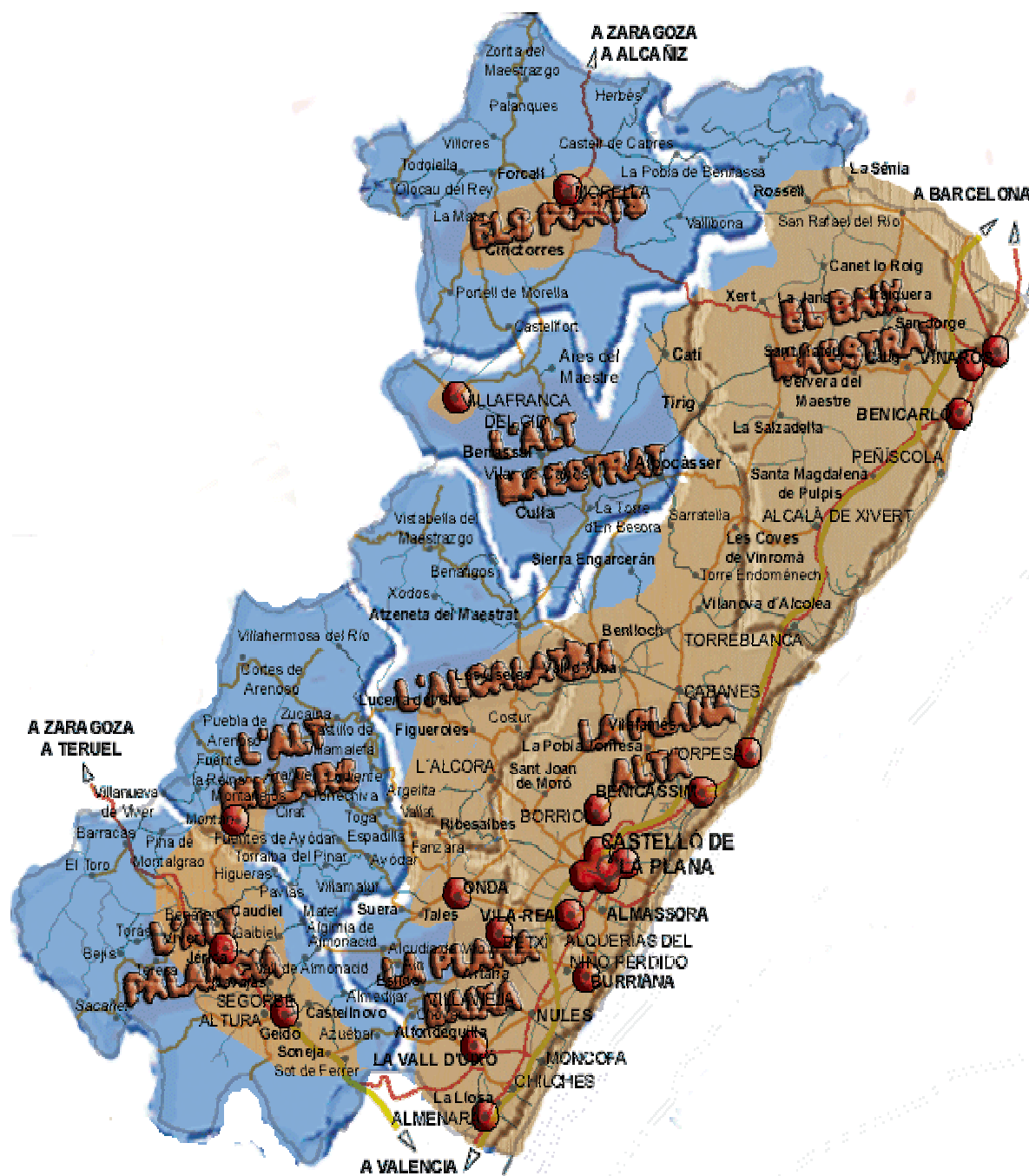
Es decir, aunque los núcleos menores de 5.000 habitantes representa el 90% del total de municipios de la provincia sólo el 33% de las televisiones que operan en la provincia está ubicada en un municipio de esas características. O, lo que es lo mismo, hay 7 municipios con menos de 5.000 habitantes con televisión propia de los 121 existentes, frente a un solo municipio con población superior a

100.000 habitantes, Castellón de la Plana, en el que existen 4 televisiones ubicadas en el propio núcleo urbano y que, además, recibe la señal de otras 4 televisiones de otras localidades.

Para concluir, podríamos definir la televisión tipo de la provincia de Castellón como aquella con cobertura comunmente superior a la local, que es vista en una media de entre 10 y 15 poblaciones y ha incrementando en aproximadamente un 425% el número de habitantes que potencialmente pueden sintonizarla respecto a la población del municipio donde está ubicada.

El mapa provincial de cobertura de la siguiente página permite observar la distribución, en rojo, de los operadores de televisión local y, en marrón, el total de territorio cubierto.

Gráfico 34. Mapa Provincial de Cobertura.



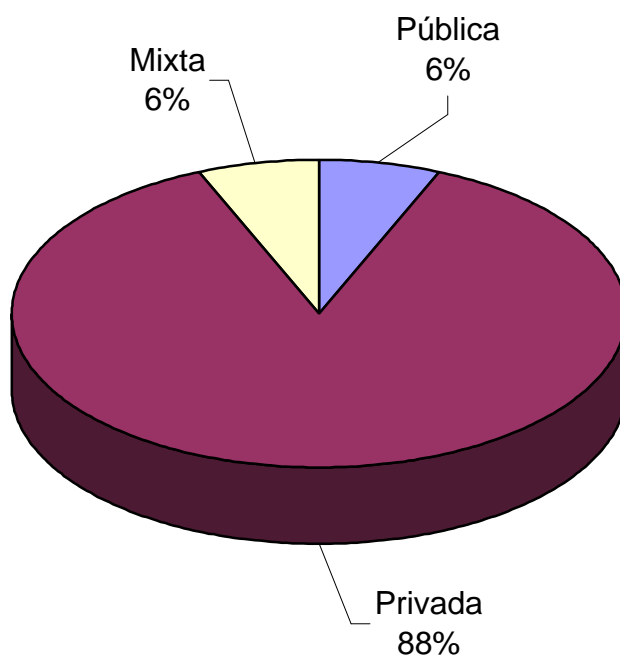
En definitiva, solo unas pocas televisiones locales, como veremos a continuación mayoritariamente privadas y comerciales, se ocupan de cubrir gran parte del territorio evidenciando la clara disfunción existente en la provincia en cuanto a desarrollo comunicativo se refiere.

3. Estructura empresarial y sistema de gestión.

La inmensa mayoría de las televisiones locales de la provincia son de titularidad privada, y aquellas promovidas por las entidades locales son sólo una pequeña parte de las existentes y poco significativas para el conjunto del sector.

En este sentido, el peso específico de las televisiones públicas en cuanto al número de operadores de estas características, y la infraestructura productivas con que cuentan permiten determinar que el sector de televisión local en la provincia está caracterizado por la presencia de la iniciativa privada comercial.

Gráfico 35. Gestión empresarial de las TV locales.



Las televisiones públicas existentes, no tienen mayor presencia que la de una programación mínima consistente en la inserción de texto con información municipal, en el caso de TV Almenara, o en la emisión puntual de programas realizados por una productora externa que tiene encomendada la gestión mediante un contrato anual para cubrir los períodos de fiestas y algún otro acto municipal puntual, caso de la televisión de Borriol.

Sin embargo, no existe ninguna relación directa entre esta particular supremacía del sector privado en la provincia de Castellón respecto al signo político de los ayuntamientos donde se ubican las televisiones locales (o donde no las hay) o, al menos, no se puede establecer ninguna valoración a priori al no existir estudios anteriores lo suficientemente amplios para determinar la intervención municipal en la creación de entidades de este tipo de emisoras de titularidad pública⁷⁰³.

Si parece, no obstante, que la iniciativa pública en general, en cualquiera de las formas de gestión posibles, no ha tenido a lo largo de los años interés por desarrollar el sector en los diferentes municipios, al contrario que ha ocurrido en otros muchos ámbitos territoriales vecinos⁷⁰⁴.

En todo caso, la programación de este tipo de emisoras públicas, como corresponde a su modo de gestión y titularidad, está determinada por el equipo o persona responsable institucionalmente de la misma en el Ayuntamiento y existe cierto grado de planificación del tipo de contenidos que se distribuirán, con una escasa o nula utilización de recursos publicitarios para su financiación.

Como ya hemos apuntado a lo largo del texto, no tendría que ser necesariamente así si existiese, como sería en nuestra opinión necesario, un consejo audiovisual local compuesto no necesariamente en función del grupo político mayoritario en el ayuntamiento, sino que reflejase las distintas sensibilidades ciudadanas presentes en el ámbito local.

Lo cierto, sin embargo, es que las televisiones locales públicas no son en ningún caso independientes de la opción política coyuntural mayoritaria en el gobierno municipal aunque, no obstante, el uso que

⁷⁰³ Tanto en ayuntamientos de un signo político u otro existen emisoras privadas aunque, cabe señalar, la única televisión pública con cierta actividad, ATV-Televisión de Almenara, es un proyecto inicial del Grupo Popular que ha sido retomado y relanzado en los últimos tiempos por el actual equipo de gobierno socialista.

⁷⁰⁴ Caso de Cataluña, donde el sector público tiene una implantación similar al privado, pero también en la provincia de Valencia existen televisiones públicas de gran peso en el sector, como Gandía TV, en este caso promovida por el equipo socialista municipal que gobierna en el ayuntamiento.

los poderes municipales hacen de las televisiones públicas que dependen de ellos no es, en el caso de la provincia de Castellón, especialmente digno de mención.

En el caso de ATV-Almenara Televisión, no se inserta publicidad comercial en ningún caso, aunque sí se distribuyen programas en diferido de entidades de interés público y social que operan tanto en el ámbito municipal como fuera del mismo, pero siempre que se trate de actividades sin ánimo de lucro y con un fuerte componente de compromiso con valores culturales y sociales. En cuanto a la televisión de Borriol, sus esporádicas emisiones suelen estar destinadas a cubrir actos populares puntuales y no se realiza un uso intensivo y regular de la televisión local en este sentido.

Se ha de tener en cuenta, no obstante, que los gobiernos municipales son absolutamente conscientes del uso que pueden hacer de la televisión pública a favor de sus intereses particulares, y este es el principal motivo, según las conversaciones mantenidas al respecto con los responsables de estas emisoras, por el que se impulsa este medio de comunicación de ámbito local y público⁷⁰⁵.

En cuanto al sistema de gestión y estructura empresarial de las emisoras privadas, existe cierta variabilidad en el grado de profesionalización de las mismas. En general, la asignación departamental de los recursos humanos suele ser bastante difusa, en tanto que en muchas ocasiones el personal que produce determinado programa realizar múltiples funciones técnicas y de toda índole e incluso, en algunos casos, los propios administradores y propietarios llevan adelante la televisión.

Sí existe cierta separación, en bastantes casos, entre las tareas de producción y la conducción de programas, siendo estas labores realizadas en muchas ocasiones por colaboradores que, remunerados o no, aunque en otros los propios colaboradores se responsabilizan de diseñar la estructura general del programa y su presentación.

⁷⁰⁵ Se ha de recordar que el estudio de campo se realizó durante los meses de Diciembre y Enero y en el momento de redactar este texto estamos ante unas inminentes elecciones municipales y autonómicas en la Comunidad Valenciana y, por tanto, estas aseveraciones respecto al tenue control de las televisiones públicas, y también de las privadas, por los respectivos gobiernos municipales puede no ser válidas. De hecho las conversaciones mantenidas con algunos operadores del sector indican todo lo contrario.

En este sentido, no se puede identificar, en general, una estructura en el sentido estricto del término. Es decir, no existe una clara organización de las labores propias de la mayoría de las emisoras en distintas unidades departamentales, ni siquiera a veces las tareas meramente administrativas están gestionadas por personal al efecto.

En todo caso, existe cierta variabilidad y asignación funcional en relación al tamaño de la emisora y, por ello, hemos establecido una distinción gradual en lo relativo a la organización estructural de las mismas que, a nivel sectorial, está representada en los siguientes gráficos, distinguiendo la específica organización funcional del estilo de gestión y dirección de la emisora.

3.1. Organización funcional.

En este sentido, se ha considerado que una emisora tiene una **estructura básica** cuando el nivel organizativo es mínimo, y están frecuentemente personalizadas múltiples funciones en su director-propietario, sin que el resto del personal tenga ninguna asignación específica de tareas.

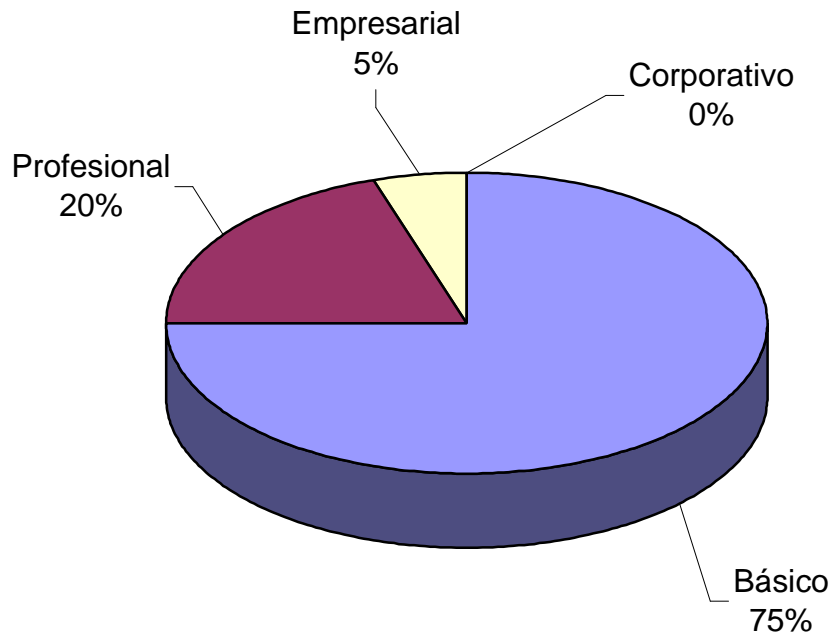
Se ha considerado que una emisora está organizada de manera **profesional**, en aquellos casos en que, sin existir una separación funcional más allá de las áreas de administración y, de manera difusa cierta distinción entre área técnica y de producción, sí existe cierta tendencia a la especialización.

En aquellos casos en que esta división funcional es clara y está definida con la oportuna asignación de personal que tiene, primordialmente, encomendadas determinadas tareas específicas, se ha considerado que responde a un modelo de gestión que hemos denominado **empresarial**.

El siguiente nivel organizativo, que hemos denominado **estructura corporativa**, no se ha encontrado en la provincia.

Es decir, no existe una sola emisora de las estudiadas en la que las funciones técnicas, de producción, de dirección editorial o de programas, de marketing, financieras, etc., están nítidamente separadas por áreas y tengan un responsable dedicado exclusivamente a ello, como podemos ver a continuación.

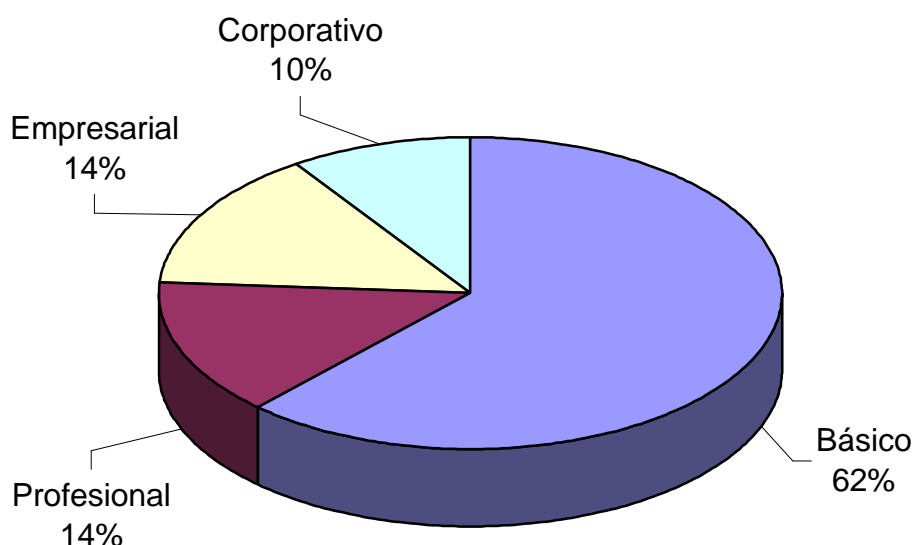
Gráfico 36. Estructura organizativa.



En todo caso, y con el fin de intentar clarificar en mayor medida las diferencias entre las formas de gestión de cada una de las emisoras, relacionada con la efectiva separación funcional pero no necesariamente coincidente con ella, se ha determinado también el estilo de gestión que los directores de las misma imprimen en su actividad diaria.

En ese sentido, se ha utilizado la misma tipología para caracterizar la tendencia que se podría derivar de la actitud de los promotores de estas emisoras de televisión local en el futuro inmediato. Se ha de tener en cuenta, que las televisiones locales suelen ser, en general y en la provincia de Castellón en particular, pequeñas o medianas empresas y, por tanto, con recursos financieros, técnicos y humanos limitados aunque, sin embargo, estas limitaciones no tienen por qué ser determinantes para gestionar eficientemente una empresa de televisión local.

Gráfico 37. Estilo de gestión



De esta manera, a pesar de que la organización funcional de las emisoras sea muy tenue en algunos casos, la tendencia y el estilo con que están gestionadas cada una de las emisoras de la provincia puede ser distinto.

Así, se pueden encontrar emisoras muy pequeñas en las que todo el mundo hace de todo pero con cierta planificación y con un talante profesional o empresarial y se pueden encontrar otras que, a pesar de no tener una organización estructuralmente definida, el sistema de toma de decisiones y gestión de la emisora está englobado en una estrategia de desarrollo propia de una televisión con características muy similares a una emisora de grandes dimensiones, aunque finalmente esta intención y estilo de gestión no se refleje claramente en la organización productiva de la misma.

Hay algún caso en que los socios-trabajadores imprimen un estilo de gestión muy profesionalizado o empresarial, sin siquiera personal a su cargo, como por ejemplo se da en Canal 56, o TV Canal en menor grado. Y hay casos que son todo lo contrario y, a pesar de haber mucho personal y poder implantarse cierta racionalidad en la gestión el estilo

de dirección es unipersonal y, digamos, totalmente centralizado en la figura del propietario o director, sin separación de funciones y sin posibilidad de asunción de responsabilidades por parte del personal laboral, caso de TV Castellón o, en menor medida CSNTV.

Igualmente, se da algún otro caso en que se pretende una gestión corporativa, o se depende de una corporación, pero tanto la capacidad productiva como la cantidad de recursos técnicos y humanos puestos a disposición de tal estrategia empresarial, no están ajustados a las expectativas depositadas en este tipo de emisoras, como puede ocurrir en Canal 38.

Cómo es de esperar, tanto la estructura organizativa de la empresa como el estilo de gestión están directamente relacionados con el peso específico que cada televisión local tiene en el sector.

En este sentido, igualmente, mayores inversiones iniciales y disposición de activos también se encuentran en estrecha relación con un mayor grado de organización funcional y un estilo de gestión que tiende a maximizar la productividad y profesionalidad de los recursos técnicos y humanos dotando a la emisora de solidez y coherencia.

Todo ello es, en principio, determinante en lo relativo a la calidad y al grado de confianza externa que este tipo de empresas pueden generar y, en definitiva, a su penetración y presencia social.

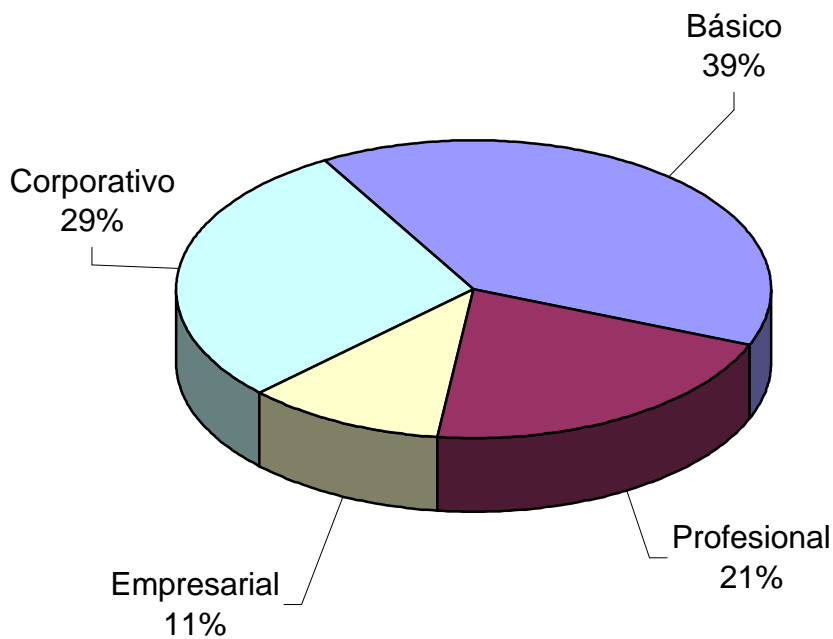
Sin embargo, las empresas con una gestión, digamos, poco estructurada y con un talante directivo poco acorde a lo que entenderíamos como una dirección profesionalizada o empresarial, mantienen una importante cuota de mercado, a pesar de no ajustarse a estos condicionantes teóricos.

No obstante, que empresas poco profesionalizadas o de dudosa eficacia empresarial adquieran mayor peso específico en el sector no debe extrañar. En el ámbito municipal, y en los medios de comunicación locales en general, es más importante el prestigio y la red de relaciones de sus promotores en el entorno institucional e industrial-comercial que la solvencia que este tipo de empresas muestren a primera vista, tanto en lo relativo a la calidad de sus emisiones como en cuanto a la profesionalidad de su gestión.

Bien al contrario de lo que se podría pensar, como podemos ver en el siguiente gráfico, la mayor cuota de mercado la obtienen el

conjunto de operadores de televisión cuya gestión y estilo de dirección está en las antípodas de lo que teóricamente podríamos considerar adecuado a una empresa de cualquier tipo.

Gráfico 38. Cuota mercado empresas según estilo gestión⁷⁰⁶.



Es decir, el grado de penetración en el mercado no parece tener, en el ámbito territorial de la provincia de Castellón, ninguna relación con la estructura empresarial y el estilo de gestión que se imprime a las televisiones locales y, al contrario de lo que podría suponerse, algunas de las emisoras gestionadas de manera poco profesional tienen un éxito muy importante en el mercado.

Sin embargo, estos datos globales no permiten deducir que un estilo de gestión, por sí mismo, sea absolutamente determinante para medir el éxito en el mercado. En la provincia de Castellón se produce lo que podría ser una típica progresión paretiana, en la que muy pocas empresas obtendrían una importante cuota de mercado, mientras que un gran número de empresas se repartirían el resto.

⁷⁰⁶ Sólo entidades mercantiles.

Así, en el 10% de las empresas, que gestionan el 29% del mercado, se observa una clara ventaja de la gestión corporativa, que copa el 21% del mercado, sobre la empresarial, implantada en el 15% de las televisiones locales pero que sólo obtiene conjuntamente el 21% del total mercado. Y el 60% de las empresas, con estructura funcional mínima mantienen una cuota conjunta de mercado de sólo el 39%, muy por debajo de la que correspondería.

En definitiva, si se puede establecer una relación directa entre el mayor éxito en el mercado que permiten sistemas y estilos de gestión profesionalizados, a pesar de que, en casos aislados, una estructura empresarial personalista y tenue pueda ofrecer buenos resultados, como en el caso de TV de Castellón, que tiene la mayor cuota de mercado del sector, en torno al 36%, frente al 22% de una televisión como Canal 38, o al 15% de Planavisión⁷⁰⁷.

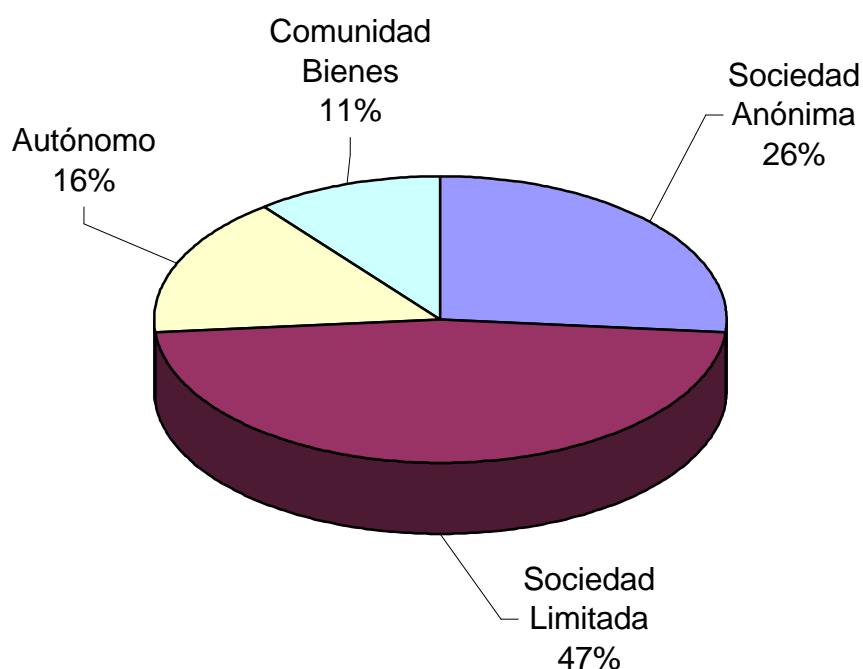
Igualmente, la conformación inicial de la personalidad jurídica de la propia emisora evidencia también con claridad la estrecha relación y diferencia que existe entre aquellas televisiones locales que nacen como proyectos netamente empresariales, y aquellas otras que parten de iniciativas individuales o colectivas sin adoptar formalmente una gestión mercantil.

Como podemos ver a continuación, La Sociedad de Responsabilidad Limitada (SL), es la preferida mayoritariamente para la implantación empresarial de proyectos de televisión local en la provincia, tal como sería de esperar por las características propias y el tamaño de este tipo de empresas de ámbito local.

En el caso de las Sociedades Anónimas se ha incluido igualmente Localia Nord, lo que puede distorsionar en cierta medida los datos, ya que la televisión que gestiona se hace en el seno de una sociedad mercantil que también gestión una radio (Cadena Ser), y la comercialización de algún producto de prensa de reciente lanzamiento.

⁷⁰⁷ Se ha de señalar que estos datos son el resultado del análisis de las Cuentas Anuales depositadas en en el Registro Mercantil y, por tanto, desconocemos la relación que existe entre la facturación real de estas emisoras y su reflejo contable aunque, como no puede ser de otra forma, estos datos oficiales deben darse por buenos.

Gráfico 39. Forma jurídica de constitución.



También se han incluido igualmente las televisiones de Jérica y Montán, televisiones por cable gestionadas por la misma sociedad anónima que computan como dos sociedades más.

No obstante, aún no siendo significativa en términos de mercado para el sector ninguna de ellas, podría pensarse que hay un gran número de sociedades anónimas lo cual podría significar que existe tal número de empresas de televisión potencialmente significativas en relación a su inicial decisión de adscripción mercantil, cuando no es así. Sólo el 13% de las sociedades que efectivamente operan con regularidad y capacidad de producción propia son Sociedades Anónimas, frente a un 55% que representarían aquellas que jurídicamente se han constituido como Sociedades Limitadas, y un 13% y 19%, que supondrían las Comunidades de Bienes y los empresarios individuales, respectivamente.

Sin embargo, a pesar de estos matices, cada vez se observa una mayor tendencia a que estas empresas adopten la forma de sociedades, tal es el caso de Canal 56 de Castellón que recientemente se ha constituido en SL.

En la forma jurídica de constitución, también influye en gran medida la procedencia de los socios y promotores de las empresas de televisión local.

Las televisiones de la provincia han sido mayoritariamente impulsadas por empresarios o profesionales relacionados con los medios de comunicación en general, aunque con objetivos y expectativas diferentes a la hora de abordar la televisión local.

En el caso de los empresarios del sector que ponen en marcha nuevas áreas de negocio, se suele partir de empresas de radios ya existentes o impulsar proyectos nuevos después de agotar otros proyectos de televisión local anteriores en que participaban como copropietarios. En el resto de iniciativas que se llevan a cabo con experiencia previa en el medio audiovisual, el 50% de los profesionales proviene de otros medios de comunicación específicamente televisivos, sean estos locales o de otro ámbito; y, el 50% restante, implanta una televisión a partir de productoras locales o otros negocios conexos como la fotografía.

En este sentido, de un lado se buscan nuevas áreas de negocio o relanzar proyectos agotados y, de otro, se entiende la televisión local como una salida profesional que, en todo caso, permite cierto aprovechamiento de espacios y equipos audiovisuales ya existentes.

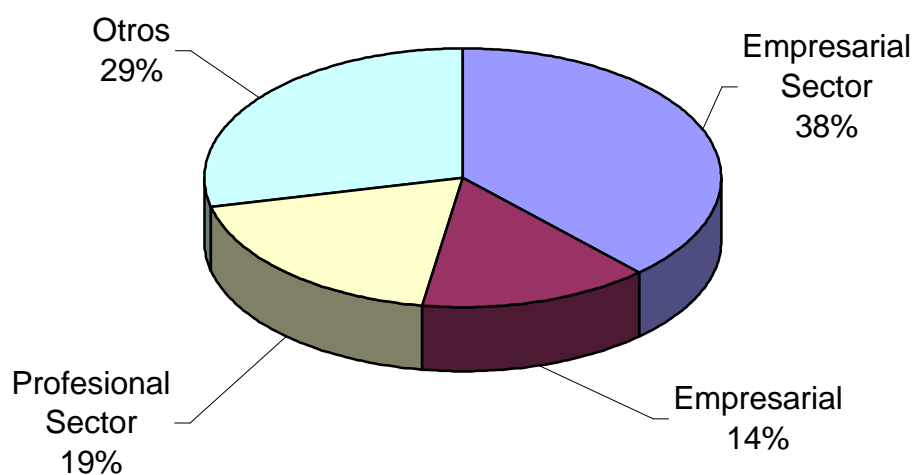
Hay un grupo importante de televisiones que están promovidas por empresarios no procedentes del sector o cuya relación con el mismo era en sus orígenes a nivel de aficionado, sin formación ni experiencia práctica alguna aunque, en este grupo se encuentran algunas de las empresas con mayor antigüedad en el sector y que han conseguido una sólida implantación en su área de influencia, como Canal TV o Canal 56.

Sin embargo, estas dos televisiones son la excepción pues son muchos los proyectos que han quedado paralizados y sin capacidad de crecimiento o en vías de desaparición. No sólo debido a que los promotores fuesen ajenos al sector, sino a una combinación de una estrategia empresarial de desarrollo y a las propias características del área donde se ubican que dificulta un crecimiento sostenido, como podrían ser los casos de la televisión de Betxí o de Vilafranca.

Algunos de los empresarios que operan actualmente en el sector local promueven este tipo de medios para, sobre todo, crear una

ventana de promoción de otros negocios diversos y facilitar las sinergias necesarias a nivel de publicidad y relaciones públicas a través del nuevo medio como estrategia de expansión integral del grupo de empresas que gestionan. Tal es el caso, en parte, de Alba TV o, más claramente, el caso de CSNTV, que se implanta como un proyecto de expansión mediática que parte de un portal de información en internet ya existente y un conglomerado empresarial amplio.

Gráfico 40. Procedencia promotores.



En definitiva, el sector de televisión local de la provincia de Castellón está compuesto por emisoras de gestión privada en su mayoría que se han implantado en función de intereses comerciales y con estructuras empresariales propias de pequeñas y medianas empresas y modelos y estilos de gestión heterogéneos que, sin duda, deberán mejorar de manera simultánea al resto de parámetros que permiten avanzar hacia una mayor eficacia industrial.

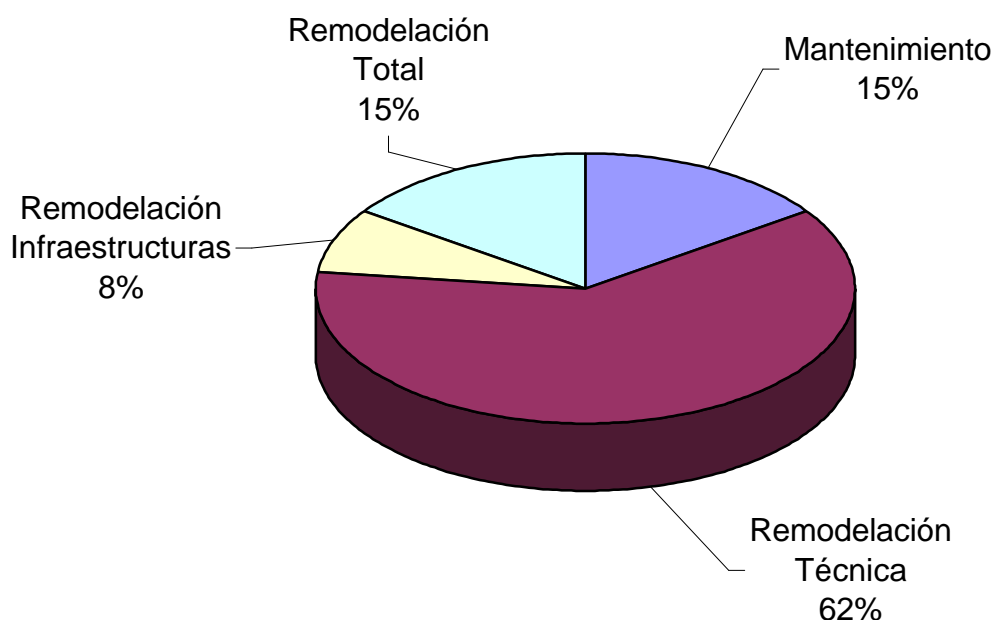
3.2. Recursos Técnicos.

La mayor parte de las televisiones locales existentes han renovado sus infraestructuras o equipamientos durante los dos últimos años y, excepto casos muy concretos que disponen de muy poca

capacidad financiera para siquiera mantener las instalaciones existentes, la mayoría de las emisoras mantienen sus espacios y recursos técnicos en buen estado.

Hay algún caso en que la emisora se ha renovado completamente coincidiendo con la entrada al proyecto de nuevos inversores, y otros en que los propios socios han emprendido importantes reformas estructurales y técnicas y, el conjunto del sector muestra una tendencia generalizada hacia la digitalización de los equipamientos y racionalización de los espacios productivos.

Gráfico 41. Últimas inversiones recursos técnicos (2001-2002).



Sin embargo, la relación de los espacios con las necesidades productivas propias de cada emisora y, sobre todo, la adecuación funcional de los mismos varía mucho de una televisión a otra.

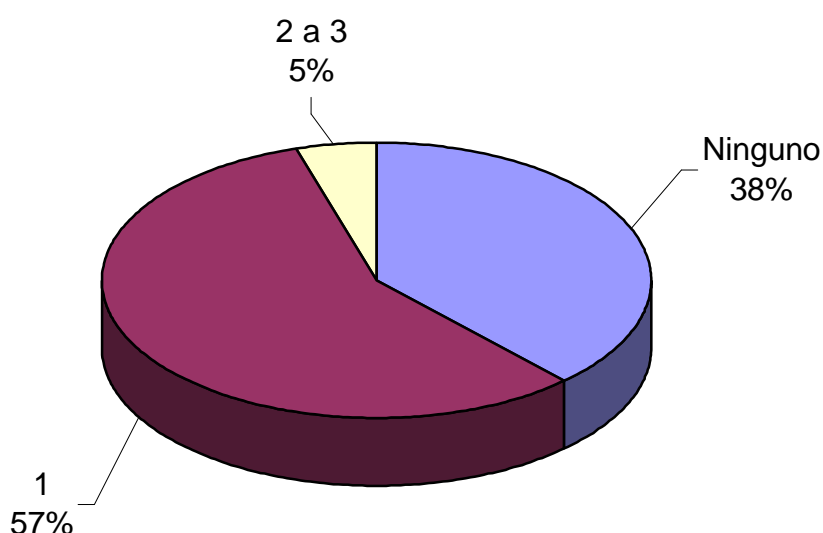
3.2.1. Espacios.

Las empresas jóvenes que comenzaban con una importante inversión inicial han diseñado desde el principio los espacios y equipamientos con criterios productivos y utilizando tecnología digital.

Existen, sin embargo, empresas igualmente jóvenes que, bien por no disponer de financiación inicial suficiente, bien por un empleo de los recursos de efectividad discutible⁷⁰⁸, o bien por utilizar recursos existentes en otros proyectos anteriores⁷⁰⁹, mantienen, a pesar de haber sido creados al efecto, espacios y equipamientos insuficientes o poco adecuados en lo relativo a integración del flujo de trabajo y capacidad productiva de los mismos.

Sólo en una de las televisiones de la provincia, Localia Castellón, se ha instalado un sistema de realización automatizado basado en tecnología de síntesis 3D. La mayor parte de las televisiones disponen de un espacio dedicado a la realización multicámara, en muchos casos con posibilidad de dividirse en varios sets dedicados a la realización de programas específicos, aunque existen muchas emisoras que carecen de plató.

Gráfico 42. Número de plató.



⁷⁰⁸ Especialmente significativo es el caso de Alba TV, televisión en la que a pesar de haber realizado una importante inversión en equipos su integración y adecuación es bastante deficiente en relación a la recursos empleados para ello.

⁷⁰⁹ Caso de TV Benicassim, que partía de un proyecto anterior, Radiotelevisión Benicassim que, aunque relanzado, mantiene la misma infraestructura técnica.

El tamaño de los platós es muy variable, y sólo en dos casos sus dimensiones y estructura permitirían hablar de platós propiamente dichos.

Sólo en el caso de Canal 38 y Canal 56 los platós tienen la altura recomendada y disponen de espacio adecuado para el despliegue de cámaras y escenografías de cierta complejidad⁷¹⁰. También en el caso de Localia Castellón se podrían construir escenarios similares pero gracias a la versatilidad que proporciona la automatización y escenografía virtual, aunque sus dimensiones son muy reducidas y limitan mucho la producción de determinados programas multicámara y sólo son válidos para géneros informativos o de debate sin público⁷¹¹.

Por lo demás, en ningún caso se han tenido en cuenta factores acústicos en el diseño⁷¹² y los espacios útiles para los equipos de captación y de iluminación son, en cuanto a los primeros, generalmente muy reducidos y, en cuanto a los segundos, en muchos casos inadecuados, tanto por la propia disposición de las luminarias como en lo relativo a la calidad de las mismas⁷¹³.

La asignación de espacios dentro de cada plató suele ser fija para cada programa y, en general, los platós se dividen en más de un set, de dimensiones variables pero, en todo caso, ajustadas a la tipología de la programación de cada emisora que, en general, está basada en el género informativo que necesita poco espacio para su realización,

⁷¹⁰ CSNTV, Planavisíó, Castelló TV, Localia Vila-Real o TV Canal también tienen espacios que se podrían denominar platós, aunque en ningún caso su estructura corresponde a una configuración productiva adecuada al concepto.

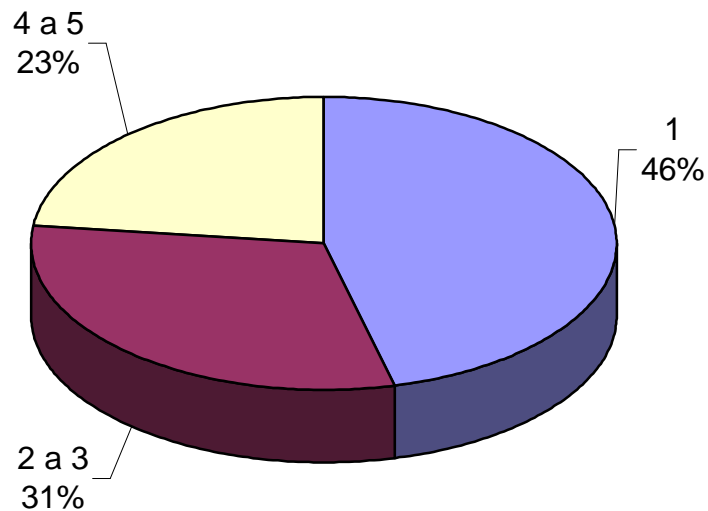
⁷¹¹ Este es el género que, según la estrategia de implantación de Localia en todo el territorio nacional, permite legitimar a cada una de las televisiones integrantes de la red en su específico entorno local mercantilizando, de esta manera, el concepto de proximidad. Las limitadas ventanas, como veremos más adelante, que esta cadena nacional reserva a los integrantes de la red están basadas, sobre todo, en el género informativo como complemento a la información nacional.

⁷¹² La adecuación acústica de los platos es muy deficiente en todas las instalaciones y es un aspecto que, incluso las realizadas al efecto como platós, no se ha tenido en cuenta en ninguna televisión de la provincia.

⁷¹³ En algunos casos se utilizan emparrillados para sostener los focos, aunque en otros muchos se instalan apliques en las paredes o se disponen sobre trípodes, utilizando fuentes de luz inestable (más propia de jardines y parques públicos) en lugar de la luz fría o los proyectores complementarios de lámpara incandescente comunes en el ámbito profesional.

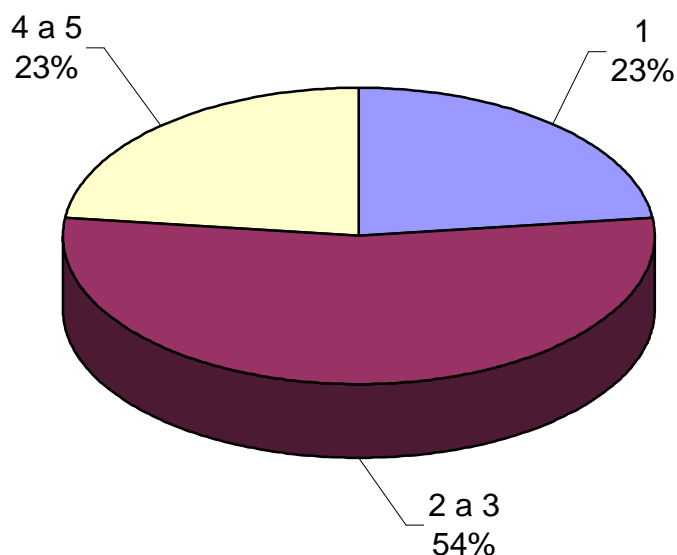
complementado con otros géneros que también adaptan la estructura del programa a los reducidos espacios disponibles.

Gráfico 43. Número de sets por emisora.



En cuanto a la distribución del resto de los espacios disponibles, se observa una importante acumulación de funciones en espacios polivalentes como, por otro lado, corresponde con las dimensiones de la mayoría de las televisiones locales de la provincia.

Gráfico 44. Espacios polivalentes.

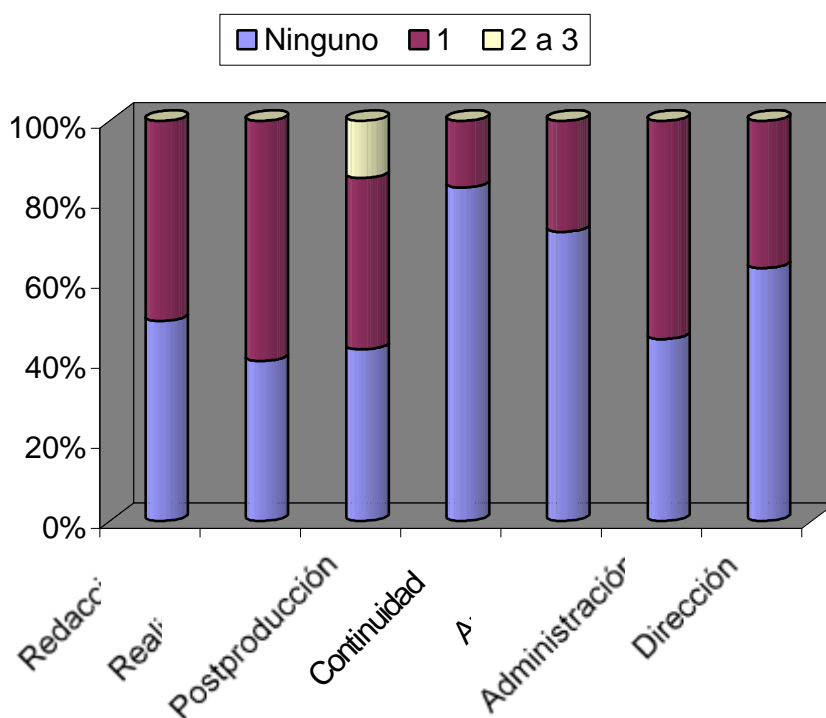


Aunque sin embargo, tampoco se puede decir, en muchos casos, que exista una división básica de las unidades departamentales

mínimas que permita la producción de programas en función de los requerimientos espaciales de cada área de trabajo.

Generalmente, suelen compartir espacio las áreas de administración y dirección y en pocos casos se dispone de un lugar específico para gestionar la continuidad de la emisora, comunmente instalado, junto a la postproducción, en el mismo lugar desde donde se realiza la realización de los programas.

Gráfico 45. Distribución de espacios.



Destaca, igualmente, la poca separación de los archivos de los espacios productivos⁷¹⁴, y la ausencia generalizada de una gestión documental del mismo que permita el acceso rápido y directo a los fondos, aunque entre un 10% y un 15% de las emisoras han realizado algún intento de catalogación o tienen alguna base de datos que permite tal gestión.

⁷¹⁴ En ningún caso, igualmente, se observa ninguna norma básica para su conservación en lo relativo a estabilidad ambiental y revisión periódica del estado del archivo.

Aunque todos los emisores mantienen alguna forma de acumulación de material, cabe insistir en que el archivo es uno de los espacios que se presenta como más necesario y, sin embargo, es el área más desatendida de la emisora en muchas televisiones de la provincia.

En general, el etiquetado de las copias de emisión que, generalmente todo el mundo guarda por imperativo legal, y la conservación e identificación exterior del resto de programas que pasan a formar parte del archivo, suele ser la forma de localización común de imágenes del fondo propio de cada emisora. No existe un nivel de análisis mayor y, por tanto, muchas veces se depende de la buena memoria del propio personal para encontrar aquello que se busca que, en el caso de algunas emisoras históricas, pero también de las más recientes, es sin duda parte del patrimonio local.

Si no se presta la suficiente atención a este aspecto y se considera la necesidad de aplicar el espacio y la tecnología adecuada, de igual manera que se hace en otras áreas consideradas netamente televisivas como veremos enseguida, difícilmente pueden conservarse documentos únicos con garantías que deben formar parte del acervo cultural de la comunidad local.

Sin embargo, se ha de tener en cuenta que los costes del propio soporte de archivo, la cinta de grabación, pueden suponer en muchos casos un gasto demasiado elevado para algunos emisores y, en consecuencia, las cintas se reutilizan y se borran unos documentos, sin duda, históricos. No obstante, se observa en algunas televisiones la progresiva implantación de bibliotecas digitales en formato DVD⁷¹⁵ debido al abaratamiento y mayor capacidad de almacenamiento de estos soportes, aunque sin que la gestión documental del archivo sea más efectiva que en otros casos.

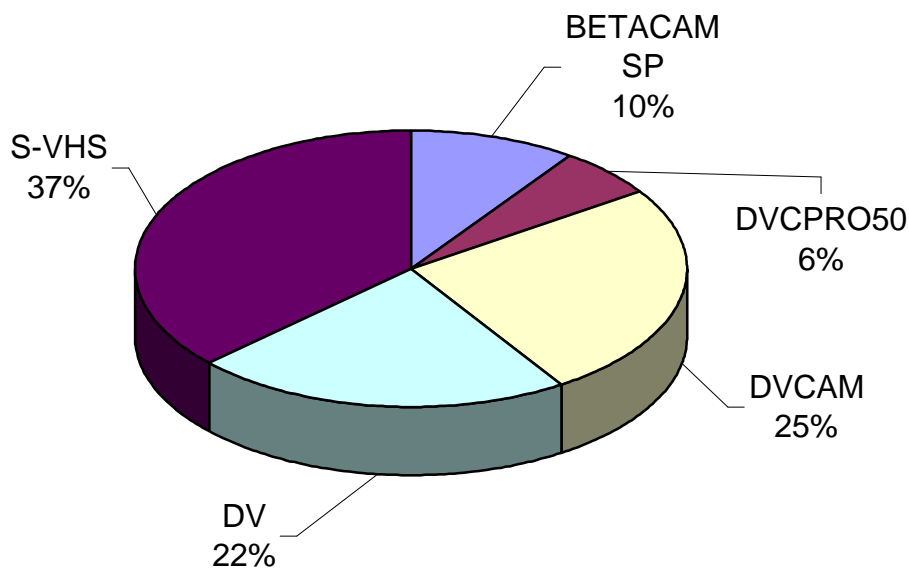
3.2.2. Equipos.

En lo relativo a los formatos de producción utilizados, un número importante de emisores dispone de algún equipo que utiliza tecnología digital de grabación, aunque aún se mantienen equipos

⁷¹⁵ Digital Versatile Videodisc, que permite almacenar varias horas de grabación en función de la compresión utilizada y la capacidad de los discos, los más comunes de 4,7Gb.

analógicos semiprofesionales que, progresivamente, van siendo relegados en muchos casos o se utilizan sólo puntualmente. Igualmente algunos emisores disponen de tecnología de mayor nivel, en formato analógico o digital⁷¹⁶.

Gráfico 46. Formatos



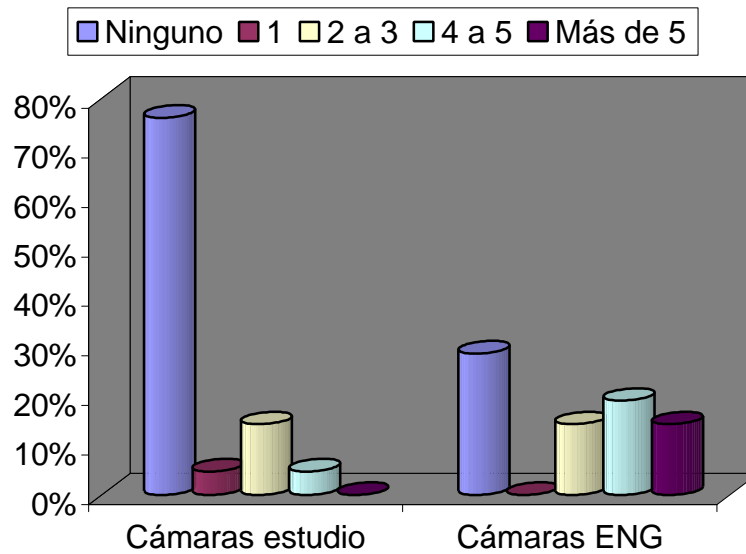
En general prima la utilización de cámascopios tanto para la captación de imágenes en el exterior como para la propia realización de programas, en muchos casos sin que existan equipos fijos de realización, siendo desmontables para trabajos fuera del estudio.

Existen, no obstante, algunas emisoras que sí tienen cámaras dedicadas en el plató y automatizadas, como en las televisiones del grupo Localia de Castellón y Villareal, aunque en esta última ese tipo de cámaras son más similares a las utilizadas para videovigilancia que las propias de un estudio de televisión⁷¹⁷.

⁷¹⁶ En algunos casos la inversión en equipos Betacam SP se ha realizado para poder servir de corresponsalía de imágenes a la televisión autonómica o a otras televisiones nacionales, como TVE, Canal 9.

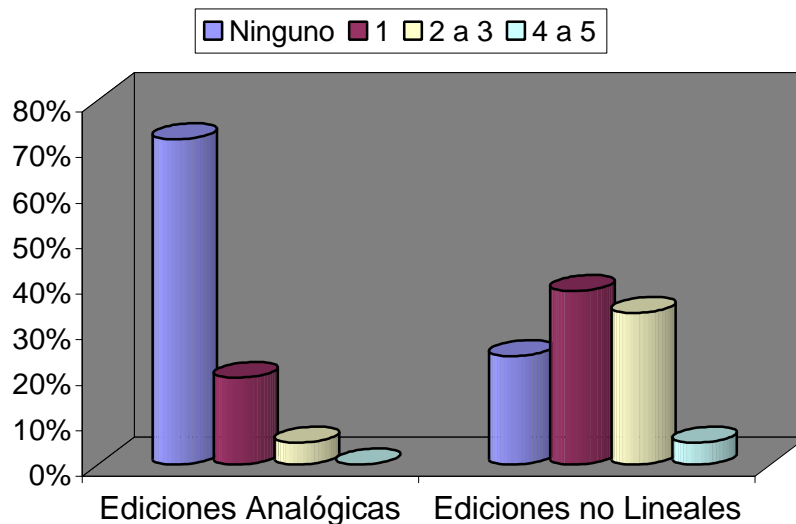
⁷¹⁷ También existe alguna otra televisión que utiliza cámaras antiguas en un emplazamiento fijo como apoyo a la realización, siendo el resto de equipos de ellas camascopios.

Gráfico 47. Captación de imágenes (%emisores).



En cuanto a las labores de postproducción, se suelen realizar en general en equipos informáticos no dedicados⁷¹⁸ y, aunque todavía existe un significativo número de emisores que realizan gran parte del trabajo con ediciones analógicas, la tendencia general es sustituirlas por ediciones no lineales.

Gráfico 48. Tratamiento de imagen.



⁷¹⁸ Es decir, sobre una plataforma PC.

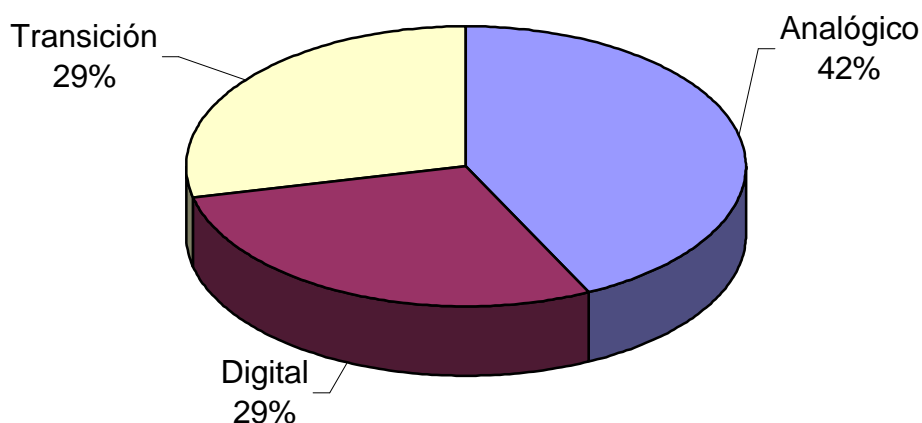
Al margen de que la mayoría de las emisoras cuente con ediciones no lineales, en una valoración global del conjunto de los equipos de producción disponibles podemos establecer que la mayoría de las emisoras trabajan fundamentalmente en formatos digitales.

Lo más común es tener una capacidad de postproducción técnica que oscila entre las prestaciones ofrecidas por las plataformas básicas, desde las Pinnacle DC-10 o DC-30 o DV domésticas instaladas en algunos emisores pequeños, a las ya semiprofesionales Matrox RT-2000 o RT-2500, en otros casos.

También se observa una significativa implantación de sistemas de edición más solventes, como las Matrox Digisuite en sus distintas configuraciones, y en algunos casos en las versiones que permiten trabajar en formatos DVD, de gran versatilidad para almacenamiento y archivo, como comentábamos. En todo caso, están implantando progresivamente estas tecnologías aunque, todavía, no son utilizadas mayoritariamente para labores de producción.

Para determinar el grado de digitalización global del sistema de producción de que disponen las emisoras de televisión de la provincia, se ha considerado que cuando los equipos digitales superan en el doble a los analógicos la emisora está digitalizada, mientras que cuando no es así, pero dispone de equipos digitales, se encuentra en período de transición.

Gráfico 49. Sistema de producción.

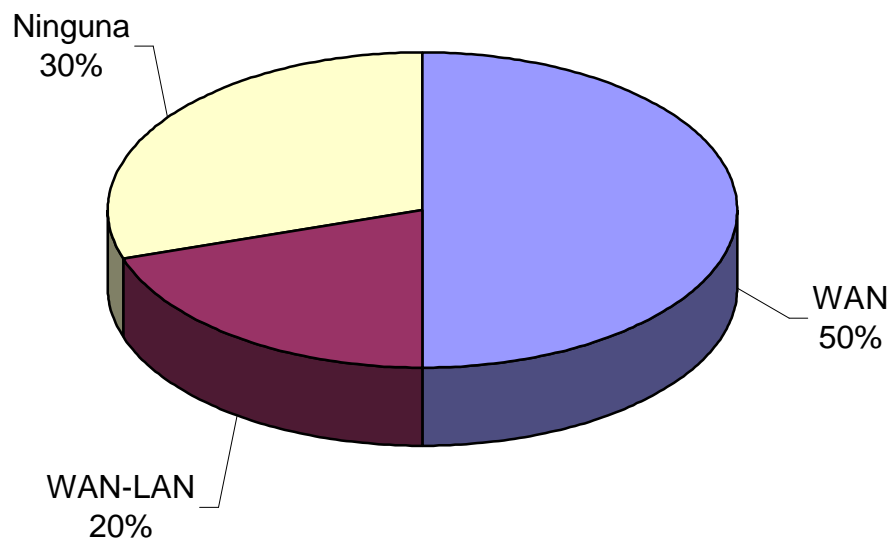


En este sentido, tal como muestra el gráfico, se observa que las televisiones de la provincia están incorporando paulatinamente sistemas de producción digitales a las labores productivas en general, aunque todavía un grupo importante de emisores, casi el 50%, realiza la mayor parte de su trabajo con equipos analógicos.

Las televisiones con un nivel de producción estable que disponen de varias unidades de captación y mantienen distintos formatos de grabación, implantan internamente un sistema de enrutamiento de señal analógica para interconectar las distintas áreas de realización y producción. En el caso específico de Localia Castellón y Localia Vila-real, pertenecientes al mismo empresario, ambas están interconectadas por un enlace de microondas que permite el intercambio y, en su caso, realización conjunta de programas.

En cuanto a la conectividad general de todos los equipos, en algunas emisoras se establecen redes de área local, y la mayoría de ellas disponen de conexión a Internet basada con tecnología ADSL⁷¹⁹, o a través de los operadores de cable, como Planavisión.

Gráfico 50. Conexión Internet e Intranet⁷²⁰.

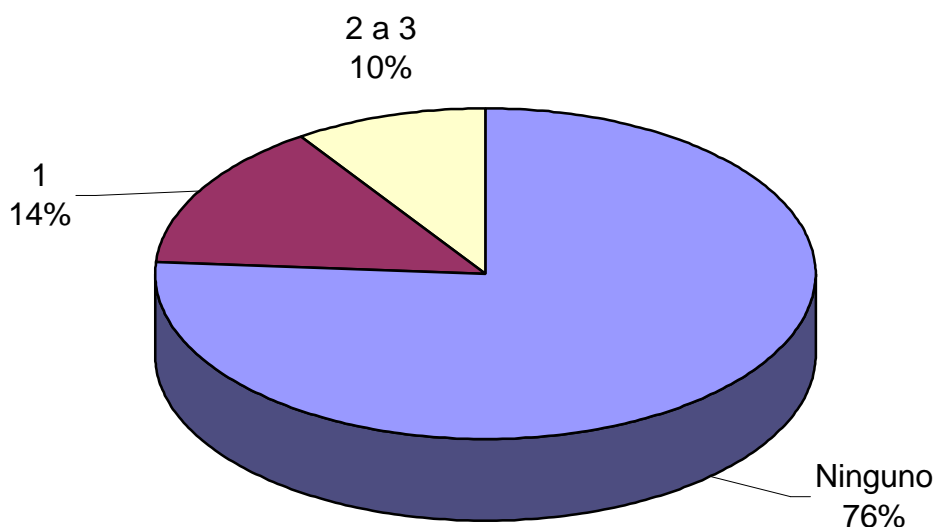


⁷¹⁹ Asymmetric Digital Subscriber Line, permite unos flujos de intercambio de datos vía TCP/IP, es decir Internet, que oscilan entre los 256Kb y los 4Mb en la actualidad aunque, sin embargo, insuficientes para distribuir video de calidad razonable.

⁷²⁰ WAN, World Area Network; LAN, Local Area Network.

Como apoyo a la producción y a la gestión comercial, algunas de las emisoras disponen de vehículos que, bien pueden utilizarse simplemente para tareas cotidianas de transporte de equipos y personal para captación de imágenes ENG o para uso comercial o, en algunos casos, servir ocasionalmente para transportar equipos de producción más complejos para realizar transmisiones desde el exterior.

Gráfico 51. Vehículos.



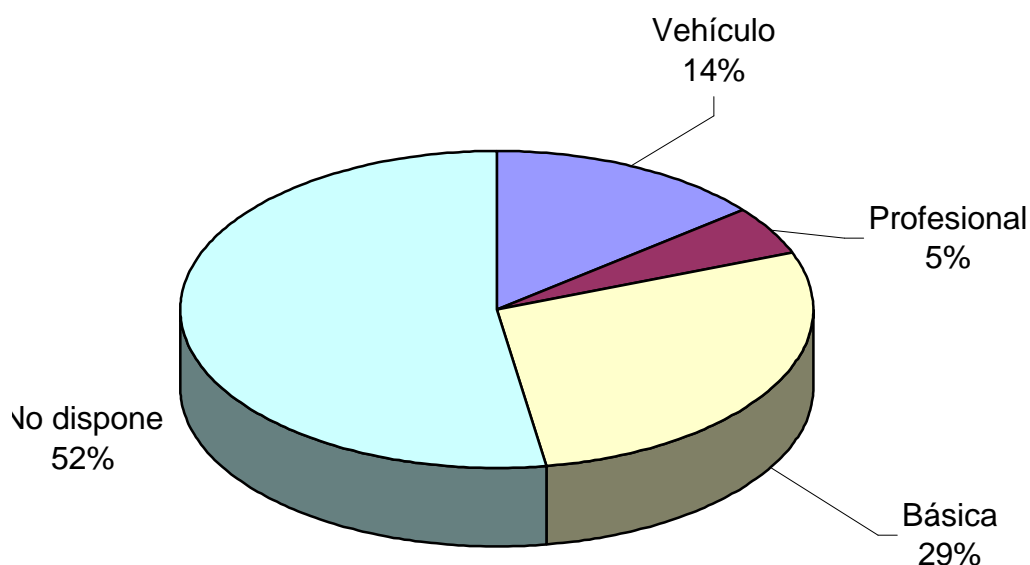
De todos aquellos que disponen de capacidad para realizar enlaces con unidad móvil, sólo una pequeña parte dispone de un vehículo equipado al efecto, TV Castellón por ejemplo, y, en la mayor parte de los casos, esta programación fuera de las instalaciones del centro de producción se realiza transportando los equipos existentes y configurándolos para poder realizar ese tipo de retransmisiones en directo.

Cuando se cuenta con equipos dedicados, tecnología adecuada para garantizar la buena transmisión de la señal, o más de un enlace, se ha considerado que se trata de unidades móviles con cierto grado de profesionalización y, en todo caso, con equipos que permiten mayor versatilidad y efectividad para realizar directos en exteriores.

En este sentido se ha distinguido entre aquellas otras *unidades móviles* que se han de conformar desmontando los equipos habituales de producción, a las que se ha denominado **básicas**, en contraposición a aquellas que tienen equipos dedicados, **profesionales**, y

distinguiendo ambas de las unidades móviles propiamente dichas, con un **vehículo** dedicado al efecto y completamente equipado⁷²¹.

Gráfico 52. Unidad móvil.



En definitiva, las televisiones locales de la provincia están realizando importantes esfuerzos por renovar y actualizar sus equipos en un constante proceso de digitalización de las emisiones, y mantienen un nivel de infraestructuras suficiente, en la mayor parte de los casos, para cumplir sus fines y utilizan tecnologías, acordes a las características propias de televisiones pequeñas y medianas y sus recursos financieros, que permiten observar un incremento sostenido de la eficacia productiva y de la calidad en general de estas emisiones.

No obstante, hay una parte importante del sector que mantiene niveles de equipamientos muy bajos y que difícilmente puede competir en condiciones óptimas y, en consecuencia, sin un vigoroso impulso de adaptación al nuevo contexto su viabilidad futura está en una situación crítica.

⁷²¹ En el caso específico de Localia Nord, se ha considerado como una unidad móvil básica por la particularidad de utilizar el cableado existente en la localidad para realizar este tipo de eventos, que no permite retransmisiones de mayor alcance y móviles en toda la amplitud del término.

De igual manera, como veremos a continuación, una gestión eficiente y cualificación de los recursos humanos con que cuentan estas emisoras es fundamental para desarrollar estructuras productivas que optimicen los procesos propios de la emisora y faciliten la viabilidad y consolidación del conjunto del sector en la provincia.

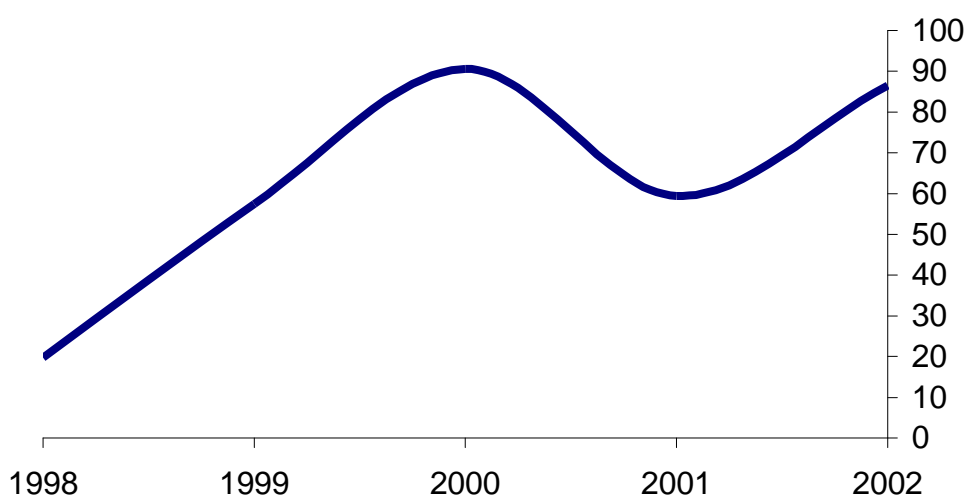
3.3. Recursos Humanos.

Tal como decimos, el área de recursos humanos es una de las más importantes y críticas para determinar cual es la situación y peso específico del sector en cuanto a empresa industrial pero, sobre todo, en que medida se cuenta con el factor humano como imprescindible para el desarrollo de este tipo de emisoras.

Por otro lado, en la actualidad el sector de televisión local es un importante dinamizador del mercado laboral y, si se consolida a medio plazo como sector económico y empresarial es, sin duda, uno de los sectores comunicativos susceptible de crear más puestos de trabajo a medio plazo en la provincia de Castellón en el conjunto del sistema audiovisual.

Durante los últimos años, el sector, a pesar de la heterogeneidad de las empresas y la diferencia de recursos que emplean para realizar sus actividades, mantiene un ritmo sostenido, aunque irregular, de creación de puestos de trabajo.

Gráfico 53. Evolución personal laboral sector.

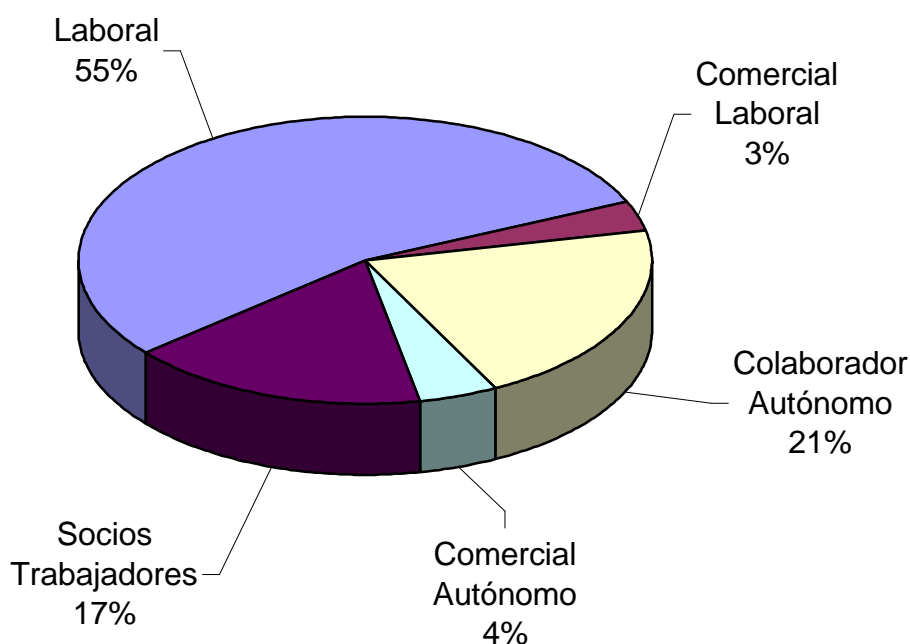


Se observa una caída, durante el ejercicio 2000-2001, que efectivamente es una caída real en los puestos de trabajo en el sector⁷²², pero compensada en el siguiente año a partir de la creación de nuevas emisoras⁷²³ y la estabilización de los puestos de trabajo en las existentes después de su reestructuración.

3.3.1. Estructura laboral.

A partir del estudio de cada televisión, y como refleja el siguiente gráfico, se puede determinar que casi el 60% de la plantilla está compuesta por personal laboral y el resto, excepto la figura del socio trabajador que es bastante común, sería personal eventual o a comisión.

Gráfico 54. Estructura personal.



⁷²² Durante estos años se producen ajustes importantes de plantilla en dos de las empresas que operan en la ciudad de Castellón, concretamente en Canal 38, Localia Castellón que reestructuran sus plantillas de manera significativa mientras, en el resto, las plantillas se mantienen con pocas variaciones, aumentando en algunos casos y reduciéndose mínimamente en otros.

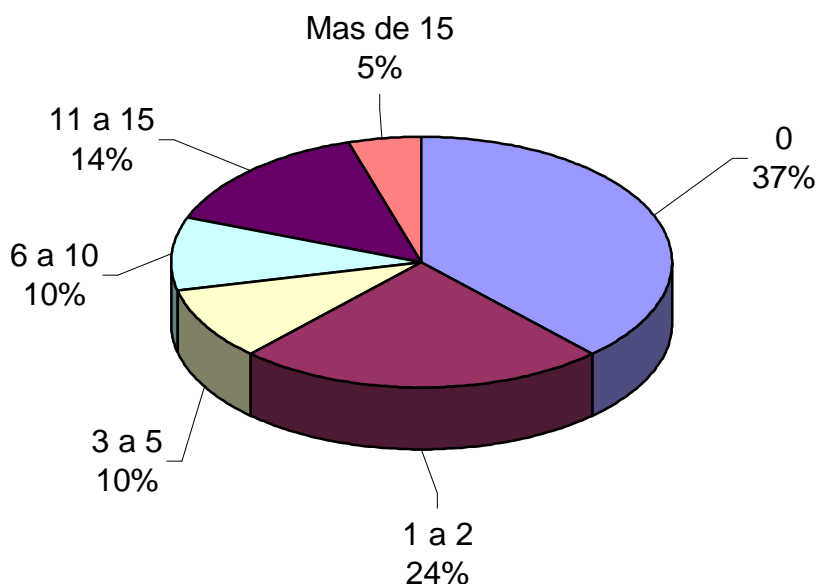
⁷²³ RadioTelevisión Benicassim, reconvertida en TV Benicassim en la actualidad mantiene una estructura laboral similar, mientras que se crean puestos de trabajo netos tanto en CSNTV, que absorbe a parte del personal de TeleCarlón, y de manera menos significativa en Alba TV.

Como se puede observar, destaca la escasa presencia de personal dedicado explícitamente a labores comerciales, y sorprende mucho más, cuando estamos hablando de empresas cuya fuente principal de financiación es, precisamente, la publicidad.

No obstante, se puede considerar que el sector emplea actualmente a unas 140 personas a tiempo completo, pues de esos 90 contratos laborales entre el 10% y el 20% son a tiempo parcial, y a esa cifra habríamos de añadir el personal autónomo, que principalmente realiza tareas comerciales, y los propios socios trabajadores.

El tamaño de las plantillas laborales en cada emisora está, evidentemente, relacionada en función del tamaño de cada una de ellas, aunque no hemos encontrado ninguna televisión que emplee a más de 20 personas, y hasta un 37% de las televisiones no tienen ningún trabajador, es decir, los propios socios-propietarios realizan todas las funciones sin recurrir a la contratación de personal laboral estable, caso de Canal 56 por ejemplo.

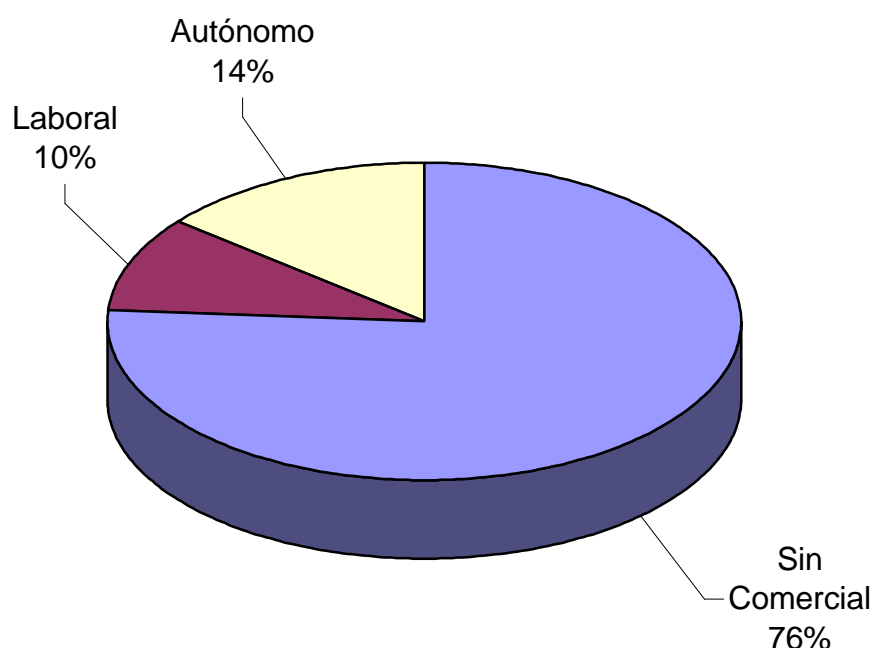
Gráfico 55. Personal laboral por emisora.



En algunas de ellas, incluidas las que no tienen personal laboral contratado para desarrollar tareas de producción, sí existe la figura del comercial autónomo.

Suele haber un un máximo de 2 personas por emisora dedicadas a estas labores aunque, de manera significativa, más del 75% de las emisoras no tiene encomendada esta labor a personal específico y son los propios socios-directores quienes realizan estas tareas. Como decíamos, dato que sorprende tratándose de un sector en el que es inmensamente mayoritaria la iniciativa privada y, por tanto, muy alta la dependencia de los ingresos publicitarios comerciales.

Gráfico 56. Comerciales.



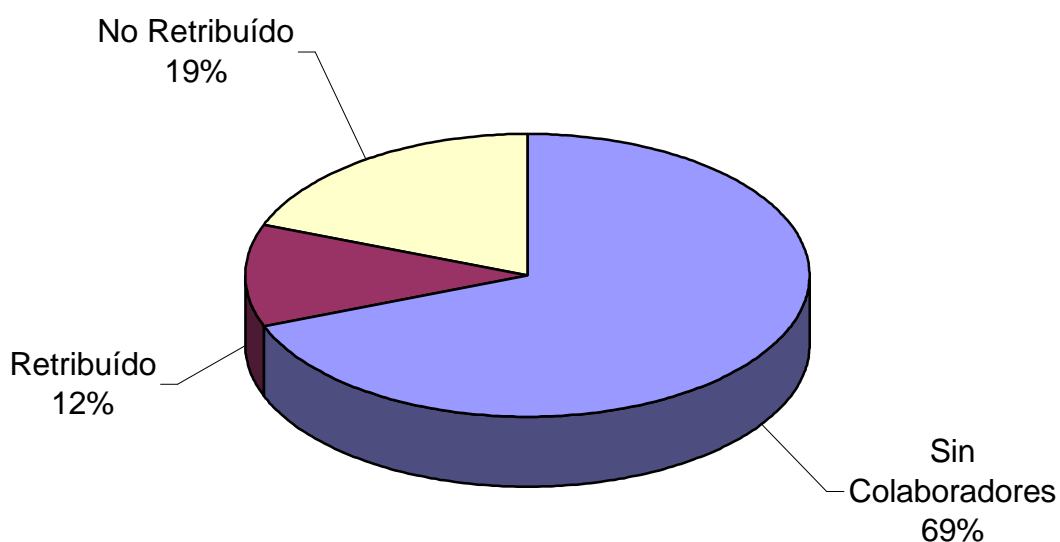
No obstante, existen algunas empresas que optan por dotar de estatuto laboral y, en consecuencia, integran en la plantilla y facilitan unos ingresos mínimos al personal comercial que permiten que sus tareas se puedan desarrollar con mayor solvencia y a medio plazo, como corresponde a un trabajo de estas características⁷²⁴.

⁷²⁴ Generalmente, la retribución final en estos casos está constituida por un fijo más una cantidad variable en función de resultados, como es normal en este tipo de funciones comerciales.

De hecho, las empresas han mostrado durante las entrevistas una escasa consolidación del personal específico de este área y se utiliza la figura del comercial retribuido exclusivamente a comisión⁷²⁵.

El resto del personal total implicado en las televisiones de la provincia, aproximadamente el 30%, estaría formado por colaboradores que participan en la elaboración de programas y realizan tareas no estrictamente técnicas⁷²⁶, que estarían reservadas para el personal laboral. Sin embargo, en algunos casos un número significativo de colaboradores reciben algún tipo de retribución por el trabajo que realizan, generalmente en forma de prestación de servicios puntuales o por programa⁷²⁷.

Gráfico 57. Colaboradores



⁷²⁵ Hay alguna empresa, como Localia Nord de Morella, que, en el momento del estudio, se planteaba la posibilidad de incluir en plantilla laboral esta figura entendiendo que pudiera ser efectiva para avanzar en la consolidación de la emisora a medio plazo.

⁷²⁶ Es decir, desde la participación en el guión del programa a labores de conducción de programas y similares.

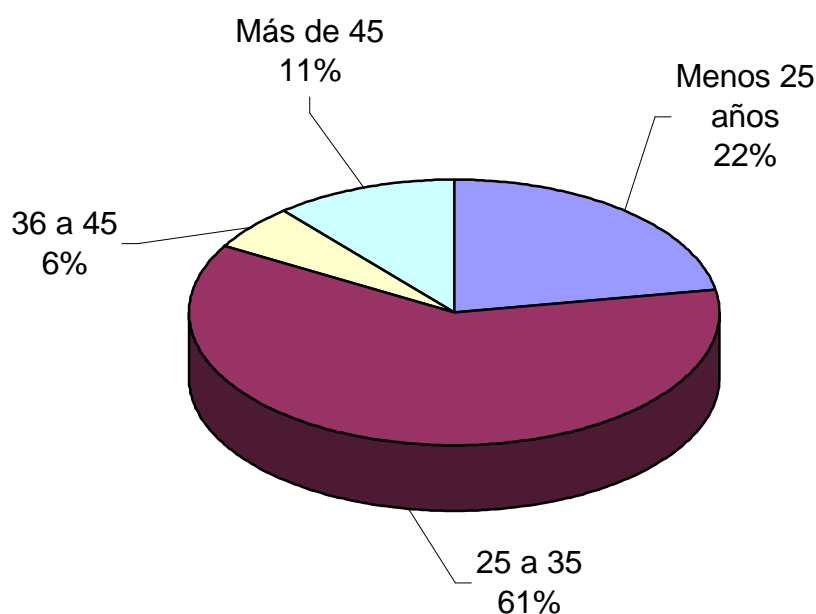
⁷²⁷ Aunque desarrollando su actividad en un reducido grupo de empresas.

En definitiva, se puede determinar que el sector de la provincia de Castellón implica aproximadamente a entre 180 y 190 personas entre contratados y colaboradores.

3.3.2. Formación.

En general, se trata de plantillas jóvenes y, en algunos casos muy jóvenes, estando reservadas comunmente las tareas directivas y de gestión comercial a personal con mayor trayectoria en el sector, aunque esta no es una regla generalizada y, en el conjunto del sector se pueden encontrar televisiones gestionadas por personal muy joven y otras, generalmente las que tienen una larga historia en el sector y han mantenido su estructura inicial, con una plantilla de mediana edad.

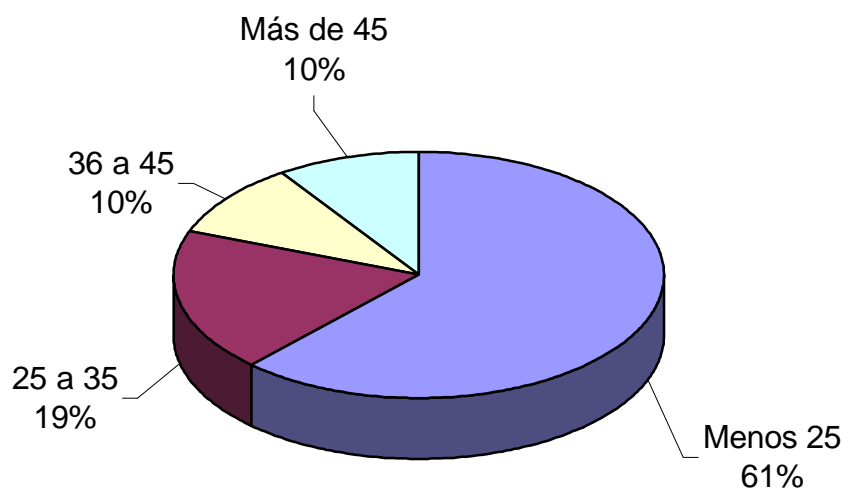
Gráfico 58. Edad media personal



Se observan, no obstante, diferencias medias de edad del personal laboral en relación a los colaboradores, en cuyas funciones se implica gente de gran diversidad y que, en general, proceden de

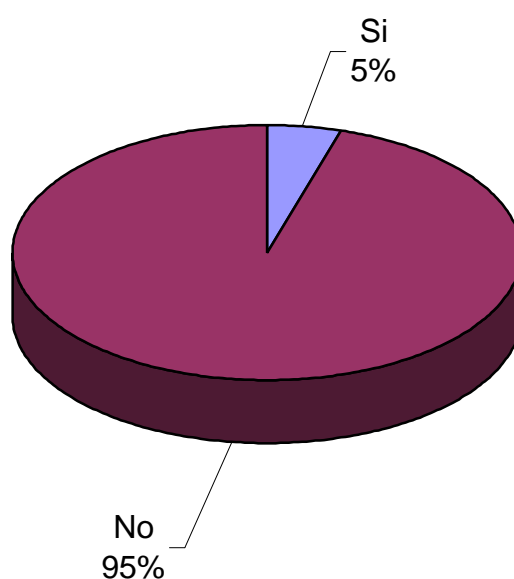
distintos ámbitos ciudadanos y culturales locales, con predominio de personas menores de 25 años.

Gráfico 59. Edad media colaboradores.



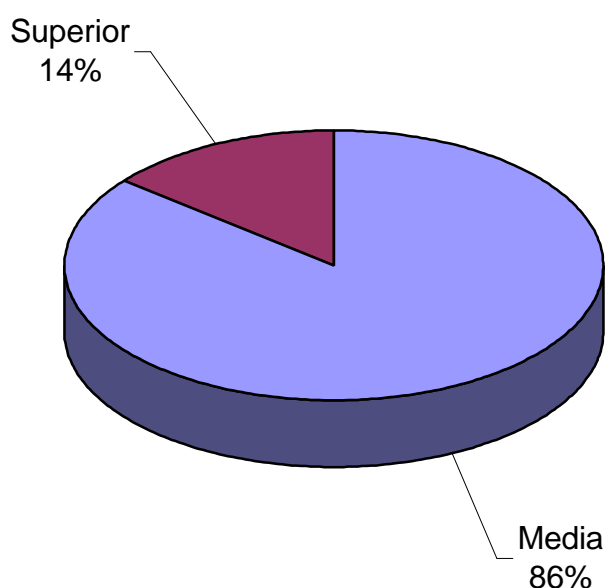
De todos ellos, no obstante, sólo un reducido número de las televisiones de la provincia formaliza contratos de prácticas y, en general, el personal vinculado a las emisoras con esta fórmula realiza sus actividades como apoyo general a las tareas de producción.

Gráfico 60. Televisiones con personal en prácticas.



Ello a pesar de que la formación mayoritaria en el sector, exceptuando casos aislados en que se dispone de una plantilla especializada, es de tipo medio, y en muchas ocasiones con poca relación con el sector, aunque en muchos casos la experiencia adquirida durante la larga trayectoria de algunas emisoras pueda cubrir sin grandes problemas las actividades cotidianas de la televisión.

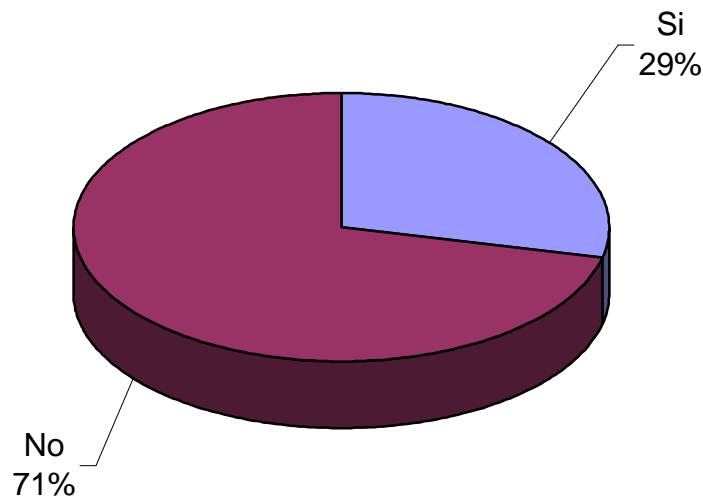
Gráfico 61. Formación.



No obstante, en general un número importante de televisiones locales manifiesta no tener necesidades formativas para realizar sus funciones actuales, indicando en algunos casos que la mejor cualificación del personal permitiría realizar con mayor efectividad las labores específicas de las distintas áreas productivas.

Sin embargo, en numerosos casos se ha indicado poca disposición a incluir personal en prácticas en la estructura de la emisora, bien argumentando que tales puestos deberían estar ocupados por personal laboral como tal, o bien mostrando dudas de que disponer de tal personal suponga una mejora efectiva para las labores cotidianas de la televisión.

Gráfico 62. Necesidades formativas.



Para aquellos pocos que han expresado carencias en este aspecto, sus necesidades están relacionadas mayoritariamente con el área técnica y las nuevas tecnologías y rutinas de producción, aunque en algunos casos también se ha manifestado la necesidad de profundizar en el conocimiento del medio en general, tanto desde sus aspectos teóricos como en cuanto al conocimiento general del sistema audiovisual actual y su trayectoria histórica.

Sorprende, en todo caso, la escasa consciencia que la mayoría del sector manifiesta respecto a la necesidad constante de formación en un contexto como el actual, y en un sector tan dinámico y estrechamente ligado a las nuevas tecnologías y corrientes culturales como el audiovisual, y, sorprende también, la excesiva confianza de los emisores en la propia formación que proporciona la experiencia que, aun pudiendo ser válida, es sin duda insuficiente en muchas áreas, tal como venimos explicitando a lo largo del estudio.

Desde luego, tanto la eficacia productiva en general como, especialmente, la cualificación de los recursos humanos, son aspectos fundamentales para elaborar con solvencia el producto básico de una televisión, esto es, la programación.

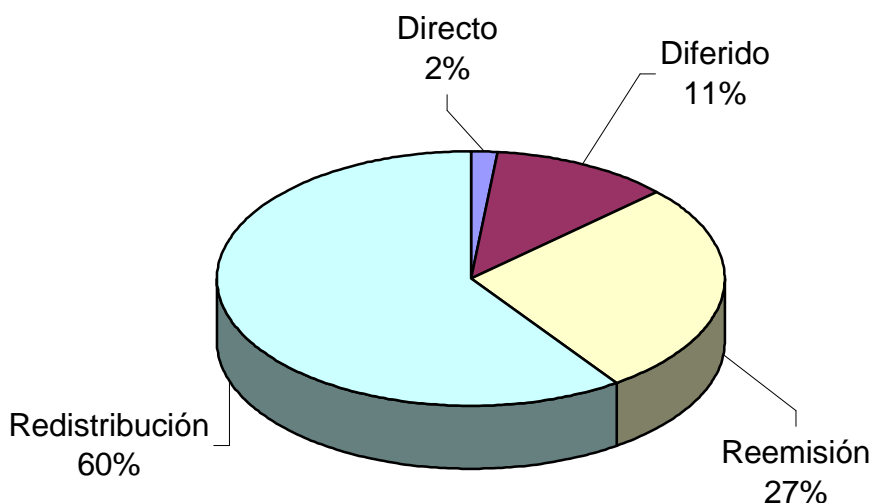
4. Programación.

La mayoría de las emisoras de televisión de la provincia analizadas⁷²⁸ emiten durante 24 horas, y sólo una de ellas deja de hacerlo de madrugada y retoma la emisión a primera hora de la mañana.

Para determinar el tipo de programa que se emiten en las televisiones locales de la provincia se ha distinguido entre aquellos que son de producción propia y aquellos que no lo son. En ese sentido, se diferencia entre los que se realizan en **directo**, en **diferido**, o son una **reemisión** de alguno de ellos y, por otra parte, los que no son de producción propia sino que se trata de una **redistribución**.

Hasta las 9 de la mañana, las televisiones emiten, mayoritariamente, programación por satélite y a partir de entonces algunas reemiten programas y, en algún caso aislado, algún directo⁷²⁹ o algún programa diferido.

Gráfico 63. Programación 7:00 a 10:30.

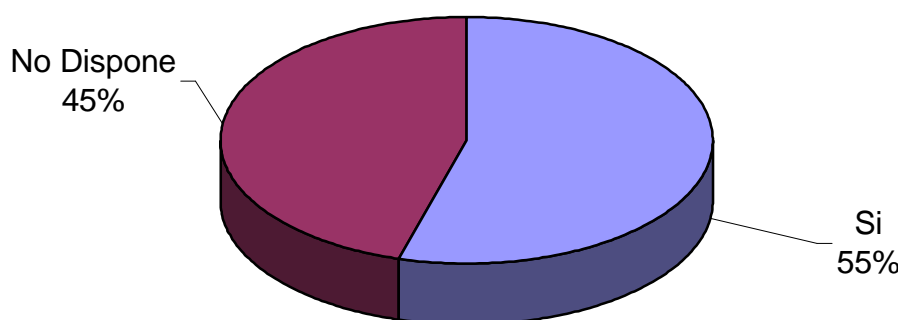


⁷²⁸ Se han excluido en este apartado aquellas televisiones que no tienen una programación regular o aquellas cuya única programación consiste únicamente en texto o en la redistribución continua de una señal de satélite, sin programación propia alguna.

⁷²⁹ Sólo en el caso de Localia Castellón, en que se aprovecha una tertulia radiofónica para su emisión.

En algunos casos, se tiene automatizada la programación⁷³⁰, tanto durante el período horario en el que no hay personal en el centro de emisión, como durante el resto de la jornada, aunque sólo el 33% de las televisiones de la provincia disponen software específico y el 22% restante utiliza cintas sin fin.

Gráfico 64. Continuidad automatizada.



4.1. Procedencia de programas.

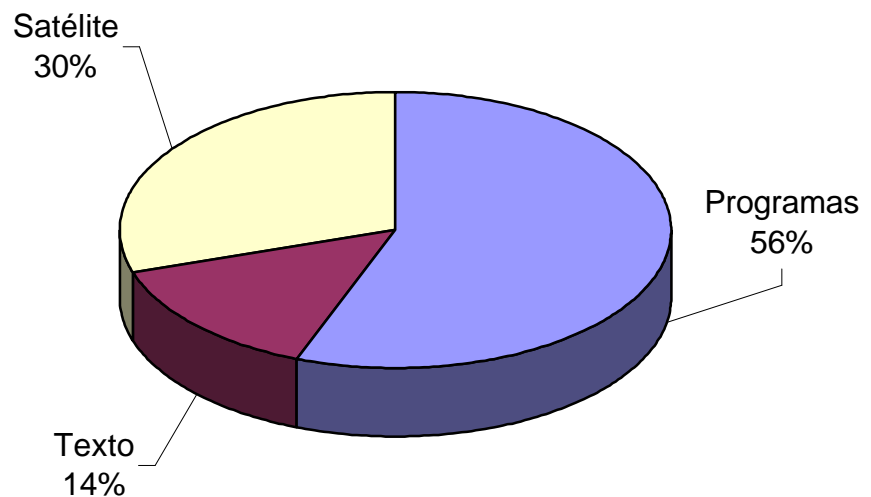
La parrilla de programación está compuesta mayoritariamente por programas de distinta procedencia, y sólo en algunos casos se emite información textual, siendo habitual la redifusión de señales de satélite en horarios de madrugada.

Sólo se ha considerado programación por **satélite** aquella que se difunde sin importar los contenidos específicos que se distribuyen y sin conocimiento de el minutado específico que se va a distribuir. El resto de contenidos que se emiten de manera consciente y conforman

⁷³⁰ Generalmente utilizando software como TVMaker o VectorBox.

el minutado de programación, o cuando este es conocido, se han denominado **programas**, sin importar su procedencia ni la tecnología con que llegan a la emisora⁷³¹.

Gráfico 65. Tipología parrilla programación.



De esta manera, y según refleja el gráfico, el 30% de las emisiones serían fruto de la utilización indiscriminada de la frecuencia de emisión sin que forme parte de ningún diseño de programación y, en consecuencia, la frecuencia local se utiliza de manera totalmente contraria a los más básicos principios que pueden conformar una televisión local como medio de comunicación social en su ámbito territorial.

Normalmente estas señales se suelen distribuir en horarios nocturnos y, en general, conectando con satélites que emiten películas para adultos o programas musicales o basados en números 906. Esta actitud podría ser entendible, dadas las características y limitaciones de los operadores de televisión para completar sus parrillas de

⁷³¹ Se ha reservado el término cadena, que utilizamos más adelante, para aquellos casos en que se utiliza la tecnología de recepción por satélite para conformar la parrilla de programación.

programación, pero es muy distinto el caso de Canal 56 que conecta con Euronews, en este caso por las tardes, o algunas emisoras que emiten estas señales el fin de semana, al de alguna otra televisión que usa una parte del espectro radioeléctrico que ni siquiera gestiona y que, por tanto, no debería ser objeto de concesión⁷³².

Para determinar la procedencia de lo que se consideran programas, a diferencia del texto o satélite en los términos descritos más arriba, se ha distinguido cuando la programación es **propia** o no lo es. Para la programación ajena se ha diferenciado aquella que proviene de una **productora**, un **distribuidor** o una **cadena**.

Esta distinción se ha realizado en función del grado de alejamiento del programa al entorno del emisor. Se ha considerado que una productora suministra programas más idóneos para el ámbito territorial donde opera el emisor que una distribuidora que siempre mantiene una actitud empresarial destinada a abarcar espacios más amplios y, por ello, suele ser ajena al entorno industrial audiovisual inmediato donde opera la televisión local.

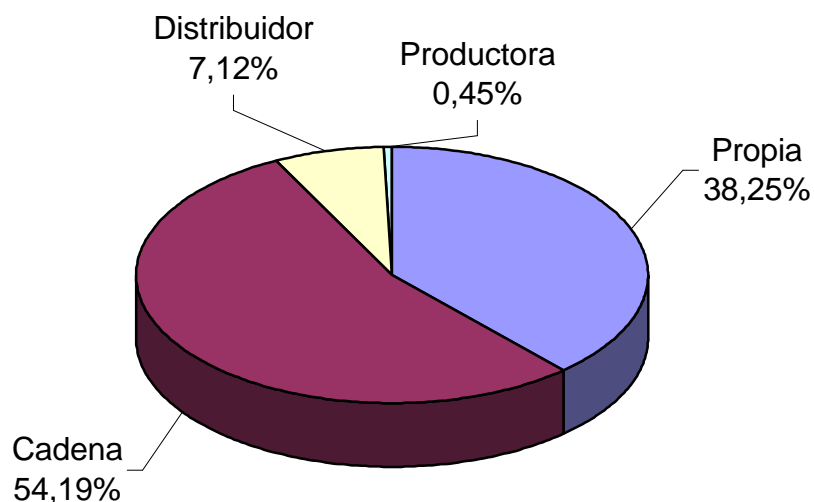
Se ha considerado, en este sentido, que los programas que se emiten en cadena suponen un grado más en la externalización y alejamiento de la programación del entorno socioeconómico donde se ubica el emisor local, en tanto que comparten las características descritas para un distribuidor pero, además, limitan la capacidad de decisión del emisor. En consecuencia, este tipo de programación se manifiesta como la más inadecuada al entorno local, aunque menos que la emisión indiscriminada de satélite, como decíamos más arriba.

También, y con carácter general en el análisis de la programación siguiente y a todos los efectos, se ha analizado exclusivamente la franja que va de 10:30 horas de la mañana a 01:00 de la madrugada, período que se ha considerado como el horario útil de emisión.

⁷³² Especialmente significativo es el caso de Canal Maestrat de Vinaroz que, simplemente, conecta una señal de satélite con su reemisor en la propia torre, sin que en esta televisión exista una sola cámara o espacio dedicado a la televisión. Se trata de un uso de la frecuencia que permite recibir ingresos a partir de las liquidaciones mensuales que este tipo de empresas que emiten por satélite remiten a las televisiones locales, Telesierra en este caso, con el porcentaje de participación que les corresponde en función de los ingresos obtenidos a través de números 906 y, desde luego, se trata de un uso de la frecuencia absolutamente irregular.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, la producción propia sólo supone, para el conjunto del sector, algo más del 38% de la parrilla de programación. El resto de la parrilla está conformada por programas emitidos en cadena o procedentes de productoras externas o distribuidoras.

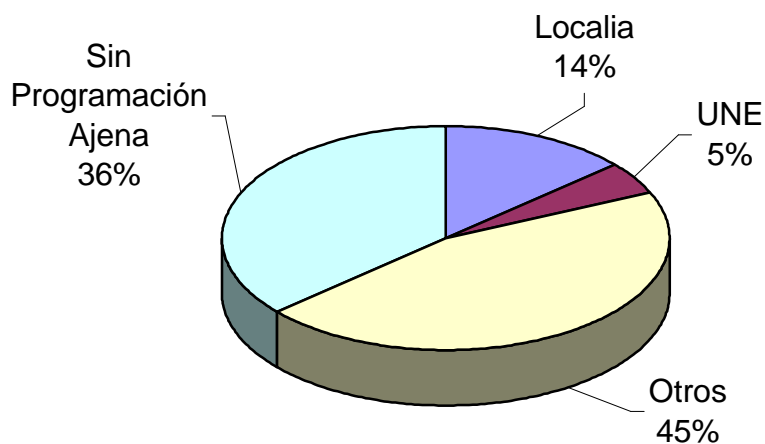
Gráfico 66. Programación propia y ajena.



Se ha de tener en cuenta que un número importante de las emisoras analizadas pertenecen a cadenas establecidas en todo el territorio nacional y algunas otras emiten en cadena programación de acceso gratuito o mantienen acuerdos con distribuidores o productoras externas, aunque sólo en el 36% de las emisoras su parrilla está íntegramente conformada por programas de producción propia. Tal como se muestra a continuación, existen tres emisoras asociadas al grupo Localia, en Castellón, Vila-Real y Morella, y una a UNE, en Benicarló⁷³³.

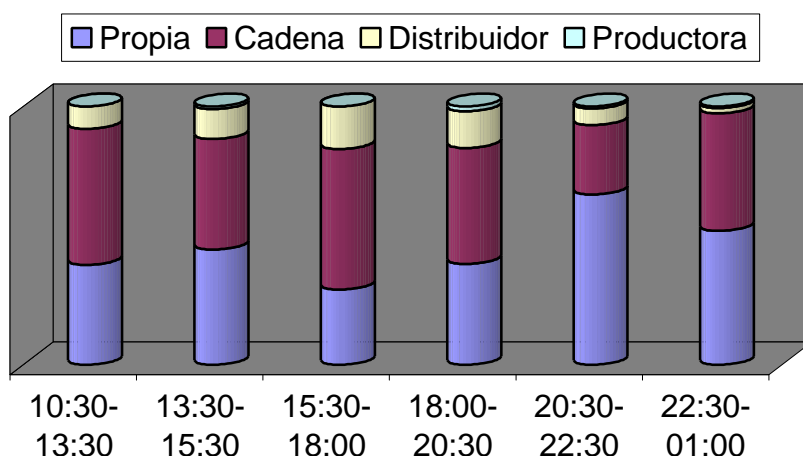
⁷³³ Algún emisor de reciente implantación, como AlbaTV de Oropesa, mantenía negociaciones con estas cadenas en el momento que se realizaba la investigación aunque sin demasiados resultados, a pesar de que esta era una de las principales razones que sus promotores esgrimían para buscar rentabilidad a la emisora. Castelló TV, por el contrario, había dejado de estar asociada a UNE meses antes y, en el momento de redacción de este texto, parece que esta cadena buscaba acuerdos para su implantación en la ciudad de Castellón.

Gráfico 67. Procedencia programación ajena en emisores.



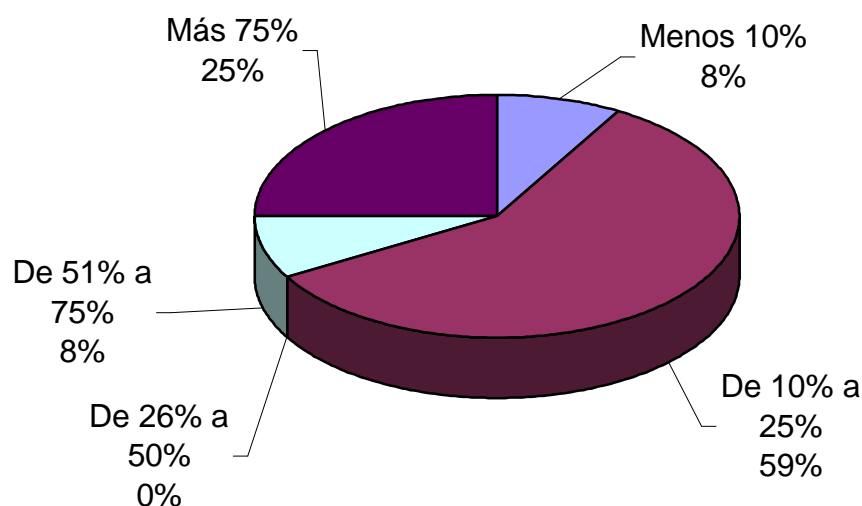
Este tipo de programación externa se emite a lo largo de todo el día, aunque con especial incidencia en las franjas horarias de menos audiencia potencial y, en algunos casos en horario noche. Esta se debe, de un lado, a que las franjas de *prime time* suelen estar ocupadas por programas de producción propia, básicamente informativos, debates o similares pero, dadas la limitada capacidad de producción de las televisiones locales, algunas de ellas cubren gran parte del horario de tarde y el *late night* con ficción que, obviamente, sólo puede proceder de distribuidoras o cadenas.

Gráfico 68. Procedencia programación por franjas horarias.



En definitiva, aunque la mayoría de las emisoras realiza producción propia, las parrillas está conformadas en gran medida por producción externa. Sin embargo, existen diferencias significativas entre los emisores y se pueden encontrar televisiones en las que más del 75% de su programación es ajena, y otras que sólo emiten menos del 10%, aunque en la mayoría de los emisores estos programas externos ocupan entre el 10% y el 25% de sus parrillas, como se muestra en el siguiente gráfico.

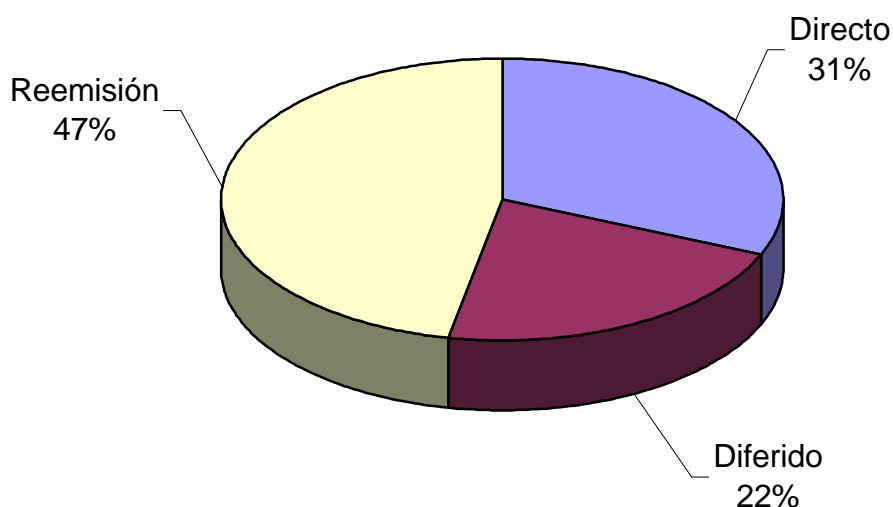
Gráfico 69. Producción propia



Como se puede observar, no existe el término medio, es decir, no hay ninguna emisora en la que su parrilla esté conformada por entre un 26% y un 50% de programación ajena y, en este sentido, las televisiones locales de la provincia oscilan entre dos extremos. O bien optan por distribuir mayoritariamente producción externa, o bien se decantan por que predomine la producción propia y utilizan la reemisión para completar su parrilla de programación.

En todo caso, la reemisión es una estrategia común para completar la parrilla de las televisiones de la provincia, y supone un total del 47% del tiempo de emisión, una cifra muy elevada⁷³⁴ pero comprensible, dadas las características y límites para completar siquiera el horario útil de antena con producción propia.

Gráfico 70. Emisión de programación propia.

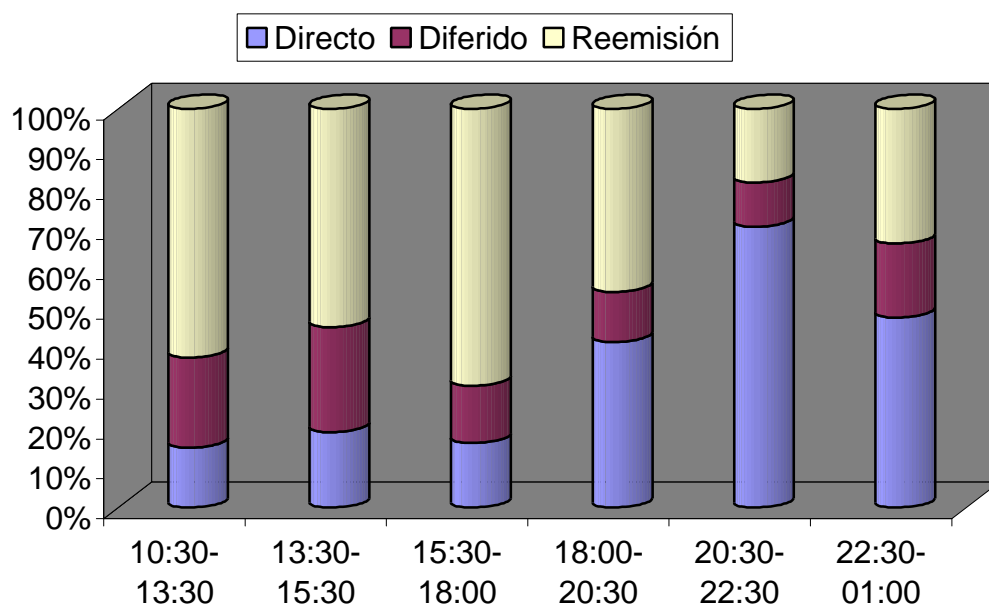


En el resto del horario de emisión tiene una presencia significativa la programación realizada en directo que supone el 31% del total, sobre todo utilizada en el género informativo y algún magazine o show e, incluso, alguna retransmisión deportiva puntual que se emite, por ejemplo, en TV Castellón.

En la mayor parte de las televisiones analizadas se utilizan las franjas de tarde y noche para realizar la programación en directo, y las repeticiones de programas se desplazan a otras franjas de menor audiencia y al fin de semana.

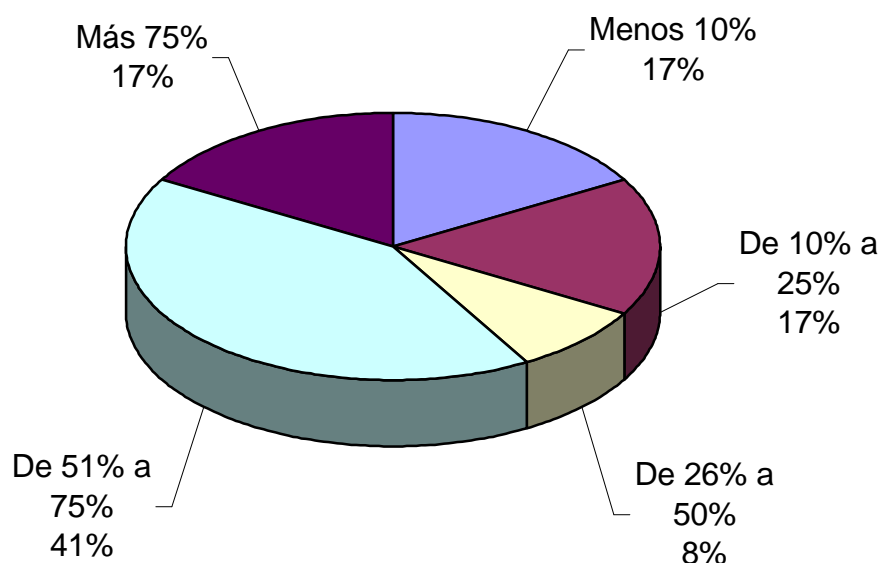
⁷³⁴ Cabe recordar, como se ha señalado, que el análisis de la programación se realiza sobre el horario útil de antena, esto es, de 10:30 de la mañana a 1:00 de la madrugada.

Gráfico 71. Tipo emisión producción propia por franjas horarias



Por otro lado, este tipo de producción propia se emite en directo como norma general en el conjunto del sector y entre el 51% y el 75% de estos programas utilizan esta forma de emisión, aunque hay alguna televisión que incluso supera el 75% y alguna otra emita en directo menos de un 10% de lo que produce.

Gráfico 72. Emisión en directo.



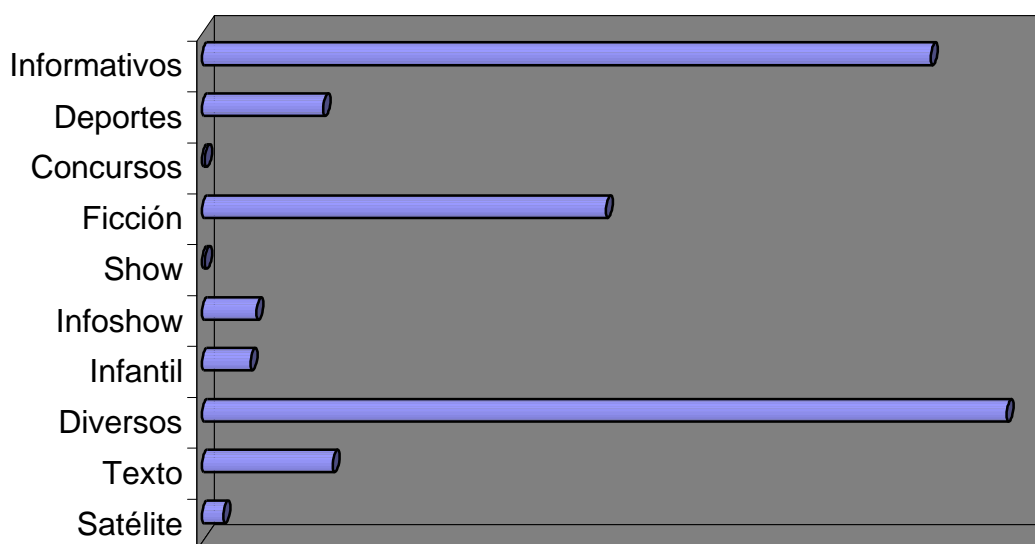
Es decir, hay un elevado número de emisores que realizan toda su programación propia en directo y no reemiten ni realizan prácticamente programas en diferido; otro grupo de emisores que combinan el directo con el resto de modalidades de emisión de manera que mantienen todavía un alto nivel de renovación de los contenidos de sus parrillas; y el resto tienen escasa capacidad productiva y explotan intensivamente los pocos programas que realizan en directo.

En ese sentido, como veremos a continuación, las propias características de las televisiones locales, sus limitaciones y su intrínseca interrelación con el entorno en que operan, determinan la conformación de una parrilla que, sin duda, se conforma genéricamente con programas que poco tienen que ver con la especificidad de las televisiones locales y, en el caso del sector en la provincia de Castellón, con ciertas tendencias a imitar los modelos de programación de las televisiones autonómicas y nacionales.

4.2. Géneros de programas.

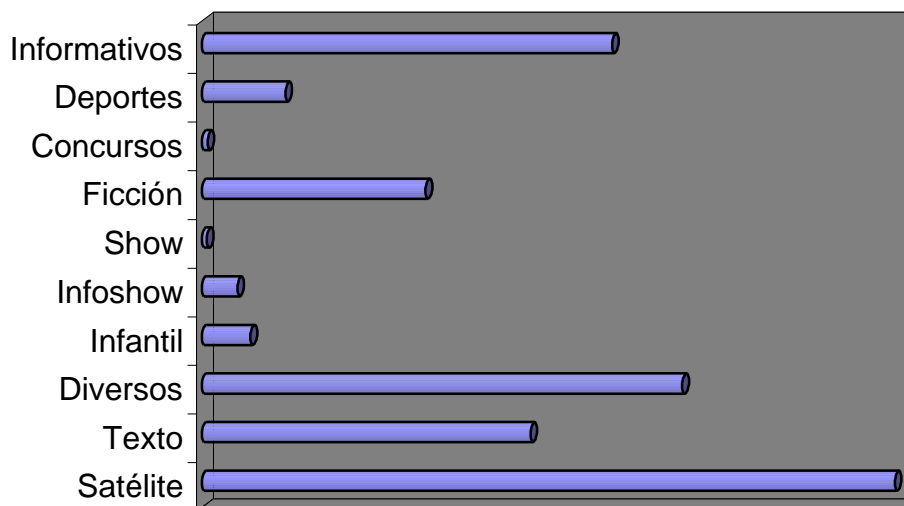
Las preferencias de los emisores, en cuanto al tipo de programación que incluyen con mayor frecuencia en sus parrillas, se decantan por el macrogénero informativo y otros programas como cocina, tarot, culturales/educativos, etc. agrupados en diversos.

Gráfico 73. Preferencia programación géneros.



En cambio, la presencia efectiva que cada género tiene en antena se decanta claramente hacia programas encuadrados en la categoría de diversos con una importante presencia de información textual y conexión con satélite.

Gráfico 74. Presencia géneros en horario antena útil.



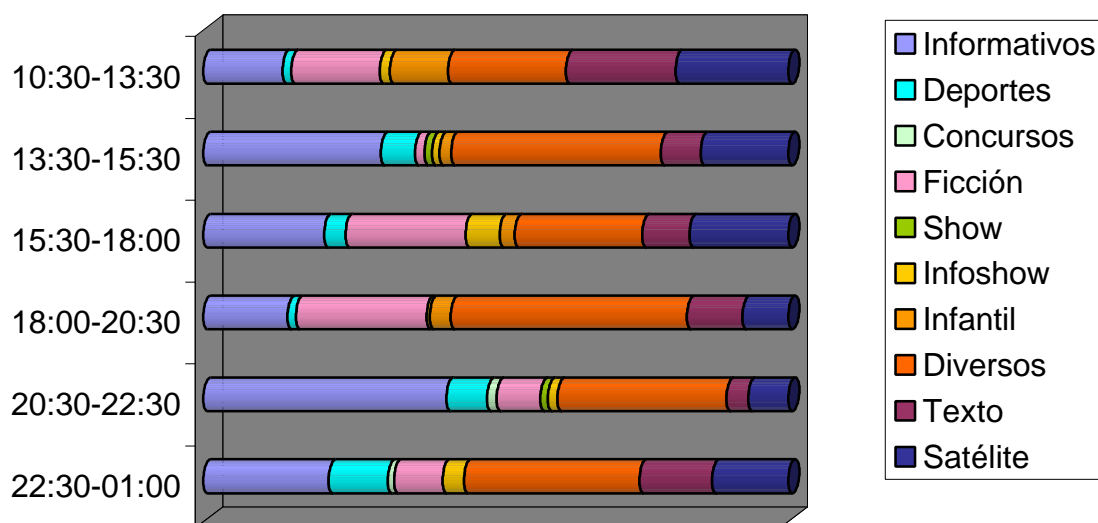
Sin embargo, la distribución por franjas horarias de estos géneros es variable aunque, sin duda, se siguen pautas generales de programación similares a las utilizadas por las cadenas generalistas.

4.2.1. Géneros por franjas horarias y tipología programas.

Por franjas horarias, en cambio, se observa que la pauta general en la estrategia de comunicación es ubicar programación específicamente informativa en horario de mediodía y *prime time*, y se cubre el resto del horario con programas de entretenimiento en general y, en algunos casos, con conexiones por satélite.

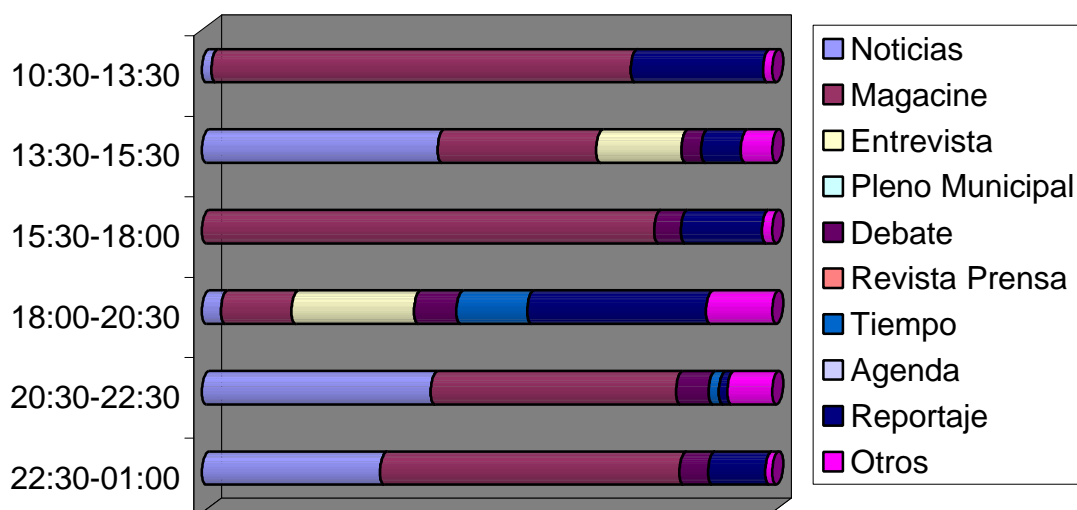
Como se puede observar en el siguiente gráfico, la parrilla de programación de las televisiones locales de la provincia se conforma en función de las supuestas preferencias de las audiencias y, de esta manera, se compite en las mismas franjas horarias con la oferta genérica de las cadenas generalistas.

Gráfico 75. Géneros en antena por franjas horarias.



En el macrogénero informativo se opta por programar noticiarios a mediodía y por la noche, mientras que los debates, entrevistas, magacines y programas de reportaje ocupan, junto a estas franjas, sobre todo el horario de mañana y de tarde.

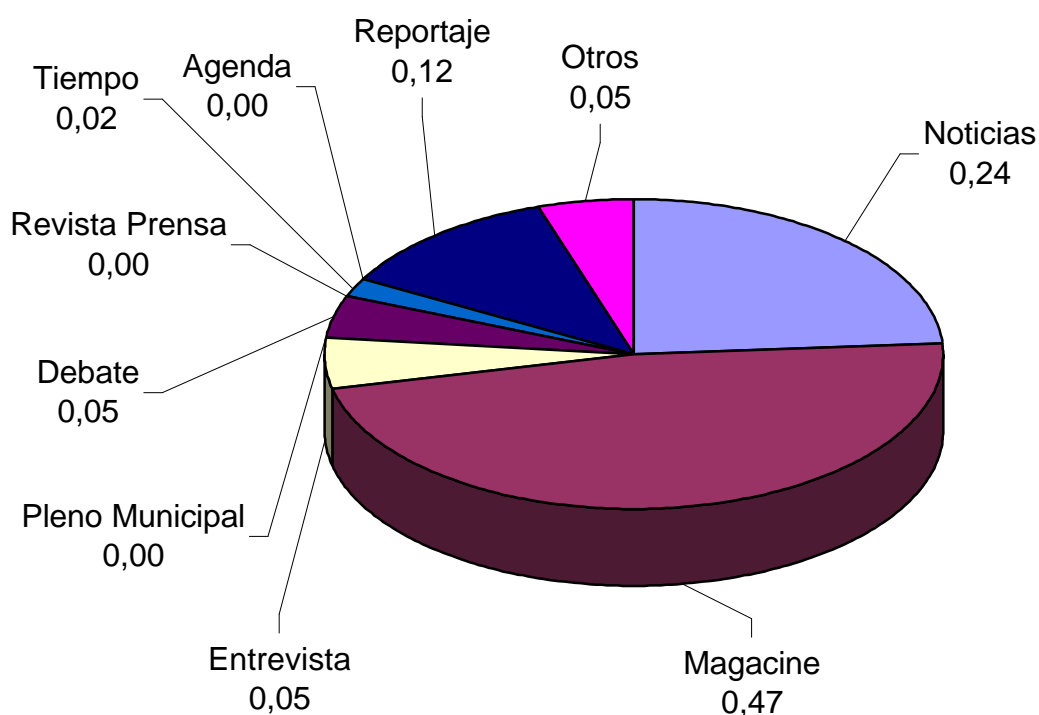
Gráfico 76. Género informativo por franjas horarias.



Como se puede observar, no suele ser común la retransmisión de plenos municipales, aunque sí forman parte de la agenda informativa todas las ruedas de prensa municipales y la asistencia puntual a alguno de ellos en algunas televisiones.

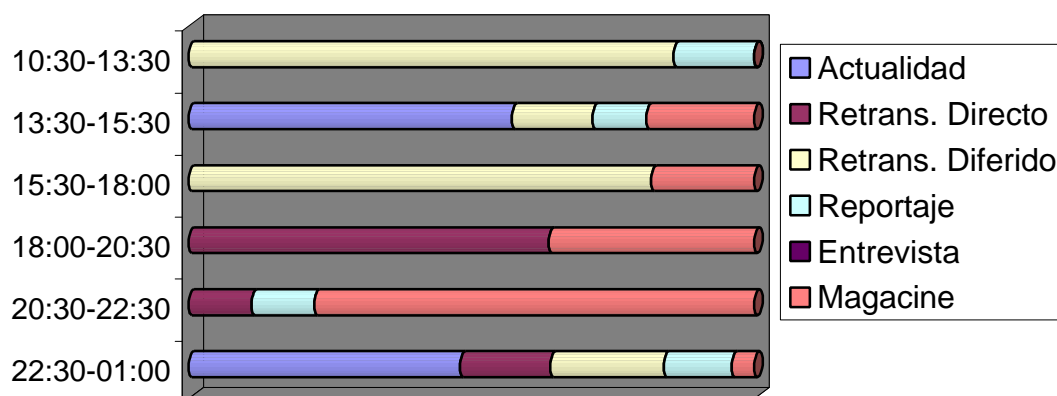
En el macrogénero informativo predominan, sobre todo, aquellos programas que se pueden adscribir al subgénero magazine e informativo, en este caso con el formato tradicional de telenoticias.

Gráfico 77. Programas informativos.



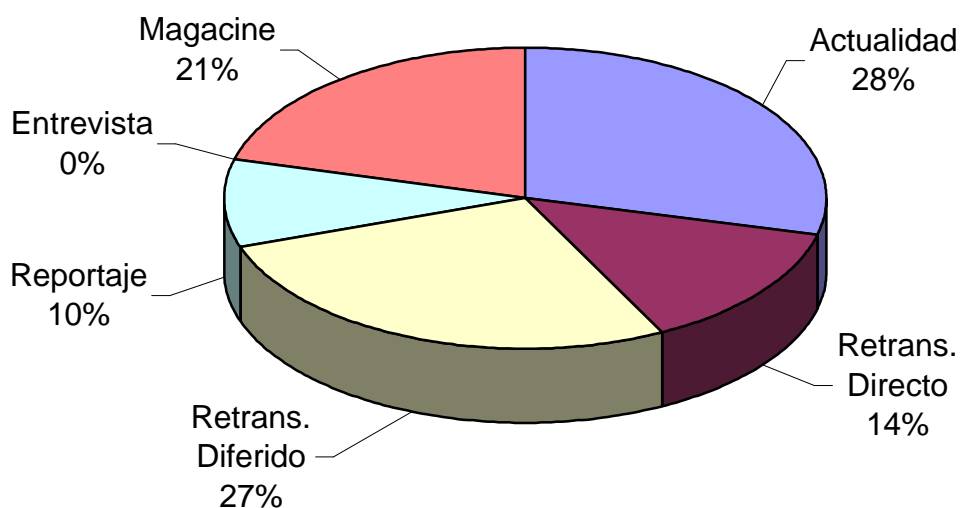
Los programas que tratan la actualidad deportiva se concentran igualmente horarios de mediodía y *prime time*, ocupando el resto de oferta genérica los magazine y las retransmisiones, en algún caso en directo.

Gráfico 78. Programas deportes por franjas horarias.



Con una equilibrada presencia en antena de la tipología de programas de este género, aunque con preferencia a incluir en las parrillas programas de actualidad y magacines, y dando una significativa a las retransmisiones deportivas, mayoritariamente en diferido⁷³⁵.

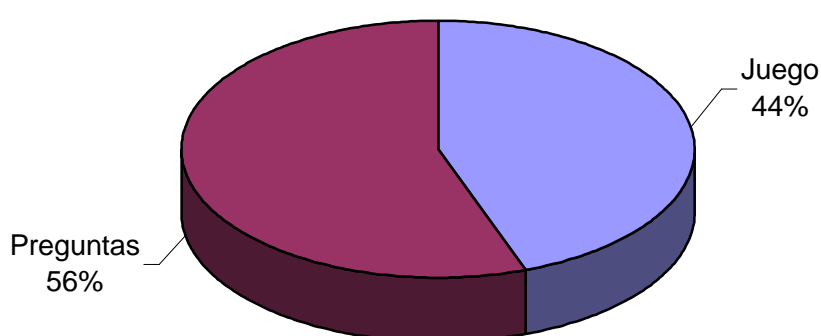
Gráfico 79. Programas deportivos.



⁷³⁵ Generalmente las emisoras se ocupan de promocionar y dar cabida en sus emisiones al deporte de base, aunque también se da cobertura y retransmite en algunos casos eventos deportivos del ámbito profesional en diferido.

Los concursos que actualmente forman parte de la parrilla de programación de algunos emisores, se emiten exclusivamente a partir de la 20:30 de la noche, siendo mayoritariamente utilizado el formato de preguntas, en algunas ocasiones relativas a aspectos propios del entorno sociocultural y la historia local.

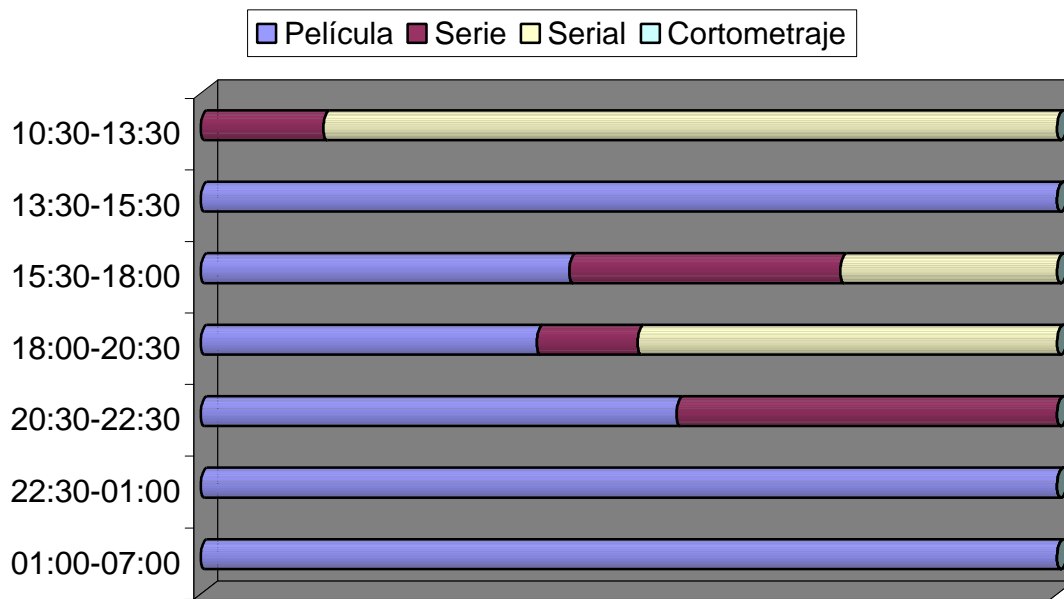
Gráfico 80. Concursos.



La ficción, que tiene una presencia importante en la conformación de la parrilla de muchos emisores de la provincia en forma de emisión en cadena o compra a distribuidores nacionales, tiene una implantación horaria similar a la de las cadenas generalistas, aunque con la diferencia de que no se trata de estrenos sino de reemisión del catálogo olvidado en el cajón de las distribuidoras.

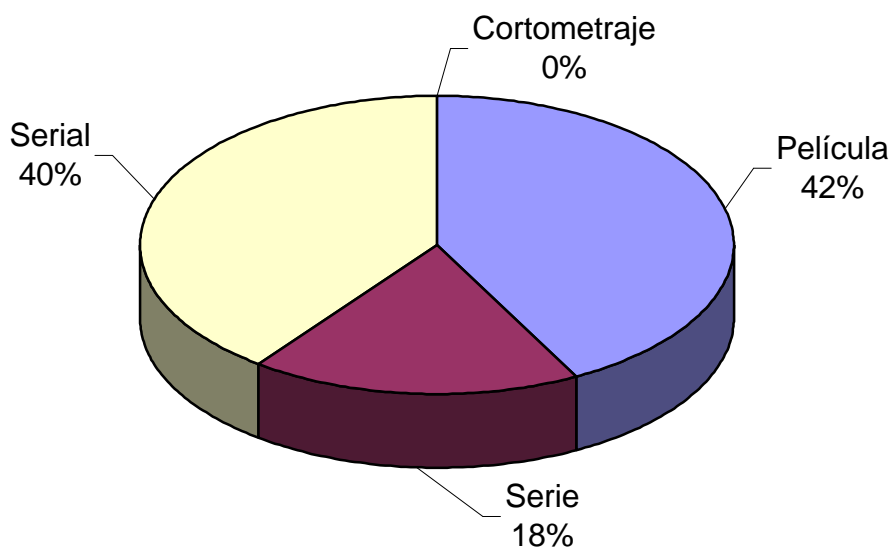
Tal como se puede observar a continuación, las parrillas de las televisiones locales de la provincia cubren las franjas de mañana y sobremesa con series y seriales, y se programan películas durante el resto del día, sin que ningún operador de la provincia incluya en sus parrillas cortometrajes como parte de su oferta de ficción que, por otro lado, tampoco tienen canales de distribución estables y, en consecuencia, no son accesibles fácilmente a estas televisiones locales.

Gráfico 81. Programas ficción por franjas horarias.



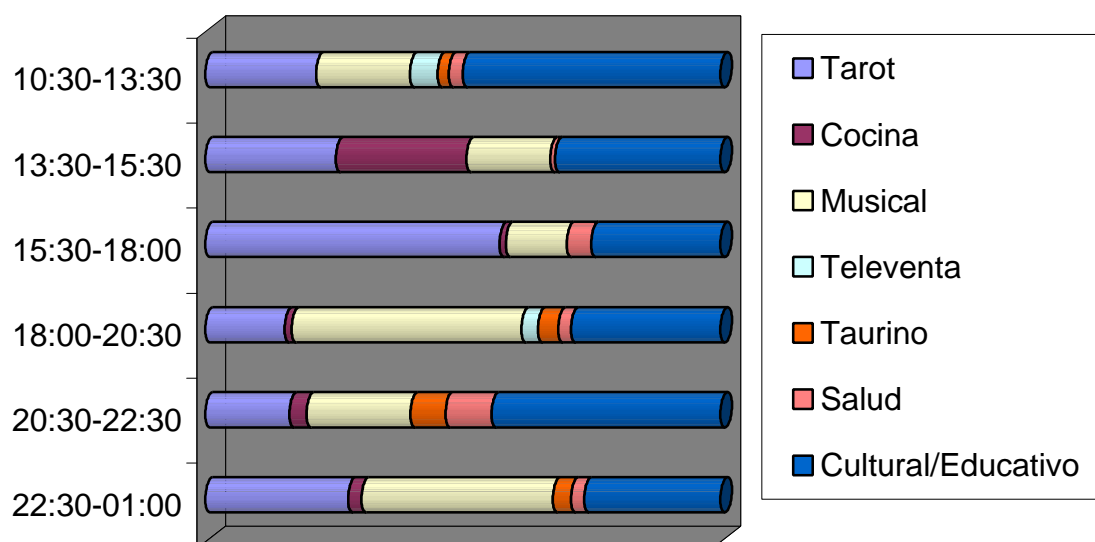
De este manera, se observa que la ficción está compuesta en un 42% por películas que, en todos los casos, están ya más que rentabilizadas en los mercados televisivos y de alquiler videográfico, y el resto de los programas de ficción, destinados específicamente a televisión, son series o seriales igualmente procedentes de catálogos de éxitos que las televisiones locales reponen una vez más.

Gráfico 82. Ficción.



En cuanto a los géneros no encuadrables en las categorías anteriores, agrupados en el macrogénero diversos, cabe destacar la inclusión de programas de cocina en horario de mediodía, y la emisión de programas de tarot en todas las franjas horarias y de manera significativa en horario de sobremesa, aunque también hay una presencia importante de programas culturales o educativos varios en toda la parrilla.

Gráfico 83. Programación diversos por franja horaria.

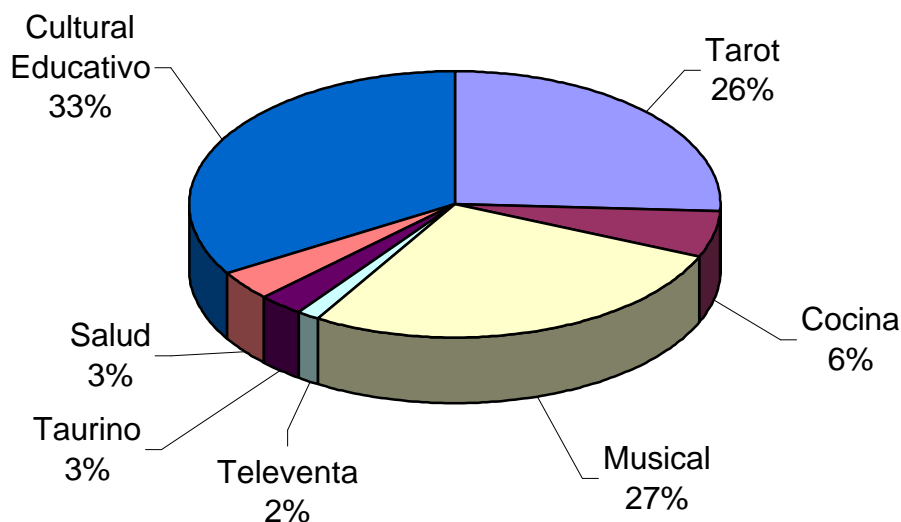


No obstante, sobre el total de la oferta de este tipo de subgeneros, destaca la importancia para los operadores de la provincia de emitir programas que reflejan aspectos culturales del entorno, aunque utilizando en la mayor parte de los casos el recurso a la financiación obtenida por programas basados en líneas telefónicas de cargo. Igualmente, algunos emisores mantienen programas específicamente taurinos en aquellas zonas en que este tipo de actos están muy arraigados culturalmente en la población.

Los programas musicales, por otro lado, están conformados en muchos casos por videos musicales de distribuidoras discográficas,

aunque existen algunos emisores que programan certámenes y actuaciones de bandas musicales⁷³⁶ y, minoritariamente, de grupos musicales locales de otras tendencias.

Gráfico 84. Oferta programas diversos

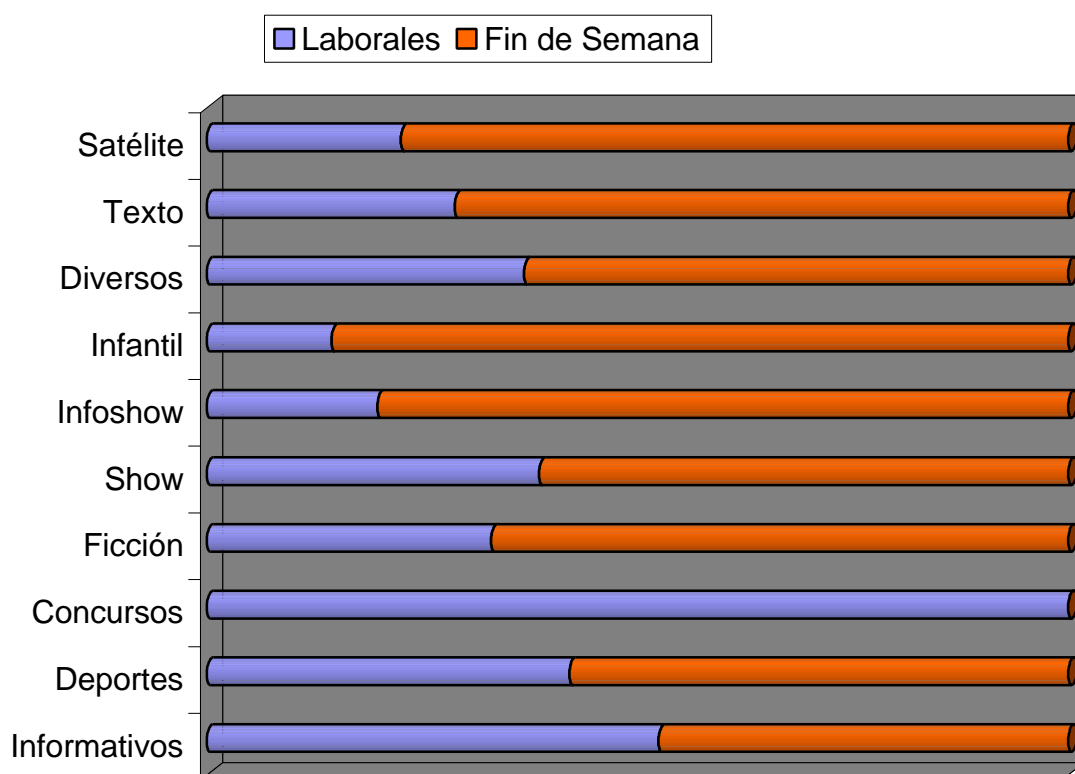


Sin embargo, la oferta genérica global, en todo caso, es distinta el fin de semana del resto de días laborales.

Son muy escasas las emisoras que mantienen algún tipo de personal en esos días y generalmente las parrillas de sábado y domingo se cubren con reemisiones y programación ajena, en bastantes casos recurriendo al satélite y a programación textual, a programas de ficción o musicales a lo largo del día, e infantiles por las mañanas, y reemitiendo continuamente el resto de géneros y, como se puede observar en el siguiente gráfico, las diferencias son sustanciales.

⁷³⁶ En toda la Comunidad Valenciana en general las bandas musicales municipales son tradicionalmente motor de una cultura musical popular de amplia repercusión fuera del territorio y que mantienen y fomentan una importante base de aprendizaje en todos los municipios para los más jóvenes, extendida de forma muy característica y específica por todo el territorio valenciano.

Gráfico 85. Programación días laborales y fin de semana



En definitiva, se puede concluir que las parrillas de las televisiones locales de la provincia mantienen ciertas similitudes con las de las cadenas generalistas, con una clara adecuación de su oferta de programación a sus posibilidades productivas. Sin embargo, como decimos, con tendencia a asimilar pautas y estrategias de programación ajenas al sector y que les sitúa en franca desigualdad para competir con cadenas a las que no tienen posibilidad de restar audiencia utilizando una oferta de programas poco diferenciada.

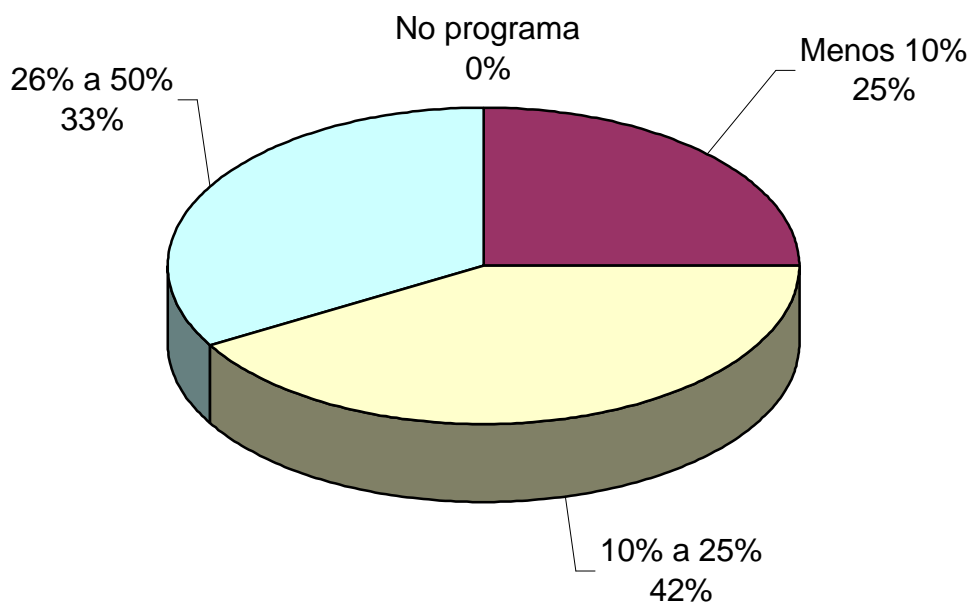
No obstante, las parrillas de programación de cada emisora de la provincia varían de manera significativa y evidencian las diferentes estrategias de penetración en los públicos que utiliza cada una de ellas.

4.2.2. Programación genérica por emisoras.

Como decimos, existe gran variabilidad entre los distintos emisores respecto a la presencia de los géneros en su parrilla de

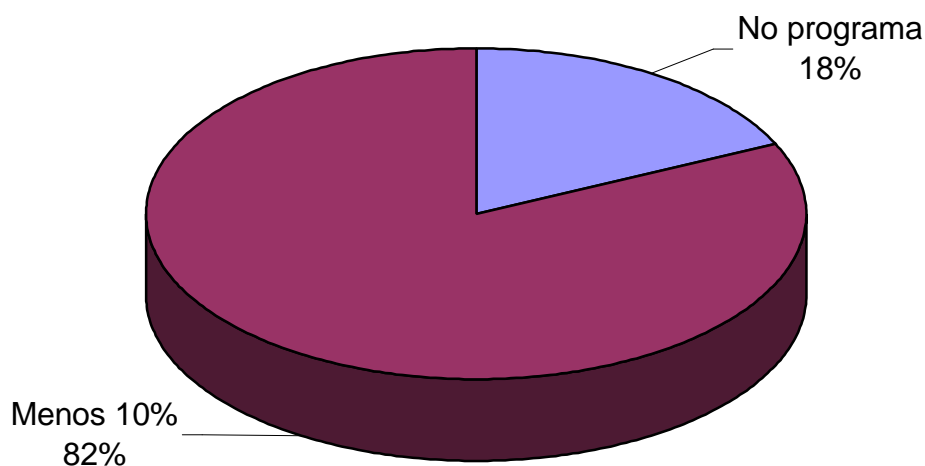
programación, aunque todos mantienen programas informativos como eje de su oferta genérica.

Gráfico 86. Ocupación antena informativos por emisoras.



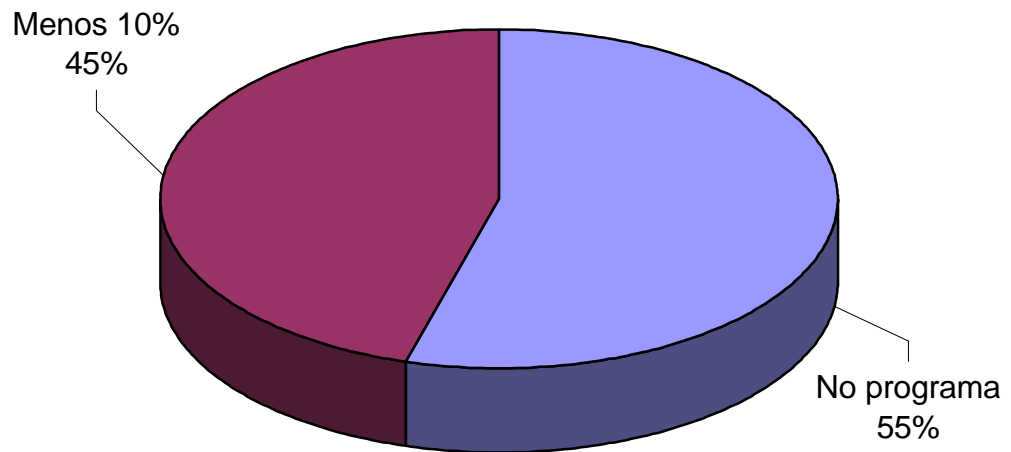
De manera similar ocurre con los programas deportivos y, aunque no están presentes en todas las emisoras de la provincia, sí son mayoritariamente incluidos en las parrillas y sólo el 18% no incluye este tipo de programas entre su oferta.

Gráfico 87. Ocupación antena deportes por emisoras.



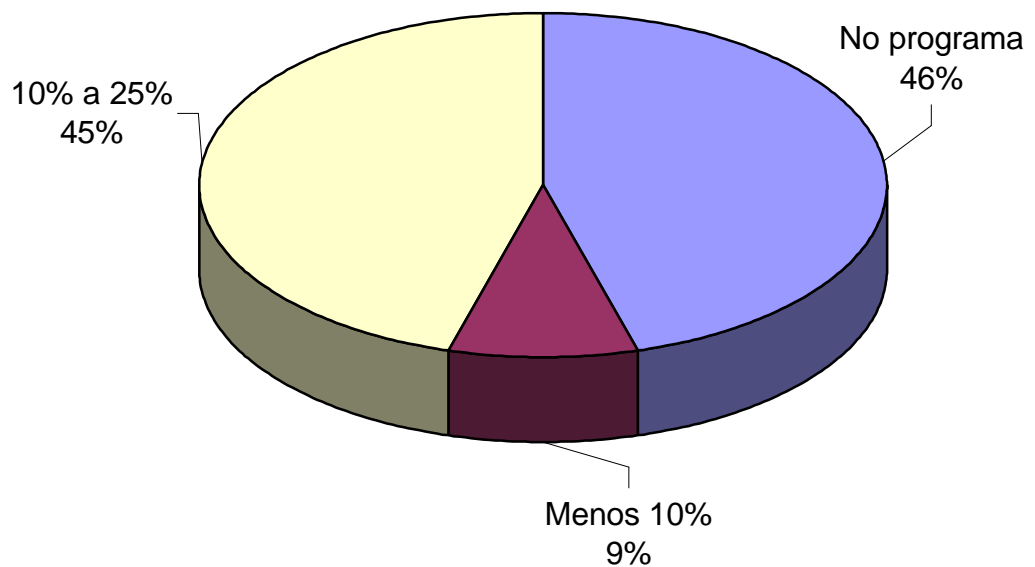
Por otro lado, los concursos son mucho menos frecuentes, y no se incluyen en las parrillas de más del 50% de las emisoras, aunque como ocurre con otros géneros, o bien se programa con asiduidad o de manera intensiva, o bien no se programa en ningún caso.

Gráfico 88. Ocupación antena concursos por emisoras.



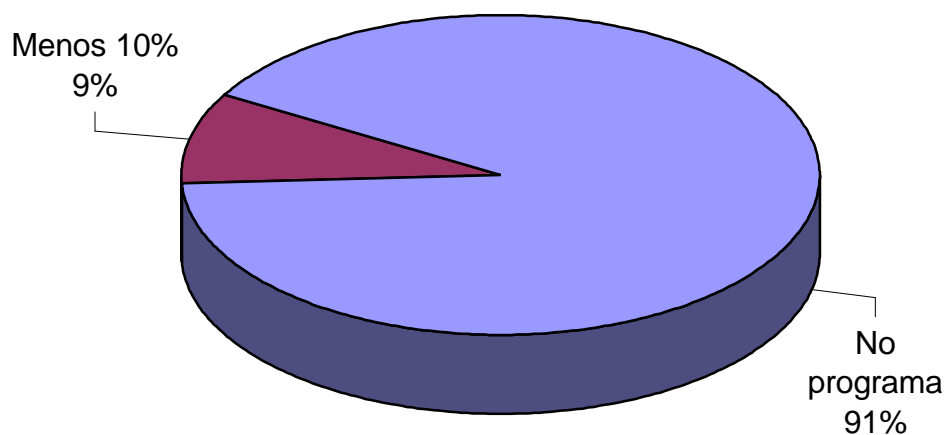
En este sentido, y respecto a la ficción, también hay un importante grupo de emisoras que no la incluyen en sus parrillas pero, en el otro extremo, hay un número importante de ellas, el 45%, que lo hace de manera intensiva.

Gráfico 89. Ocupación antena ficción por emisoras.



Los programas que se pueden entender y encuadrar en el género show, por su parte, son excluidos de las parrillas en más de un 90% de las emisoras y, en algunos casos, se ha indicado que aunque existiese esta intención de incluir este género como parte de la oferta de programación, no se tienen infraestructuras para realizar programas parecidos a los de las cadenas generalistas.

Gráfico 90. Ocupación antenna show por emisoras.

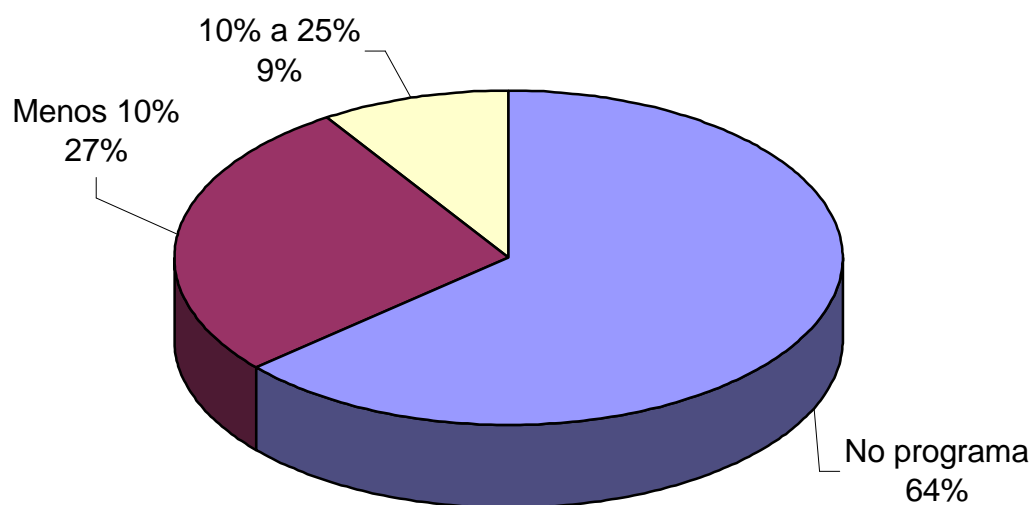


Sin embargo, algunas de ellas se decanta por la inclusión de programas en sus parrillas en los que se mezclan el show, la información y el entretenimiento, en lo que se ha venido denominando *infoshow*⁷³⁷, siguiendo la estela de las televisiones generalistas durante los últimos tiempos.

En este sentido, como venimos diciendo, la tendencia a asimilar las tendencias y estrategias de programación de las cadenas generalistas en las televisiones locales de la provincia les lleva a introducir *talk-shows* entre su oferta de programas aunque, en condiciones precarias y con niveles de calidad que dejan mucho que desear y refuerzan la ya comentada inadecuación de algunas de las televisiones a sus propias características y al ámbito territorial donde operan y la utilización de estrategias de programación ajenas al sector.

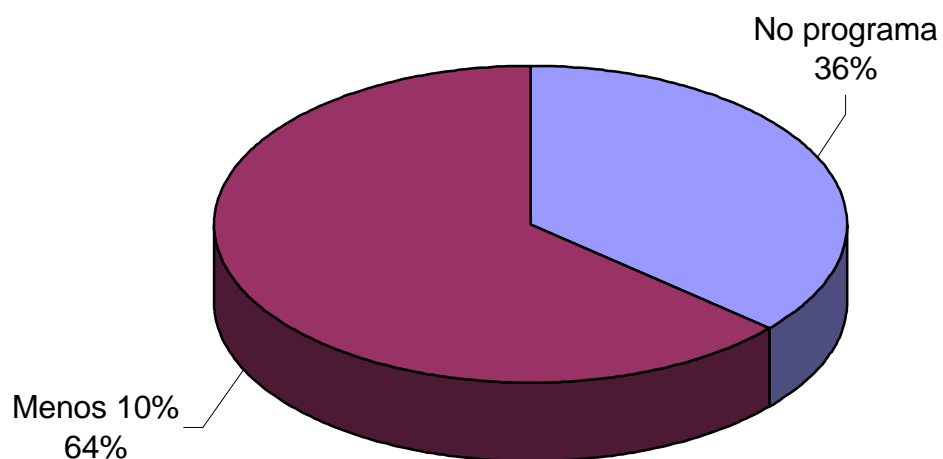
⁷³⁷ El término ya se utiliza en la categorización de Euromonitor dividiéndolo en subgéneros como el debate, *talk-show* o *reality-show*. Una caracterización del mismo se encuentra en Prado, E. y otros (1997): “La realidad está ahí fuera”, en http://www.ucm.es/info/cavpl/Publicaciones/area6_197.htm

Gráfico 91. Ocupación antena infoshow por emisoras.



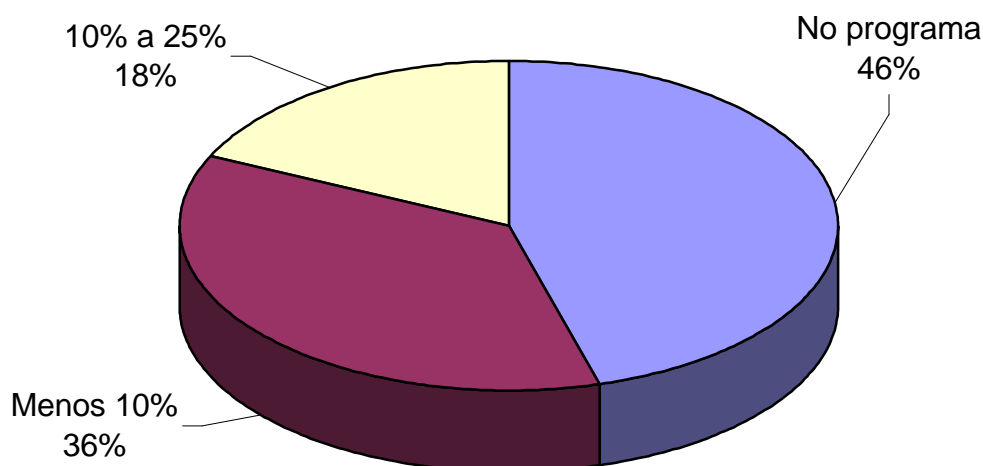
Sin embargo, y en sentido contrario, la mayoría de las emisoras prestan atención especial al público infantil, incluyendo programación específica. No obstante, la mayoría de estos programas son series de dibujos animados que proceden de los canales de distribución tradicionales y, en consecuencia y como ya hemos comentado, son productos ya rentabilizados y poco actuales y, de esta manera, la programación infantil es poco alternativa a la oferta del resto de cadenas, excepto algún caso puntual, como CSNTV que realiza programas propios y con cierto grado de elaboración.

Gráfico 92. Ocupacion antena programas infantiles por emisoras.



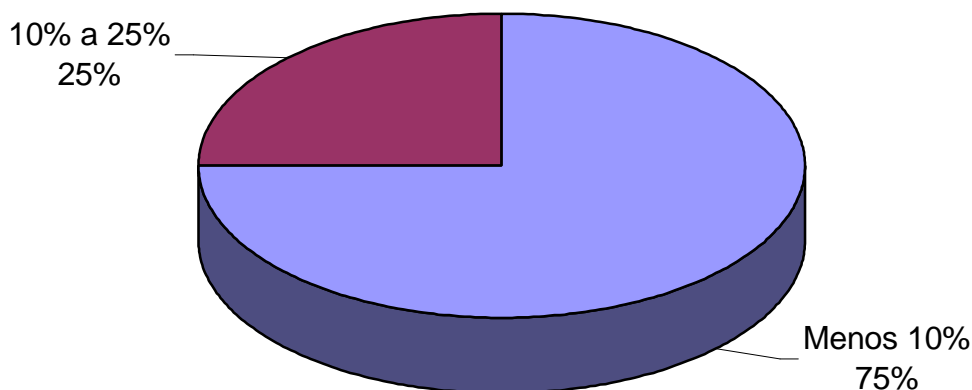
En cambio, en la mayoría de las emisoras se incluyen programas de tarot o similares y, a pesar de que todavía casi la mitad de las televisiones locales de la provincia no incluyen este tipo de emisiones en sus parrillas, en algunas otras ocupa gran parte del tiempo en antena.

Gráfico 93. Ocupacion antena programas tarot y similares por emisoras.



Por otro lado, sí es común a todo el sector incluir algún tipo de programación educativa o cultural tanto relativa al entorno inmediato de referencia como de otro ámbito más general, en algunos casos con una presencia muy significativa en antena, en una clara vocación de difusión y dinamización del entorno sociocultural y formativo local.

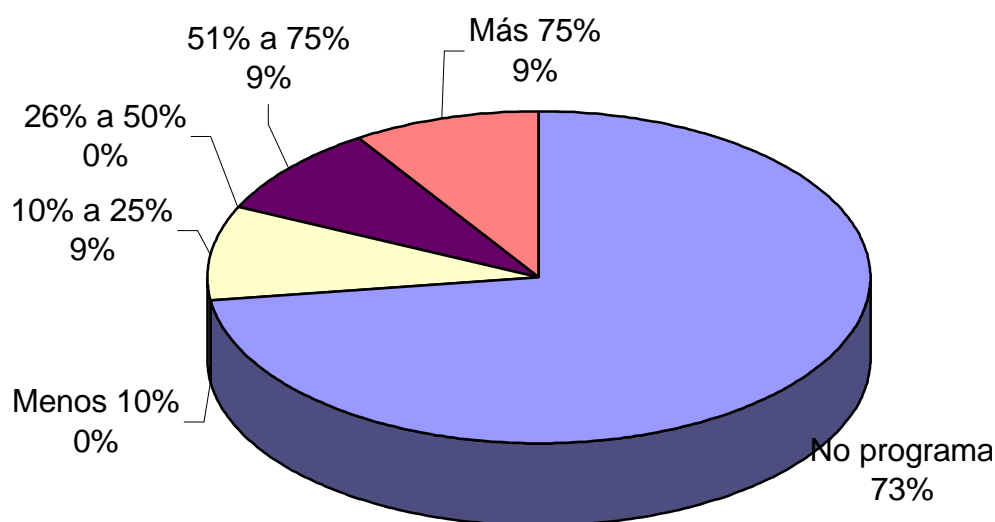
Gráfico 94. Ocupación antena programas culturales/educativos por emisora.



Por otro lado, y en todo caso, la mayoría de las televisiones de la provincia recurren a la programación por satélite pero, en pocas ocasiones, incluyen programas basados en texto y/o imágenes fijas en sus parrillas de emisión.

Más del 70% de los operadores de la provincia no incluyen programación textual en sus emisiones, y aquellos pocos en que este tipo de programas ocupa más del 50% de antena la repiten sin fin horarios nocturnos⁷³⁸. Es decir, como viene siendo habitual, si una televisión incluye un género en su parrilla, lo hace de manera intensiva o, por el contrario, no lo incluye en absoluto entre su oferta.

Gráfico 95. Ocupación antena programación textual por emisoras.

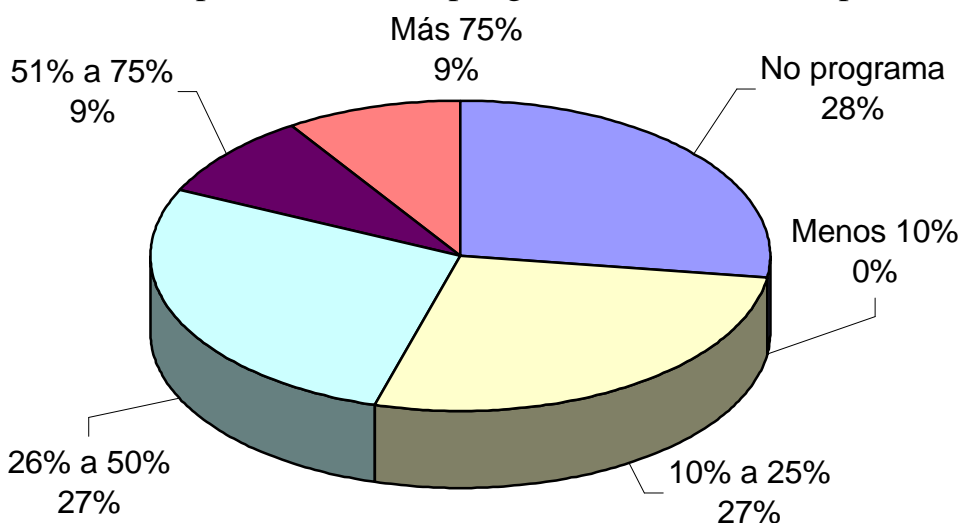


Mucho más común es la utilización de conexiones vía satélite⁷³⁹, con algo más de incidencia en horarios diurnos y de uso muy generalizado de madrugada y bastante común el fin de semana.

⁷³⁸ El caso de Castelló TV es especialmente particular pues mantiene un programa interactivo de información textual a través de mensajes de móvil durante la noche y en algunas franjas de audiencia útil.

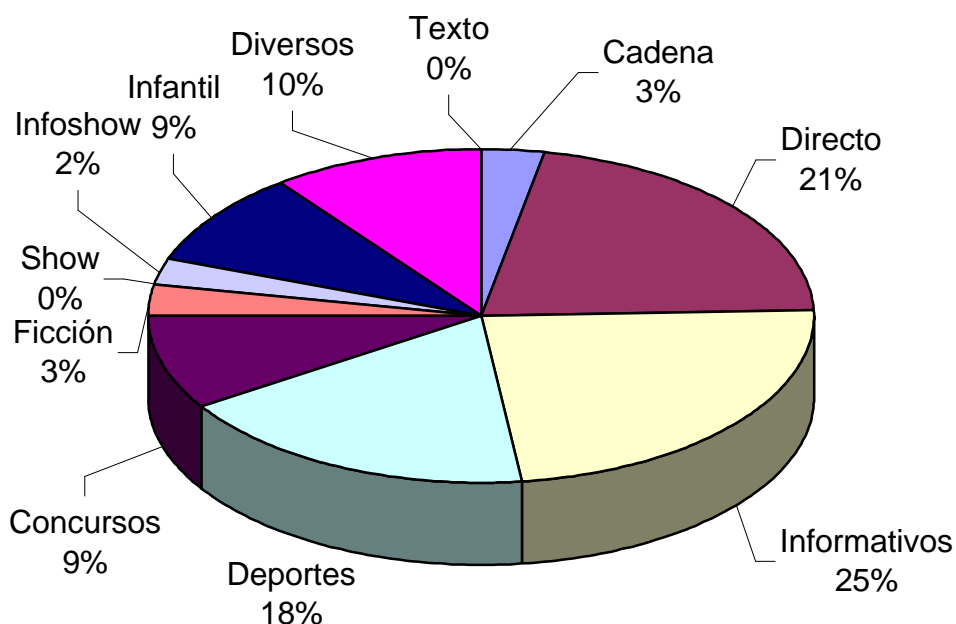
⁷³⁹ En el sentido ya expresado de emisión indiscriminada y en ausencia de una estrategia de programación que permita considerar que tales emisiones son programas al uso.

Gráfico 96. Ocupación antena programación satélite por emisoras



Consultados los operadores de la provincia sobre las necesidades de programación, mayoritariamente han indicado que los programas informativos y los directos, junto a los deportivos, forman parte fundamental de su estrategia futura de programación. Igualmente, manifiestan la necesidad de incluir mayor programación de entretenimiento e infantil y, en algún caso, la intención de asociarse a algún tipo de cadena de ámbito nacional o programar más ficción.

Gráfico 97. Necesidades programación



En definitiva, el sector continúa considerando como eje fundamental de la parrilla el macrogéneros informativos y deportivo, así como las transmisiones en directo, aunque se observa una tendencia a incluir programación de entretenimiento y, en algunos casos, cierta intención de adecuar la oferta de programación a los públicos infantiles. Es decir, se continua con la estrategia de implantación que utiliza aquellos macrogéneros para legitimar la integración de la emisora en el entorno inmediato de su ámbito territorial, pero con una clara vocación de ofertar parrillas de programación que se asemejen a las de las televisiones generalistas.

No obstante, los emisores locales todavía mantienen cierta especificidad como tales aunque, como veremos a continuación, la progresiva inclusión de programas de producción externa en las parrillas de la mayoría de las emisoras están derivando el sector hacia una oferta generalista y poco ajustada al ámbito territorial donde opera cada televisión.

En este sentido, excepto en las zonas de la provincia de habla castellana, el idioma valenciano sólo se utiliza de manera significativa en algunas emisoras que han declarado explícitamente su intención de promocionar esta opción lingüística.

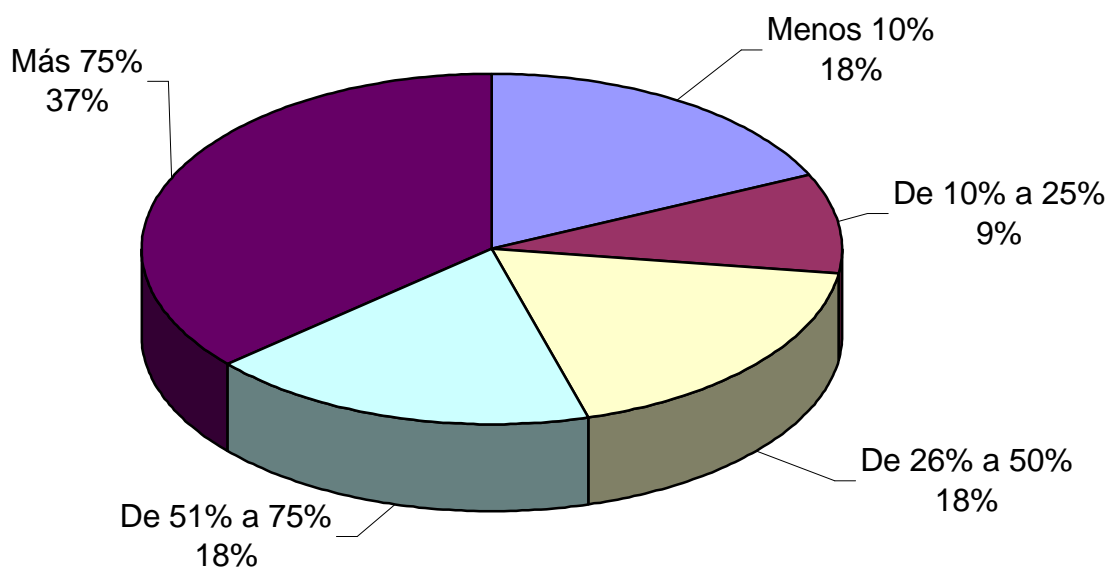
4.3. Uso de la lengua valenciana.

El uso del valenciano es mayoritario en la programación de producción propia aunque, en muchos casos, su utilización no forma parte de una política explícita de fomento de la lengua autóctona, sino que su uso se ajusta a las particularidades lingüísticas propias del entorno donde se ubica la televisión.

Esta intención de fomentar la lengua valenciana sí se ha expresado en el caso de Localia Nord y Canal 56, en Morella y Vinaroz respectivamente de manera explícita. Sin embargo, en Castellón y alrededores se utiliza tanto castellano como valenciano como regla general, aunque también desde Planavisión se ha manifestado esa voluntad de utilizar mayoritariamente la lengua valenciana aunque, por el contrario, en su programación global no tiene un peso significativo. En Segorbe, en TV Canal, al tratarse de una zona castellanoparlante el valenciano prácticamente no se utiliza.

En todo caso, como veremos enseguida, el uso de la lengua valenciana está estrechamente relacionado con la especificidad de la programación de la televisión local y la inclusión de programas externos en las parrillas.

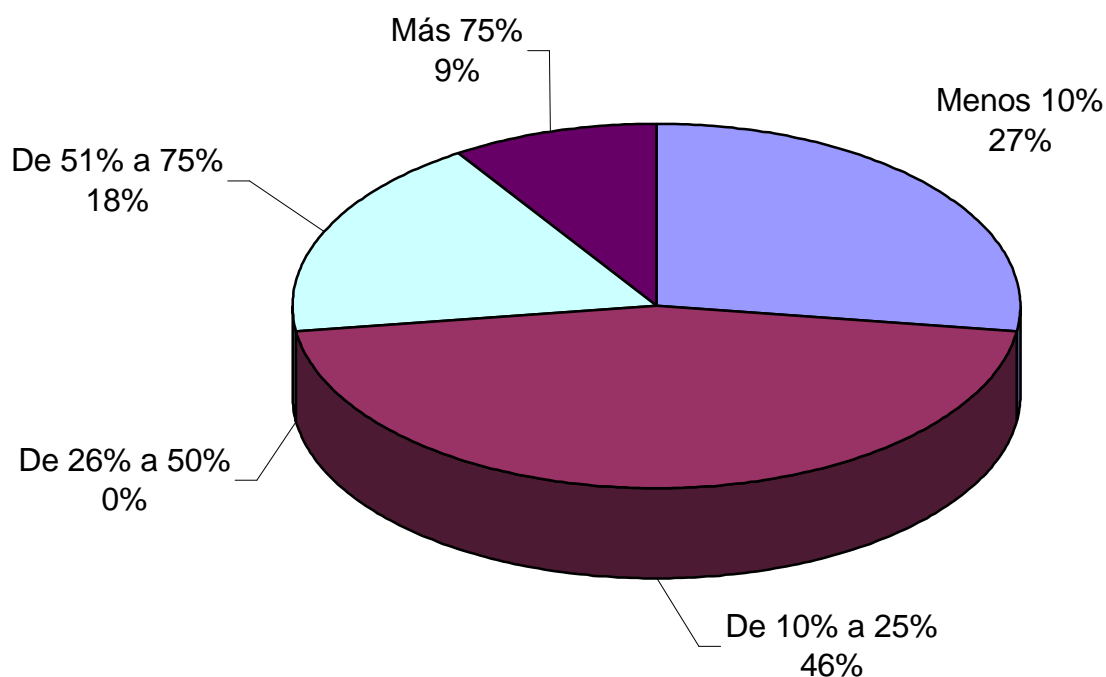
Gráfico 98. Producción propia en valenciano.



Ahora bien, la presencia real del valenciano en la parrilla de programación es mucho menor dada la significativa presencia de producción externa en la mayor parte de los emisores⁷⁴⁰, pasando a ocupar tan sólo entre el 10 y el 25% del horario útil de antena o menos, aunque algunas emisoras mantienen un porcentaje superior al 50 e incluso al 75% del total de minutos emitidos, como en el caso de Canal 56 o Castelló TV, por encima del resto de emisores locales de la provincia en este aspecto

⁷⁴⁰ Cuando no de emisión en cadena que, evidentemente, es en castellano.

Gráfico 99. Valenciano sobre antena útil.

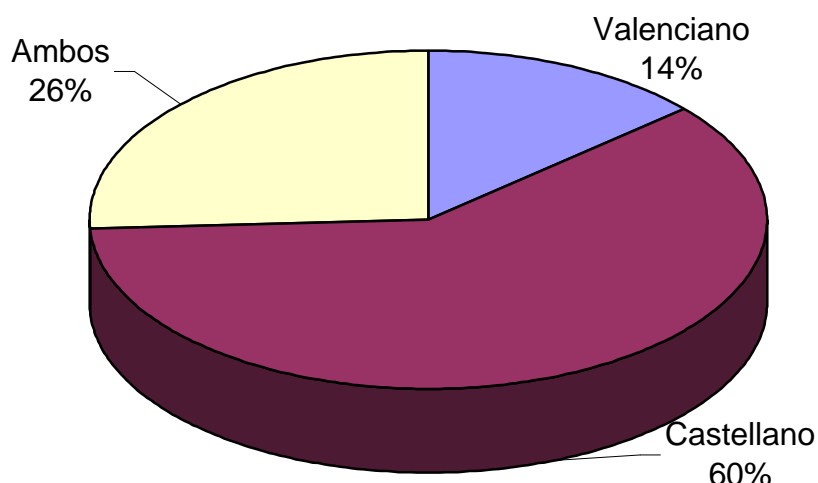


Si analizamos los programas informativos de producción propia⁷⁴¹, tampoco el valenciano es una lengua que se utilice mayoritariamente en el conjunto del sector, sino más bien al contrario y, a pesar de que en muchas poblaciones de la provincia es la lengua autóctona, se observa cierta inadecuación de las televisiones a su entorno en este aspecto en tanto que ni siquiera muchas de las televisiones locales responden al uso social que la lengua tiene.

En ese sentido, sin entrar a discutir si la promoción de la lengua valenciana debe formar parte de las políticas culturales o no, se ha de señalar que, en todo caso, las televisiones locales de la provincia no puede estar de espaldas a la lengua vehicular de sus públicos potenciales y ello, como se puede observar a continuación, es evidente en cuanto al uso lingüístico común en los informativos.

⁷⁴¹ En el que se incluyen subgeneros como el magazine, noticias, reportajes, etc., como ya analizamos.

Gráfico 100. Valenciano en informativos.



En conclusión, y exceptuando el caso de Canal TV de Segorbe que opera en una zona castellanoparlante, la mayoría de operadores de la provincia no utilizan la lengua valenciana de manera adecuada al entorno donde emiten su programación, otro de los tantos desajustes similares a los que venimos comentando para el conjunto del sector, y que continuaremos explicitando en las siguientes páginas.

5. Situación económica y financiera.

La gestión económica y financiera de las televisiones locales, en general y en el conjunto del estado, es uno de los aspectos críticos de todo el sector y, sin duda, uno de los menos profesionalizados hasta hace bien poco, en que parece producirse una mayor atención a estos aspectos.

Sin embargo, como ya hemos señalado a lo largo de la investigación, no es posible conocer con cierta precisión la situación real del sector, ni en lo relativo a la cuotas de mercado que obtienen estos operadores ni, en definitiva, en lo referente a la composición de sus cuentas de resultados. Sorprende que, siendo una de las principales preocupaciones del sector, sea, en cambio, el área que menos se aborda en la investigación y, también, la que menos cuidan los propios operadores que, en general, realizan una gestión de estas áreas cuya profesionalidad deja bastante que desear.

Para elaborar el estudio que sigue, se ha analizado la evolución de las cuentas de resultados y la composición de los balances anuales

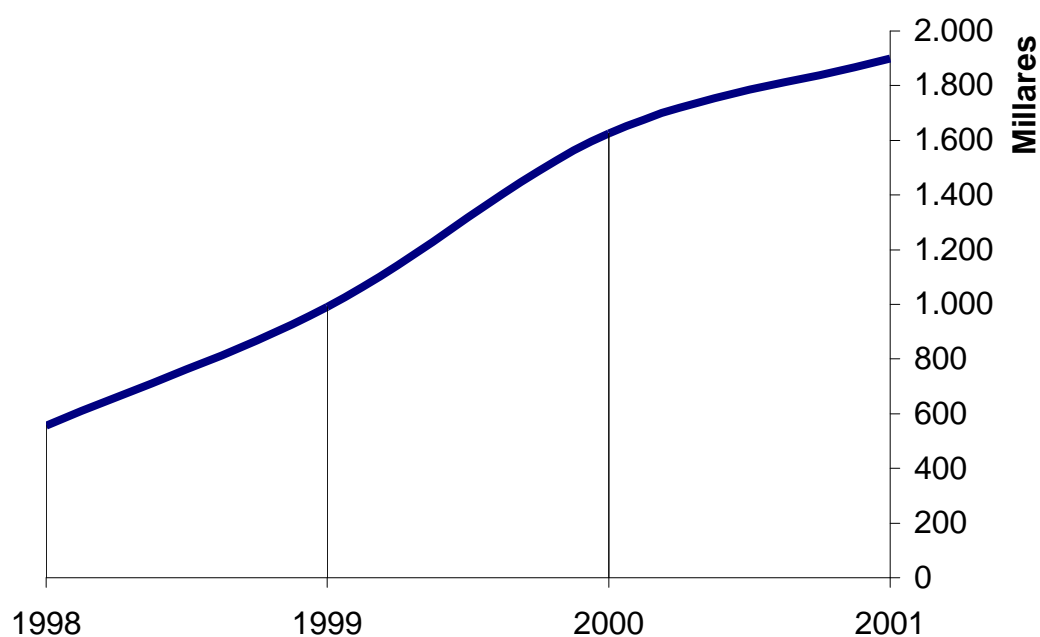
de las empresas que hacen públicas estas informaciones, es decir, aquellas sociedades mercantiles que están obligadas a depositar sus Cuentas Anuales en el Registro Mercantil.

Para ello, se han estudiado los últimos cuatro ejercicios depositados en el momento de realizar esta investigación, es decir, los años 1998 a 2001, y se ha de tener en cuenta que, además, en el caso de Canal 56 sólo existen datos oficiales en el ejercicio 2001, momento en que pasa de ser una Comunidad de Bienes a Sociedad Limitada, mientras que Localia Castellón empieza a operar en 1999.

5.1. Ventas y resultados.

Tal como resulta del análisis, el sector en la provincia ha venido creciendo de manera sostenida durante los últimos años, alcanzado progresivamente una importancia industrial mayor, alcanzando en 2001 una cifra de negocios cercana a 1.900.000 euros en el conjunto del sector.

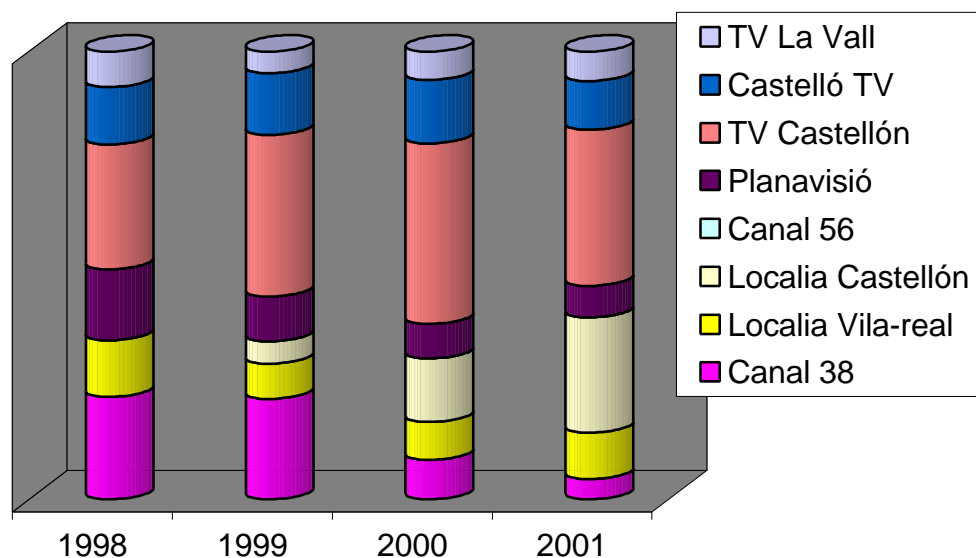
Gráfico 101. Evolución Cifra de Negocios.



En cambio, estos incrementos en el volumen de negocios total no han sido, ni mucho menos, equilibrados para todo el sector y, en general, las empresas han ido perdiendo cuota de mercado. Es decir, ese aumento global de los ingresos en el sector es el resultado de la

incorporación de nuevos operadores, sin que se aprecie una expansión significativa del negocio en los ya existentes.

Gráfico 102. Evolución cuota mercado.



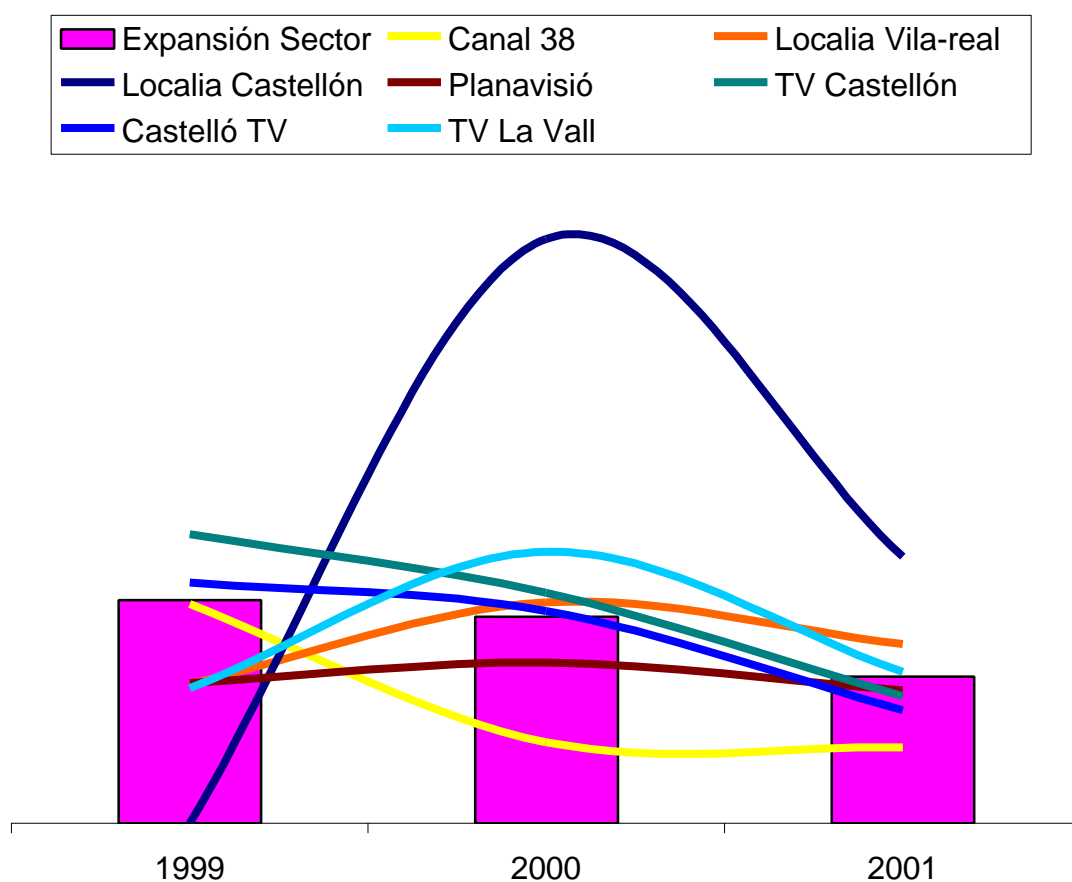
Se observa, pues, una disminución general de la participación de cada emisora en el total del negocio, de manera que las nuevas televisiones que comienzan a operar en el sector no sólo amplían el volumen de negocio global de manera significativa, sino que además restan cuota de mercado a las televisiones que ya existen, como se puede observar claramente en el claro caso de Localia Castellón, que irrumpe con fuerza en el sector después de un primer año en que obtiene unos ingresos más bien discretos, pasando de una cuota del 5% de 1999 a ocupar el 25% del mercado en 2001.

No obstante, en 2001 se ha producido una significativa ralentización del ritmo de crecimiento de las ventas y, en general, la mayor parte de las empresas de televisión de la provincia manifiestan esta contracción del mercado, aunque hay algunas que todavía obtienen mejores resultados que el resto, concretamente las empresas asociadas al grupo Localia aunque con un descenso mucho mayor en el caso de Localia Castellón, que crece menos que el año anterior. También en Planavisió se aprecia una disminución del crecimiento poco importante e incluso una leve recuperación en Canal 38.

En todo caso, como se muestra a continuación, el mercado no se continúa expandiendo al ritmo deseado, bien al contrario, se muestra

reacio a continuar apostando por la televisión local como medio de comunicación adecuado a los intereses publicitarios en general.

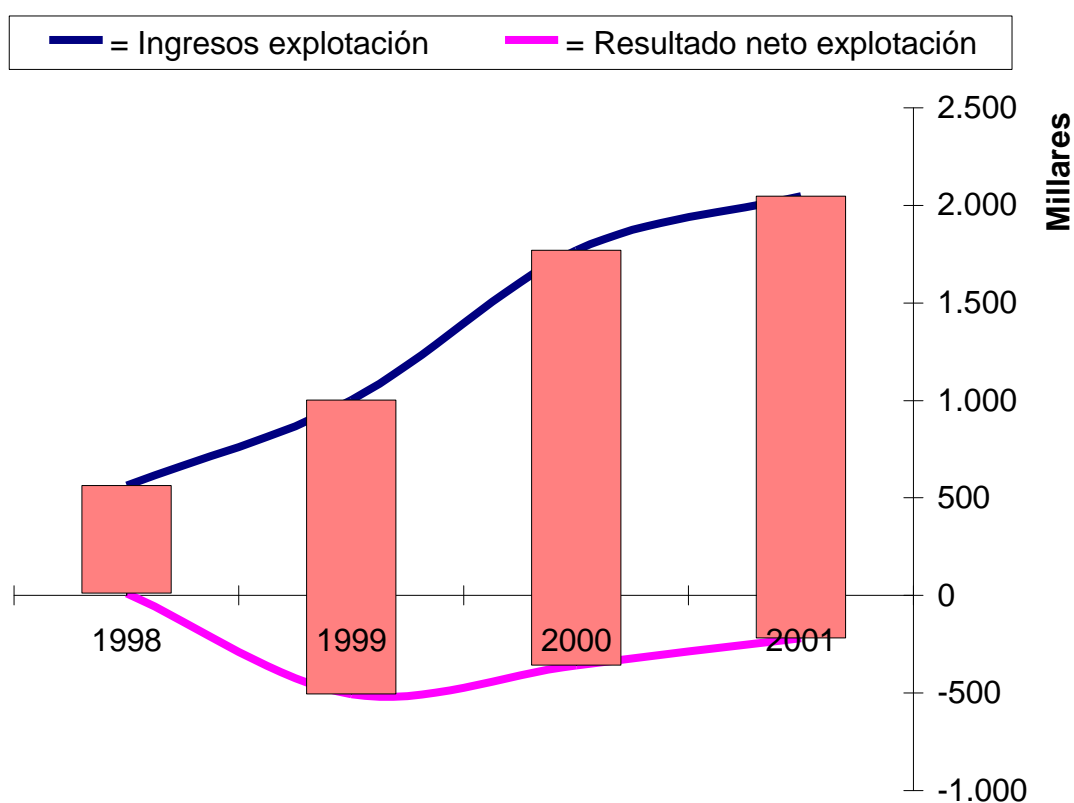
Gráfico 103. Expansión ventas.



Sin embargo, a pesar de esta contracción del crecimiento, en general el sector a mejorado la efectividad en el empleo de sus recursos, mejorando la relación entre los costes de explotación y los ingresos obtenidos.

De todas formas, se trata de una tendencia más que de una realidad efectiva, en tanto que todavía en la mayor parte de las empresas no ha sido posible coinciliar los ingresos obtenidos con los recursos empleados para su obtención, y las pérdidas son generalizadas, como veremos enseguida, a pesar de esta intención de adecuar la composición de la cuenta de resultados a las posibilidades efectivas de gran parte de los operadores del sector, sobre todo en lo relativo a los gastos de personal, que tratamos más adelante.

Gráfico 104. Resultado de Explotación.

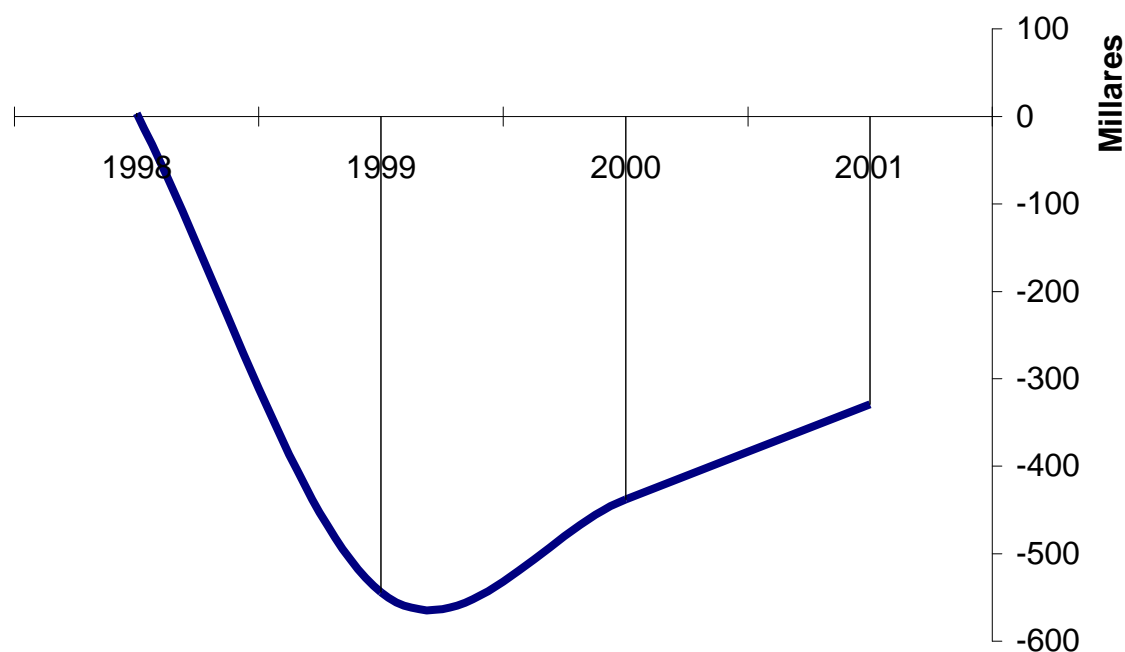


El sector, en su conjunto, es claramente deficitario durante los últimos años, con una ligera tendencia a disminuir las pérdidas a partir de 2001. Dado que se trata de empresas de reciente implantación o que, en general, se han reestructurado hace pocos años, no es excesivamente preocupante que sus resultados no sean positivos teniendo en cuenta que su rentabilización sólo se suele alcanzar a medio plazo.

En ese sentido, la progresiva disminución de las pérdidas y el ajuste de los gastos⁷⁴², es un indicativo de que el sector comienza un proceso de consolidación de sus resultados que permite pensar que, de continuar esa tendencia, puede estabilizarse y desarrollarse de manera sostenida durante los siguientes años.

⁷⁴² A falta de los datos de 2002, que no están disponibles en el momento de la redacción de este trabajo, no nos es posible determinar si se trata de una tendencia coyuntural o no.

Gráfico 105. Beneficios antes de impuestos.



Si analizamos los resultados obtenidos individualmente por las empresas de la provincia, son pocas las que obtienen beneficios, aunque la tendencia general es ir aproximándose a la rentabilidad o, al menos, disminuir progresivamente las pérdidas.

No obstante, en el último ejercicio contable, en 2001, más del 40% del sector registraba pérdidas, y un 24% del total lo que podríamos considerar pérdidas importantes para empresas de estas características, superiores a los 100.000 Euros⁷⁴³, aunque, en todo caso, la mayoría de los operadores obtienen pérdidas o ganancias poco significativas.

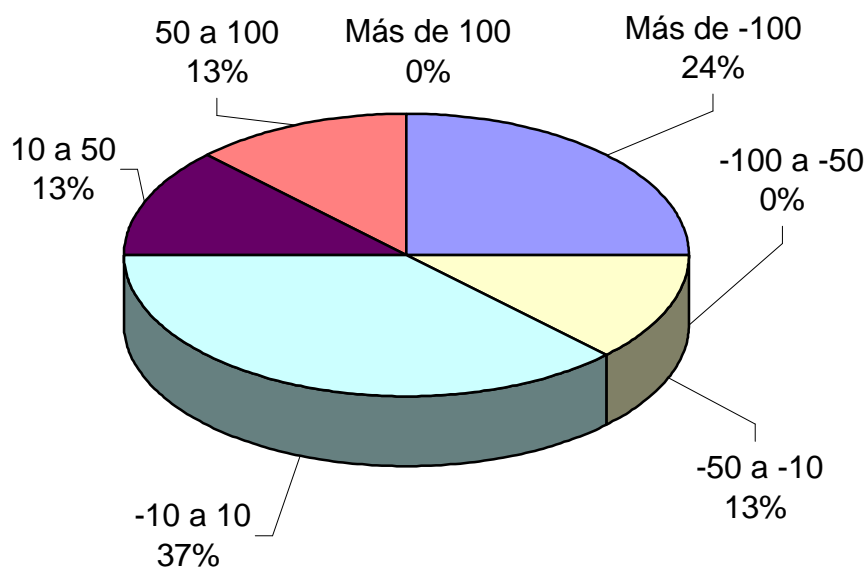
Tal como muestra el siguiente gráfico, sólo hay una emisora en la provincia que se podría considerar una empresa de televisión local económicamente rentable, aunque con beneficios que solo oscilan entre los 50.000 y los 100.000 Euros antes de impuestos⁷⁴⁴, cifras poco

⁷⁴³ Entre ellas destaca Canal 38, con unas pérdidas cercanas a los 250.000 Euros, seguida de Localia Castellón que pierde en 2001 casi 160.000 Euros antes de impuestos.

⁷⁴⁴ La empresa que mayores beneficios antes de impuestos obtiene de todas las televisiones de la provincia es TV Castellón, con casi 70.000 Euros, seguida de lejos por Localia Vila-Real con una cifra cercana a los 9.500 Euros en 2001. En todo caso,

significativas en relación a las obtenidas por muchas pequeñas empresas que operan en otros sectores de actividad.

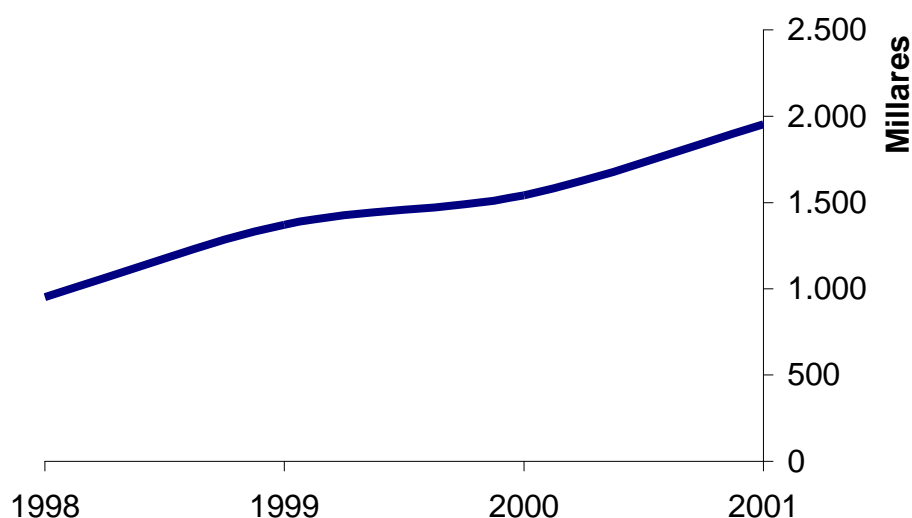
Gráfico 106. Resultados antes de impuestos 2001 (miles).



No obstante, se ha de tener en cuenta que la mayoría de las empresas viene realizando en los últimos años importantes inversiones en inmovilizados, renovando o introduciendo equipos de producción digital y adecuando los espacios productivos, hasta llegar a un valor total activo cercano a los 2 millones de euros⁷⁴⁵, con un incremento y actualización constante de estas infraestructuras, tal como se muestra en el siguiente gráfico.

⁷⁴⁵ Sin contar el valor de las amortizaciones de ese inmovilizado.

Gráfico 107. Inversiones en equipamiento e infraestructuras.



En definitiva, y tal como ya hemos expuesto a lo largo de esta investigación, no parece que la situación actual de las televisiones locales, al menos las de la provincia de Castellón, permita que se pueda hablar de un sector lo suficientemente consolidado como para ser el destinado a introducir las nuevas tecnologías de transmisión digital terrestre, la TDT, cuando parece, al menos dudoso, que esos costes se puedan afrontar en la situación actual.

Bien al contrario, como se vió paginas atrás, el sector todavía necesita continuar renovando sus equipos analógicos para mejorar su productividad con la introducción de equipos digitales y, como venimos contando también, realizar otros muchos ajustes estructurales que, lentamente, también se están produciendo en algunos aspectos.

5.2. Costes y productividad laboral.

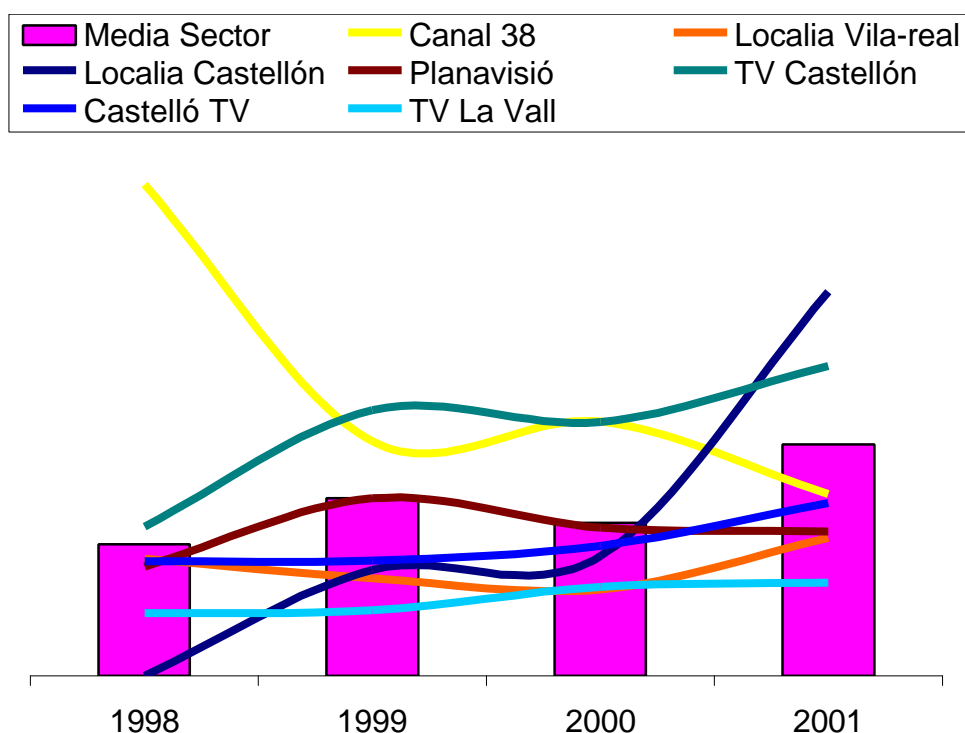
Una de los aspectos fundamentales que determinan la marcha de cualquier emisora de televisión, como señalábamos páginas atrás, es la correcta adecuación de los recursos humanos a las necesidades de la empresa de televisión.

En este sentido, tanto es imprescindible una buena cualificación profesional del personal en plantilla acompañada de una mínima estabilidad laboral y una retribución adecuada, como que estos recursos de producción respondan a las expectativas que las empresas

depositan sobre ellos en cuanto a que contribuyan a mejorar la cuenta de resultados, pues ese es el objeto de la inversión que realiza la empresa en esta área como en otras.

En las televisiones locales de la provincia, las plantillas se están continuamente adecuando a las necesidades de producción específicas de cada televisión, aunque se observan importantes diferencias de productividad de los recursos humanos y de costes laborales.

Gráfico 108. Costes laborales.



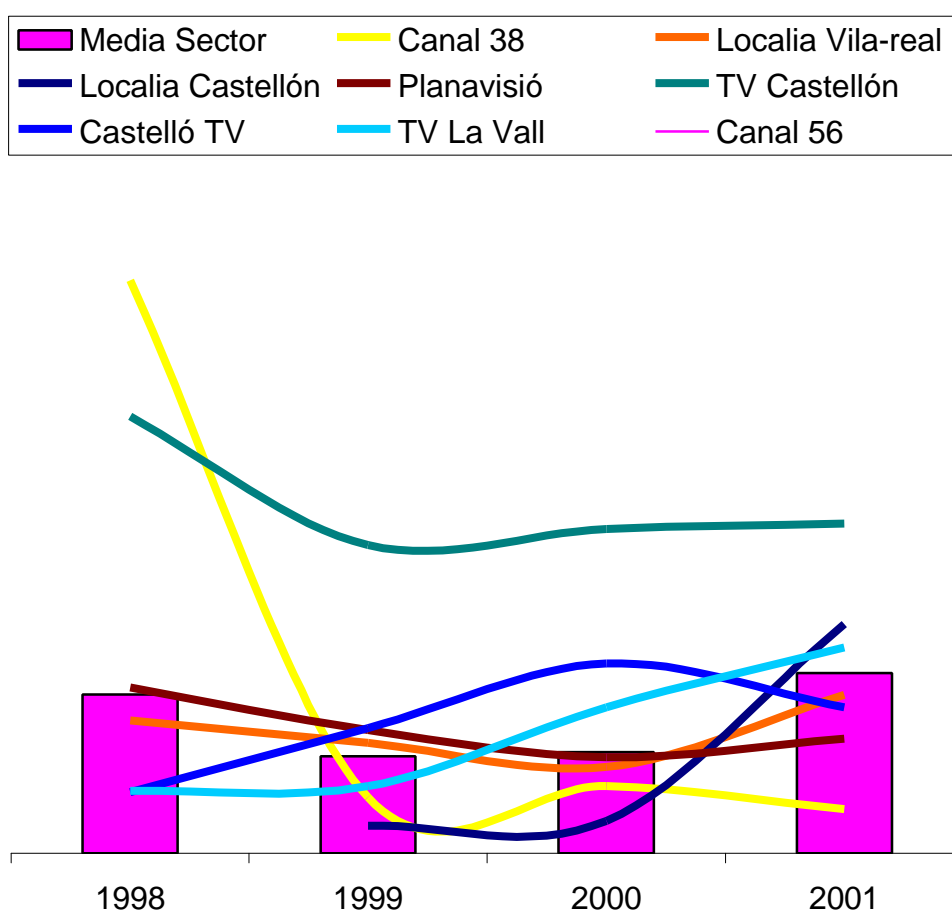
En general y como ocurre en otros aspectos comentados, se observa cierta falta de profesionalización de la gestión de esta área y, en muchas ocasiones, se han encontrado desajustes importantes.

No obstante, se puede decir que los costes laborales unitarios se han ido incrementando en la mayoría de las televisiones de la provincia, aunque sólo una pequeña parte del sector los mantiene por encima de la media, lo cual no quiere decir que netamente sean costes altos, sino que en realidad son los más ajustados a los mínimos, y el resto de las retribuciones están por debajo de esos mínimo. Estaríamos

hablando de unos salarios medios de unos 15.000 euros anuales brutos por trabajador, un salario a todas luces bajo aunque, en muchos casos como venimos relatando, todavía alto para la capacidad económica de gran parte del sector.

La productividad de los recursos humanos, no obstante, ha ido mejorando durante los últimos años de manera generalizada, excepto en casos aislados en que se ha producido una reestructuración de plantilla cuyos resultados todavía no son del todo patentes.

Gráfico 109. Productividad recursos humanos.



Sin embargo, las impresiones que hemos extraído del trabajo de campo a partir de las distintas entrevistas mantenidas con los responsables de las televisiones, nos indican que, aun siendo un área perfectamente conocida en cuanto a su importante coste y a la que se presta una atención especial, estas mejoras de productividad no son fruto del seguimiento y análisis continuo de la adecuación de estos

recursos en una estrategia a medio plazo, sino que cualquier intervención sobre esta área se realiza cuando ya existe un problema económico serio en la empresa.

En este sentido, hay empresas que nacen sobredimensionadas en esta área y, después, se ven obligadas a emprender ajustes de plantilla traumáticos; y otras, como comentábamos, que no consideran que invertir en desarrollar una mínima infraestructura comercial sea una decisión acertada.

Es significativo el caso de Canal 38, que ha relanzado su actividad durante el último semestre del año 2002, después de una época de graves dificultades económicas y con el proyecto prácticamente en vías de desaparición, tal como se refleja sistemáticamente a lo largo de todo el trabajo. La compra de la televisión por el grupo Tabarka, y el nuevo proyecto estratégico de desarrollo de la emisora, a falta de los datos de 2002 y su evolución durante el presente año, ha dado a esta empresa de televisión ciertas garantías de consolidación a medio plazo⁷⁴⁶.

Para concluir habría que señalar que es TV Castellón, de nuevo, la televisión de la provincia que mejor aprovecha sus recursos humanos, es decir, la que obtiene mayores beneficios con la mínima inversión en plantilla y, de igual modo, y a pesar de haber tenido que realizar recientes ajustes de personal, Localia Castellón empieza a reflejar síntomas de mejora en la productividad. Es decir, dos televisiones radicalmente distintas en cuanto a su gestión y su estructura empresarial de gestión obtienen los mejores resultados en este aspecto, pero por caminos distintos, pues la primera de ellas mantiene una estructura y estilo de gestión básico y la segunda profesionalizado, tal como mostramos páginas atrás.

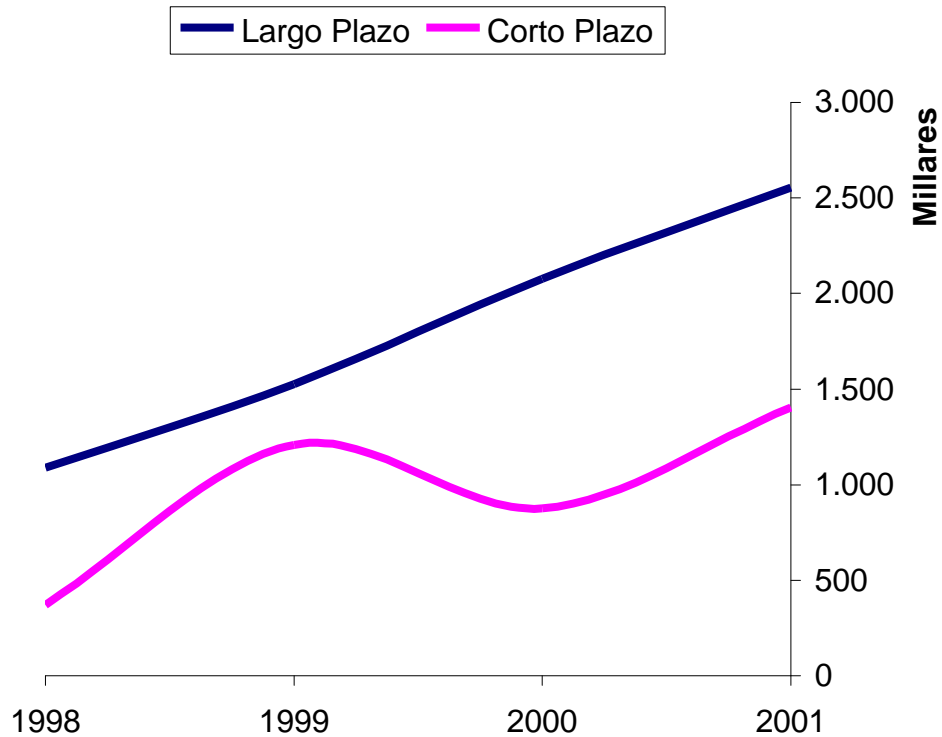
5.3. Deuda y ratios económicos y financieros.

En general, dado que la mayoría de empresas todavía están en proceso de consolidación, y debido a las importantes inversiones que

⁷⁴⁶ Sin embargo, y a pesar de estas consideraciones, en el momento de redacción de esta tesis el grupo Tabarka acaba de destituir a la directora, lo cual no permite pensar que la marcha de la emisora sea la esperada.

han tenido que emprender para poder operar, todavía mantienen un elevado nivel de deudas, cercano a los 4 millones de euros en el conjunto del sector.

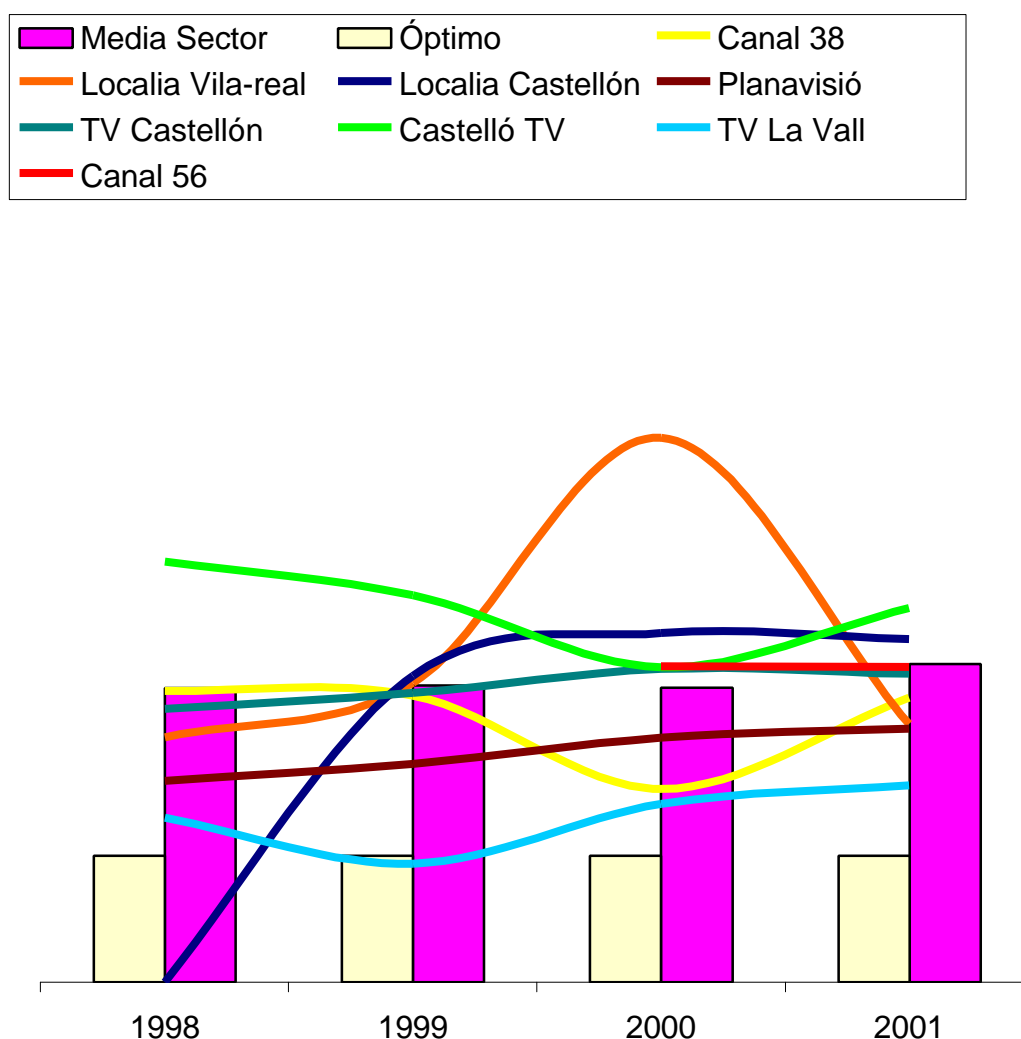
Gráfico 110. Evolución deuda.



En muchos casos, estas deudas pueden representar un serio problema de continuar contrayéndose el mercado, a no ser que se produzca un crecimiento rápido y sostenido durante los siguientes años que permita afrontarlas.

Además, en el conjunto del sector el endeudamiento contraído está muy por encima del aconsejable, y supera con creces más del 50% del pasivo. En consecuencia, los costes financieros y las dificultades de devolución de la deuda constriñen mucho las expectativas de crecimiento de la mayor parte del sector, que se ve abocado a destinar gran parte de los ingresos a la amortización de estas deudas.

Gráfico 111. Endeudamiento⁷⁴⁷.



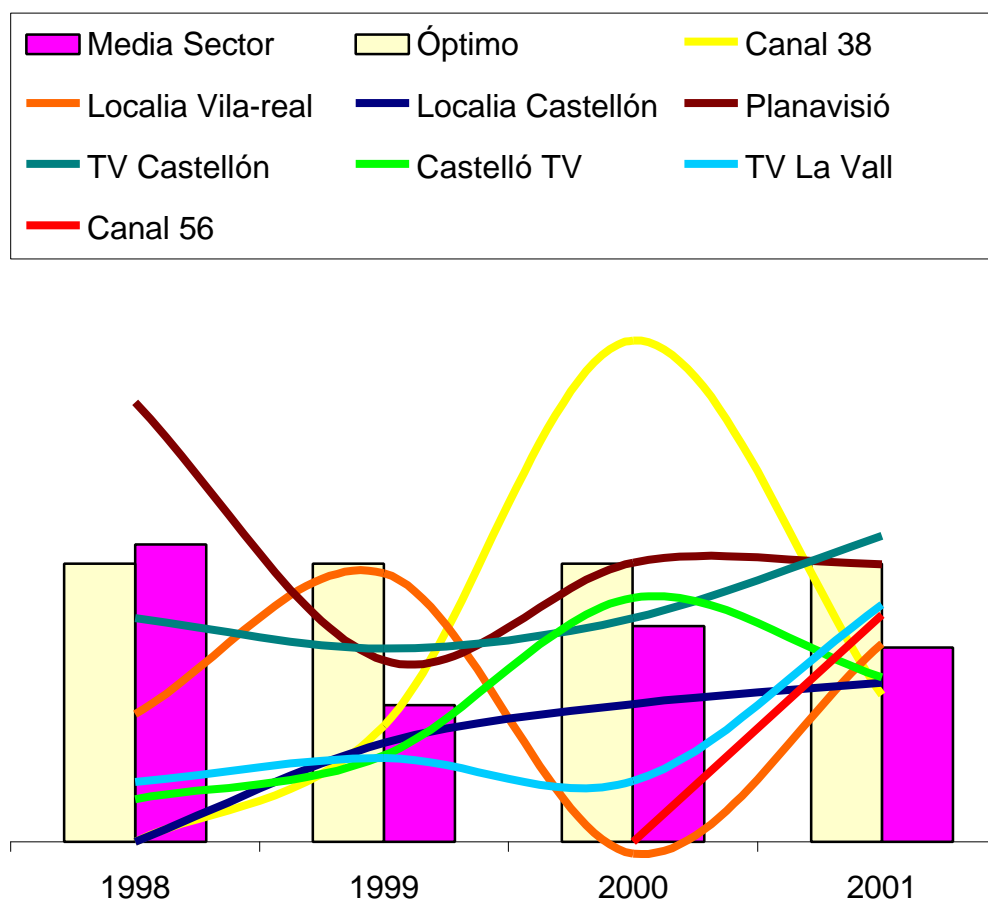
Esta deuda está compuesta generalmente en dos tercios por deuda a largo plazo y el resto a corto pero, aun así y todo, algunas empresas presentan serios problemas de liquidez.

El activo circulante debería ser mayor o superior a las deudas a corto plazo, de manera que permitiese afrontar de manera inmediata este tipo de deuda para poder responder sin problemas a ella. Si el ratio entre ambos, en cambio, fuese muy superior a uno, estaríamos ante un problema de sobrelíquidez que supone una escasa movilización de recursos para su rentabilización que, en este caso, permanecerían inactivos y no proporcionarían ningún rendimiento.

⁷⁴⁷ Deudas a corto plazo y deudas a largo plazo sobre el total del pasivo.

En el sector no ocurre esto último, que aunque poco eficiente tampoco es tan grave, sino que se da justo el caso contrario de falta de liquidez para cubrir las necesidades mínimas inmediatas. La inmensa mayoría de las televisiones locales de la provincia tiene serios problemas en este aspecto y, para algunas de ellas, un impagado de un cliente o un retraso en el pago, puede ocasionar graves quebrantos.

Gráfico 112. Liquidez.



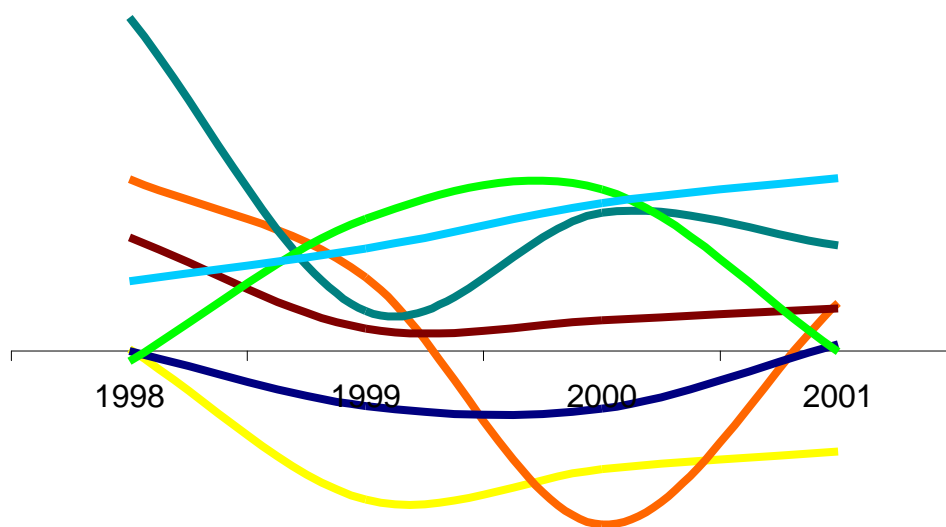
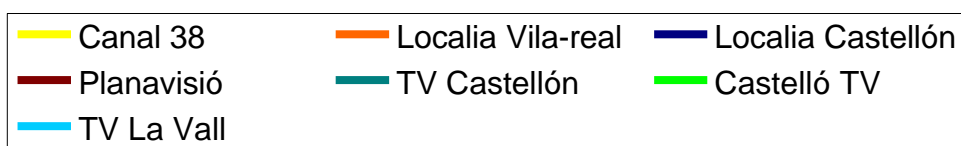
El gran problema del sector, en gran parte atribuible en la mayor parte de las empresas que operan actualmente al escaso tiempo que llevan implantadas, es que todavía no ha conseguido rentabilizar los activos puestos en juego de manera que puedan autofinanciar las inversiones realizadas, en un sector tan dependiente de tecnologías de vida útil reducida y en constante evolución como es la televisión.

El nivel de autofinanciación, que indica el flujo de caja generado respecto al total de los activos debe ser cada vez mayor para que, de

esta manera, la empresa sea cada vez menos dependiente de terceros para la financiación de sus actividades.

Como muestra el gráfico siguiente, en algunas televisiones se está ajustando este ratio al alza y, en consecuencia, se está mejorando, aunque lentamente, la independencia de la empresa de los recursos financieros externos, aunque aún se esté lejos de alcanzar una situación óptima.

Gráfico 113. Autofinanciación sobre activos.



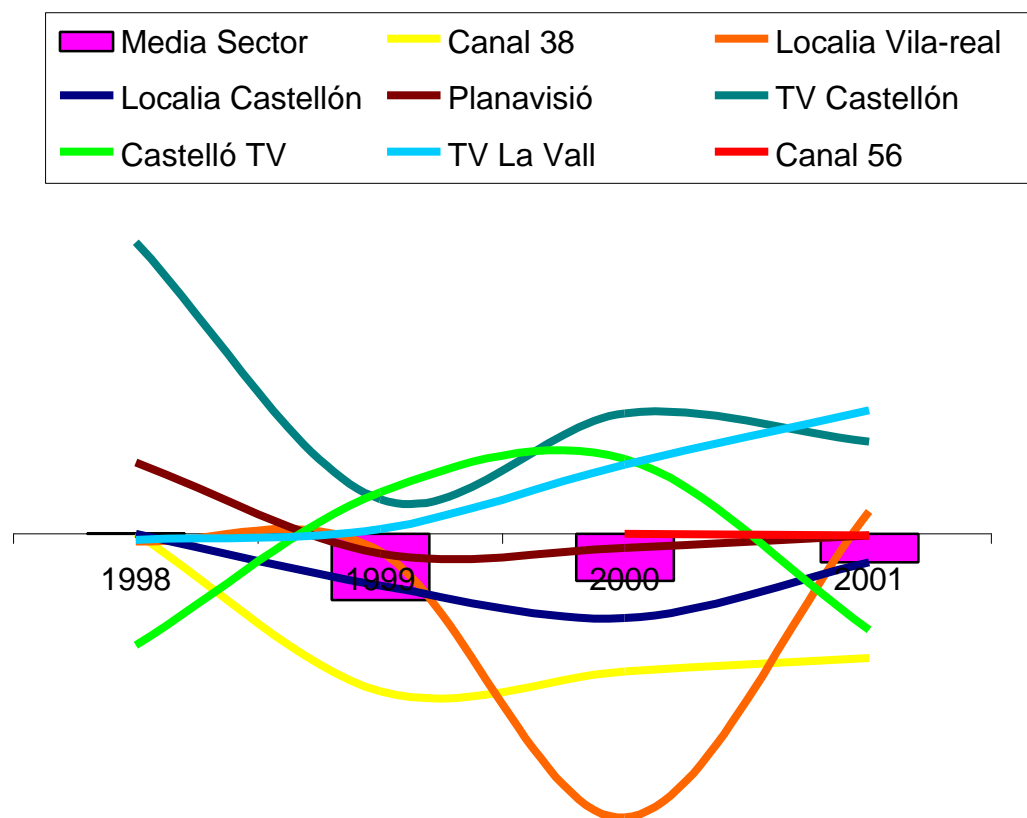
No obstante, se pueden albergar algunas esperanzas a medio plazo para que las televisiones puedan consolidarse como una industria audiovisual en la provincia de Castellón, pues el sector local es mucho más flexible y adaptable al nuevo contexto que las grandes empresas de televisión, mucho menos dinámicas y con unos recursos

que, por mayores, presentan mas resistencia y complejidad ante los cambios que, necesariamente, son mucho más lentos.

Los rendimientos de los activos comienzan a ajustarse en relación a los beneficios que generan y, en general, parece haber una tendencia generalizada a mejorar la explotación de los activos de que se dispone.

Como veremos a continuación, la relación entre los beneficios obtenidos antes de impuestos respecto a los activos totales puestos en marcha, está mejorando en tanto que cuanto mayor sea la relación entre ambos mayor productividad se obtiene de estos activos empresariales.

Gráfico 114. Rentabilidad económica.



Igualmente, las inversiones de los socios o promotores de la empresa comienzan lentamente a dar resultados y, en todo caso, muestran una tendencia que a medio plazo puede validar que tales

opciones de inversión hayan encontrado el lugar adecuado para su rentabilización.

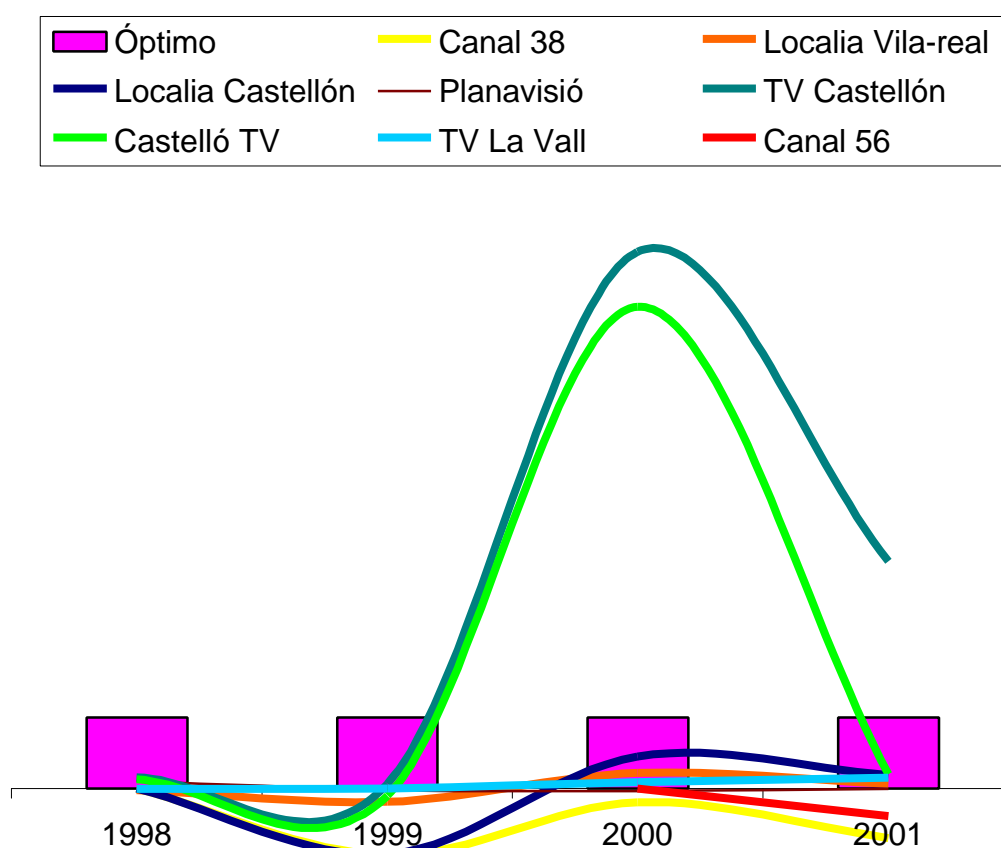
En este sentido, y de manera independiente a la indudable necesidad de entender el sector de la televisión local en cuanto a medio de comunicación social y sus funciones vertebradoras y dinamizadoras tanto a nivel económico como social, cabe decir que las inversiones se suelen realizar en términos puramente económicos y esa rentabilidad intangible, tan necesaria de valorar en adecuados análisis globales de costes y beneficios, está lejos de las expectativas de muchos inversores que financian este tipo de empresas que esperan, básicamente, rentabilidad económica tangible a medio plazo.

Esto no es obstáculo para que, en general, el sector manifieste ese interés por la televisión local en sus aspectos más inmateriales y menos cuantificables, aunque cabría determinar qué parte del sector utiliza este potencial comunicativo y social desde un punto de vista meramente estratégico y mercantil, y cuales otros lo hacen como principal motor de su actividad cotidiana. No estamos en condiciones de desvelar tal intimidad aunque, indudablemente, participamos de la opinión de que como tales empresas privadas han de obtener una rentabilidad económica razonable.

En este sentido, hemos establecido para este tipo de empresas que una rentabilidad optima en función de los fondos invertidos estaría, como mínimo, en torno al 5%, que sería el beneficio razonable obtenido si estos fondos se invirtiesen en otro tipo de productos financieros.

Sin embargo, como se puede ver a continuación, el beneficio obtenido por las televisiones de la provincia de la empresa, es decir, la rentabilidad de la inversiones iniciales realizadas, más las reservas y dividendos no repartidos entre los socios que pasan a formar parte de los fondos de la empresa igualmente, deja mucho que desear en la mayor parte de los casos.

Gráfico 115. Rentabilidad financiera.



No obstante, para algunas empresas del sector, los fondos invertidos están dando unos rendimientos financieros más o menos aceptables⁷⁴⁸, y no parece que sea muy mal negocio invertir en televisión local en la provincia de Castellón.

El resto de las televisiones obtendrían mejores rendimientos invirtiendo en cualquier producto financiero del mercado pero, sin embargo, se ha de tener en cuenta que el sector está en proceso de consolidación y, como venimos diciendo y como es común a cualquier iniciativa empresarial, se necesita un tiempo prudencial para rentabilizar las inversiones realizadas.

⁷⁴⁸ En algunos casos tan altos como si se tratase de inversiones de muy elevado riesgo, y en otros manteniendo unos valores estables a lo largo de todo el período estudiado.

En consecuencia, si el sector de televisión local de la provincia, con las correcciones necesarias, continúa su desarrollo y consolidación estaríamos ante un conjunto de empresas que, además de ofrecer una alternativa comunicativa necesaria para el sistema audiovisual de la provincia, pueden suponer un importante sector para la creación de puestos de trabajo.

El sector tiene razonables expectativas de ofrecer a medio plazo beneficios y, en definitiva, la televisión local de la provincia de Castellón puede convertirse en una industria audiovisual de indudable interés económico y social.

Como veremos a continuación, los propios operadores son conscientes de parte de sus carencias actuales y necesidades más urgentes para avanzar en este sentido y, complementados con los reajustes que comentaremos, se puede desarrollar una estrategia válida que permita consolidar el sector, objetivo último de los propios operadores y, en los límites de esta investigación, de quien redacta estas líneas.

CAPÍTULO 8°.

EXPECTATIVAS DEL SECTOR EN LA PROVINCIA.

Durante las entrevistas mantenidas con los operadores de televisión de la provincia, y como elemento fundamental de la investigación, se ha intentado averiguar la percepción que el sector tenía de sus propios problemas actuales para, en conjunción con el análisis realizado, facilitar la diagnosis de la situación actual y las oportunas correcciones que puedan permitir avanzar en la consolidación del sector.

En ese sentido, los problemas que más se han señalado desde el sector, como ya hemos analizado en páginas anteriores con detalle, son de tipo financiero y relativos a la actualización tecnológica de equipos e infraestructuras al nuevo contexto audiovisual.

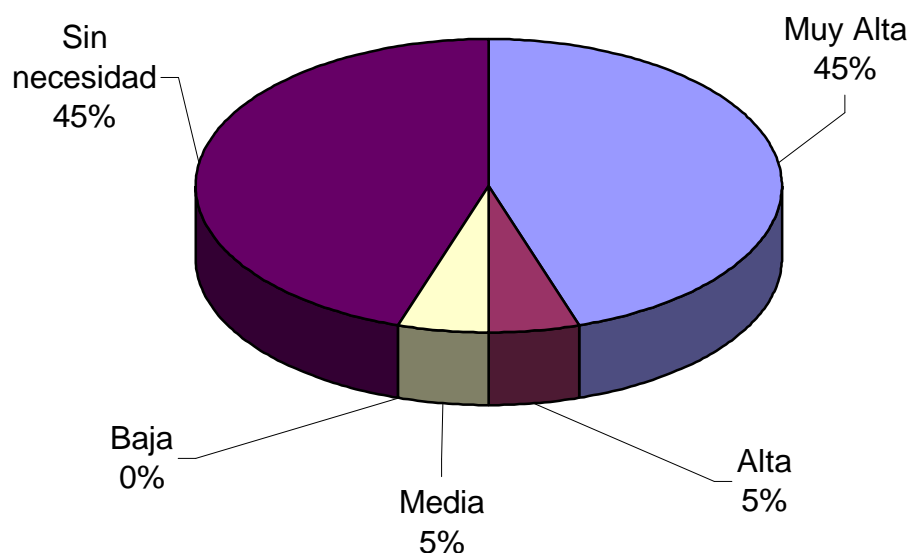
Sin embargo, las consultas al sector no explicitan algunos problemas que, en general, se perciben como secundarios, aunque a nuestro entender son de vital importancia, tales como la falta de formación, la debil estructura del departamento comercial y, en general, la escasa profesionalización de la gestión empresarial, tal como veremos a continuación.

1. Necesidades expresadas por los operadores.

Para el análisis siguiente, se ha establecido una escala de valoración que permite graduar la percepción de la importancia que cada uno de los aspectos tiene para el sector. Así, sobre un total de 5 opciones relativas a necesidades **financieras**, de **equipamientos**, de mejora de la **recepción** de la señal, **laborales** o **formativas**, se ha pedido a los responsables de las televisiones que eligiesen cuatro opciones indicando la importancia relativa de cada una de ellas, en una escala de 4, muy alta, a 1, baja.

El conjunto del sector, en línea con lo expuesto en páginas anteriores, manifiesta una preocupación generalizada por la difícil financiación de las televisiones locales. En este sentido, para la mitad de los operadores de la provincia este sería uno de los problemas fundamentales que condiciona su consolidación futura.

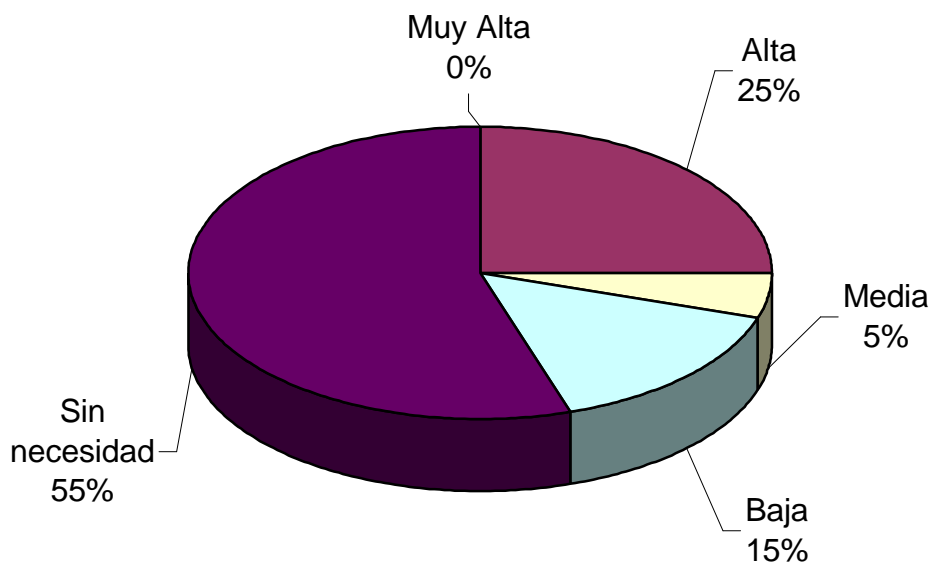
Gráfico 116. Necesidad financiera.



En segundo lugar, existe una preocupación importante en algunas televisiones en lo relativo a infraestructuras productivas, apartado en

el se ha preguntado por la adecuación de los espacios para la actividad televisiva, aunque más de la mitad de los operadores considera que con los actuales puede cubrir sus necesidades a medio plazo.

Gráfico 117. Necesidad infraestructuras.



De similar manera, el sector es consciente de la necesaria renovación y actualización de equipos y se ha manifestado, en algunos casos, que se tiene serias dificultades para transitar a tecnologías digitales, aunque la mayoría de los responsables de las televisiones considera que sus equipamientos actuales responden a las necesidades productivas que les son propias.

En este sentido, se encuentran ciertas contradicciones entre la forma en que los operadores de televisión perciben su propio nivel de equipamientos e infraestructuras con los resultados del análisis realizado sobre el terreno en el que, además de que muchas de las televisiones de la provincia están todavía en proceso de transición hacia sistemas productivos digitales, en muchos casos ni siquiera con los que se tiene se puede afirmar que esten configurados de manera eficaz.

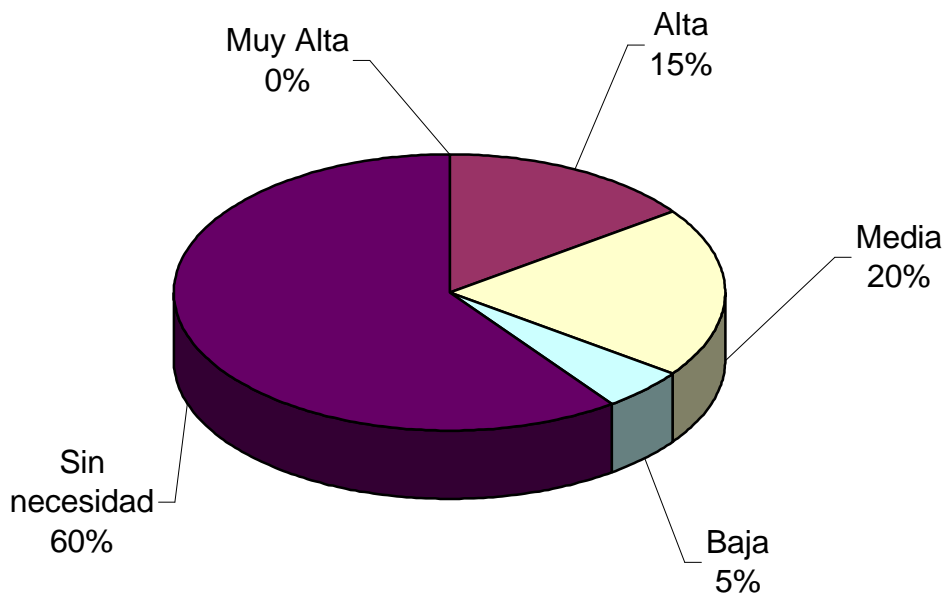
Uno de los problemas más importantes en este aspecto es que, excepto en algunas televisiones que han realizado fuertes inversiones iniciales y han podido diseñar sus instalaciones de manera integral, la

mayoría de los operadores realiza actualizaciones parciales de sus equipos y, en ese sentido, la eficacia global de su sistema productivo disminuye mucho.

Así, se utilizan múltiples formatos, equipos analógicos o digitales, se conecta parcialmente todo el sistema de producción o, en fin, se observa una general inadecuación e integración de todos los equipos. Especialmente indicativos, como ya comentamos, es el caso de Alba TV en que se han hecho inversiones no despreciables cercanas a los 200.000 Euros que se han debido de aumentar enseguida adquiriendo nuevos equipos que permitiesen racionalizar, sin demasiado éxito por lo que pudimos comprobar, la funcionalidad del sistema.

A pesar de todo ello, como muestra el siguiente gráfico, el 60% de las empresas consultadas no muestra ninguna necesidad en este aspecto y, en ese sentido, se confunde con bastante asiduidad la disposición de tecnologías con la adecuación y eficacia productiva que estas tienen, lo que denota, como venimos indicando para otras áreas, cierta falta de eficacia en la su gestión.

Gráfico 118. Necesidad equipamientos.



En general, por otro lado, los operadores locales intentan ubicar sus reemisores orientándolos en función de las emisiones del resto de cadenas generalistas pero, dada la direccionalidad intrínseca a la transmisión de televisión y las dificultades asociadas al filtraje o amplificación de la señal, no es infrecuente que se produzcan problemas de recepción y se pongan en marcha en campañas para resolver este problema técnico.

Algunas televisiones han manifestado la urgencia de solucionar estos problemas asociados a la recepción de la señal con calidad suficiente en sus respectivas áreas de cobertura y, para estos operadores, se revela como prioritario para permitir un desarrollo sostenido de sus empresas de televisión.

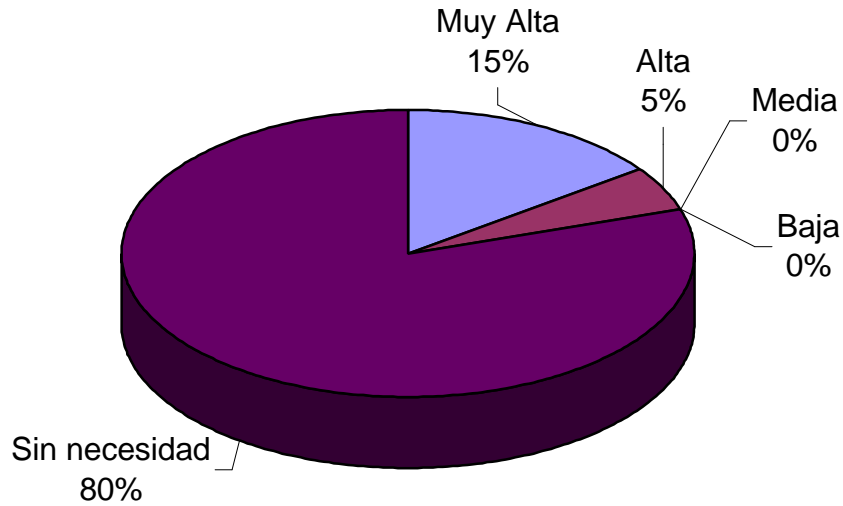
De todas maneras, la gran mayoría del sector, el 80%, está satisfecho en este aspecto y sólo algunas empresas jóvenes, entre las que destaca Localia Castellón, han manifestado que se trata de una prioridad en su estrategia de implantación a corto plazo.

En algunas ocasiones, incluso entre los propios operadores locales se han producido tensiones que han desembocado en una queja formal ante la Subdirección de Telecomunicaciones de Castellón, aunque sin que se haya resuelto en ningún sentido porque, según manifiestan fuentes de esta institución, el sector es a estos efectos inexistente por no carecer de autorización.

Sin embargo, sí se han producido intervenciones administrativas y expedientes sancionadores en algunos casos en que la señal local interfería las emisiones de las cadenas nacionales, como en el caso de Onda TV, o, en un ámbito administrativo distinto, cuando Canal 56 ha intentado colocar un emisor fuera de los límites de la Comunidad Valenciana, en Cataluña, provocando la intervención de la propia Generalitat de Cataluña⁷⁴⁹.

⁷⁴⁹ Esta última intervención es, cuanto menos, sorprendente ya que, como se ha visto a lo largo del texto, las administraciones autonómicas no tienen competencias para la gestión del espectro radioeléctrico, que corresponde al Ministerio de Ciencia y Tecnología. No obstante, en este caso particular, se ha intervenido de todas maneras y el emisor se ha visto obligado a limitar su plan de expansión en las tierras del Ebro, sin que a la vista de la legislación actual se pueda argumentar, en nuestra opinión, esta intervención, pues sólo se podría producir durante el proceso concesional negando la frecuencia al emisor pero nunca antes, dada la actual situación de ilegalidad generalizada de todas las emisoras. Si existiese alguna

Gráfico 119. Problemas recepción.

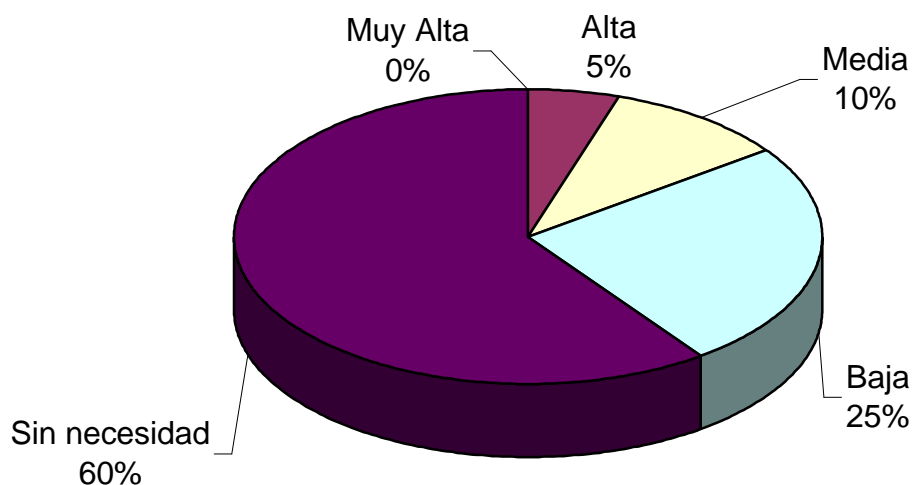


En el apartado relativo a las necesidades de recursos humanos, un 25% manifiesta de forma moderada la falta de personal para realizar las labores productivas cotidianas y se apunta, en todas la emisoras con estos problemas, la precaria estabilidad y debilidad financiera de la empresa para realizar mayores inversiones en este área.

En todo caso, aquellas que no manifiestan necesidades en esta área son las que ya han pasado por procesos de reestructuración laboral o disponen de plantillas muy ajustadas a sus necesidades actuales, y las dificultades para producir nuevos programas por falta de personal son comunes a la mayoría de las emisoras.

irregularidad sólo podría ser sancionada desde la Dirección Provincial de Telecomunicaciones, dependiente del Estado, en el caso de que se produciese algún tipo de molestia al resto de operadores legales de televisión. Es decir, la misma arbitrariedad se podría aplicar a cualquier televisión de Cataluña desde la administración autonómica pues sus competencias sancionadoras no las puede aplicar sobre una televisión que no tiene ninguna concesión.

Gráfico 120. Necesidades laborales.



Muchas menos son las que priorizan la formación del personal para obtener mejores rendimientos y, mayoritariamente, se muestran satisfechas actualmente con la formación de sus plantillas para cubrir sus necesidades.

Ya comentamos en páginas anteriores las características propias de las plantillas en este aspecto y la particular dinámica del sector, en el que el autoaprendizaje en muchas televisiones locales y la experiencia acumulada suelen esgrimirse como argumentos válidos, y lo son en algunos casos, para suplir las carencias formativas y de actualización de conocimientos de las plantillas actuales.

Hay algunas televisiones locales, las de mayor tamaño, que sí mantienen una estructura laboral con una formación adecuada y específica para el sector aunque, como dijimos, ni la opción autoformativa y experiencial ni la opción de dotarse con plantillas de alto nivel formativo es directamente determinante de la efectividad y productividad de los recursos humanos aunque, naturalmente sería recomendable un nivel formativo general en el conjunto del sector bastante mayor que el actual.

Sin embargo, por las características propias del sector en la actualidad, las funciones básicas y mínimas necesarias de producción se pueden cubrir con la experiencia y formación actual de las plantillas, pero sin que de ello se deriva que la mayor parte de las televisiones del sector puedan responder con efectividad ante los

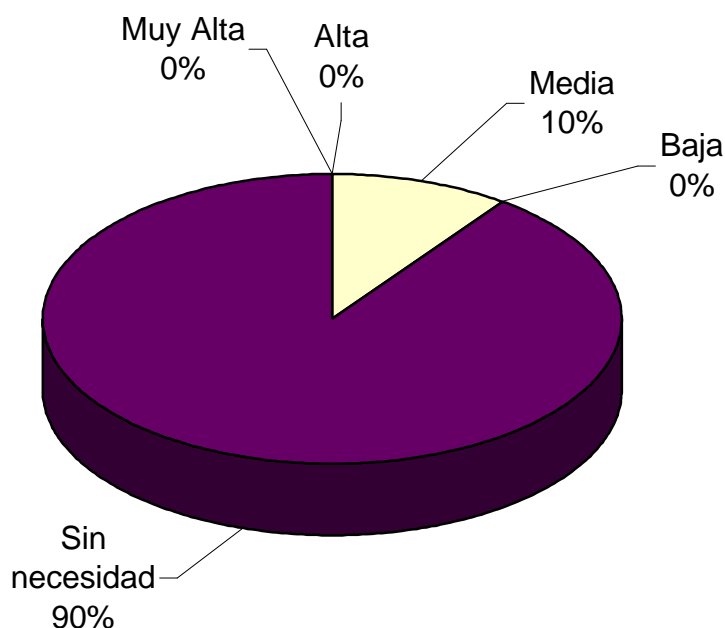
cambios tecnológicos, de gestión y de estrategias de programación que se están produciendo y, sobre todo, puedan mejorar netamente la imagen que distribuyen.

En consecuencia, nunca es estéril insistir en la absoluta necesidad de que las televisiones locales sean empresas gestionadas eficazmente y cuyos contenidos sean de la máxima calidad y se pueda acabar con la impresión generalizada de la falta de profesionalidad del sector.

A pesar de la importancia enorme que, como decimos tiene el área de personal en su conjunto, un 90% de las televisiones de la provincia consideran que tiene plantillas lo suficientemente capacitadas para competir con eficacia y adaptarse a la complejidad de los cambios que se están produciendo en el conjunto del sistema audiovisual en la actualidad.

Sólo el 10% de las empresas del sector consultadas, como se puede ver en el siguiente gráfico, manifiesta moderadamente esta prioridad, a pesar de que más del 70% reconoce tener alguna carencia. Unos datos que contrastan mucho con los resultantes del análisis que presentábamos en páginas anteriores, que indicaban que el 86% de las plantillas actuales no tiene formación superior.

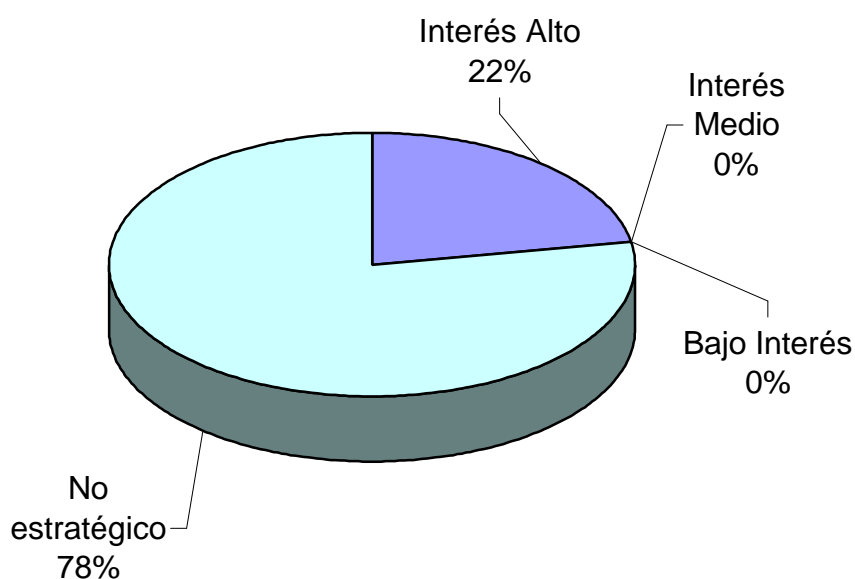
Gráfico 121. Necesidades formativas.



Es decir, los responsables de las televisiones de la provincia perciben como suficiente la formación actual de su personal pero, sin duda y en nuestra opinión, se revela como claramente inadecuada para abordar el futuro inmediato del sector y la falta de interés en este aspecto puede limitar el desarrollo y consolidación del sector a corto plazo.

Por otro lado, y continuando con las estrategias de desarrollo manifestadas por los emisores, las mejoras cualitativas en la imagen general que distribuyen también preocupan a una parte del sector pero, de igual manera que comentábamos respecto a la formación de los recursos humanos, el 78% de los operadores de la provincia no entienden este aspecto como un elemento estratégico fundamental y se consideran satisfechos con la calidad actual de sus emisiones, tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

Gráfico 122. Interés mejoras cualitativas emisión.



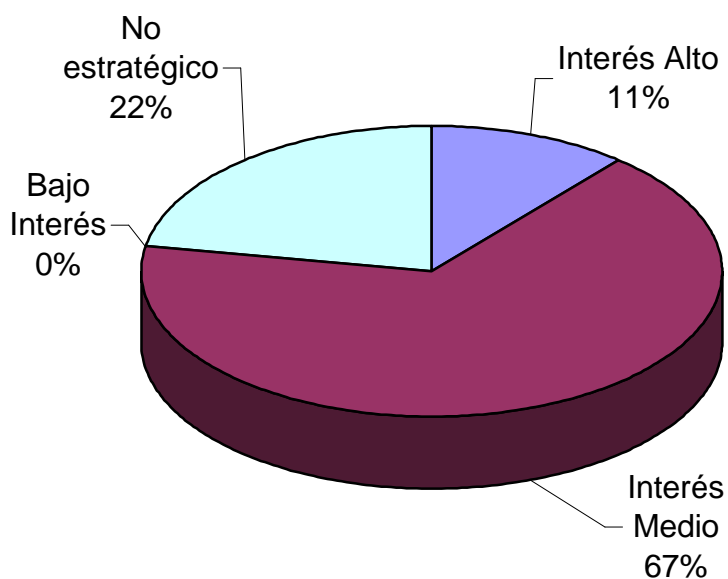
Resulta significativa, no obstante, la ausencia generalizada en todas las emisiones de programas de cabeceras continuidad y cortes autopromocionales que permitan dotar a las televisiones de una imagen de marca característica y equiparable a las televisiones generalistas. Resulta relevante, en tanto que la estrategia de implantación de cualquier empresa, y con más motivo de una empresa de comunicación, no se entiende hoy día sin una depurada y cuidada política de implantación de imagen corporativa que permita

diferenciarla de la competencia y aporte beneficios de público y, en definitiva, atraiga a los anunciantes⁷⁵⁰.

Quizá por falta de recursos en algunos casos, o por desconocimiento respecto a la utilización eficiente de éstos⁷⁵¹ y de la importancia vital de este aspecto, los operadores de la provincia prestan poca atención a ello y, en consecuencia, a pesar de que algunos manifiestan esa necesaria mejora en la calidad global de los productos que distribuyen, sin una esmerada imagen corporativa poco se puede cambiar la calidad percibida por el espectador y, en definitiva, poco se puede ayudar en la consolidación del sector.

Por último, los emisores también muestran una moderada preocupación por incrementar la producción propia aunque, en este aspecto, excepto casos aislados de empresas pertenecientes a cadenas nacionales, el nivel de producción propia ya es elevado en el conjunto del sector.

Gráfico 123. Interés incremento producción propia.



⁷⁵⁰ Sobre este aspecto y su necesidad para cualquier empresa actual se puede consultar Villafañé, J. (1999): *La gestión profesional de la imagen corporativa*, Pirámide, Madrid.

⁷⁵¹ Hoy día con muy pocos medios se pueden elaborar de manera muy profesional este tipo de recursos audiovisuales y las tecnologías para ello están al alcance de cualquier emisor de televisión local, aunque la dificultad y efectividad en el uso de estos recursos requiere de un nivel de especialización alto del que no siempre se dispone.

Por tanto, estas indicaciones de avanzar en esta línea son una muestra de la intención de continuar realizando programación que se ocupe de la realidad territorial próxima y permita la consolidación social de las emisoras en sus ámbitos específicos, tendencia siempre saludable⁷⁵².

Se observa, no obstante, una escasa participación de la industria audiovisual de la provincia en el suministro de contenidos a las televisiones locales. Sólo puntualmente alguna televisión realiza algún programa en colaboración, caso de Canal 56 que permite a una productora externa utilizar su frecuencia e instalaciones, o distribuye producciones autóctonas, como TV Canal u otros que emiten algunos programas producidos por empresas de la comunidad que se ocupan de las bandas musicales de la provincia, o las producciones que la Generalitat Valenciana envía a la mayoría de las televisiones de la provincia de Castellón.

En este aspecto sería deseable que tanto el sector productivo audiovisual provincial como el autonómico participara más activamente en la creación y distribución de contenidos de interés para las televisiones locales, tal como ya se señalaba en el Informe para el Libro Blanco del Audiovisual de la Comunidad Valenciana comentado más arriba, pero sin que ello suponga considerar el sector un mercado de la industria audiovisual de, por ejemplo, la ciudad de Valencia.

Como veremos a continuación, el centralismo es una de los mayores handicaps a los que se enfrenta el sector y, en ese sentido, es necesario explicitar hacia donde está derivando en estos momentos en la provincia de Castellón.

2. Condiciones actuales en que se desarrolla el sector.

Como venimos diciendo, el sector está condicionado por los problemas asociados a una falta de consolidación efectiva y a una estabilidad financiera que permita establecer proyectos a medio plazo en los que la solvencia esté garantizada.

⁷⁵² No obstante, sin que de ello derive que toda la programación de producción propia sea de interés netamente local, pues en algunos casos se adoptan fórmulas de programas de televisiones generalistas u otros géneros diversos que se ocupan muy tangencialmente de aspectos específicamente locales.

De esta manera, nos encontramos con un sector en la provincia que, aun siendo significativas las diferencias individuales entre operadores, en su conjunto está conformado por un grupo de televisiones cuya mayor debilidad reside en la fragilidad de sus empresas y las enormes dificultades de subsistencia en sus actividades cotidianas.

Así, la característica principal del sector es que las empresas están instaladas en el corto plazo como único futurible y, en la mayoría de los casos, se mantiene un alto grado de incertidumbre sobre las posibilidades de continuidad más allá del día a día.

No obstante, se podrían delimitar tres grandes grupos de televisiones en la provincia de Castellón, en función de sus expectativas de desarrollo.

En primer lugar, se encontrarían aquellas que, por sus características y evolución, mantienen televisiones locales que, independientemente de las dificultades expresadas, tienen su continuidad, en cierta medida, garantizada.

Existe otro grupo importante de empresas, en período de reestructuración o relanzamiento y algunas de nueva creación, que todavía están implantándose en el sector. De este grupo, el 50%, son proyectos de difícil viabilidad y sostenimiento, dadas sus importantes carencias organizativas, de infraestructuras y de financiación; y el otro 50%, tiene proyectos de desarrollo que pueden rentabilizarse a medio plazo, aunque se ha de prestar especial atención a su marcha para revisarlos y ajustarlos adecuadamente.

Existe, por último, un tercer grupo de televisiones en la provincia, las de menor tamaño, y en general unipersonales, que se encuentran en una vía muerta o en peligro de desaparición a medio plazo, sin capacidad de adaptarse de ninguna manera a la dinámica actual del sector.

De todas ellas, las que han sobrevivido a los avatares de la última década, o han sido promovidas por empresarios individuales con experiencia en otras televisiones desaparecidas o en el sector, son las que presentan mayor consolidación y viabilidad futura.

Aquellos proyectos que han sido relanzados o se han creado en fechas más recientes con importantes recursos financieros todavía

están, en general, en vías de obtener unos resultados que respondan a las expectativas generadas por los importantes recursos que tienen a su disposición.

Por último, todas las televisiones que, aún estando presentes muchos años en el sector, no han tenido posibilidad de adaptarse y crecer por no disponer de proyectos empresariales adecuados y tener recursos muy limitados, están en vías de desaparición. En este grupo se incluyen la televisión de Betxí y de Onda, que emiten esporádicamente y tienen una estructura empresarial entre débil e inexistente, y también las televisiones públicas de Almenara y de Borriol. En el caso de Almenara TV, y a pesar de disponer de actividad en forma de emisión de teletexto y redistribución de programas ajenos, mantiene sólo una persona que la gestiona a ratos cuando sus responsabilidades en su puesto laboral en el ayuntamiento se lo permiten, y no dispone de una sola cámara. La televisión de Borriol, por su parte, ni siquiera tiene personal.

Estas televisiones, son las que todavía mantienen coberturas limitadas al núcleo urbano, mientras la mayor parte del resto del sector ha ido aumentando sus potencias de emisión paralelamente a la actualización constante de infraestructuras y equipamientos y a su propio desarrollo durante los últimos años.

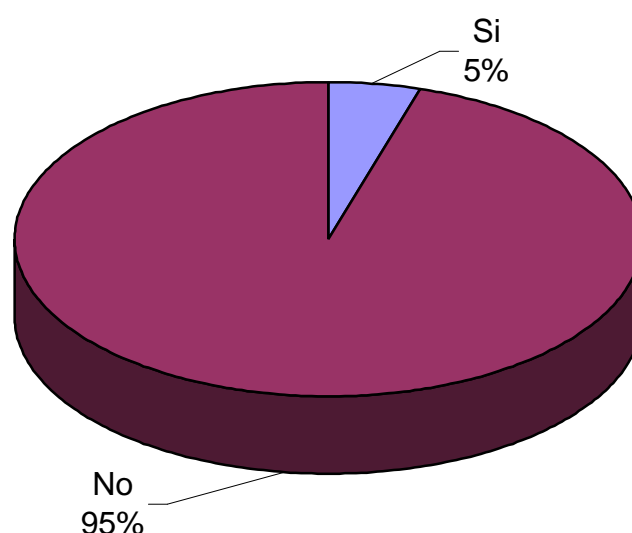
El caso específico de Localia Nord, creada con la manifiesta intención de ejercer de motor dinamizador y vertebrador de la comarca, no se encontraría en este grupo, aunque tampoco dispone de una infraestructura técnica y humana adecuada para gestionar la sección de la televisión al nivel que el resto de emisoras más o menos grandes de la provincia.

No obstante, las características propias de la empresa que gestiona la televisión, asociada a Localia, junto a una radio y una revista de información local permite que tal emisora tenga garantizada la continuidad, aunque sin que sea posible determinar si en los próximos tiempos continuará creciendo o se estabilizará en la situación actual. Sus responsables manifestaban la intención de ampliar la cobertura a otros lugares de la comarca y continuar dinamizando el proyecto, aunque todavía esa planificación del futuro desarrollo de la televisión está en fase de estudio e implantación efectiva.

En este sentido, respecto a esta televisión todavía se pueden albergar ciertas expectativas de desarrollo en tanto que existe cierta planificación estratégica de su futuro y por eso no se ha incluido en aquel grupo en que se encuentran los operadores de televisión de la provincia que tienen una situación más precaria y están en vías de desaparición, pues estos nunca han tenido proyectos estratégicos de desarrollo e implantación a medio plazo y, por ello, son los más frágiles del sector y se encuentran en la situación actual⁷⁵³.

No obstante, los operadores de la provincia, en general, tampoco disponen, como venimos diciendo, de un plan de desarrollo a medio plazo, y sólo algunas empresas del sector han manifestado que tal planificación existe formalmente.

Gráfico 124. Plan de desarrollo



Naturalmente todos los promotores de empresas de televisión tienen una estrategia de desarrollo, pero esta no está formalizada en un proyecto de manera que los objetivos a alcanzar esten temporalizados y, evidentemente, se asigne la financiación necesaria para poder cumplirlos.

⁷⁵³ Un caso aparte es la televisión de Vilafranca del Cid, que es muy pequeña y está integrada en un negocio de electrodomésticos. Su emisión es mayoritariamente de satélite y, esporádicamente, emite algún programa grabado, pues no cuenta con siquiera plató. Sin embargo, esta televisión no está en vías de desaparición, aunque seguro que tampoco crecerá porque sus expectativas de desarrollo en su ámbito territorial son mínimas.

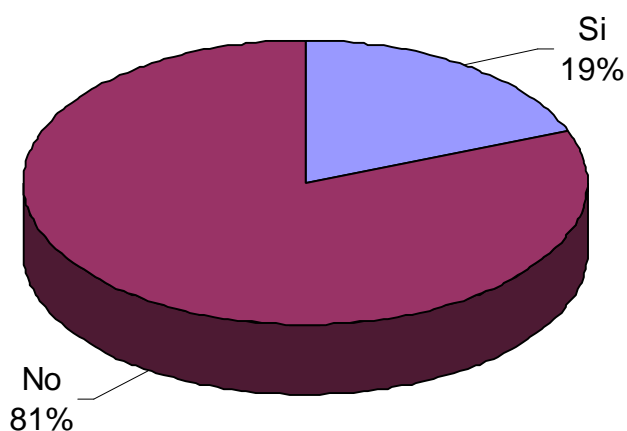
En este aspecto, como venimos diciendo, la consecución de objetivos a medio plazo en la mayoría de las televisiones de la provincia se realiza sin utilizar instrumentos adecuados de planificación y sólo existe tal herramienta básica para la gestión empresarial en una emisora de toda la provincia, Localia Castellón.

Es cierto que la provisionalidad y falta de consolidación de los ingresos invita a la implantación del corto plazo como único futuro en el sector, y eso dificulta la elaboración de presupuestos preventivos al inicio de cada ejercicio, pero que sea difícil prever la marcha de los ingresos más allá del corto plazo por la inestabilidad propia de los ingresos de la televisión, común a toda la industria audiovisual, no es justificación para que no se planifique seriamente el desarrollo del negocio a medio plazo.

Además resulta sorprendente, dada la actual situación económica de la mayoría de empresas de la provincia y la dificultad para consolidar los ingresos para garantizar su viabilidad futura, que la mayoría de las televisiones de la provincia de Castellón presenten carencias generalizadas en cuanto a la implantación de una estrategia mercantil de captación de recursos que responda a sus necesidades.

Son muy pocos los operadores que otorgan la importancia adecuada al departamento comercial y lo dotan de autonomía propia y recursos suficientes para realizar esta tarea de manera efectiva, y más del 80% de las televisiones de la provincia no tienen siquiera asignada, al menos, una persona que ejerza de director comercial con exclusividad.

Gráfico 125. Director comercial.



En general, son los propios empresarios-promotores quienes hacen estas labores en muchos casos pero, aun siendo efectivas en ocasiones concretas, la falta de separación funcional y delimitación de responsabilidades no permite una gestión eficiente en general y, sobre todo, la explotación intensiva de los recursos de la totalidad del área de cobertura para obtener mayores ingresos se torna imposible sin personas dedicadas a ello en exclusividad.

Se entiende aún menos cuando, como es el caso, se trata de emisoras privadas en que los ingresos comerciales son imprescindibles para garantizar su subsistencia, al margen de que exista cierto apoyo institucional que, sin duda, no cubre las necesidades del sector.

Estos ingresos institucionales provienen tanto de los municipios donde existe cobertura de la televisión como de la Diputación de Castellón, aunque en todos los casos repartidos de manera discrecional y desigual.

Fuentes del gabinete de prensa de la Diputación, han señalado que tales aportaciones se intentan distribuir de manera equitativa pero basándose, sobre todo, en la audiencia de cada televisión y sus características propias. Sin embargo, no conocemos ningún estudio de audiencia publicado y consensuado por todo el sector y cuya metodología sea conocida. También existen algunos estudios de audiencia globales encargados por el Grupo Popular y que no se han hecho públicos, y algunos parciales encomendados por alguna empresa de las que opera en la actualidad.

No obstante, sin conocer la metodología y, por supuesto, sin que exista un consenso que valide estos estudios para todo y por todo el sector, no parece que ninguno de los datos manejados por esta institución, o los facilitados por alguna televisión local del sector, puedan utilizarse con garantías y, por ello, y sin dudar de la eficacia y buen hacer de las empresas que han desarrollado estos estudios, no son incluidos como pertinentes en esta investigación.

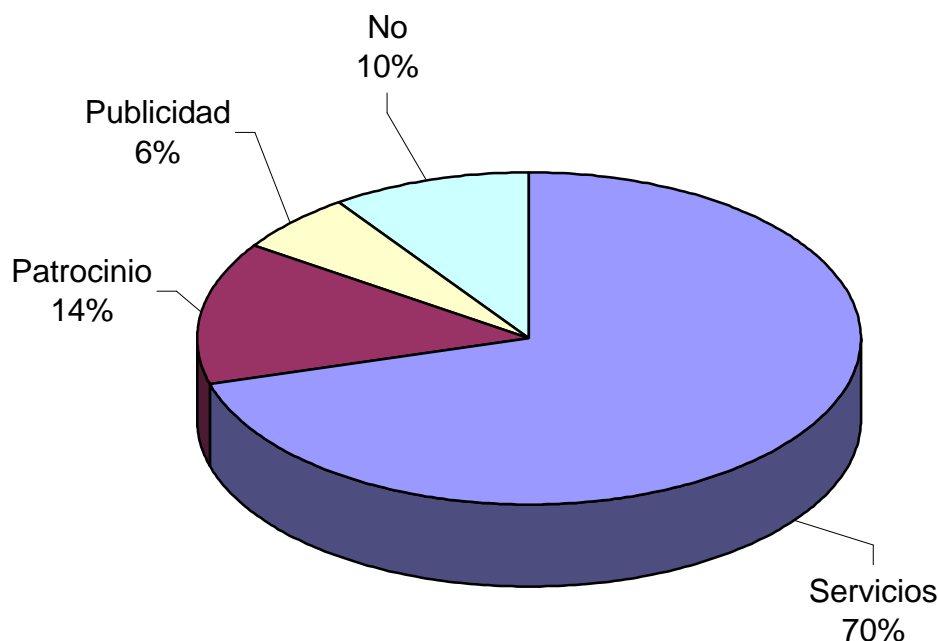
Además, en el caso de Diputación, la proporcionalidad de los recursos institucionales de apoyo al sector no parece corresponda con las características individuales de cada una de las televisiones locales de la provincia. En ese sentido, como hemos señalado a lo largo de la investigación, no se puede considerar adecuado utilizar estudios de audiencias, o de cobertura territorial, para determinar la presencia de

una televisión en la provincia, cuando sabemos que es sólo un mínimo indicativo de la función social que potencialmente cualquier televisión local cumple.

Por tanto, no debería nunca ser más que eso, una indicación, y para conocer el papel real de la televisión local harían falta estudios de contenido a partir de la oferta de programación y de aceptación de esa emisora para la población y, por supuesto, en un estudio cuya metodología sea pública y esté aceptado por todo el sector.

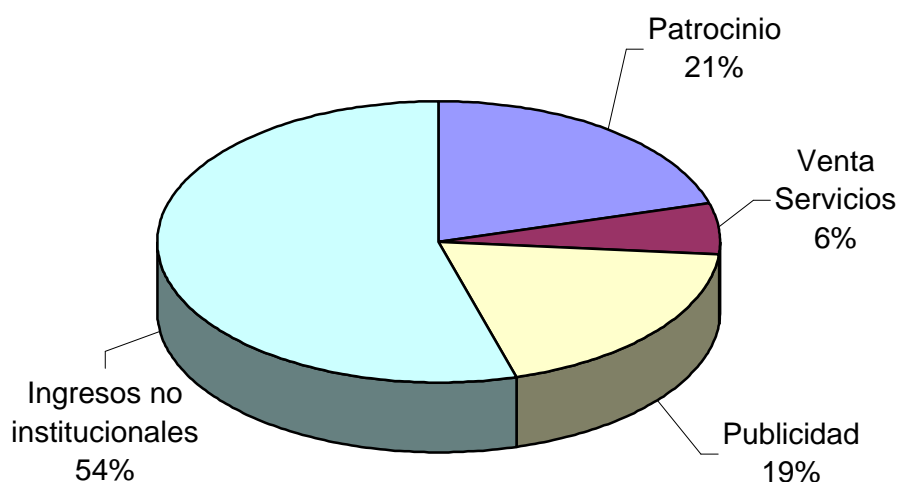
En todo caso, tal como se puede ver a continuación, estos ingresos son puntuales y se obtienen, sobre todo, por prestación de servicios o, en algunos casos, utilizando la fórmula del patrocinio o mediante inserciones publicitarias. Sin embargo, no tenemos noticias de que ninguna de los entes locales o Diputación convoque concurso alguno para que el conjunto del sector pueda acceder a esta vía de financiación y, en consecuencia, nos permitimos dudar tanto de la calidad de prestación de esos servicios cómo del tipo de servicio que es.

Gráfico 126. Ingresos institucionales



No obstante, estos ingresos son una mínima parte de todos los recursos que obtienen las televisiones locales de la provincia para su financiación. Naturalmente deberían ser mayores y más estables y transparentes, garantía de una implicación efectiva de los poderes públicos territoriales en el desarrollo de un sector comunicativo de importancia extrema para la vertebración y dinamización de la provincia.

Gráfico 127. Procedencia ingresos.



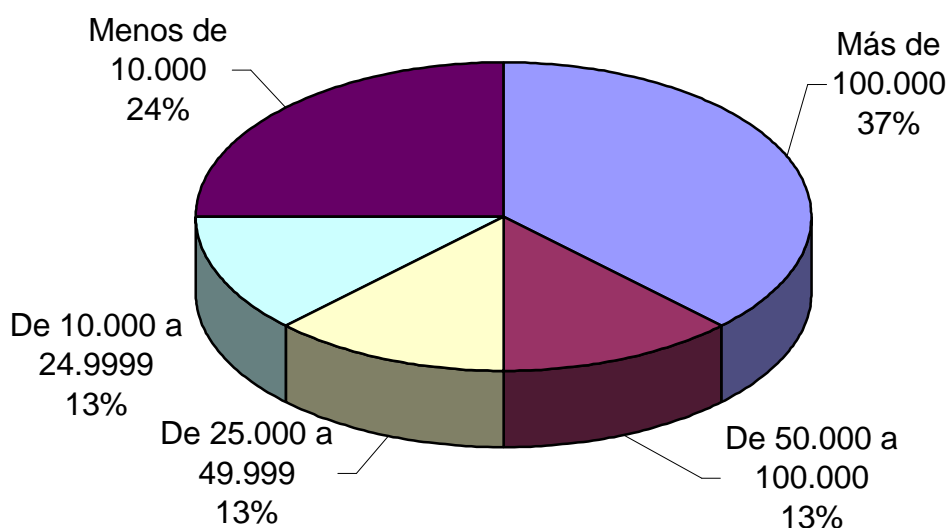
El que este apoyo institucional sea tan débil provoca que todas las iniciativas sean necesariamente comerciales, cuando se podrían establecer más formas mixtas de gestión pero provoca, sobre todo, que tal dinámica deje las poblaciones de las comarcas del interior sin ningún medio de comunicación local tan necesario como este, debido a las mayores dificultades orográficas y el escaso interés demográfico e industrial para la iniciativa privada que tienen estas pequeños núcleos del interior.

Porque, a pesar de que en el conjunto del sector supongan más del 40% del total según los datos ofrecidos por las propias televisiones locales, estos están repartidos de manera poco equilibrada, habiendo un grupo de grandes beneficiarios de este tipo de ingresos.

El siguiente gráfico relativo al peso que los ingresos procedentes de instituciones públicas tienen en el sector, es el resultado del cálculo realizado a partir de las cuentas anuales de aquellas empresas que

tienen obligación de depositarlas en el Registro Mercantil de Castellón de 2001, y en función de las indicaciones de los propios emisores relativas a los ingresos que reciben por esta vía, a falta de información útil tanto de entidades municipales como de la propia diputación, que no nos ha facilitado los datos referentes a la cantidad de recursos públicos que destinan a las televisiones locales de la provincia, a pesar de nuestra insistencia⁷⁵⁴.

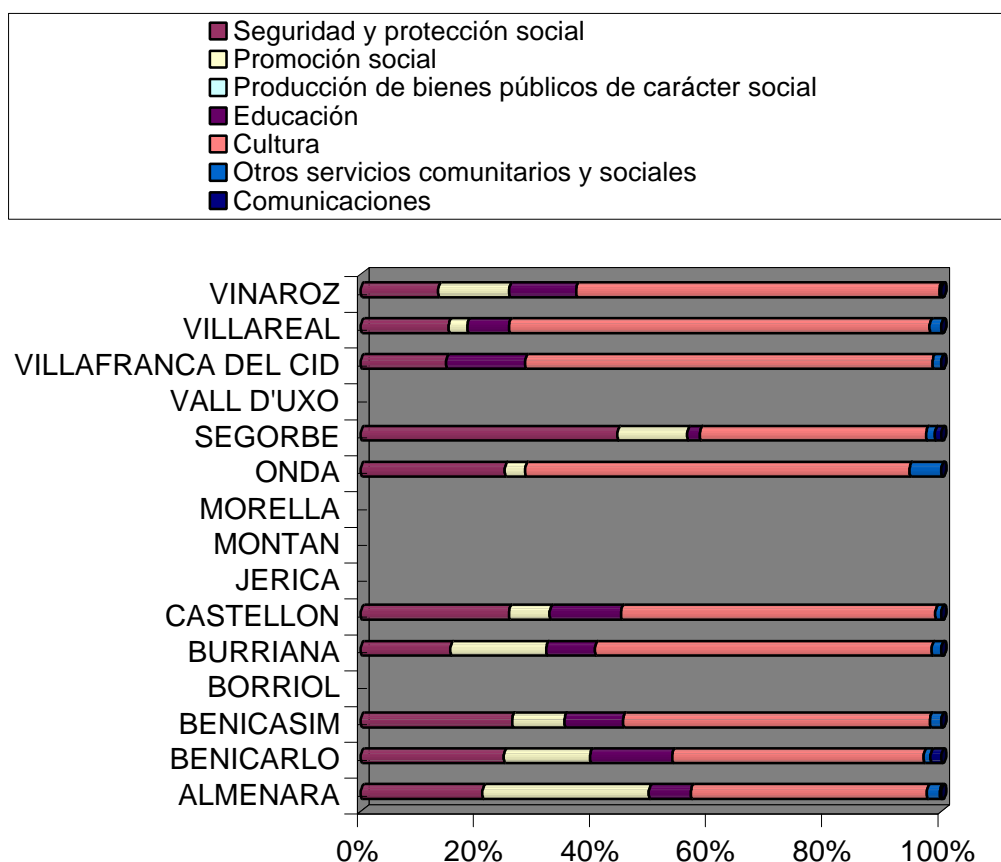
Gráfico 128. Ingresos institucionales sobre facturación.



Sólo la Dirección General de Política Territorial de la Generalitat Valencian, tal como reproducimos a continuación, ha tenido la amabilidad de atender nuestras consultas, aunque dados los retrasos u omisiones de muchos municipios para depositar sus cuentas anuales y remitirlas a este organismo los datos son necesariamente parciales y, además, falten algunos municipios.

⁷⁵⁴ Es más, las fuentes consultadas de Diputación han indicado que la mejor forma de gestionar estos recursos es a través de la empresa adjudicataria de la publicidad de la entidad porque así, aseguraban, se ahorra la incomodidad de los concursos y “no te llevas sorpresas” decían.

Gráfico 129. Distribución presupuesto municipios áreas interés sociocultural local 2002⁷⁵⁵.



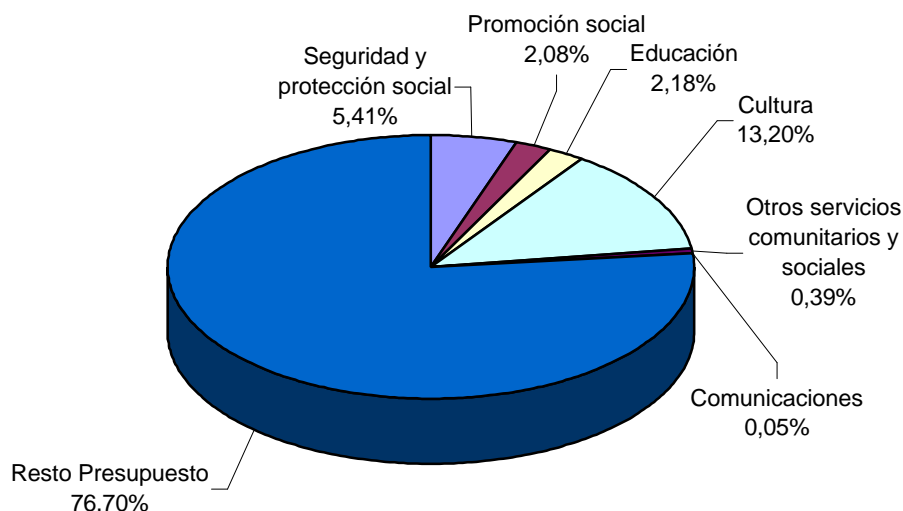
De ello analizado con detalle, se desprende que, como media y a partir de los datos existentes, sólo una pequeña parte del presupuesto se dedicaría a estas iniciativas y actividades de interés sociocultural local específico y, una mínima parte, a las televisiones locales, tanto del municipio como cualesquiera otras de la provincia.

En este sentido, es significativa esta falta de atención a un medio de comunicación al que, como vemos a continuación, sólo se le dedica una media del 0,05% del presupuesto municipal, tratándose de una herramienta tan sumamente funcional y prioritaria como la televisión

⁷⁵⁵ El apartado comunicaciones se refiere específicamente a inversión en televisión en cualquiera de sus formas.

local para servir efectivamente a los fines de servicio público propios de una entidad municipal y, en definitiva, al desarrollo de la comunidad local en el sentido expresado a lo largo de la investigación.

Gráfico 130. Distribución media presupuesto municipal.



Más allá del escaso interés mostrado por la mayoría de los municipios de la provincia de fomentar la televisión local con una política de desarrollo clara, y sin disponer de todos los datos, la excepción serían el Ayuntamiento de Segorbe y el de Benicarló.

El primero ha destinado más de 50.000 euros en 2001, muy similar a la del año anterior, y que además invierte en cultura casi el 20% de su presupuesto, y más del 50% en el conjunto de estas partidas dedicadas a la promoción y dinamización local en sus diferentes aspectos; y el segundo, una cantidad cercana a los 75.000 euros en comunicaciones.

Igualmente el Ayuntamiento de Almenara dedica una simbólica cantidad de algo más de 6.000 euros a mantener o renovar, en este caso, las infraestructuras y equipos de la única televisión pública de la provincia con cierta actividad, haciendo un esfuerzo, si se puede llamar así, mayor que el año anterior en el que sólo había dedicado

300 euros en este concepto. El resto de municipios no ha presupuestado partida alguna por este concepto.

A partir de estos datos presupuestarios declarados⁷⁵⁶, que no se llegue a alcanzar ni tan siquiera una décima del presupuesto municipal en apoyar la difusión de cualquier tipo de actividad local en las televisiones locales, pone de manifiesto la escasa conciencia municipal respecto a la necesidad de fomentar este medio de comunicación en su ámbito territorial y su enorme efectividad para facilitar la cohesión y vertebración socioeconómica y cultural del municipio.

Y que sólo unos pocos municipios incluyan estas partidas en sus presupuestos, evidencia la provisionalidad y desatención con que se encuentra el sector, y poco se facilita así a los operadores de la provincia establecer estrategias de desarrollo a medio plazo a partir de la obtención de unos ingresos que, aunque mínimos, pudieran ayudar algo en ese objetivo de estabilizar la cuenta de resultados de las televisiones locales y, consecuentemente, facilitar la consolidación del sector.

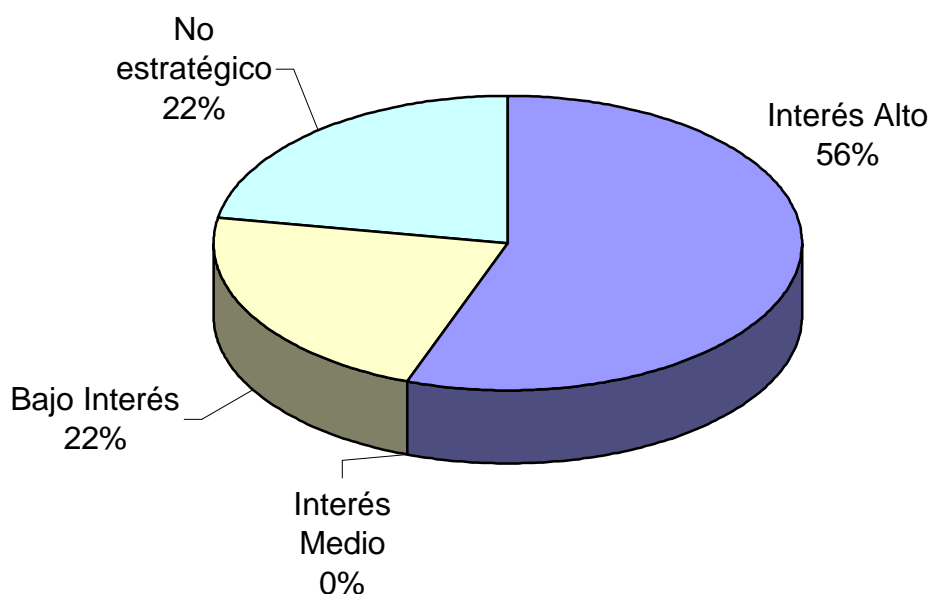
Un sector que, consultado sobre sus áreas estratégicas de crecimiento manifestaba una preferencias distintas en función de su grado de posicionamiento y cobertura en el conjunto del sector, pero muy preocupado por continuar aumentando sus públicos potenciales.

Los datos utilizados para el siguiente gráfico sólo comprenden aquellas televisiones locales con actividad regular, el resto dadas sus importantes carencias en todos los aspectos manifiestan necesidad de todas ellas en gran medida y, por tanto, no se puede establecer una gradación de prioridades⁷⁵⁷.

⁷⁵⁶ La Diputación Provincial de Castellón ha manifestado que tales partidas institucionales oscilarían globalmente entre los 30.000 euros en el mejor de los casos y los 3.000, aunque sin poder verificar objetivamente si estas cifras se ajustan completamente a la realidad, dadas las particulares condiciones en que se distribuyen esos recursos públicos, como ya comentábamos.

⁷⁵⁷ En todo caso, y en este aspecto particular de incremento de cobertura, no todos los emisores a los que nos referimos lo consideran prioritario, bien porque su ámbito de actuación es limitado al municipio, caso de las televisiones públicas o aquellas por cable (aunque estas son como decíamos más videos comunitarios que otra cosa), o bien porque sea mucho más urgente darle contenidos y actividad a la emisora sobre cualquier otra

Gráfico 131. Interés ampliación cobertura.



Ese gran interés por este aspecto resulta enormemente significativo cuando consideramos que, del conjunto de emisoras a las que se refiere, la inmensa mayoría de ellas ya han aumentado su potencia de emisión mucho más allá del ámbito municipal. Se puede entender que tales ampliaciones de cobertura estarían justificadas porque puede ser en muchos casos el único dato esgrimible ante los inversores privados o institucionales que puedan aportar recursos financieros a las emisoras, a falta de datos de audiencias o de aceptación y penetración social.

En el caso de buscar recursos en un organismo de ámbito provincial, como la Diputación de Castellón, tal argumento se puede incluso esgrimir parcialmente, de igual manera que para un contado número de empresas comerciales o industriales o instituciones de ámbito superior al provincial, aunque con los problemas ya expuestos, pero no es un dato que sirva de mucho para corporaciones municipales o empresas locales.

consideración, caso de Onda Tv, Betxí TV o Vilafranca, aunque sin descartar esta posibilidad a medio plazo.

Por otra parte, para los anunciantes o instituciones locales que invierten en este tipo de televisiones de ámbito supralocal el rendimiento es mínimo en cuanto a los objetivos perseguidos, tales como activación de compra o presencia y dinamización social entre otros, excepto en algunos casos en que se podría facilitar la movilidad interlocal, sobre todo en las convocatorias de fiestas populares y eventos de estas características de interés para un amplio grupo de población de la provincia. Sin embargo, sería del todo ineficaz que un comercio local insertase publicidad en una emisora de ámbito provincial, excepto si se da esta circunstancia puntual o ese municipio es un eje comercial de atracción en todo el territorio⁷⁵⁸, pues en caso contrario de aquella acción de marketing promocional no resultaría beneficio alguno.

En definitiva, la tendencia al crecimiento desmesurado de las coberturas, a pesar de ser un objetivo prioritario para el 56% de los operadores de la provincia, sólo sería rentabilizable económicamente de manera parcial y en el sentido expresado, es decir, cuando se cubren municipios que son ejes de atracción comercial, como Castellón por ejemplo, o bien para justificar esas grandes coberturas ante organismos provinciales o autonómicos o, puntualmente, algún ayuntamiento.

Sin embargo, estas amplias coberturas sí son positivas para el conjunto de la población de la provincia, en tanto que el aumento de la oferta de programación disponible para los ciudadanos siempre permite mayor capacidad de elección.

Ahora bien, eso sería realmente muy interesante si no se estuviese construyendo sobre un sistema centralizado de producción, como el que ya es común en el resto del sistema audiovisual. Sólo existen 2 televisiones locales que tengan delegaciones o acuerdos de intercambio con productoras en municipios en las que se les puede ver, más allá de la localidad desde la que centran sus producciones y

⁷⁵⁸ El Anuario Económico de La Caixa califica de áreas o subáreas comerciales a los municipios de Castellón, Vinaroz, Morella y Segorbe, siendo Castellón un área comercial de gravitación directa por ser capital de provincia etc, y el resto cabeceras de comarca. Los datos se pueden consultar en La Caixa (2001), *Anuario Económico de España*, en <http://www.anuarieco2002.lacaixa.comunicacions.com>

emisiones⁷⁵⁹, Canal 56 y TV Castellón, y sólo esta última⁷⁶⁰ emite un informativo en diferido suministrado por una productora de Benicàssim que se ocupa de la actualidad en aquella zona de la provincia.

Es decir, las televisiones locales de la provincia en general, a pesar de tener coberturas intercomarcales o tender a ellas prestan escasa atención a las realidades de aquellos ámbitos externos a la localidad desde donde operan. En el fondo su política de expansión está destinada a rentabilizar esas coberturas supralocales implicando a los entes municipales que, puntualmente, realizan mínimas inversiones por las que se establece una fuerte competencia entre los distintos operadores.

En consecuencia, una política estrictamente mercantil da como resultado que el sector de televisión local de la provincia sea tan centralista como el sistema televisivo de cualquier otro ámbito territorial, y poco se puede justificar la especificidad supuesta de la televisión local y su carácter vertebrador y dinamizador social cuando el análisis del sector revela que esa función se realiza de manera muy débil.

Para poder cumplir estos fines, el sistema de televisión local de la provincia debería estar necesariamente descentralizado y ocuparse de las específicas realidades locales y, en ese sentido, sería imprescindible que el fenómeno de la televisión local estuviese extendido en la mayoría de los municipios de la provincia. A partir de ello, no sería desdeñable que algunos operadores ambicionasen una presencia en toda la provincia aunque, como venimos contando, estas condiciones no se dan en la actualidad.

Si tales especificidades locales se tratan de manera efectiva y se difunden entre la mayor parte de la población de la provincia por una o varias televisiones, estaríamos entonces construyendo un sistema de comunicación que realmente atendería a la vertebración efectiva del

⁷⁵⁹ También Localia Castellón y Localia Vila-real están interconectadas y comparten algún programa, aunque sus ámbitos de actuación están delimitados para atenuar la competencia entre emisoras que pertenecen al mismo propietario.

⁷⁶⁰ A la postre la emisora de la provincia con ámbito de cobertura mayor, más de 360.000 habitantes, y la que mayor subvención recibe de la Diputación de Castellón, en consonancia con los criterios utilizados por este organismo territorial ya comentados.

territorio y a la dinamización y el intercambio sociocultural en el seno del mismo.

Lo contrario, es decir, centralizar la producción y difundirla al resto de la provincia, supone construir un sistema de comunicación al modo de las tradicionales televisiones estatales o la autonómica valenciana que, operando de este modo, sólo sirven para difundir cosmovisiones parciales que refuerzan y consolidan estructuras políticas y económicas que utilizan las comunidades locales en función de intereses que poco o nada tienen que ver con las múltiples realidades y necesidades de ese ámbito.

En definitiva, como ya hemos señalado en diferentes ocasiones a lo largo de esta investigación, se ha de distinguir en el sector todo aquello que facilita el mero crecimiento de aquellas actuaciones sobre el mismo que permiten avanzar en el desarrollo de las comunidades ciudadanas donde este tipo de televisiones operan.

En ese sentido, cabe señalar los esfuerzos que se están realizando desde la Universitat Jaume I para impulsar espacios comunicativos y productivos que permitan avanzar en el desarrollo global de la provincia, orientando los objetivos generales de la Universidad a los legítimos beneficiarios del servicio que ha de prestar: el conjunto de los ciudadanos.

3. El proyecto de televisión local de la Universitat Jaume I.

La UJI, como línea estratégica de actuación, sitúa entre sus objetivos y de manera explícita la necesidad de gestionar los recursos de que dispone para “interactuar ágilmente con el entorno”, prestando especial atención a las necesidades del mundo de empresa, y entendiendo como prioritario el deber de orientar la docencia y la investigación hacia la realidad del tejido social y empresarial⁷⁶¹.

En ese sentido, se ha creado una nueva infraestructura en el seno de la institución, el *Laboratorio de Comunicación Audiovisual y Publicidad* (CAP), con dos objetivos fundamentales. De un lado, para

⁷⁶¹ Plan Estratégico de la Universidad Jaume I de Castellón, desarrollado en el *Sistema de Dirección Estratégica. Documento base de planificación*, publicado en el año 2000 y que se puede consultar en <http://www.uji.es>.

servir como instrumento docente para los alumnos de la titulación de *Publicidad y Relaciones Públicas* y, de otro, dotar a la propia institución de nuevos medios de comunicación propios para poder gestionar su política comunicativa, tal como se refleja en el *Plan de Imagen y Comunicación* aprobado por la Junta de Gobierno de la Universidad en diciembre de 2000.

El CAP es hoy día una realidad, y la Universidad cuenta con una infraestructura de producción audiovisual de alto nivel⁷⁶² para cumplir los objetivos expresados y que se están implantando en función de varias líneas de actuación.

- La integración de estas instalaciones audiovisuales en las labores docentes diarias de los profesores de la *Licenciatura de Relaciones Públicas y Publicidad*, para lo cual se han diseñado las pautas básicas de utilización de los equipos y espacios productivos por los alumnos y el resto de personal implicado directamente en el desarrollo de esta titulación.
- La dinamización de la comunidad universitaria en general, con la elaboración de un documento marco en el que se define la forma de acceso y utilización de estas infraestructuras, con el objetivo de fomentar la participación del resto de unidades departamentales en la creación de contenidos propios destinados a la docencia y al desarrollo de la cultura universitaria en general.
- En tercer lugar, y como continuación de ello, se han establecido acuerdos entre las instituciones universitarias de la Comunidad Valenciana para el intercambio y colaboración para la elaboración de productos audiovisuales y el desarrollo de líneas de actuación conjuntas.
- Y, finalmente, la Universidad Jaume I, en cumplimiento de sus objetivos de servicio público al conjunto de la sociedad de la provincia de Castellón, está diseñando su participación en el sector comunicativo de su entorno sociocultural por medio de la creación de una radio y una televisión de ámbito universitario,

⁷⁶² Toda la información relativa al Laboratorio de Audiovisuales se puede consultar en <http://www.uji.es/organs/vices/vpus/labcap/>

con dos objetivos prioritarios: avanzar en la formación del alumnado responsabilizandolo de la gestión de medios de comunicación propios y, establecer sinergias con el sector productivo audiovisual de la provincia para dinamizar la industria autóctona.

Todo ello, por supuesto, desde el convencimiento de que la propia legitimidad y existencia de esta infraestructura se inspira en un modelo de desarrollo socioeconómico e industrial cuyo principio fundacional es el fomento de la pluralidad en el conjunto de la sociedad castellanense.

En definitiva, la Universidad actualiza su papel en el contexto contemporaneo⁷⁶³ y orienta sus actuaciones a las necesidades reales de su entorno territorial: una apuesta institucional que, sin duda, va permitir impulsar la vertebración y dinamización socioeconómica del conjunto de ciudadanos de la provincia de Castellón y, especialmente, la industria comunicativa autóctona.

⁷⁶³ Un trabajo interesante que actualiza este papel de la Universidad como agente social para el desarrollo, en el sentido que venimos expresando, se encuentra en De León, O. (2002): “Formación para un desarrollo local participativo”, en *Papeles de la FIM*, nº 16, pp. 153-169.

CONCLUSIONES FINALES

El análisis de los datos recopilados en las entrevistas con los responsables de las televisiones locales de la provincia de Castellón, junto con el estudio del contexto actual en el que opera el sector realizado durante la primera parte de la tesis, nos ha permitido extraer algunas conclusiones que exponemos a continuación aunque, sin duda necesariamente provisionales y relativas al momento en que se realiza esta investigación.

Como se ha ido viendo, el sector de televisión local de la provincia está conformado mayoritariamente por pequeñas empresas que operan en el sector televisivo con objetivos básicamente comerciales, y las instituciones municipales están presentes de manera marginal y, en este sentido, el modelo de sistema televisivo provincial que conforman estos emisores está alejado de poder contribuir eficientemente al desarrollo de las comunidades ciudadanas en las que se inserta.

Tal como argumentábamos en el bloque anterior, el desarrollo es un concepto aplicable a las comunidades locales que va más allá del mero crecimiento económico y para avanzar en él se necesita la aplicación de políticas integrales en las que participen todos los agentes sociales de manera consensuada, y en estrecha interrelación con las dinámicas extralocales, con el objetivo principal de buscar el beneficio común a partir del establecimiento de mecanismos efectivos de desarrollo sostenible en el que participen agentes públicos, privados y la ciudadanía en general.

Sin embargo, estas políticas de desarrollo local integrales no existen en la mayoría de los municipios de la provincia y, excepto algún caso puntual, la gran mayoría de las televisiones locales son propiedad de empresas con un número reducido de socios⁷⁶⁴ y gestionadas en función de sus intereses particulares y, por tanto, el

⁷⁶⁴ La excepción es Localia Nord, que tiene 100 socios y, desde sus inicios como ya contamos, es una iniciativa popular de suscripción de acciones para gestionar un conjunto de medios de comunicación a través de la Sociedad Anonima Comunicacions dels Ports con el objetivo fundacional de vertebrar la comarca. Sin embargo, la asociación de esta emisora a Localia, junto a la integración de la radio en Cadena Ser, no permite que tales objetivos se puedan cumplir en su totalidad y, por supuesto, con independencia, además de que concretamente la televisión tiene muy poca actividad.

conjunto del sector opera en el contexto de un mercado comercial fuertemente competitivo.

Consecuencia de ello, son pocas las emisoras locales cuyo ámbito de cobertura se limita al término municipal y la estrategia de crecimiento empresarial de un sector de estas características pasa por distribuir masivamente la señal de cada una de las televisiones locales para cubrir el mayor territorio posible de toda la provincia. Así, la mayoría emiten con potencias muy superiores a las necesarias para cubrir el municipio donde operan y, otras, incluso despliegan infraestructuras de red para llevar sus emisiones a poblaciones muy alejadas del ámbito territorial primario en que deberían operar, esto es, el municipio.

El resultado final es que está efectivamente cubierta el 90% de la población, pero sólo en la mitad de los municipios se puede sintonizar televisión local y, entre los menores de 5.000 habitantes, sólo existe televisión local en 7 de ellos, de los 121 existentes. Es decir, unas pocas empresas comerciales ocupan todo el espacio comunicativo local de Castellón y, como consecuencia de ello, un sector que por definición debe responder a las dinámicas socioeconómicas concretas de cada localidad está estructurado con un modelo absolutamente centralizado en torno a algunas poblaciones del litoral⁷⁶⁵, al margen de que se difundan puntualmente acontecimientos populares de algunos municipios que, como comentamos, son parte de la estrategia de captación de recursos institucionales.

Consecuencia de esta fuerte competencia por las coberturas y los recursos públicos, entre los propios operadores locales se producen constantes tensiones en la pugna por obtener la *exclusividad* de estos eventos y los escasos recursos publicitarios y públicos asociados, en algunos casos utilizando prácticas como la supuesta intercepción e interferencia de las emisiones de la televisión de Onda por parte de TV Castellón que acabó desembocando en una queja formal ante la Subdirección de Telecomunicaciones de Castellón que, por supuesto,

⁷⁶⁵ Como ya dijimos, sólo existen dos casos en que se programan contenidos no centralizados desde donde se ubica el operador, en TV Castellón que incluye en su parrilla un programa informativo realizado por una productora de Benicassim, y en Canal 56, que mantiene algo parecido a una delegación en Benicarló.

no emprendió ninguna acción ante la reclamación de un operador frente a otro sin que ninguno exista legalmente⁷⁶⁶.

No obstante, la implantación de este grupo de operadores de televisión en la provincia, aún con estas características, es absolutamente necesaria porque, al fin y al cabo, son la única alternativa, aunque débil como enseguida veremos, al resto de operadores de televisión autonómica y nacional, mucho más alejados de la realidad provincial. Sobre todo, como ya hemos señalado, en relación a la televisión pública valenciana, tanto en cuanto al dudoso servicio público que viene realizando en general, como en lo relativo a su implicación efectiva en la vertebración social de la provincia de Castellón, al margen de los previsibles cambios a peor resultantes de la externalización de la gestión que se están desarrollando en la actualidad.

Sin embargo, y a pesar de ello, el papel que realiza el conjunto del sector como resultado de su conformación mercantil deja bastante que desear, y la supuesta cercanía de este tipo de televisiones a las comunidades locales se debe entender, sobre todo, como parte de una estrategia empresarial cuyo único objetivo es la obtención de beneficios económicos, y solo algunos emisores mantienen una manifiesta implicación en el cumplimiento de su función social.

El sector mayoritariamente programa, como eje fundamental de sus parrillas, los macrogéneros informativo y deportivo, así como las transmisiones en directo aunque, con una fuerte tendencia a incluir programación de entretenimiento y, en unos pocos casos, cierta intención de adecuar la oferta de programación a los públicos infantiles. Es decir, se continúa con la estrategia de implantación industrial que utiliza aquellos macrogéneros para legitimar la integración de la emisora en el entorno inmediato de su ámbito territorial, pero con una clara vocación de ofertar parrillas de programación similares a las de las televisiones generalistas.

En definitiva, el resultado del estudio de las parrillas de las televisiones locales de la provincia indica una fuerte tendencia a

⁷⁶⁶ Esta televisión, sin embargo, tiene abierto expediente sancionador de 2 millones de pesetas por interferir la señal de Retevisión, ante cuya reclamación la Inspección de Telecomunicaciones sí intervino.

asimilar y estrategias de programación ajenas a las particularidades locales y, por tanto, la oferta de estas televisiones se diferencia poco, en demasiadas ocasiones, del resto de oferta televisiva de otras cadenas no locales que se recibe en la provincia.

Algunos emisores locales todavía mantienen cierto nivel de producción propia, pero sólo un 25% de las televisiones de la provincia ocupa más del 75% de su parrilla con este tipo de programación y, en el conjunto del sector, solo el 38% de la oferta total es propia de la que casi la mitad son reemisiones. Existen, además, 4 televisiones asociadas a cadenas nacionales como Localia o UNE que están implantándose con fuerza y su nivel de producción propia, excepto en CSNTV-UNE, es mínimo.

Consecuencia de todo ello, la mayoría de la programación local de la provincia procede de catálogos comerciales y algunos operadores del sector actúan como sucursales de otras empresas que buscan mercados secundarios donde continuar rentabilizar sus productos.

En este sentido, sorprenden los datos relativos al año 2001 obtenidos por el estudio sectorial que pretendía radiografiar el sector audiovisual de la Comunidad Valenciana por encargo de Presidencia de la Generalitat en el que se apuntaba que el sector tenía un nivel de producción propia del 70%, muy alejada del estudio de campo que hemos realizado individualmente con cada parrilla de programación a finales del año 2002 y que nos hace dudar de la validez de los datos allí presentados.

Igualmente, algunos operadores indicaban que utilizaban mayoritariamente la lengua valenciana en sus emisiones según los datos resultantes de un estudio del Grupo Popular, al que no hemos tenido acceso como ya contamos, y, sin embargo el análisis resultante de nuestra investigación refleja todo lo contrario. En el conjunto de la parrilla de programación, y en horario útil de antena, las emisiones en valenciano sólo suponen entre un 10% y un 25% de media en el sector, y menos del 30% de las emisoras lo utilizan en más del 50% de su programación. Además, el 60% de las emisiones de programas informativos de todas las televisiones locales de la provincia son en castellano y, en definitiva, no se puede decir que el uso de la lengua valenciana sea, ni de lejos, mayoritario en ninguna de las televisiones de la provincia.

Por otro lado, y al margen del incumplimiento de esta función social supuesta al sector y como hemos sostenido a lo largo de toda la tesis, las televisiones locales también forman parte del sistema audiovisual en cuanto sector productivo y deberían tener un papel fundamental como dinamizadores de la industria audiovisual y, en general, impulsar el desarrollo económico provincial.

Sin embargo, excepto contadas excepciones, las televisiones locales de la provincia actúan mayoritariamente, en sus limitaciones, como grandes productoras de programas destinados a sus propias parrillas y, si poco contribuyen, en general, a la integración y tratamiento de la realidad sociocultural de la provincia, tampoco sirven para dinamizar la industria audiovisual en su conjunto. Sólo algunos emisores programan algunas producciones que la Generalitat distribuye de manera gratuita y muy pocos trabajan en estrecha colaboración con aquellos otros agentes productivos del sector que podrían facilitar la consolidación comunicativa e industrial del sector audiovisual de la provincia.

Es decir, no existe un sector auxiliar de producción y servicios audiovisuales que permita cubrir esas áreas de la parrilla que las televisiones locales no pueden producir y, en consecuencia, esas franjas de programación no se cubren con productos destinados a cubrir aspectos específicos de la provincia. De hecho, en Castellón no existe industria audiovisual más allá de las propias televisiones locales y, según podemos concluir de nuestro análisis, la inmensa mayoría de las 18 productoras registradas como tales en la provincia, según los datos de la Cámara de Comercio de Castellón, tienen una escasa actividad industrial y ninguna sinergia con el sector de televisión local.

Sin duda, la escasa consolidación de la industria audiovisual de la provincia es un grave problema para el desarrollo socioeconómico y comunicativo de los castellonenses pero, sobre todo, es especialmente significativa la escasa relevancia e integración de la industria publicitaria provincial en las televisiones autóctonas. No existen acuerdos de colaboración y desarrollo entre ambos sectores que permitan avanzar en la consolidación de una industria comunicativa a medio plazo, pero lo más grave es que ni siquiera la mayoría de los operadores de televisión asumen la importancia que tiene la implantación de estrategias comerciales eficientes en empresas que, recordemos, son de titularidad privada.

Más del 80% de las televisiones de la provincia no tienen siquiera asignada, al menos, una persona que ejerza de director comercial con exclusividad, y son los propios empresarios-promotores quienes hacen estas labores, lo cual resulta enormemente sorprendente cuando, a la vista de la situación económica y financiera actual, lo que más necesitan es desarrollar funcionalmente estas áreas para garantizar la continuidad de sus proyectos empresariales.

En este sentido, uno de los problemas básicos que hemos detectado en el conjunto del sector es que no existen planes de desarrollo a medio plazo que permitan secuenciar las inversiones y evaluar el cumplimiento de los objetivos marcados para dirigir el crecimiento empresarial hacia metas asumibles. Bien al contrario, la mayoría de las televisiones locales de la provincia están instaladas en el día a día y en una situación de debilidad económica y financiera que no facilita en nada su consolidación cuando, además, no se planifica una estrategia de futuro.

En el conjunto del sector, no obstante, todavía operan un 30% del total de emisoras con antigüedad superior a los 5 años, pero las televisiones más jóvenes ocupan la mayor parte del mercado. Además se están produciendo nuevas incorporaciones al sector con lo que se ha multiplicado enormemente la competencia por los recursos publicitarios. Sin embargo, en 2001, en lugar de expandirse el mercado fruto de la actividad comercial de estos nuevos agentes ha ocurrido lo contrario, y el volumen total de negocio por este concepto ha disminuído. El resultado de ello es que, excepto algunas empresas que han mejorado notablemente sus resultados, el conjunto del sector está inmerso en una recesión generalizada.

Si a ello añadimos que todas las televisiones locales de la provincia mantienen elevados niveles de endeudamiento, una dudosa liquidez y pérdidas generalizadas, en algun caso muy elevadas, podemos afirmar que el sector se encuentra en una situación crítica y que, según los resultados de nuestro análisis, puede continuar agravandose de no emprenderse las necesarias correcciones.

No obstante, hay algunos pocos empresarios del sector que obtienen discretos beneficios de su actividad pero que son coyunturales propiciados por la situación en que se desenvolvía el sector en años anteriores de menor competencia.

El análisis refleja que la generalizada falta de profesionalización de la gestión, tanto en sus aspectos productivos como desde el punto de vista económico y financiero podría no ser determinante en los resultados empresariales en años anteriores, pero cada vez se muestra como más inadecuada a la situación actual.

La falta de proyectos a medio plazo y la escasa importancia que se da al desarrollo departamental de los aspectos comerciales es sólo una muestra de la inadecuación, inexistencia en la inmensa mayoría de los casos, de herramientas de análisis eficaces para dirigir las empresas de televisión local hacia la rentabilidad, que tal es el objetivo principal de un sector privado y comercial como el de la provincia.

En ese sentido, en la mayoría de las televisiones las decisiones empresariales se toman más por intuición, y en función de los conocimientos extraídos de la práctica cotidiana, que fruto de una explícita estrategia de desarrollo, y las medidas correctoras sólo se implantan cuando el problema ya es una evidencia palmaria y, en general, necesita medidas traumáticas. Por tanto, cuando los resultados empresariales mejoran no es debido a un análisis en profundidad de las variables que determinan la marcha general de la empresa, sino que es fruto de la lucha por la adaptación y supervivencia en el sentido darwiniano del término, en el que el uso de la fuerza o la simple necesidad hace mejorar la situación general.

Consecuencia de la necesidad de superar la precariedad en este sentido, la productividad de los recursos humanos ha ido mejorando durante los últimos años, después de drásticas reducciones de empleo en algunas televisiones, aunque los sueldos se siguen manteniendo en niveles muy bajos y las plantillas no están lo suficientemente estabilizadas.

Por otro lado, también se está mejorando el nivel de autofinanciación de la empresa, aunque lentamente, pero la rentabilidad de los activos empleados para desarrollar la actividad deja todavía mucho que desear, y cualquier producto financiero del mercado sería mucho más interesante para cualquier inversor. Sin embargo, se ha de señalar que el sector está realizando un importante esfuerzo de actualización de infraestructuras y equipamientos que mejoran la eficacia productiva en general y todavía es pronto para

rentabilizar esas inversiones y estas, como en cualquier otra empresa, sólo se pueden amortizar a medio plazo.

No obstante, se ha observado en muchas de las televisiones de la provincia una generalizada falta de integración y adecuación de los recursos técnicos a las necesidades productivas, en muchos casos fruto de actualizaciones parciales o, en algunos, de una discutible planificación de esta área, y de otras muchas.

Y en línea con ello, y con todo lo que venimos exponiendo, uno de los aspectos resultantes del análisis del sector que más nos ha sorprendido es la escasa consciencia que la mayoría de las televisiones de la provincia manifiesta respecto a la necesidad constante de formación en un contexto como el actual, y en un sector tan dinámico y estrechamente ligado a las nuevas tecnologías y corrientes culturales como el audiovisual.

En definitiva, hemos de concluir que el conjunto de los operadores de televisión local castellanenses están utilizando una discutible estrategia de crecimiento que no parece vaya a permitir que el sector se consolide a medio plazo y, por extensión, la industria audiovisual de la provincia y, sobre todo, el desarrollo comunicativo de la sociedad castellanense se encuentra ante un futuro incierto.

No obstante, y en los límites de esta modesta investigación, nos permitiremos realizar algunas consideraciones que entendemos necesarias para el futuro del sector y del sistema audiovisual de la provincia en su conjunto.

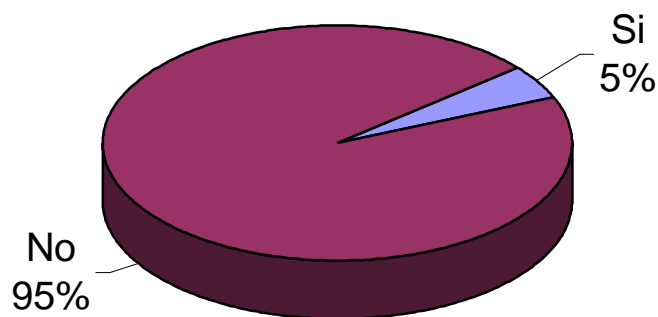
El problema común a todo el sector es que las empresas están operando en un mercado inmaduro y que históricamente ha encontrado grandes dificultades para responder a sus expectativas y consolidarse como un sector televisivo con peso específico en la industria audiovisual. En ese sentido, la televisiones locales autóctonas tienen similares problemas que el conjunto de las televisiones locales del país pero, sin embargo, estas dificultades se tornan mayores cuando se instala la competencia irrestricta en un sector, como el de la provincia, en el que la mayoría de los operadores son comerciales. En esta lógica de la competencia no existen los términos medios y, necesariamente, se tiende como poco, a la fagocitación y al oligopolio pero, sobre todo, se emplean energías preciosas en una carrera que no conduce a ningún sitio a nadie.

No existe asociación alguna de ámbito provincial que permita defender los intereses sectoriales, y ni siquiera existe un nivel aceptable de integración en otras organizaciones de ámbito nacional.

Las experiencias asociativas en la Comunidad Valenciana se impulsaron a partir de 1991 con la creación de la Asociación Valenciana de Televisiones Locales (ASVATEL)⁷⁶⁷, que agrupaba a operadores municipales y televisiones de gestión mixta, pero esta asociación sólo estuvo activa unos pocos años a pesar de que todavía está activa en los registros correspondientes. Sus objetivos se inscribían en la necesidad generalizada de adoptar un posicionamiento común de defensa de un modelo de televisión ciudadana y de servicio público, de manera acorde a otras asociaciones y federaciones nacionales y en línea con la tradición del sistema de televisión local catalán de promoción y fomento de la lengua y cultura autóctonas. El movimiento asociativo duró poco, al tiempo que la iniciativa pública perdía peso en el sector y el necesario marco normativo no acababa de desarrollarse.

Sin embargo, en el momento de realizar esta tesis, sólo la Televisión de Benicassim, de muy reciente implantación, está asociada a ANATEL⁷⁶⁸ y, como se puede observar en el gráfico, el resto de las televisiones de la provincia no considera que existan intereses compartidos por el conjunto del sector.

Gráfico 132. Televisiones asociadas sectorialmente.



⁷⁶⁷ Inscrita en el Registro de Asociaciones de la Generalitat Valencia con el nº 4776 el 15 de Julio de 1991 y radicada en la localidad de El Puig.

⁷⁶⁸ Asociación Nacional de Televisiones Locales, creada a finales de 2002 como respuesta a los cambios impuestos al sector para la transición a la televisión digital terrestre contenidos en la Ley de Medidas Fiscales y Administrativas de 2003

No obstante, algunos operadores mantienen relaciones con televisiones o asociaciones que operan en otros ámbitos territoriales aunque, sin embargo, existe cierta desmotivación respecto a la validez y efectividad de este tipo de agrupaciones gremiales. En todo caso, aunque en general las relaciones entre las televisiones de la provincia no son malas, la mayoría de los responsables de emisoras consultados respecto a la posibilidad de establecer estrategias conjuntas de desarrollo consideran que en un entorno competitivo de operadores comerciales privados la dinámica del mercado no permite, en ningún caso, establecer relaciones más allá de la cordialidad y el mutuo respeto.

En este sentido, la provisionalidad y falta de consolidación del sector tampoco facilita en nada la posibilidad de adoptar posturas comunes y compartir experiencias y sinergias, pues esto solo sería posible si existiese un marco normativo conocido y el mercado estuviese lo suficientemente maduro. En ese caso, sus agentes podrían agruparse estratégicamente para desarrollar conjuntamente sus negocios y otras áreas conexas y, sobre todo, podrían impedir la entrada de competidores indeseables al sector, a partir de acuerdos tácitos sobre quienes son y de que forma se reparten el mercado, pues tal es el sentido en que operan las empresas comerciales en un mercado trustificado y estable como podría ser hipotéticamente la televisión de la provincia si el marco legal lo permitiese y hubiesen límites de cobertura conocidos.

Como esta situación todavía está lejos de producirse, lo que ocurre es que para remediar esta falta de consolidación se utiliza la fuerza bruta para incrementar individualmente la presencia de cada una de las televisiones en la provincia, aumentando coberturas e intentando competir a todos los niveles con el resto de televisiones locales de la provincia y, en general, distribuyendo una oferta de programación de cada vez peor calidad y más similar a la de las televisiones nacionales y autonómicas.

El problema es que esta estrategia de consolidación genera un círculo vicioso, que no virtuoso, que finalmente no beneficia a nadie y el conjunto de las televisiones del sector se ve abocado a emplear sus energías en competir irracionalmente por una pequeña cuota de mercado que sólo podrá solucionar temporalmente sus problemas, hasta que cualquier competidor vuelva a arañar parte de esos recursos.

Por el contrario, lo que se necesita para obtener mayor presencia industrial y social no son esfuerzos individuales, sino una postura unificada que permita establecer las bases mínimas para avanzar en el desarrollo del sector de televisión local de la provincia y, efectivamente implantar la oferta de televisión local sólidamente en las audiencias para, después, rentabilizarlas con los anunciantes, que no tendrán duda alguna de la eficacia de sus inversiones.

En ese sentido, es mucho más necesario y rentable a medio plazo que el sector en su conjunto sea capaz de configurarse como una industria de calidad y de servicio ciudadano en su ámbito territorial y deje atrás esa imagen negativa que poco invita a que los ciudadanos la sintonicen, y no parece tan relevante, en este momento, que alguna televisión pueda obtener puntualmente buenos resultados que solo son, sin duda, coyunturales.

Por supuesto que la competencia es legítima, y las ambiciones individuales de cada empresario también, pero, en este momento, lo que se necesita es vertebrar un sistema comunicativo de televisión local en la provincia que tenga entidad industrial suficiente para atender las necesidades presentes y futuras de la sociedad castellanense y que, desde luego, garantice la viabilidad de las televisiones que operan en la provincia en la actualidad.

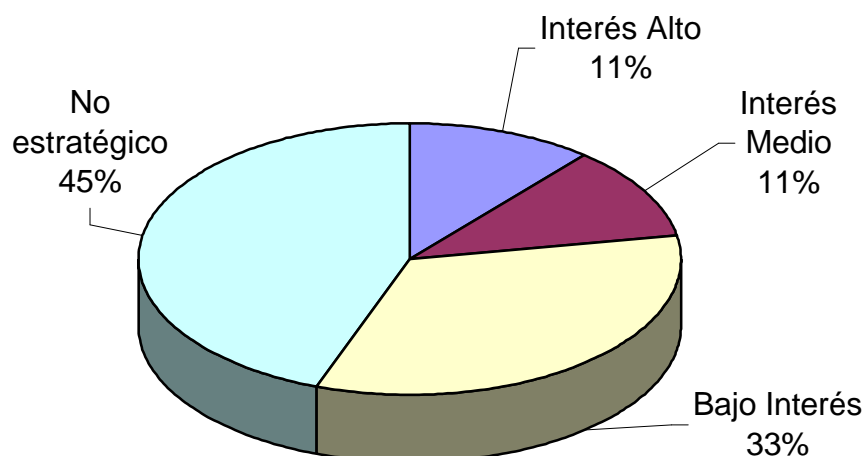
En ese sentido, se ha de recordar que, en el momento de redactar esta tesis, según fuentes consultadas de la Presidencia de la Generalitat Valenciana, a pesar de haber concluido el plazo de remisión de las necesidades de espectro para la introducción de la televisión local digital, no existe planificación alguna sobre las frecuencias que serían imprescindibles para desarrollar la estructura comunicativa provincial. Y esta irresponsabilidad seguro que provocará, finalmente, que el modelo que se implante alguna vez no sea adecuado a las necesidades del sector y de la sociedad en su conjunto.

Pero al margen de este futurible, aunque no por ello digno de menos atención, para salir de la actual crisis financiera y de credibilidad en que se encuentra necesita reclamar a la administración pública que ejerza el papel que le corresponde en nuestras sociedades contemporáneas, en los términos descritos a lo largo de la tesis de activadora y reguladora del desarrollo, y adopte las medidas

necesarias para facilitar la consolidación del sector a medio plazo, en línea con lo que se está haciendo en otras autonomías vecinas⁷⁶⁹.

En ese sentido, compartimos el sentimiento generalizado en el sector de que no es tan necesaria en estos momentos la adaptación y desarrollo de la televisión local en función de las nuevas tecnologías de comunicación que vienen estando disponibles durante los últimos tiempos, sino que las prioridades son otras.

Gráfico 133. Interés desarrollo multimedia.



No obstante, conviene reseñar que algunos operadores están incorporando progresivamente su oferta de programación a la red de cable de ONO y, en este sentido, pueden establecerse futuras líneas de colaboración para la implantación de aplicaciones interactivas digitales destinadas a las televisiones locales, aunque en este momento no es ninguna prioridad.

En el momento actual se debe, en primer lugar y de manera conjunta para todo el sector, exigir a las administraciones públicas un apoyo sostenido y una utilización equilibrada de los recursos de todos los ciudadanos de la provincia para desarrollar el deficitario sistema comunicativo provincial, en tres aspectos:

⁷⁶⁹ En la Comunidad Valenciana, al contrario que en otras autonomías, nunca se ha desarrollado reglamentariamente la Ley 41/95, fruto de la sintonía política del gobierno autonómico con el central, ambos populares.

- Dotar de un marco normativo provisional al sector y avanzar en la planificación a medio plazo para la introducción de nuevas tecnologías.
- Emprender las iniciativas necesarias para facilitar el desarrollo del sector elaborando recursos financieros específicos y programas formativos adecuados a las necesidades reales.
- Establecer un marco global para incentivar el desarrollo de la industria audiovisual autóctona y fomentar la creación de redes empresariales que permitan avanzar conjuntamente en ello.

Por otro lado, el conjunto del sector necesita emprender en su propio seno la mejora de tres aspectos básicos:

- Planificación y gestión económica, financiera y productiva.
- Establecimiento de políticas de marketing comercial, tanto en lo relativo al desarrollo de los correspondientes departamentos como en cuanto a la creación de una imagen corporativa de cada televisión y del conjunto de las televisiones locales de la provincia.
- Creación de redes productivas y sinergias con el resto de la industria audiovisual provincial y autonómica y profundizar en la mejora de las relaciones entre los propios operadores de Castellón.

De esta manera, con la implicación de la administración y los agentes que operan en el conjunto del sector audiovisual, se habrían de conseguir varios objetivos:

1. Mejorar la calidad y profesionalidad del sector en todos sus aspectos.
2. Colaborar eficazmente con todos los agentes del sector y entre los propios operadores.
3. Difundir y consolidar una imagen conjunta de un sector con peso industrial y social en la provincia.
4. Finalmente, como consecuencia de todo ello, consolidar el sector para que pueda contribuir efectivamente al desarrollo socioeconómico y cultural de la provincia de Castellón.

Todo ello, junto al necesario esfuerzo de adaptación de los sistemas productivos hacia la tecnología digital puede permitir, a medio plazo, que el sector se pueda adaptar a las radicales transformaciones que se están produciendo en el conjunto de la industria audiovisual.

En todo caso, y en este proceso de adaptación de la realidad local en su conjunto a las dinámicas globales, es necesario entender que los recursos comunicativos de la provincia son patrimonio del conjunto de la sociedad y, por tanto, deben servir a su desarrollo sostenido. Es decir, una frecuencia de televisión es tan importante para una localidad como lo pueda ser cualquier otro recurso básico, y su explotación solo conduce al empobrecimiento general de sus legítimos dueños.

En consecuencia, que un sistema comunicativo local sea propiedad de empresas ajenas a la realidad territorial supone que los beneficios de esa actividad no redundarán en el desarrollo local y, por tanto, se ha de buscar el equilibrio necesario entre las capacidades locales y las oportunidades globales con el fin último de facilitar el desarrollo sostenido de la sociedad castellonense.

En ese sentido, sólo parece posible la supervivencia y desarrollo del sector cuando está íntimamente ligado a sus poblaciones y comunidades ciudadanas de referencia, y cuando se implican todos los agentes, públicos y privados y ciudadanos, en esta tarea fundamental de decidir cuál es la distribución simbólica de contenidos adecuada para los intereses específicos de cada localidad y para el conjunto de la provincia, en beneficio de todos sus integrantes.

Intentar lo contrario, es decir, conformar un modelo de televisión local con programación generalista es tarea inútil y una batalla perdida pues en ningún caso se puede competir con el resto de las televisiones con los recursos de que dispone individualmente cada emisora.

Además, y por definición, las televisiones locales no pueden funcionar de espaldas a sus públicos de referencia porque el tratamiento interesado de los contenidos solo es posible en los medios de comunicación masivos, en los que las realidades y cosmovisiones presentadas son difícilmente verificables, pero a medio plazo se torna inaceptable por las audiencias de las televisiones locales que deben

adecuar su discurso a realidades cercanas y directamente conocidas en la experiencia cotidiana⁷⁷⁰.

De este modo, ambos aspectos, la inoperancia de competir con productos generalistas, junto a la necesidad de una imbricación total con el entorno sociocultural de referencia, implican que la tendencia de programación y de inversión de aquellos recursos sólo puede cerrarse en un círculo virtuoso cuando la televisión pasa a formar parte irrenunciable de la realidad social como instrumento comunicativo pertinente y eficaz para la consecución de los objetivos de la comunidad local.

Eso no supone, insistimos, que la televisión local deba ser localista. Naturalmente es necesario, en una dinámica socioeconómica de mercados abiertos en una cultura global, la participación de productos y recursos externos, pero siempre que esa participación no tienda a la expoliación de las riquezas locales y redunde en beneficio de la propia comunidad, en una dinámica dialógica que permita un equilibrio adecuado entre las imposiciones globales y las necesidades locales.

En definitiva, lo que se necesita en estos momentos es establecer un marco normativo estable y las condiciones adecuadas para el desarrollo de un sector imprescindible para el desarrollo socioeconómico de la provincia de Castellón y el conjunto de sus habitantes.

Para ello, es necesario que se tenga en cuenta todo lo que hemos venido expresando a lo largo de la tesis respecto a la oportunidad de que participen todos los agentes en esta tarea y que, finalmente, ninguno de ellos tenga atribuciones que puedan derivar hacia ningún extremo porque, como dijimos, uno de los aspectos de nuestra actual democracia representativa que menos malo nos parece es que, al menos, los distintos intereses se equilibren.

⁷⁷⁰ Independientemente de que la manipulación sea un hecho intrínseco a la comunicación e inevitable, es mucho menos admisible que un político o ciudadano local hable de las grandezas del último proyecto inaugurado o de futuras promesas de mejora común y que estas no se cumplan o no se ajusten a las necesidades ciudadanas, que lo haga desde una televisión autonómica o nacional, muy alejada de la realidad cotidiana de los televidentes y, por tanto, mucho más manipulable desde el momento en que estos pasan a ser ciudadanos de a pie, a convertirse en un magma al que llaman opinión pública.

Sería deseable, naturalmente, que todo ello formase parte de la agenda gubernamental, y que en ese diseño se apostase claramente por la creación de Consejos Audiovisuales independientes y que, como no, se tratase con especial atención el papel de los ciudadanos en esos Consejos, y su participación en la gestión de medios propios para avanzar en la creación de un *Tercer Sector Audiovisual*, que pueda aportar pluralidad y equilibrio al conjunto del sistema.

Es importante y urgente, en este sentido, que se establezcan fórmulas para impulsar espacios comunicativos propios y adecuados a las necesidades de las comarcas de la provincia más infradesarrolladas y, en general, se impulsen políticas de desarrollo sostenibles que tengan en cuenta a todos los habitantes de la provincia, incluidos aquellos que, dice el ejecutivo estatal, viven en poblaciones menores de 25.000 habitantes y, por lo tanto, no tienen por qué ser considerados ciudadanos de pleno derecho.

En definitiva, hoy los problemas del sector son los mismos que siempre ha tenido, pero sus soluciones no pasan por la siguiente huida hacia delante con la nueva tecnología de turno, y ya es hora de que en nuestro país se le preste a la televisión local la atención que merece y se la considere como lo que siempre ha sido: el único sector televisivo capaz de acabar de superar aquella triste transición a que nos obligó el franquismo y que aún sufrimos.

No obstante, el recién publicado *Libro Blanco del Audiovisual* de la Comunidad Valenciana, continúa planteando soluciones para el conjunto del sector audiovisual valenciano que pasan irremediabilmente por la consideración de la ciudadanía como simples clientes-consumidores, eso sí, ahora destinatarios de una serie de productos multicanal y, como no, propios de una sociedad digitalizada⁷⁷¹.

En dicho informe, la estrategia de desarrollo pasa por el estudio de la cadena de creación de valor y la consideración del audiovisual valenciano como prioritariamente una industria, y se continúa considerado RTVV como la televisión por excelencia de la Comunidad Valenciana. La única mención que se refleja en la síntesis del informe a la televisión local es la necesidad de “disponer medidas –legales y

⁷⁷¹ Estos extremos se pueden consultar en http://www.portaveu.gva.es/Doc_sintesis.pdf.

crediticias, principalmente– que favorezcan la transición de los medios –radio y televisión local– al universo digital.”⁷⁷²

En general, el informe, al margen de esta priorización del crecimiento industrial frente al desarrollo en los términos en que hemos venido argumentando a lo largo de toda la tesis, recoge algunas recomendaciones que no son difíciles de suscribir:

- Crear el Foro del Audiovisual.
- Organizar un observatorio de tendencias.
- Planificar el desarrollo de un laboratorio de ideas.
- Conformar una *Comisión de Notables*.
- Convocatoria de premios a la creatividad audiovisual.
- Generar un registro de profesionales locales.
- Contemplar una política de creación de becas de investigación orientadas a la creación.

En definitiva, potenciar la creación de contenidos para competir en el complejo contexto digital no puede más que considerarse una acción positiva pero, si todo eso se hace desde una perspectiva única que no se ocupa antes de definir el papel social de los medios de comunicación propios y, además, presta escasa atención a la televisión local y a su fundamental papel para el sistema comunicativo valenciano estamos, desde luego, ante un paquete de soluciones que poco pueden servir para desarrollar efectivamente la sociedad y la cultura de esta Comunidad.

En conclusión, la televisión local se continúa instrumentalizando y se abordan sus problemas desde una perspectiva alejada a sus particulares necesidades y especificidad y, mucho nos tememos, que la situación actual y el futuro que se está diseñando para el sector poco o nada va a servir para mejorar nuestra convivencia.

⁷⁷² Ibid. p. 37.

No obstante, se ha de valorar positivamente el esfuerzo que la Universtat Jaume I está realizando para participar activamente en la consecución del que habría de ser el objetivo común de todos los agentes sociales, públicos y privados, de la provincia de Castellón: el desarrollo sostenido.

Para avanzar en este sentido, sin duda, la gestión eficiente del espacio comunicativo en función de los intereses del conjunto de los ciudadanos es imprescindible y, en definitiva, la implicación responsable de la Universidad en ello es, hoy más que nunca, absolutamente necesaria.

DATOS DE LAS TV LOCALES DE LA PROVINCIA

Las entrevistas a cada una de las empresas del sector existentes en la actualidad en la provincia de Castellón se han realizado a partir del diseño del cuestionario que detallamos a continuación, después de las correcciones oportunas realizadas a partir de su confrontación con dos emisores de prueba.

El formulario está elaborado en función de dos grandes áreas de interés, tal como se detalla en la siguiente página:

Datos básicos:

- Localización
- Acuerdos programación
- Cobertura
- Forma de emisión

Estructura empresarial e infraestructuras:

- Infraestructuras técnicas.
- Recursos humanos.
- Estrategia comercial.
- Procedencia ingresos.

Básicos			
NIF		Inicio actividad	Año
Nombre comercial		Cambio titularidad	Año
Razón social		Socio Mayoritario	Nombre
Tipo sociedad	SLU / SL / SAU/ SA / Autónomo / Comunidad Bienes/	Participación otras empresas	Nombre-sector empresarial
Gestión	Privada / Pública / Mixta	Tipo Emisión	Onda / Cable
Dirección		Cobertura	Local / Supralocal / Comarcal / Intercomarcal / Provincial
Población		Potencia anterior	Wattios
Código Postal		Año incremento potencia	
Provincia		Potencia Actual	Wattios
Teléfono		Canal	Frecuencia emisión actual
Persona contacto	Nombre entrevistado	Ubicación Emisor Principal	
Vinculación	Función en televisión	Otros Emisores	Población
Teléfono		Número Emisores	Nº Total emisores
Página web			
Correo electrónico		Delegaciones	Población
Programación ajena	Empresa(s) suministradoras		
Fecha incorporación	Año	Operador Cable	Nombre operador
Tipo acuerdo	Ventana / Suministro Prog / Explotación Antena /Sin acuerdo	Fecha Incorporación	Año
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión		Procedencia propietarios	Empresarial / Empresarial Sector / Profesional / Otros
Descripción inversión	Mantenimiento / Remodelación Técnica / Total	Trabajadores socios inicial	Nº
Nivel organizativo	Básico / Profesional / Empresarial / Corporativo	Trabajadores iniciales	Nº
Estilo Gestión	Básico / Profesional / Empresarial / Corporativo	Colaboradores iniciales	Nº
Platós Virtuales	Nº	Trabajadores socios actual	Nº
Platos	Nº	Trabajadores actuales	Nº
Sets	Nº	Edad media	
Redacción	Nº u otro espacio donde se ubica	Formación Mayoritaria	Baja / Media / Superior
Realización	Nº u otro espacio donde se ubica	Colaboradores autónomos	Nº
Postproducción	Nº u otro espacio donde se ubica	Colaboradores actuales	Nº
Continuidad	Nº u otro espacio donde se ubica	Funciones	Técnicas/ No técnicas
Archivo	Nº u otro espacio donde se ubica	Edad media	
Administración	Nº u otro espacio donde se ubica	Formación Mayoritaria	Baja / Media / Alta
Dirección	Nº u otro espacio donde se ubica	Personal en prácticas	Si / No
Cámaras Estudio	Nº	Director comercial	Si / No
Camascopios	Nº Total según siguientes formatos.	Personal laboral dpto. comercial	Nº
BETACAM SP	Nº	Personal autónomo dpto. comercial	Nº
DVCPRO50	Nº		
DVCAM	Nº	Estudios Audiencia	Si / No
DV	Nº	Relación Agencias de Publicidad	Si / No
SVHS	Nº	Relación Empresas Producción	Si / No
Magnetoscopios	Nº Total según siguientes formatos.	Problemas legales	Si / No
BETACAM SP	Nº	Asociación Sectorial	Si / No
DVCPRO50	Nº	Necesidades formativas	Si / No
DVCAM	Nº	Plan desarrollo estratégico formal	Si / No
DV	Nº	Acciones de Marketing	Si / No
SVHS	Nº		
Ediciones analógicas	Nº	Participación Institucional	Importancia s/ 10 del Total Ingresos
Ediciones no lineales	Nº	Subvención	Nº
Continuidad	Si / No	Patrocinio	Nº
Conectividad	ADSL / LAN / ADSL-LAN	Venta Servicios	Nº
Unidad Movil	Si / No	Publicidad	Nº
Vehículos	Nº	Ingresos no institucionales	Nº
Catalogación Archivo	Si / No		

CENSO DE EMISORAS

1. ALBA TV.	527
2. ALMENARA TV.....	528
3. BETXÍ TV.....	529
4. CANAL 38-VISIÓN CASTELLÓN.	530
5. CANAL 56-TELEVISIÓ DEL MAESTRAT.	531
6. CANAL BENICASSIM.....	532
7. CANAL MAESTRAT.	533
8. CASTELLÓ TV.	534
9. CSNTV.	535
10. LOCALIA CASTELLÓN.	536
11. LOCALIA NORD MORELLA.	537
12. LOCALIA VILA-REAL.	538
13. PLANAVISIÓ.....	539
14. TELEBANDO JÉRICA.	540
15. TELEBANDO MONTÁN.	541
16. TV BORRIOL.....	542
17. TV CANAL.	543
18. TV CASTELLÓN.....	544
19. TV LA VALL.	545
20. TV ONDA.	546
21. TV VILAFRANCA.....	547

1. ALBA TV.

Básicos			
NIF	B12582151	Inicio actividad	2002
Nombre comercial	Alba TV	Cambio titularidad	
Razón social	TELEVISION PLANA ALTA BAJA	Socio Mayoritario	Carlos Cobo
Tipo sociedad	SL	Participación otras empresas	Construcción-Inmobiliaria
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	Avda. Faro,47 bajo	Cobertura	Supralocal
Población	Oropesa	Potencia anterior	400
Código Postal	12594	Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	400
Teléfono	964312900	Canal	58
Persona contacto	Ana Martín	Ubicación Emisor Principal	Oropesa
Vinculación	Técnico Programas	Otros Emisores	
Teléfono	659372852	Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico	albatv@msn.com	Delegaciones	
Programación ajena	Iniciativas Audiovisuales-EHS-Popular TV		
Fecha incorporación	2002	Operador Cable	
Tipo acuerdo	Suministro Programación	Fecha Incorporación	

Estructura Empresarial			
Fecha última inversión		Procedencia propietarios	Empresarial
Descripción inversión		Trabajadores socios inicial	
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos	1	Trabajadores actuales	2
Sets	1	Edad media	35
Redacción	Recepción	Formación Mayoritaria	Media
Realización	1	Colaboradores autónomos	
Postproducción	Administración	Colaboradores actuales	12
Continuidad	Realización	Funciones	No Técnicas
Archivo		Edad media	
Administración	1	Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	4	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV	2	Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	2	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	2	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	No
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV	1	Acciones de Marketing	No
SVHS	1		
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	1	Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	
Conectividad	ADSL	Venta Servicios	2
Unidad Movil		Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	8
Catalogación Archivo	No		

2. ALMENARA TV.

Básicos			
NIF		Inicio actividad	1994
Nombre Comercial	ATV-Almenara Televisió	Cambio titularidad	
Razón social	Ayuntamiento de Almenara	Socio Mayoritario	
Tipo sociedad	Pública	Participación otras empresas	
Gestión	Pública	Tipo Emisión	Onda
Dirección	C/ Santo Tomás, 114	Cobertura	Local
Población	Almenara	Potencia anterior	1,00
Código Postal	12590	Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	1,00
Teléfono	962624801	Canal	23
Persona contacto	Antonio Gómez	Ubicación Emisor Principal	Término Municipal
Vinculación	Coordinador Ayto.	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	1
Página web	www.ajuntamentdalmenara.com		
Correo electrónico	ajuntament@ajuntamentdalmenara.com	Delegaciones	
Programación ajena			
Fecha incorporación		Operador Cable	
Tipo acuerdo		Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Otros
Descripción inversión	Remodelación Técnica	Trabajadores socios inicial	
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	0
Platos		Trabajadores actuales	1
Sets		Edad media	30
Redacción		Formación Mayoritaria	Media
Realización		Colaboradores autónomos	
Postproducción	1	Colaboradores actuales	
Continuidad	Postproducción	Funciones	
Archivo		Edad media	
Administración		Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	0	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS		Relación Empresas Producción	Si
Magnetoscopios	0	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	Si
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	No
SVHS			
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	1	Subvención	10
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	
Conectividad		Venta Servicios	
Unidad Movil		Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	0
Catalogación Archivo	No		

3. BETXÍ TV.

Básicos			
NIF	73376517P	Inicio actividad	1990
Nombre comercial	TV Betxí	Cambio titularidad	
Razón social	Jose Luis Doñate	Socio Mayoritario	
Tipo sociedad	Autónomo	Participación otras empresas	
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	Avda. 1er. de Maig, 50	Cobertura	Local
Población	Betxí	Potencia anterior	0,50
Código Postal	12549	Año incremento potencia	1995
Provincia	Castellón	Potencia Actual	5,00
Teléfono	964623064	Canal	31
Persona contacto	Jose Luis Doñate	Ubicación Emisor Principal	Término Municipal
Vinculación	Propietario	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico	AqoraBetxi@eresmas.com	Delegaciones	
Programación ajena			
Fecha incorporación		Operador Cable	
Tipo acuerdo		Fecha Incorporación	

Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Otros
Descripción inversión	Renovación Tecnológica	Trabajadores socios inicial	2
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos		Trabajadores actuales	0
Sets		Edad media	45
Redacción		Formación Mayoritaria	Superior
Realización		Colaboradores autónomos	0
Postproducción		Colaboradores actuales	0
Continuidad		Funciones	
Archivo		Edad media	
Administración	Habitación Casa	Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	2	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	2	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	1	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	Si
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	No
SVHS	1		
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales		Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	10
Conectividad		Venta Servicios	
Unidad Movil		Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	0
Catalogación Archivo	No		

4. CANAL 38-VISIÓN CASTELLÓN.

Básicos			
NIF	A12472007	Inicio actividad	1999
Nombre comercial	Canal 38	Cambio titularidad	2002
Razón social	VISION CASTELLON	Socio Mayoritario	Grupo Tabarka
Tipo sociedad	SA	Participación otras empresas	Canal 37, Televisión de Alcoy
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	Avda. Germans Bou, 232	Cobertura	Intercomarcal
Población	Castellón de la Plana/Castelló de la Plana	Potencia anterior	100
Código Postal	12003	Año incremento potencia	2002
Provincia	Castellón	Potencia Actual	500
Teléfono	964723300	Canal	38
Persona contacto	Amparo García	Ubicación Emisor Principal	Desierto Las Palmas-Punt2
Vinculación	Directora	Otros Emisores	
Teléfono	629378101	Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico	vision@infonegocio.com	Delegaciones	
Programación ajena	Retelsat-MTV		
Fecha incorporación	1999	Operador Cable	
Tipo acuerdo	Suministro programación	Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Empresarial Sector
Descripción inversión	Mantenimiento	Trabajadores socios inicial	0
Nivel organizativo	Profesional	Trabajadores iniciales	nd
Estilo Gestión	Corporativo	Colaboradores iniciales	nd
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	0
Platos	2	Trabajadores actuales	18
Sets	3	Edad media	27
Redacción	1	Formación Mayoritaria	Superior
Realización	1	Colaboradores autónomos	0
Postproducción	Realización	Colaboradores actuales	10
Continuidad	Realización	Funciones	No Técnicas
Archivo	1	Edad media	40
Administración	Recepción	Formación Mayoritaria	Media
Dirección	1	Personal en prácticas	Si
Cámaras Estudio	4	Director comercial	Si
Camascopios	4	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	1
DVCPRO50			
DVCAM	4	Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS		Relación Empresas Producción	Si
Magnetoscopios	9	Problemas legales	No
BETACAM SP	1	Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	No
DVCAM	8	Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	Si
SVHS			
Ediciones analógicas	2	Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	2	Subvención	
Continuidad	Si	Patrocinio	4
Conectividad	ADSL	Venta Servicios	
Unidad Movil	Vehículo	Publicidad	2
Vehículos	2	Ingresos no institucionales	4
Catalogación Archivo	No		

5. CANAL 56-TELEVISIÓ DEL MAESTRAT.

Básicos			
NIF	B12559514	Inicio actividad	1985
Nombre comercial	Canal 56 Televisión del Maestrat	Cambio titularidad	2002
Razón social	MEDIOS AUDIOVISUALES DEL MAESTRAT	Socio Mayoritario	3 Socios x 33%
Tipo sociedad	SL	Participación otras empresas	
Gestión	PRIVADA	Tipo Emisión	Onda
Dirección	C/ Traval, 14-16 bajos	Cobertura	Intercomarcal
Población	Vinaroz	Potencia anterior	1
Código Postal	12500	Año incremento potencia	1999
Provincia	Castellón	Potencia Actual	300
Teléfono	964456061	Canal	56
Persona contacto	Andreu Carapuig	Ubicación Emisor Principal	Vinaroz (L'Ermita de Sant Sebastià)
Vinculación	Socio	Otros Emisores	Xert, Morella, Cati
Teléfono		Número Emisores	4
Página web	www.canal56.com		
Correo electrónico	televisiocomarcal@canal56.com	Delegaciones	1
Programación ajena	MasProducción		
Fecha incorporación	2001	Operador Cable	
Tipo acuerdo	Suministro Programación	Fecha Incorporación	

Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Otros
Descripción inversión	Remodelación Técnica	Trabajadores socios inicial	3
Nivel organizativo	Profesional	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Empresarial	Colaboradores iniciales	0
Platós Virtuales		Trabajadores socios actual	3
Platos	1	Trabajadores actuales	1
Sets	4	Edad media	35
Redacción	1	Formación Mayoritaria	Media
Realización	1	Colaboradores autónomos	1
Postproducción	2	Colaboradores actuales	5
Continuidad	Realización	Funciones	No Técnicas
Archivo	1	Edad media	35
Administración	Dirección	Formación Mayoritaria	Media
Dirección	1	Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio	0	Director comercial	No
Camascopios	6	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	1
DVCPRO50/DIGITAL S			c9-tv3-localia-c56 (estudio audiencia)
DVCAM	3	Estudios Audiencia	Si
DV	2	Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	1	Relación Empresas Producción	Si
Magnetoscopios	10	Problemas legales	Si
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50/DIGITAL S	1	Necesidades formativas	No
DVCAM	3	Plan desarrollo estratégico formal	No
DV	1	Acciones de Marketing	No
SVHS	5		
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	3	Subvención	
Continuidad	Si	Patrocinio	
Conectividad	ADSL-LAN	Venta Servicios	2
Unidad Movil	Básica	Publicidad	1
Vehículos	0	Ingresos no institucionales	7
Catalogación Archivo	Si		

6. CANAL BENICASSIM.

Básicos			
NIF	B12573309	Inicio actividad	2001
Nombre comercial	Canal Benicassim	Cambio titularidad	2002
Razón social	CANAL BENICASSIM	Socio Mayoritario	1 sólo socio
Tipo sociedad	SL	Participación otras empresas	Negocios diversos
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	C/Santo Tomas 114 local 4	Cobertura	Comarcal
Población	Benicassim	Potencia anterior	300
Código Postal	12560	Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	300
Teléfono	964300397	Canal	56
Persona contacto	Emilio Lloscos	Ubicación Emisor Principal	Desierto Las Palmas
Vinculación	Director	Otros Emisores	
Teléfono	660458691	Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico	canalbenicassim@yahoo.es	Delegaciones	
Programación ajena			
Fecha incorporación		Operador Cable	
Tipo acuerdo		Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Empresarial
Descripción inversión	Remodelación Técnica	Trabajadores socios inicial	
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Profesional	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	0
Platos	1	Trabajadores actuales	3
Sets	1	Edad media	30
Redacción	Administración	Formación Mayoritaria	Media
Realización	Administración	Colaboradores autónomos	0
Postproducción	Administración	Colaboradores actuales	0
Continuidad	Administración	Funciones	
Archivo		Edad media	
Administración	1	Formación Mayoritaria	
Dirección	Administración	Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	6	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	1
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	6	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	2	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	Si
DVCPRO50		Necesidades formativas	No
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	No
SVHS	2		
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	1	Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	
Conectividad	ADSL-LAN	Venta Servicios	
Unidad Movil	Básica	Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	10
Catalogación Archivo	No		

7. CANAL MAESTRAT.

Básicos			
NIF	E12563003	Inicio actividad	1989
a	Canal Maestrat	Cambio titularidad	
Razón social	Nova	Socio Mayoritario	
Tipo sociedad	CB	Participación otras empresas	Radio Nueva
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	C/ Sant Cristòfol, 34 1º	Cobertura	Local
Población	Vinaroz	Potencia anterior	100,00
Código Postal	12500	Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	200,00
Teléfono	964402233	Canal	52 y 47
Persona contacto	Enrique Adell	Ubicación Emisor Principal	Término Municipal
Vinculación	Propietario	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	2
Página web			
Correo electrónico	radionueva@teleline.es	Delegaciones	
Programación ajena	Vía Local		
Fecha incorporación		Operador Cable	
Tipo acuerdo	Explotación Antena	Fecha Incorporación	

Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Empresarial Sector
Descripción inversión	Renovación Tecnológica	Trabajadores socios inicial	
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos		Trabajadores actuales	0
Sets		Edad media	
Redacción		Formación Mayoritaria	
Realización		Colaboradores autónomos	0
Postproducción		Colaboradores actuales	0
Continuidad		Funciones	
Archivo		Edad media	
Administración	1	Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	0	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS		Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	0	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	Si
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	No
SVHS			
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales		Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	
Conectividad		Venta Servicios	
Unidad Móvil		Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	10
Catalogación Archivo	No		

8. CASTELLÓ TV.

Básicos			
NIF	B12449666	Inicio actividad	1997
Nombre comercial	Canal Castelló TV	Cambio titularidad	
Razón social	Canal Castelló TV	Socio Mayoritario	Ramón Emo
Tipo sociedad	SL	Participación otras empresas	
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección		Cobertura	
Población		Potencia anterior	100
Código Postal	12006	Año incremento potencia	2000
Provincia		Potencia Actual	500
Teléfono	964256800	Canal	44
Persona contacto	Ramon Emo	Ubicación Emisor Principal	Desierto Las Palmas-Tradía
Vinculación	Socio-Director	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico	canalcastello@ono.com	Delegaciones	
Programación ajena			
Fecha incorporación		Operador Cable	
Tipo acuerdo		Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Empresarial Sector
Descripción inversión	Remodelación Total	Trabajadores socios inicial	1
Nivel organizativo	Profesional	Trabajadores iniciales	2
Estilo Gestión	Profesional	Colaboradores iniciales	
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos	1	Trabajadores actuales	13
Sets	5	Edad media	25
Redacción	1	Formación Mayoritaria	Media
Realización	1	Colaboradores autónomos	7
Postproducción	1	Colaboradores actuales	0
Continuidad	Realización	Funciones	No Técnicas
Archivo	1	Edad media	35
Administración	Dirección	Formación Mayoritaria	Superior
Dirección	1	Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio	1	Director comercial	No
Camascopios		Personal laboral dpto. comercial	2
BETACAM SP	3	Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	Si
DV		Relación Agencias de Publicidad	Si
SVHS		Relación Empresas Producción	Si
Magnetoscopios		Problemas legales	No
BETACAM SP	6	Asociación Sectorial	Creador ATEL y exvicepresidente de Local Media
DVCPRO50		Necesidades formativas	No
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	Si-Publicidad
SVHS			
Ediciones analógicas	1	Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	1	Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	4
Conectividad	Si	Venta Servicios	
Unidad Movil	Profesional	Publicidad	1
Vehículos	1	Ingresos no institucionales	5
Catalogación Archivo	No		

9. CSNTV.

Básicos			
NIF		Inicio actividad	2002
Nombre comercial	CSNTV	Cambio titularidad	
Razón social	PROMOTORA AUDIOVISUAL CSNTV	Socio Mayoritario	Familiar
Tipo sociedad	SL	Participación otras empresas	Negocios varios- Equipo basket-Internet
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	C/Alacant, local 1-3	Cobertura	Comarcal
Población	Benicarló	Potencia anterior	100
Código Postal	12580	Año incremento potencia	2002
Provincia	Castellón	Potencia Actual	135
Teléfono	964467492	Canal	54
Persona contacto	Ximo Belt	Ubicación Emisor Principal	Benicarló
Vinculación	Administrador	Otros Emisores	
Teléfono	659372852	Número Emisores	1
Página web	www.povet.com		
Correo electrónico	j.belt@povet.com	Delegaciones	
Programación ajena	UNE		
Fecha incorporación	2002	Operador Cable	
Tipo acuerdo	Ventana	Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión		Procedencia propietarios	Empresarial
Descripción inversión		Trabajadores socios inicial	
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	2
Platos	1	Trabajadores actuales	7
Sets	5	Edad media	25
Redacción	Administración-Otras Empresas	Formación Mayoritaria	Superior
Realización	1	Colaboradores autónomos	
Postproducción	1	Colaboradores actuales	12
Continuidad	Realización	Funciones	No Técnicas
Archivo		Edad media	
Administración	1	Formación Mayoritaria	
Dirección	1	Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	Si
Camascopios	7	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM	7	Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS		Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	2	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	No
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV	2	Acciones de Marketing	No
SVHS			
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	3	Subvención	
Continuidad Automatizada	Si	Patrocinio	1
Conectividad	ADSL-LAN	Venta Servicios	
Unidad Movil		Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	9
Catalogación Archivo	No		

10. LOCALIA CASTELLÓN.

Básicos			
NIF	B12435939	Inicio actividad	1999
Nombre comercial	Localia-Castellón	Cambio titularidad	
Razón social	RADIOTELEVISIÓN CASTELLÓN	Socio Mayoritario	Juan José Quesada
Tipo sociedad	SA	Participación otras empresas	Localia Vila-real
Gestión	PRIVADA	Tipo Emisión	Onda
Dirección	C/ Moyano 5	Cobertura	Intercomarcal
Población	Castellón	Potencia anterior	500
Código Postal	12002	Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	500
Teléfono	964723130	Canal	26
Persona contacto	Elena Rincón	Ubicación Emisor Principal	Desierto Las Palmas
Vinculación	Delegada	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico	informativos@localiacastellon.com	Delegaciones	
Programación ajena	Localia		
Fecha incorporación	1999	Operador Cable	
Tipo acuerdo	Suministro Programación	Fecha Incorporación	

Estructura Empresarial			
Fecha última inversión		Procedencia propietarios	Empresarial Sector
Descripción inversión		Trabajadores socios inicial	0
Nivel organizativo	Empresarial	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Corporativo	Colaboradores iniciales	0
Platós Virtuales	1	Trabajadores socios actual	0
Platos		Trabajadores actuales	11
Sets		Edad media	25
Redacción	1	Formación Mayoritaria	Superior
Realización	1	Colaboradores autónomos	0
Postproducción	2	Colaboradores actuales	0
Continuidad	1	Funciones	
Archivo		Edad media	
Administración		Formación Mayoritaria	
Dirección	1	Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio	3	Director comercial	Si
Camascopios	8	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP	0	Personal autónomo dpto. comercial	2
DVCPRO50	2		
DVCAM	0	Estudios Audiencia	Si
DV	6	Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	0	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	6	Problemas legales	No
BETACAM SP	0	Asociación Sectorial	No
DVCPRO50	2	Necesidades formativas	No
DVCAM	4	Plan desarrollo estratégico formal	Si
DV	0	Acciones de Marketing	Si
SVHS	0		
Ediciones analógicas	1	Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	5	Subvención	
Continuidad	Si	Patrocinio	2
Conectividad	ADSL	Venta Servicios	
Unidad Movil	Vehículo	Publicidad	1
Vehículos	1	Ingresos no institucionales	7
Catalogación Archivo	Si		

11. LOCALIA NORD MORELLA.

Básicos			
NIF	A12200713	Inicio actividad	1984
Nombre comercial	Localia Nord (Morella)	Cambio titularidad	
Razón social	COMUNICACIONS DELS PORTS	Socio Mayoritario	Suscripción Popular
Tipo sociedad	SA	Participación otras empresas	
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	C/ Zaporta, 17	Cobertura	Supralocal
Población	Morella	Potencia anterior	2
Código Postal	12300	Año incremento potencia	1997
Provincia	Castellón	Potencia Actual	30
Teléfono	964161012	Canal	22
Persona contacto	Francisco Puig	Ubicación Emisor Principal	Tossal Gros-Resto Emisores
Vinculación	Director	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	1
Página web	www.comarquesnord.com		
Correo electrónico	cdp@morella.net	Delegaciones	
Programación ajena	Localia		
Fecha incorporación	1998	Operador Cable	
Tipo acuerdo	Ventana	Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Empresarial Sector
Descripción inversión	Remodelación Técnica	Trabajadores socios inicial	
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platós Virtuales		Trabajadores socios actual	5
Platos	1	Trabajadores actuales	0
Sets	1	Edad media	35
Redacción	Administración	Formación Mayoritaria	Media
Realización	Postproducción	Colaboradores autónomos	0
Postproducción	1	Colaboradores actuales	2
Continuidad	Postproducción	Funciones	Técnicas
Archivo		Edad media	
Administración	1	Formación Mayoritaria	Media
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	4	Personal laboral dpto. comercial	1
BETACAM SP	1	Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50	0		
DVCAM	0	Estudios Audiencia	No
DV	0	Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	3	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	3	Problemas legales	No
BETACAM SP	1	Asociación Sectorial	No
DVCPRO50	2	Necesidades formativas	No
DVCAM	0	Plan desarrollo estratégico formal	No
DV	0	Acciones de Marketing	No
SVHS	0		
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	1	Subvención	
Continuidad	Si	Patrocinio	
Conectividad	ADSL	Venta Servicios	1
Unidad Movil		Publicidad	1
Vehículos		Ingresos no institucionales	8
Catalogación Archivo	No		

12. LOCALIA VILA-REAL.

Básicos			
NIF	B12435939	Inicio actividad	1987
Nombre comercial	Localia Vila-real	Cambio titularidad	2001
Razón social	TECNICAS Y EMISIONES DE TELEVISION TV4	Socio Mayoritario	Juan José Quesada
Tipo sociedad	SL	Participación otras empresas	Radiotelevisión Castellón
Gestión	PRIVADA	Tipo Emisión	Ambos
Dirección	C/Valencia, 10	Cobertura	Intercomarcal
Población	Villareal	Potencia anterior	100
Código Postal	12540	Año incremento potencia	2001
Provincia	Castellón	Potencia Actual	250
Teléfono	964536732	Canal	45
Persona contacto	Beatriz López	Ubicación Emisor Principal	Desierto Las Palmas
Vinculación	Delegada	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico	localiavila-real@hispavista.com	Delegaciones	
Programación ajena	Localia		
Fecha incorporación	2001	Operador Cable	ONO
Tipo acuerdo	Suministro Programación	Fecha Incorporación	2002
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Empresarial Sector
Descripción inversión	Remodelación Total	Trabajadores socios inicial	3
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Empresarial	Colaboradores iniciales	2
Platós Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos	1	Trabajadores actuales	3
Sets	3	Edad media	27
Redacción	1	Formación Mayoritaria	Superior
Realización	1	Colaboradores autónomos	2
Postproducción	Realización	Colaboradores actuales	8
Continuidad	Realización	Funciones	No Técnicas
Archivo	1	Edad media	40
Administración	Dirección	Formación Mayoritaria	Media
Dirección	1	Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio	3	Director comercial	No
Camascopios	3	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP	0	Personal autónomo dpto. comercial	1
DVCPRO50	0		
DVCAM	0	Estudios Audiencia	Si
DV	3	Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	0	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	6	Problemas legales	No
BETACAM SP	0	Asociación Sectorial	No
DVCPRO50	0	Necesidades formativas	No
DVCAM	4	Plan desarrollo estratégico formal	No
DV	0	Acciones de Marketing	Si
SVHS	2		
Ediciones analógicas	1	Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	1	Subvención	no dice
Continuidad	Si	Patrocinio	
Conectividad	ADSL	Venta Servicios	
Unidad Movil	Básica	Publicidad	
Vehículos	2	Ingresos no institucionales	10
Catalogación Archivo	Si		

13. PLANAVISIÓ.

Básicos			
NIF	B12455754	Inicio actividad	1997
Nombre comercial	Planavisio	Cambio titularidad	
Razón social	PRODUCCIONS INFORMATIVES LA PLANA	Socio Mayoritario	
Tipo sociedad	SL	Participación otras empresas	
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Ambos
Dirección	C/ Buen Suceso, 12	Cobertura	Intercomarcal
Población	Burriana	Potencia anterior	250
Código Postal	12530	Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	250
Teléfono	964571144	Canal	42
Persona contacto	Joan Llidó	Ubicación Emisor Principal	Desierto Las Palmas-Punt2
Vinculación	Director	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico	planavisio@ono.com	Delegaciones	
Programación ajena	Cadena Local		
Fecha incorporación	2002	Operador Cable	ONO
Tipo acuerdo	Suministro programación	Fecha Incorporación	2002
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Profesional Sector
Descripción inversión	Remodelación Infraestructuras	Trabajadores socios inicial	1
Nivel organizativo	Profesional	Trabajadores iniciales	4
Estilo Gestión	Empresarial	Colaboradores iniciales	20
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos	1	Trabajadores actuales	9
Sets	3	Edad media	35
Redacción	1	Formación Mayoritaria	Media
Realización	1	Colaboradores autónomos	20
Postproducción	1	Colaboradores actuales	0
Continuidad	Postproducción	Funciones	Ambas
Archivo	1	Edad media	35
Administración	Recepción	Formación Mayoritaria	Media
Dirección	1	Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio	2	Director comercial	No
Camascopios	7	Personal laboral dpto. comercial	1
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV	2	Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	5	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	1	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	No
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV	1	Acciones de Marketing	No
SVHS			
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	2	Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	
Conectividad	ADSL	Venta Servicios	1
Unidad Movil	Básica	Publicidad	1
Vehículos		Ingresos no institucionales	9
Catalogación Archivo	No		

14. TELEBANDO JÉRICA.

Básicos			
NIF		Inicio actividad	1995
Nombre Comercial	Telebando Jérica	Cambio titularidad	
Razón social	Satelbex	Socio Mayoritario	
Tipo sociedad	SA	Participación otras empresas	Otros pueblos cableados
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Cable
Dirección	Cardenal, 25-Villar del Arzobispo (Valencia)	Cobertura	Local
Población	Jérica	Potencia anterior	
Código Postal		Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	
Teléfono	962704057	Canal	
Persona contacto	Pedro Navarrete	Ubicación Emisor Principal	
Vinculación	Socio	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	
Página web			
Correo electrónico		Delegaciones	
Programación ajena	TV Canal		
Fecha incorporación	2002	Operador Cable	Satelbex
Tipo acuerdo	Sin acuerdo con el emisor	Fecha Incorporación	1995
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión		Procedencia propietarios	Empresarial Sector
Descripción inversión		Trabajadores socios inicial	0
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos		Trabajadores actuales	0
Sets		Edad media	
Redacción		Formación Mayoritaria	
Realización		Colaboradores autónomos	0
Postproducción		Colaboradores actuales	0
Continuidad		Funciones	
Archivo		Edad media	
Administración		Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	0	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS		Relación Empresas Producción	Si
Magnetoscopios	0	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	No
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	No
SVHS			
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales		Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	
Conectividad		Venta Servicios	2
Unidad Movil		Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	8
Catalogación Archivo	No		

15. TELEBANDO MONTÁN.

Básicos			
NIF		Inicio actividad	1995
Nombre Comercial	Telebando Montán	Cambio titularidad	
Razón social	Satelbex	Socio Mayoritario	
Tipo sociedad	SA	Participación otras empresas	Otros pueblos cableados
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Cable
Dirección	Cardenal, 25-Villar del Arzobispo (Valencia)	Cobertura	Local
Población	Montán	Potencia anterior	
Código Postal		Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	
Teléfono	962704057	Canal	
Persona contacto	Pedro Navarrete	Ubicación Emisor Principal	
Vinculación	Socio	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	
Página web			
Correo electrónico		Delegaciones	
Programación ajena	TV Canal		
Fecha incorporación	2002	Operador Cable	Satelbex
Tipo acuerdo	Sin acuerdo con el emisor	Fecha Incorporación	1995
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión		Procedencia propietarios	Empresarial Sector
Descripción inversión		Trabajadores socios inicial	0
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos		Trabajadores actuales	0
Sets		Edad media	
Redacción		Formación Mayoritaria	
Realización		Colaboradores autónomos	0
Postproducción		Colaboradores actuales	0
Continuidad		Funciones	
Archivo		Edad media	
Administración		Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	0	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS		Relación Empresas Producción	Si
Magnetoscopios	0	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	No
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	No
SVHS			
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales		Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	
Conectividad		Venta Servicios	2
Unidad Movil		Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	8
Catalogación Archivo	No		

16. TV BORRIOL.

Básicos			
NIF		Inicio actividad	1988
Nombre Comercial	TV Borriol	Cambio titularidad	
Razón social	Ayuntamiento de Borriol	Socio Mayoritario	
Tipo sociedad	Pública	Participación otras empresas	
Gestión	Mixta	Tipo Emisión	Onda
Dirección	Plaza de la Font, 17	Cobertura	Local
Población	Borriol	Potencia anterior	5,00
Código Postal	12190	Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	5,00
Teléfono	962624801	Canal	21
Persona contacto	Vicente Martí	Ubicación Emisor Principal	Término Municipal
Vinculación	Productora Externa	Otros Emisores	
Teléfono	646651274	Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico		Delegaciones	
Programación ajena	Productora Externa		
Fecha incorporación	1999	Operador Cable	
Tipo acuerdo	Suministro Programación	Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión		Procedencia propietarios	Otros
Descripción inversión		Trabajadores socios inicial	
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	0
Platos		Trabajadores actuales	0
Sets		Edad media	
Redacción		Formación Mayoritaria	
Realización		Colaboradores autónomos	0
Postproducción		Colaboradores actuales	0
Continuidad		Funciones	
Archivo		Edad media	
Administración		Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	0	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS		Relación Empresas Producción	Si
Magnetoscopios	0	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	No
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	No
SVHS			
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales		Subvención	10
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	
Conectividad		Venta Servicios	
Unidad Movil		Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	0
Catalogación Archivo	No		

17. TV CANAL.

Básicos			
NIF	E12302071	Inicio actividad	1992
Nombre comercial	TV Canal	Cambio titularidad	
Razón social	TV CANAL	Socio Mayoritario	
Tipo sociedad	CB	Participación otras empresas	
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	Avda. España, 156 1º	Cobertura	Supralocal
Población	Segorbe	Potencia anterior	40
Código Postal	12400	Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	40
Teléfono	964712558	Canal	25
Persona contacto	Antonia Ramos	Ubicación Emisor Principal	Castellnovo
Vinculación	Administrador	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico	tvcanal@prored.es	Delegaciones	
Programación ajena	Productora		
Fecha incorporación		Operador Cable	
Tipo acuerdo	Suministro Programas	Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Otros
Descripción inversión	Mantenimiento	Trabajadores socios inicial	4
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Profesional	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	4
Platos	1	Trabajadores actuales	2
Sets	1	Edad media	35
Redacción	Realización	Formación Mayoritaria	Media
Realización	1	Colaboradores autónomos	
Postproducción	Realización	Colaboradores actuales	
Continuidad	1	Funciones	
Archivo	Realización	Edad media	
Administración	Realización	Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	4	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV	2	Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	2	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	4	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	No
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	No
SVHS	4		
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	1	Subvención	
Continuidad Automatizada	Si	Patrocinio	2
Conectividad	ADSL	Venta Servicios	1
Unidad Movil	Básica	Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	7
Catalogación Archivo	No		

18. TV CASTELLÓN.

Básicos			
NIF	B12472643	Inicio actividad	1998
Nombre comercial	Televisión de Castellón	Cambio titularidad	
Razón social	TVCS RETRANSMISIONES	Socio Mayoritario	Familiar
Tipo sociedad	SL	Participación otras empresas	
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Ambos
Dirección	Ruiz Vila, 17	Cobertura	Intercomarcal
Población	Castellón	Potencia anterior	500
Código Postal	12001	Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	500
Teléfono	964723174	Canal	39
Persona contacto	Teba Miralles	Ubicación Emisor Principal	Desierto Las Palmas
Vinculación	Gerente	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	9
Página web	www.tvcs.net		
Correo electrónico	tvcs1@tvcs.net	Delegaciones	1
Programación ajena			
Fecha incorporación		Operador Cable	ONO
Tipo acuerdo	Suministro Programación	Fecha Incorporación	2002
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Profesional Sector
Descripción inversión	Remodelación Técnica	Trabajadores socios inicial	1
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	2
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	4
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	2
Platos	1	Trabajadores actuales	15
Sets	1	Edad media	30
Redacción	Administración	Formación Mayoritaria	Media
Realización	Plató	Colaboradores autónomos	
Postproducción	1	Colaboradores actuales	10
Continuidad	Realización	Funciones	No Técnicas
Archivo		Edad media	35
Administración	Recepción	Formación Mayoritaria	Media
Dirección	Administración	Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	Si
Camascopios	6	Personal laboral dpto. comercial	1
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	1
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV	5	Relación Agencias de Publicidad	Si
SVHS	1	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	2	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	Si
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV	2	Acciones de Marketing	Si
SVHS			
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	2	Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	2
Conectividad	ADSL-LAN	Venta Servicios	
Unidad Movil	Vehículo	Publicidad	
Vehículos	1	Ingresos no institucionales	8
Catalogación Archivo	No		

19. TV LA VALL.

Básicos			
NIF	B12398061	Inicio actividad	1994
Nombre comercial	TV La Vall	Cambio titularidad	
Razón social	FOTO VIDEO TARSON	Socio Mayoritario	Santiago Saez Porras
Tipo sociedad	SL	Participación otras empresas	
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	Régimen Tetuan, 38	Cobertura	Supralocal
Población	Vall d'Uxó	Potencia anterior	5
Código Postal	12600	Año incremento potencia	2002
Provincia	Castellón	Potencia Actual	500
Teléfono	964696251	Canal	54
Persona contacto	Santiago Saez Porras	Ubicación Emisor Principal	Desierto Las Palmas
Vinculación	Administrador	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	2
Página web			
Correo electrónico		Delegaciones	
Programación ajena	Hispasat-Canal Viva		
Fecha incorporación		Operador Cable	
Tipo acuerdo	Gratuito	Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Profesional Sector
Descripción inversión	Remodelación Técnica	Trabajadores socios inicial	
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos	1	Trabajadores actuales	2
Sets	1	Edad media	35
Redacción	Administración	Formación Mayoritaria	Media
Realización	Administración	Colaboradores autónomos	0
Postproducción	Administración	Colaboradores actuales	0
Continuidad	Administración	Funciones	
Archivo		Edad media	
Administración	1	Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	9	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP	1	Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50	1		
DVCAM	2	Estudios Audiencia	No
DV	2	Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	3	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	10	Problemas legales	No
BETACAM SP	2	Asociación Sectorial	No
DVCPRO50	1	Necesidades formativas	No
DVCAM	2	Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	No
SVHS	5		
Ediciones analógicas	1	Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	1	Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	1
Conectividad	ADSL	Venta Servicios	2
Unidad Movil	Básica	Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	7
Catalogación Archivo	No		

20. TV ONDA.

Básicos			
NIF	73347891V	Inicio actividad	1986
Nombre comercial	TV Onda	Cambio titularidad	
Razón social	Antonio Collado Osuna	Socio Mayoritario	
Tipo sociedad	Autónomo	Participación otras empresas	
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	Plaza Rei en Jaume, 4	Cobertura	Local
Población	Onda	Potencia anterior	3
Código Postal	12200	Año incremento potencia	1990
Provincia	Castellón	Potencia Actual	5
Teléfono	964604863	Canal	28
Persona contacto	Antonio Collado Osuna	Ubicación Emisor Principal	Término Municipal
Vinculación	Propietario	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico		Delegaciones	
Programación ajena			
Fecha incorporación		Operador Cable	
Tipo acuerdo		Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Profesional Sector
Descripción inversión	Remodelación Técnica	Trabajadores socios inicial	1
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos	1	Trabajadores actuales	0
Sets	2	Edad media	50
Redacción	Realización	Formación Mayoritaria	Media
Realización	Realización	Colaboradores autónomos	
Postproducción	Realización	Colaboradores actuales	
Continuidad	Realización	Funciones	
Archivo	Realización	Edad media	
Administración	Realización	Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	7	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM		Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS	7	Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	5	Problemas legales	Si
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	Si
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV		Acciones de Marketing	No
SVHS	5		
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	2	Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	7
Conectividad	ADSL	Venta Servicios	1
Unidad Movil		Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	2
Catalogación Archivo	No		

21. TV VILAFRANCA.

Básicos			
NIF	73372156V	Inicio actividad	1988
Nombre comercial	TV Vilafranca	Cambio titularidad	
Razón social	Alfons Milian Torres	Socio Mayoritario	
Tipo sociedad	Autónomo	Participación otras empresas	
Gestión	Privada	Tipo Emisión	Onda
Dirección	C/ Valentí Montoliu, 16	Cobertura	Local
Población	Vilafranca del Cid	Potencia anterior	2
Código Postal	12150	Año incremento potencia	
Provincia	Castellón	Potencia Actual	2
Teléfono	964441202	Canal	47
Persona contacto	Alfons Milian Torres	Ubicación Emisor Principal	Término Municipal
Vinculación	Propietario	Otros Emisores	
Teléfono		Número Emisores	1
Página web			
Correo electrónico	alfons.3061@cajarural.com	Delegaciones	
Programación ajena	Eurosport		
Fecha incorporación		Operador Cable	
Tipo acuerdo	Gratuito	Fecha Incorporación	
Estructura Empresarial			
Fecha última inversión	2002	Procedencia propietarios	Profesional Sector
Descripción inversión	Remodelación Técnica	Trabajadores socios inicial	1
Nivel organizativo	Básico	Trabajadores iniciales	0
Estilo Gestión	Básico	Colaboradores iniciales	0
Platos Virtuales		Trabajadores socios actual	1
Platos		Trabajadores actuales	0
Sets		Edad media	50
Redacción	Administración	Formación Mayoritaria	Media
Realización	Administración	Colaboradores autónomos	3
Postproducción		Colaboradores actuales	2
Continuidad	Administración	Funciones	Técnicas
Archivo	Administración	Edad media	
Administración	Administración	Formación Mayoritaria	
Dirección		Personal en prácticas	No
Cámaras Estudio		Director comercial	No
Camascopios	2	Personal laboral dpto. comercial	0
BETACAM SP		Personal autónomo dpto. comercial	0
DVCPRO50			
DVCAM	2	Estudios Audiencia	No
DV		Relación Agencias de Publicidad	No
SVHS		Relación Empresas Producción	No
Magnetoscopios	3	Problemas legales	No
BETACAM SP		Asociación Sectorial	No
DVCPRO50		Necesidades formativas	Si
DVCAM		Plan desarrollo estratégico formal	No
DV	3	Acciones de Marketing	No
SVHS			
Ediciones analógicas		Participación Institucional	Importancia s/ 10, 0 no
Ediciones no lineales	2	Subvención	
Continuidad Automatizada	No	Patrocinio	8
Conectividad	ADSL	Venta Servicios	
Unidad Movil		Publicidad	
Vehículos		Ingresos no institucionales	2
Catalogación Archivo	No		

BIBLIOGRAFÍA

Alcaraz Ramos, M. (1992): “Televisión Valenciana: la ley, la práctica, la crítica”, en *Comunicación y Estudios Universitarios*, nº 2, Universidad Cardenal Herrera-CEU, Valencia.

Alcaraz Ramos, M. (1994): *Información y poder. De Prometeo a Hal 9000*, Institut de Cultura ‘Juan Gil-Albert’, Diputación de Alicante, Alicante.

Althusser, L. (1971): “Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado (Notas para una investigación)”, en *Escritos*, Laia, Barcelona.

Álvarez Monzoncillo, J.M. (1994): “Perspectivas de la industria audiovisual española. Un difícil reto en el marco europeo”, en *Telos*, nº 39, Sep-Nov,
http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_039/index_039.html?cuaderno_central5.html

Arana, E.; Azpillaga, P.; Narbaiza, B. (2002): “Colonización o desarrollo en la televisión local”, III Jornadas de Comunicación y Cultura Contemporánea, *Las Televisiones Locales en Europa: Proximidad, Programación y Políticas de Comunicación*, Santiago de Compostela, 23-25 Octubre 2002, inédito.

Asimov, I. (2000): *Nueva guía de la ciencia*, Plaza & Janes, Barcelona.

Baget, J.M. (2001): *El legado de la televisión franquista*, http://www.iaa.upf.es/formats/formats3/bag_e.htm.

Ballesteros Marra-López, M. (2001): “La segunda transformación de Jérez de la Frontera”, en Ródriguez Álvarez, J. M. (coord.), *Experiencias prácticas de desarrollo local. 19 casos de dinamización socioeconómica en ámbitos locales*, Ed. Bayer Hnos, Barcelona.

Bardou-Boisnier, S.; Pailliant, I. (1991): “Francia: los actores nacionales ocupan la escena local”, en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona.

Barroso, J.; Tranche, R. (1996): “La televisión de las competencias o el paso del teledrama a la telecomedia”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia

Barroso, J.; Tranche, R. (cord.) (1996): *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Filmoteca Generalitat Valenciana, Valencia.

Barroso, J.;Tranche, R. (1996): “La televisión socialista o de la manipulación (en postproducción)”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia.

Bas Portero, J.J. (2000): *El naixement de la radiotelevisió autonòmica valenciana (1978-1989): antecedents, gestació i constitució*. Tesis Doctoral, Dept. Periodisme i Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, Barcelona.

Bassets, Ll.; Bastardes, E. (1979): “La prensa clandestina en Catalunya: una reflexió metodològica” en *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

Benjamin, W. (1990): “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Discursos interrumpidos I*, Taurus, Madrid.

Bernardo Paniagua, J.M.; Gavaldà Roca, J-V.; Pellisser Rossell, N. (coords.): *El debate sobre la cultura de la imagen*, Nau-Llibres, Valencia.

Bertalanffy, L. Von (1968): *General System Theory*, Ed. George Braziller, Nueva York

Bertrand, C. J. (1982): “La experiencia estadounidense”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona.

Bethencourt, T. (1996): “Del directo al color. Una visión tecnológica de la televisión en España”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia.

Bethencourt, T. (2001): *Televisión Digital*, Beta, Madrid.

Bové, P. (1996): *En la estela de la teoría*, Cátedra, Madrid.

Bustamante, E. (1998): “La industria audiovisual. Entre la economía y la cultura, entre lo global y lo local”, en Fernández Soriano, E.

(coord.): *Identidades regionales y locales en la era de la comunicación transnacional*, Universidad de Málaga/Debates, Málaga.

Bustamante, E. (1999): *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona.

Bustamante, E. (2002): “Televisión: errores y frenos en el camino digital”, en *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, Gedisa, Barcelona.

Bustamante, E. (coord) (2002): *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, Gedisa, Barcelona.

Bustamante, E.; Villafañé, J. (eds.) (1986): *La televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Ed. Siglo XXI, Madrid.

CAC (2002): “La Televisión Digital Terrenal. Situación y tendencias”, en <http://www.audiovisualcat.net/investigacion/tdt-cast.pdf>.

Calistro, J. (1995): “El debate de la Telecomunicaciones por cables en España. Incógnitas de la comunicación”, en *Telos*, nº 42 Jun-Ago, http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_042/index_042.html?actuali_noticias1.html

Callejo, J. (2002): “Estudios de audiencia en espacios locales: entre la estandarización y el vínculo”, III Jornadas de Comunicación y Cultura Contemporánea, *Las Televisiones Locales en Europa: Proximidad, Programación y Políticas de Comunicación*, Santiago de Compostela, 23-25 Octubre 2002, inédito.

Campo Vidal, M. (1996): *La transición audiovisual pendiente*, Ediciones B, Barcelona.

Castellón, A. (1996): “Yo estaba allí”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia.

Cifuentes, J.L. (1994): *Gramática cognitiva. Fundamentos críticos*, Eudema, Madrid.

Cinevideo20, nº 117, 126, 182, 196.

- Colonna d'Istria, R. (1994): *Iniciación a la economía*, Acento, Madrid.
- Conde Martín, L. (1996): “La televisión del PSOE”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia.
- Cormack, M. (1996): “Reino Unido: devolución política y descentralización televisiva” en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona.
- Corporación Multimedia; GPR Consultores (2002): *El sector audiovisual de la Comunidad Valenciana. Situación, dimensiones y perspectivas*, en <http://www.portaveu.gva.es/audiovisual.pdf>.
- Corporación Multimedia; GPR Consultores (2003): *Libro Blanco del sector Audiovisual. Comunidad Valenciana (Documento de Síntesis)*, en http://www.portaveu.gva.es/Doc_sintesis.pdf.
- Cortina, A. (2000): *La ética de la sociedad civil*, Anaya, Madrid.
- Crick, J. (1981): “La Independent Broadcasting Authority”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona.
- Cuadrado, L. (1996): “La postproducción en televisión”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia.
- Chakhotine, S. (1952): “Le secret du succès de Hitler” en *Le Viol des foules par la propagande politique*, Gallimard, París.
- Chaparro Escudero, M. (ed.) (1997): *Radiotelevisión pública local y alternativas*, EMART-Ayuntamiento de Jérez de la Frontera, Sevilla.
- Chomsky, N. (1969): *American power and the new mandarins*, Penguin, Harmondsworth-Middlesex.
- Chomsky, N. (2002): *Estados canallas: el imperio de la fuerza en los asuntos mundiales*, Paidós, Barcelona.
- Dalla Rosa, G. (1999): “Algunas reflexiones sobre la metodología del desarrollo local a partir del ejemplo francés”, en *Manual de desarrollo local*, Trea, Gijón.

De la Viuda, L.A. (1981): “Tele-Ochenta”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona.

De León, O. (2002): “Formación para un desarrollo local participativo”, en *Papeles de la FIM*, nº 16.

Díaz, L. (1994): *La televisión en España. 1954-1995*, Alianza, Madrid.

Díaz, L. (1997): *La radio en España: 1923-1997*, Alianza, Madrid.

Dumazedier (1956): *Televisión y educación popular. Los teleclubs en Francia*. Unesco, París.

Eco, U. (1968): *Apocalípticos e integrados en la cultura de masas*, Lumen, Barcelona.

Esteinou, J. (1996): “La ciudad como proceso de comunicación”, en *Interacción*, nº 9, Ene-Feb-Mar, 1996.

Farias, P.; Multigner, G. (eds.) (1995): *La televisión local. El reto del cable*, Diputación Provincial de Zaragoza, Zaragoza.

Fernández Soriano, E. (coord.): *Identidades regionales y locales en la era de la comunicación transnacional*, Universidad de Málaga/Debates, Málaga.

Ferreras, I. (2001): “La tv local ante un gran reto”, en *Cinevideo20*, nº 182 http://www.cinevideo20.es/0_Photos/PDF/TVlocal.pdf

Fraga Iribarne, M. (1980): *Memoria breve de una vida pública*, Planeta, Barcelona.

Garaitonaindía, C. (1983): *Federalismo y autogestión en los mass media*, Universidad del País Vasco-Servicio de Publicaciones, Vitoria.

García de Cortazar, F.; González Vega, J.M. (1993): *Breve Historia de España*, Alianza, Madrid.

García Lliberos, M. (1986): “Televisión Valenciana: cuatro alternativas descentralizadoras”, en *La Televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Ed. Siglo XXI, Madrid.

García Matilla, A.; Pérez, F. (1997): “La televisión local como propuesta innovadora de comunicación” en *Radiotelevisión pública*

local y alternativas, EMART-Ayuntamiento de Jérez de la Frontera, Sevilla.

García Matilla, E. (1996): “Televisión Española 1975-1982: los cambios antes del cambio” en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia.

García Nebreda, B. (1996): “La evolución de la televisión en España y el análisis de contenido” en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia.

Giordano, E.; Zeller, C. (1996): “Televisión vía satélite y por cable en España”, en *Voces y Culturas*, I Semestre.

Giordano, E.; Zeller, C. (1999): *Políticas de televisión*, Icaria, Barcelona.

Gubern, R. (1979): “Notas sobre el cine clandestino en Catalunya bajo el franquismo” en *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

Habermas, J. (1994): *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona.

Hartnack, J. (1996): *Breve historia de la filosofía*, Cátedra, Madrid.

Hoban, J. (1981): “La British Broadcasting Corporation (BBC)”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona.

Horkheimer, M.; Adorno, T.W. (1987): *Dialéctica del iluminismo*, Ed. Sudamericana, Buenos Aires.

Ibáñez, J.L. (1990): “Estado actual de la programación de las televisiones públicas y privadas españolas”, en *Las radiotelevisiones en el espacio europeo*, RTVV, Valencia.

Iborra, P. (1995): “Apuntes para una historia de la Televisión Local en Cataluña”, en *La televisión local*, Zaragoza.

Infoadex, Anuarios.

Jiménez de Parga, M. (1981): “Antena-3”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona.

Kappler, J.T. (1974): *Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*, Aguilar, Madrid.

Keane, J. (1992): *Democracia y sociedad civil*, Alianza, Madrid.

Khun, T. (1975): *La estructura de las revoluciones científicas*, Fondo de Cultura Económica, Méjico.

Khun, T. (1979): “Segundas reflexiones acerca de los paradigmas”, en *La estructura de las teorías científicas*, Suppe, F. (ed.), Editora Nacional, Madrid.

Klapper, J.T. (1963): *The science of human communication*, Basics Books, Nueva York.

Klein, N. (2002): *No logo: el poder de las marcas*, Paidós, Barcelona.

Köler Holm-Detlev (1999): “Corporativismo local, ¿una estrategia de consenso para el desarrollo?, en *Manual de desarrollo local*, Trea, Gijón.

La Caixa (2001): *Anuario Económico de España*, en <http://www.anuarieco2002.lacaixa.comunicacions.com>

Laswell, H.D. (1948). “Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada”, en Moragas, M. (ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, vol II, Gustavo Gili, Barcelona.

Lazarsfeld, P.F.; Berelson, B; Gauret, H. (1962): *El pueblo elige: como decide el pueblo una campaña electoral*, Ediciones 3, Buenos Aires.

Lewis, P. (1995): “Los medios de comunicación alternativos y los debates sobre la comunicación internacional”, en *Medios de comunicación alternativos: la conexión de lo global con lo local*, UNESCO, París.

Linde Paniagua, E. (1990): “Las radiotelevisiónes públicas en España”, en *Las radiotelevisiónes en el espacio europeo*, RTVV, Valencia.

López García, A. (1989): *Fundamentos de lingüística perceptiva*, Gredos, Madrid.

- López García, A. (1991): *Psicolingüística*, Síntesis, Madrid.
- López Lita, R. (2000): *Comunicación: la clave del bienestar social*, Ed. El Drac, Madrid.
- López Lita, R. (2001): *Las agencias de publicidad: evolución y posicionamiento futuro*, Servei de Comunicació y Publicacions, Universitat Jaume I de Castellón, Castellón.
- López Lita, R. (2003): *Introducción a la comunicación financiera*, Servei de Comunicació y Publicacions, Universitat Jaume I de Castellón, Castellón.
- López, B. (1998): “‘Televisió de proximitat’: les raons de l’optimisme”, en *Transversal*, nº 7.
- López, B.; Risquete, J.; Castelló, E. (1999): “España: Consolidación del modelo autonómico en la era multicanal” en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona.
- López, P. A. (1996): “Ha nacido una estrella”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia.
- Maqua, J. (1995): “Los resistentes a las películas habladas”, en Palacio, M. ; Santos, P. (coord.), *Historia General del Cine. La transición del mudo al sonoro*. Madrid, Cátedra.
- Maquiavelo, N. (1993): *El Príncipe. Comentado por Napoleón Bonaparte*, Espasa-Calpe, Madrid.
- Martinez Albertos, J.L. (1981): “La televisión en España”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona.
- Martínez de Sousa, J. (1992): *Pequeña historia del libro*, Labor, Barcelona.
- Martinez Hermida, M. (2000): “Televisión Local en Galicia: o problema das comunidades de interese e referencias das relacións medio-comunidade”, en <http://www.usc.es/xorna/media/pastoracharlin/tvlocalgalicia.htm>.

Martínez Reverte, J. (1986): “Introducción”, en *España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Ed. Siglo XXI, Madrid.

Marx, K. (1986): *El capital*, Antalbe, Barcelona.

Marzal Felici, J. J. (2003): “Atrapar la emoción: Hollywood y el Grupo Dogma 95 ante el cine digital”, en *Arbor*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, en prensa.

Mattelard, A. (1998): *La mundialización de la comunicación*, Paidós, Barcelona.

Mattelard, A.; Piemme, (1981): *La televisión alternativa*, Anagrama, Madrid.

Mayor Zaragoza, F. (1999): “Comunicación social y cultura de paz”, Discurso del Director General de Unesco, Encuentro de Proprietarios y Directores de Estaciones de Radio y de Televisión de América Latina para una Cultura de Paz, Panamá. (falta http)

McBride, S. (1988): *Un solo mundo, voces múltiples*, Fondo de Cultura Económica-Unesco, Mejico.

McLuhan

McQuail, D. (1991): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona.

McLuhan, M.; Powers, B.R. (1994): *La aldea global*, Planeta-DeAgostini, Barcelona.

McLuhan, M. (1993): *La Galaxia Gutemberg*, Ed.Galaxia Gutemberg, Barcelona.Méndez Rubio, A. (1997): *Encrucijadas. Elementos de crítica de la cultura*, Cátedra, Madrid.

Merrill, J.C.; Lee, J; Friedlander (1992): *Medios de comunicación social en Estados Unidos y en el mundo*, Fundación Germán Sanchez Ruipérez, Madrid.

Miguel de Bustos, J.C. (1993): “Los grupos europeos de comunicación. Estrategias y actuaciones en los 80”, en *Telos*, nº 35 Sep-Nov,

http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_035/index_035.html?opi_perspectivas3.html

- Mill, J. S. (1984): *El utilitarismo*, Alianza, Madrid.
- Moles, A. (1967): *Sociodynamique de la culture*, Mouton, París-La Haya.
- Moragas, M. (ed.) (1979), *Sociología de la comunicación de masas*, 4 vols., Gustavo Gili, Barcelona.
- Moragas, M.; Garitaonandía, C.; López, B. (eds.) (1999): *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona.
- Moragas, M.; Garitaonandía, C.; López, B. (1999): “Televisión de proximidad en la era digital: razones para el optimismo”, en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona.
- Morin, E. (1963): *L'industria culturale*, Bolonia, Il Mulino.
- Mosco, V. (1986): “Videotexto e información tecnológica para la dominación mundial” en *Fantasías electrónicas. Crítica de la tecnología de la información*, Paidós, Barcelona.
- Navarro Moreno, J.A. (1997): “La televisión local en Andalucía”, en *Radiotelevisión pública local y alternativas*, EMART-Ayuntamiento de Jérez de la Frontera, Sevilla.
- Navarro Moreno, J.A. (1997): *La Televisión Local. Andalucía: la nueva comunicación*, Fragua, Sevilla.
- Nobre-Correia, J.M.; Collard, S. (1999): “Bélgica: la federalización radiotelevisiva y la televisión comunitaria” en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona.
- Ortega y Gasset, J. (1985): *La rebelión de las masas*, Planeta, Barcelona.
- Palacio, M. (2001): *Historia de la televisión en España*, Gedisa, Barcelona.
- Palacio, M. ; Santos, P. (coord.), *Historia General del Cine. La transición del mudo al sonoro*. Madrid, Cátedra.

Pardo de Vera, A. (2002): “Los hijos del franquismo que gobiernan España”, en <http://www.elsiglo-eu.com/tp2002/portada%20512.htm>.

Pavelka, F.(1979): “La comunicación de carácter comunitario por medios alternativos”, en *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

Peláez, J. (1981): “La SER”, en *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona.

Peredo Pombo, J. M. (1999): *Opinión pública y desarrollo. La respuesta social a las ayudas internacionales*, Los libros de la catarata/IUDC/UCM, Madrid.

Pérez, F. (2003): “Las televisiones locales en el umbral de la era digital”, *Anuario de la Televisión*, GECA 2003, en prensa.

Porro, R.; Richeri, G. (1996): “Italia: un gran archipiélago de pequeñas televisiones” en *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, UAB, Barcelona.

Prado, E. (1983): *Las radios libres. Teoría y práctica de un movimiento alternativo*, Mitre, Barcelona.

Prado, E. y otros (1997): “La realidad está ahí fuera”, en http://www.ucm.es/info/cavp1/Publicaciones/area6_197.htm

Prado, E. y otros (1997): “La realidad está ahí fuera”, en http://www.ucm.es/info/cavp1/Publicaciones/area6_197.htm.

Prado, E.; Moragas, M.(1991): *Televisión locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*, Col.legi de Periodistes de Catalunya, Barcelona.

Prado, E; Moragas, M. (2002): *Les televisions locals a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat*, Quaderns del CAC, num. Extraordinari, Setiembre 2002, Consell Audiovisual de Catalunya, Generalitat de Catalunya, en <http://www.audiovisualcat.net/publicacions/quadernstvlocal.html>

PRISA (2002): *Informe Anual*, en <http://www.prisa.es/memoria/unidades/tvlocal.html>.

Proudhon, P. (1985): *El principio federativo*, Sarpe, Madrid.

Qualter, T.H. (1994): *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*, Paidós, Barcelona.

Quilez Sanchez, R. (1990): *Canal 9-TVV. Por un modelo valenciano de televisión pública*, Tesis doctoral, Depto. De Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Richeri, G. (1986): “Crisis de la televisión pública y nuevas tendencias en los sistemas europeos”, en *La televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Ed. Siglo XXI, Madrid.

Rodríguez Álvarez, J. M. (coord.) (2001): *Experiencias prácticas de desarrollo local. 19 casos de dinamización socioeconómica en ámbitos locales*, Ed. Bayer Hnos, Barcelona.

Rozados Olivas, M.J. (2001): *La televisión local por ondas. Régimen jurídico*, Comares, Granada.

Rubio Domínguez, J. (1996): “La investigación de Audiencia”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia.

Sabés Turmo, F. (2002): *La radio y la televisión local en Aragón*, Ed. Milenio, Lleida.

Sanz, L. (1996): “Los 80 y el vídeo: una década más que prodigiosa”, en *Televisión en España 1956-1996*, Archivos de la Filmoteca, nº 23-24 (Jun-Oct), Generalitat Valenciana, Valencia.

Screpanti, E; Zamagni, S. (1997): *Panorama de historia del pensamiento económico*, Ariel, Barcelona

Senecal, M. (1986): *Televisión y radio comunitarias. Teoría y práctica de una experimentación social*, Mitre, Barcelona

Sofres, Anuarios.

Stephane, R. (1986): “Una tipología de TV Regional”, en I Jornadas de TV autonómica, Diputación de Zaragoza, Zaragoza.

Suppe, F. (ed.) (1979): *La estructura de las teorías científicas*, Editoria Nacional, Madrid.

Tierno Galvan, E. (1984): *Leyes políticas españolas fundamentales*, Tecnos, Madrid.

Touraine, A. (1994): *¿Qué es la democracia?*, Temas de Hoy, Madrid.

Tubella, I. (1990): "Televisión regional. Confusión de un término", en *Las radiotelevisiones en el espacio europeo*, RTVV, Valencia.

Universitat Jaume I (2000): *Sistema de Dirección Estratégica. Documento base de planificación*, Servicio de Comunicación y Publicaciones, Universidad Jaume I, Castellón.

UTECA (1999): "Posición de la Asociación Europea de Televisiones Comerciales (ACT) sobre la aplicación de las reglas comunitarias de competencia a los operadores públicos de televisión", <http://www.uteca.com/documentos/uteca4/fichero.doc>.

UTECA (2001): "El problema de la implantación y desarrollo de la Televisión Digital Terrestre en España", <http://www.uteca.com/documentos/uteca13/Fichero.doc>.

Vázquez Barquero, A. (1999): "La política de desarrollo local en Europa", en *Manual de desarrollo local*, Trea, Gijón.

Vázquez Montalbán, M. (1973): *El libro gris de Televisión Española*, Ed. 99, Madrid.

Vidal Beneyto, J. (ed.) (1979): *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

Villafañé, J. (1999): *La gestión profesional de la imagen corporativa*, Pirámide, Madrid.

VV.AA. (1979): *Perspectivas en la teoría general de sistemas*, Alianza, Madrid.

VV.AA. (1982): *Televisión pública, televisión privada*, Eunsa, Pamplona.

VV.AA. (1986): *Fantasías electrónicas. Crítica de la tecnología de la información*, Paidós, Barcelona.

VV.AA. (1986): *La Televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Ed. Siglo XXI, Madrid.

VV.AA. (1990): *Las radiotelevisiones en el espacio europeo*, RTVV, Valencia.

VV.AA. (1991): *2ª Jornadas sobre televisión autonómica*, Diputación General de Zaragoza, Zaragoza.

VV.AA. (1995): “Máquinas de cómputo”, *Investigación y Ciencia, Temas 4*, Barcelona.

VV.AA. (1995): *Medios de comunicación alternativos: la conexión de lo global con lo local*, UNESCO, París.

VV.AA. (2003): *Informe de la comunicació a Catalunya*, Institut de la Comunicació/Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra.

Wolf (1985): *La investigación de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona.

Xambo, R. (1996): *El sistema comunicatiu valencià*. Tesis Doctoral. Dpto. Sociología y Antropología Social, Univ. Valencia.

Xambo, R. (2001): *Comunicació, política i societat. El cas valencià*, Tres i Quatre, Valencia.

Zimmerman, P. (1990): “Las televisiones regionales en Europa”, en *Las radiotelevisiones en el espacio europeo*, RTVV, Valencia.

Hemeroteca

1981

Cinco Días, 21 de Marzo, “La television privada un negocio en el horizonte”.

Actualidad Económica, 17 de Septiembre, “Televisión Privada pronto”.

El Correo Español, 8 de Septiembre, “Lucharemos por quedarnos con la Televisión Vasca”.

1983

El País, 19 de Marzo, “Televisión privada en un pueblo extremeño”

El País, 24 de Marzo, “Clasurada la televisión privada de Coria”

Diario 16, 24 de Marzo, “El gobierno quiere clausurar la televisión de Coria”

1984

Las Provincias, 26 de Septiembre, “Rueda de Prensa de Felipe González en Valencia”.

El País, 2 de Febrero, “Competencia de la publicidad televisiva a los periódicos”.

El Correo de Andalucía, 27 de Septiembre, “El Grupo Popular solicita la creación de una emisora municipal de TV”.

La Vanguardia, 7 de Octubre, “Nueva polémica sobre los canales privados de televisión”.

1985

La Vanguardia, 4 y 5 Enero, “Breve repaso a las televisiones locales catalanas”.

El Correo Español, 5 de Diciembre de 1985, “Mañana comienza a emitir TBO, una estación local de televisión de Ondarroa”.

1986

La Voz de Galicia, 3 de Enero, “Libertad de Televisión”.

1987

Diario 16, 26 de Septiembre, “Una empresa de video de Elche tiene cableadas 30.000 viviendas en la ciudad”.

El País, 19 de Agosto, “90 Televisiones Locales luchan por conseguir un marco legal”.

Las Provincias, 16 de Diciembre, “El Ayuntamiento de Torrent autoriza las obras para la instalación de dos televisiones por cable”.

1988

Mercado, 17 de Junio, “Contrato con Canal 10”.

Las Provincias, 18 de Septiembre, “Berlusconi inicia su batalla por el control de las televisiones autonómicas en España”.

1989

España Económica, 1 de Enero, “Medio billón está en juego”.

Cinco Días, 4 de Octubre, “La Administración regulará la TV local en la próxima legislatura”.

1990

El País, 7 de Mayo, “15 nuevos periódicos preparan su salida en España”.

El Sol, 7 de Junio, “Las televisiones locales sólo serán autorizadas en grandes ciudades”.

El Sol, 11 de Octubre, “No ha llegado el momento de la televisión local”.

El País, 12 de Noviembre, “El futuro de los medios de comunicación pasa por el enraizamiento local”.

1991

El Independiente, 19 de Marzo, “Las televisiones locales enfrentadas en sus intereses”.

Expansión, 26 de Marzo, “El gobierno prepara la ampliación de la televisión privada”.

La Vanguardia, 19 de Abril, “TV Sarriá culmina el mapa de televisiones locales de Barcelona”.

Expansión, 4 de Octubre, “Especial Televisiones. Las alegales”.

Expansión, 28 de Noviembre, “El MOPT prepara la ley para las nuevas televisiones”.

1992

Diario 16, 19 de Febrero, “El Consejo Asesor de Telecomunicaciones da luz verde a la televisión por satélite y por cable”.

Diario 16, 19 de Febrero, “Las televisiones locales consideran impresentable el borrador de la ley sobre tv por satélite y cable”.

Cinco Días, 4 de Marzo de 1992, “Borrell no regula la TV local por restricción internacional”.

El Sol, 14 de Marzo, "Multa de un millón de pesetas a una emisora local de TV".

Abc, 5 de Junio, "La TV local se regulará junto al cable y al satélite".

Cinco Días, 26 de Agosto, "Hispasat entrará en órbita en dos semanas sin un solo cliente en firme".

1993

Abc, 12 de Enero, "ATEL no quiere televisiones por cable".

Abc, 15 de Enero, "El PSOE propone a la Comunidad una subvención de 100.000 millones para salvar TeleMadrid".

Abc, 17 de Marzo, "El futuro de las tv autonómicas está en la asociación con las locales, según TM-3".

Cinco Días, 26 de Marzo, "Regular la TV local cubriría un vacío en materia de libertades".

La Vanguardia, 2 de Junio, "Las televisiones privadas adeudan 500 millones a la Sociedad General de Autores".

La Gaceta de los Negocios, 22 de Septiembre, "RTVE prepara una nueva reducción de 4.000 empleos".

Cinco Días, 30 de Septiembre, "El estado asume una deuda de rtve de 30.500 millones".

Expansión, 29 de Diciembre, "Breves: Empresas".

1994

La Gaceta de los Negocios, 1 de Enero, "ANIEL pide que el proyecto de tv por cable se tramite con rapidez".

El País, 10 de Febrero, "Pérdidas de 7.000 millones para la piratería del video".

Dinero, 30 de Mayo de 1994, “Un negocio ilegal de 10.000 millones de pesetas: de Borrell depende el futuro de 400 televisiones”.

Abc, 30 de Junio de 1994, “El gobierno sigue retrasando la aprobación de la ley de televisión por cable”.

Expansión, 13 de Septiembre, “Warner advierte que el capital local no podrá financiar el cable”,

El País, 20 de Septiembre, “La Junta de Castilla-León invertirá 25.000 millones en telecomunicaciones”.

Diario 16, 29 de Septiembre, “Elena Salgado niega que la nueva ley de televisión local vaya a impedir el desarrollo de la televisión digital”.

Expansión, 27 de Octubre, “González anuncia una batería de medidas para fortalecer la economía”

Expansión, 10 de Diciembre, ”Serra anuncia que la ley del cable estara lista antes de final de mes”.

1995

Las Provincias, 14 de Enero, “España el país de Europa con más piratería televisiva”.

El País, 11 de Mayo, “Santander de Cable quiere los equipos de la Televisión Cántabra”.

Cinco Días, 7 de Junio, “Los productores audiovisuales denuncian el aumento de la piratería ante el retraso de la ley del cable”.

Cinco Días, 23 de Junio, “Pena de dos años de carcel por piratear la señal de Canal+”.

La Vanguardia, 10 de Noviembre, “SMO TCI: ya tenemos ley del cable”.

1996

Expansión, 27 de Abril de 1996, “Las televisiones publicas perdieron 179.420 millones en 1995 y arrastran una deuda de 227.021 millones”.

El País, 8 de Mayo de 1996, “Antena 3 termino 1995 con deudas de 66.000 millones pese a declarar beneficios”.

2001

Expansión, 17 de Septiembre, “La UE apoya la financiación con publicidad y subvenciones de las televisiones públicas”.

El País, 21 de Noviembre, “La SEPI se compromete a que RTVE no pierda dinero a partir de 2004”.

Expansión, 12 de Noviembre, “Las televisiones públicas costaron en 2000 1.200 millones de euros a los españoles”.

2002

UTECA, 27 Febrero, “El Mercado Publicitario Español”, Rueda de Prensa, en <http://www.uteca.com/documentos/uteca14/Fichero.html>.

Antena Local, Jul-Ago, “El CLCC presenta els continguts de la xarxa de televisions locals”.

El País, 12 de Septiembre, “El Gobierno prevé aumentar la deuda de RTVE en 677 millones de euros en 2003”.

La Gaceta de los Negocios, 24 de Septiembre, “UBS Warburg dice que la tv local es estratégica para PRISA”.

Abc, 18 de Octubre, “SEPI justifica la agresividad comercial de TVE por el liderazgo de audiencia”.

El País, 11 de Noviembre, “IU cree que será imprescindible para gobernar en 700 municipios”

2003

Cinco Días, 1 de Abril, "Privatización: El ministro estudia si es legal la privatización de Canal 9".

El País, 7 de Abril, "RTVV: privatización sin salida", que simplemente tacha este proceso de "desproposito legal".

Tvdi.net, 10 de Abril, "Piqué espera aprobar el proyecto de ley de TV antes de Semana Santa, para que pueda entra en vigor esta legislatura", en <http://www.tvdi.net>.

El País, 28 de Abril, "La ley permitirá privatizar la televisión local y autonómica".

El País, 8 de Mayo, "Los grupos de comunicación podrán tener televisiones locales".

Las Provincias, 9 de Mayo, "Carrascosa y sus 36 socios compiten con Moragues, el «Murdoch» valenciano".

Levante, 14 de Mayo, "El TSJ da cinco días a RTVV para que alegue contra la paralización del concurso de Canal 9".

Esta tesis se acabó de redactar el 22 de Mayo del año 2003.

Francisco López Cantos.