



FACULTAD DE COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO II

TESIS DOCTORAL

**Orígenes y desarrollo de la Televisión Digital
por Satélite en España a través de los
mensajes periodísticos:
*El País y El Mundo (1996-2003)***

DOCTORANDA: Lda. María Dolores Ortiz Herrera

DIRECTOR: Catedrático Ramón Reig

Sevilla, 2015



**Orígenes y desarrollo de la Televisión
Digital por Satélite en España a través
de los mensajes periodísticos:
*El País y El Mundo (1996-2003)***

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO II
PROGRAMA: PERIODISMO, COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN:
TEORÍA, MÉTODOS Y SISTEMAS

María Dolores Ortiz Herrera
Sevilla, 2015

En Sevilla, a 20 de julio de 2015

La autora de la Tesis Doctoral

Fdo: Lda. María Dolores Ortiz Herrera

Vº Bº

Sevilla, a 20 de julio de 2015

El director de la Tesis Doctoral

Fdo.: Catedrático Ramón Reig



**Orígenes y desarrollo de la Televisión
Digital por Satélite en España a través
de los mensajes periodísticos:
*El País y El Mundo (1996-2003)***

Tesis Doctoral presentada por la
Lda. María Dolores Ortiz Herrera
y dirigida por el Catedrático Ramón Reig

| Tomo I

AGRADECIMIENTOS

Con estas líneas quiero expresar públicamente mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que me han brindado su apoyo y compañía a lo largo de los últimos años y que han hecho posible que esta tesis doctoral alcance ahora su fin.

En primer lugar, al catedrático Ramón Reig, por aceptar dirigir esta investigación, pero sobre todo, por su infinita paciencia, por su confianza, por no sentirse jamás defraudado, a pesar de esas pausas eternas, por sus consejos, por sus ánimos.

A mis padres, José y M^a Dolores, a quienes les debo todo lo que soy, por sus esfuerzos, por sus valores, por su comprensión, por educarme en la constancia, por su amor incondicional y por darme la mejor familia que se puede tener. Sois mi ejemplo a seguir.

A mis hermanos, Carolina y José Antonio, por creer siempre en mí, por ayudarme en las dificultades y animarme a alcanzar las metas, pero sobre todo, por estar siempre a mi lado, en los buenos y en los malos momentos, aunque haya que cruzarse media Andalucía para compartir sólo unas horas juntos.

A José María, mi marido, por sus noches de insomnio para hacerme compañía, por su ayuda constante, por hacer fácil lo difícil, por quererme tanto, por los retos e ilusiones compartidas y por todas esas que aún nos quedan por vivir juntos.

A mi pequeña, por los ratos de juegos perdidos, por los momentos de prisas, por las tardes de piscina robadas para terminar esta tesis doctoral. Porque todo se soluciona con su sonrisa, todo se entiende mejor con esos argumentos a “media lengua”. Porque con tu llegada esta tesis sufrió un parón para aprender a ser mamá, pero contigo hoy puedo decir que la hemos finalizado juntas.

A mis amigos, “Los de siempre”, aquel pequeño grupo del colegio que es hoy una gran peña en la que se han ido incorporando parejas y niños. Por todos los momentos vividos, por los secretos, las risas, las lágrimas..., por nuestra amistad.

A Mónica, porque la distancia y todo el mar que nos separa no ha permitido que nunca se olvide de mí, siempre al otro lado de la península, al otro lado del teléfono.

A Rosario, por ser buena compañera y mejor profesional, por hacer fácil el trabajo en equipo, porque juntas sumamos más. Porque ya hoy, eres amiga.

A ese grupo de desayuno de las ocho y media, por hacer más llevadero el día a día.

A Sandra, compañera en los inicios de esta aventura investigadora y de aquellos otros de licenciatura, por todo lo que aprendimos juntas.

A los ladecomitas, con su presidenta Rosalba al frente, porque sin saberlo e incluso sin querer, sus ánimos llegaron en un momento crucial, en esos que decides seguir adelante o abandonar, y sus palabras, aquellos mensajes en cadena fueron mucho más importantes de lo que incluso ninguno pueda imaginar.

Al personal de la Hemeroteca Municipal de Sevilla por atender amablemente todas mis peticiones durante varios meses.

A aquellas personas con las que he tenido la oportunidad de crecer profesionalmente y se han interesado y preocupado por este proyecto.

A todos, gracias. Juntos fue posible.

ÍNDICE

TOMO I

<u>PRIMERA PARTE. OBJETO DE ESTUDIO</u>	33
1. Introducción.....	35
2. Justificación y delimitación del objeto de estudio	37
3. Delimitación cronológica	39
4. Objetivos de la investigación.....	40
5. Hipótesis de partida.....	41
6. Sistematización investigadora.....	42
6.1. Fundamentos epistemológicos de la metodología	44
6.1.1. La Economía Política de la Comunicación.....	44
6.1.2. El análisis de contenido desde una perspectiva estructural	48
6.1.3. Las categorías como principio de partida del análisis de contenido	51
6.1.4. El periódico como intérprete de la realidad	53
6.1.5. Los géneros periodísticos. Breve apunte para el análisis.....	55
6.2. Metodología formal	59
6.3. Selección de textos periodísticos	60
6.4. Fuentes documentales básicas	62
7. Antecedentes e interés actual de la investigación	63
8. Dirección de la tesis	67

SEGUNDA PARTE. MARCO TEÓRICO: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO-METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Introducción	71
2. Síntesis de la teoría comunicativa en Estados Unidos.....	72
2.1. Mass Communication Research	73
2.2. Investigación Administrativa vs. Teoría Crítica	74

3.	Origen de la teoría comunicativa en Europa	77
3.1.	Marx y Freud, antecedentes del enfoque crítico	77
3.2.	La perspectiva crítica: la Escuela de Frankfurt y los Estudios Culturales.....	79
3.3.	El enfoque estructural	82
4.	Economía Política de la Comunicación	84
4.1.	Precursores en Norteamérica	85
4.2.	Respuesta europea	88
4.3.	Reformulaciones posteriores.....	91
4.4.	Fundamentación de la Economía Política de la Comunicación.....	93
5.	Economía Política de la Comunicación en España y América Latina.....	95
6.	Fundamentación teórico-metodológica del análisis de contenido.....	102
6.1.	Historia y epistemología del análisis de contenido	102
6.2.	Metodología y técnicas del análisis de contenido	108
7.	La Economía Política de la Comunicación como base teórico-metodológica del análisis de contenido	113

TERCERA PARTE. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA-CIENTÍFICA DE LA TELEVISIÓN: DE LO ANALÓGICO A LO DIGITAL. TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS PARA TRANSMITIR MENSAJES..... 117

1.	La televisión, una aproximación teórica.....	119
1.1.	Análisis semiótico de la televisión.....	119
1.2.	La televisión como medio de comunicación e información	124
1.3.	La televisión como Industria Cultural	131
1.3.1.	Industrias culturales: concepto y caracterización.....	133
1.3.2.	Radio y televisión: industrias culturales diferentes.....	136
1.3.3.	La televisión como parte de la hilera audiovisual.....	138
1.3.4.	La televisión, principal industria cultural.....	139

2.	La digitalización en televisión: concepto, implicaciones y repercusiones	144
2.1.	La difusión digitalizada: nuevos soportes para la televisión	148
2.1.1.	El cable	149
2.1.2.	El satélite	151
2.1.3.	La televisión digital terrestre (TDT)	153
2.2.	Contenidos de la televisión digital: más canales, nuevos servicios	155
2.2.1.	Una mayor oferta de programación	156
2.2.2.	Los servicios, valor añadido a la programación	158
2.3.	El proceso de recepción: de consumidor a cliente	159
2.3.1.	Cambios técnicos en la recepción	160
2.3.2.	Cambios cualitativos en la recepción	161
2.3.3.	Nuevos modelos de televisión	165
2.4.	Financiación y modelos de negocio de la televisión digital: simplificaciones y nuevas complejidades	167
2.5.	Televisión e Internet: convergencia multimedia	170

CUARTA PARTE. APROXIMACIÓN A LA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA Y A LA CONFIGURACIÓN DE LA ESTRUCTURA AUDIOVISUAL (1920-2003)

1.	Introducción	175
2.	Prehistoria de la televisión en España	176
3.	Etapas de la televisión durante el Franquismo	178
3.1.	Primera etapa: del periodo de pruebas a los intentos de expansión (1949-1962)	179
3.1.1.	Del periodo de pruebas a los años heroicos de TVE (1949-1959)	179
3.1.2.	Los intentos de expansión: llegada de TVE a Barcelona (1959-1962)	182
3.2.	Segunda etapa: desarrollismo y expansión (1962-1969)	184
3.3.	Tercera etapa: de Adolfo Suárez al final del franquismo (1969-1975)	188

4. La televisión durante la Transición y la Democracia	191
4.1. La Transición: hacia el Estatuto de RTVE (1975-1980).....	192
4.2. El inicio de la descentralización: televisión local y autonómica (1981-1988)	194
4.3. La ruptura del monopolio: la televisión privada (1989-1994)	201
4.4. Incorporación de nuevas tecnologías: la televisión por cable y la televisión por satélite (1993-1996)	204
4.4.1. Televisión por cable.....	204
4.4.2. Televisión por satélite.....	207
4.5. La victoria del PP y la ascensión de las privadas (1996-2003)	210
4.5.1. La televisión pública: aumento exponencial de la deuda.....	211
4.5.2. Televisión privadas: la apuesta del PP.....	213
4.5.3. Televisión por cable.....	215
4.5.4. TDT: el fracaso de Quiero TV.....	217
4.5.5. La televisión en Internet: inicios difíciles	219

**QUINTA PARTE. LA TELEVISIÓN DIGITAL POR SATÉLITE EN EL CONTEXTO
INTERNACIONAL: ESTADOS UNIDOS, EUROPA Y JAPÓN**

1. Introducción	225
2. Los satélites: la tecnología de las telecomunicaciones aplicada a la difusión de televisión	226
2.1. Intelsat.....	226
2.2. Eutelsat.....	228
2.3. Satélites de mediana potencia: Proyecto Astra	231
2.4. Los satélites nacionales: Francia y Alemania	232
2.5. Hispasat, primer satélite español de comunicaciones	234
3. La televisión de pago	237
3.1. La televisión de pago en Estados Unidos: HBO	238
3.2. La televisión de pago en Europa: Canal Plus	239

4. La televisión digital por satélite en el contexto internacional: Estados Unidos, Europa y Japón	242
4.1. Estados Unidos, país pionero	242
4.2. Europa	245
4.2.1. Francia	248
4.2.2. Alemania	251
4.2.3. Italia	255
4.2.4. Reino Unido	259
4.3. Japón	261
5. Características comunes y divergencias en la evolución de la televisión digital por satélite en el contexto internacional	263

SEXTA PARTE. EL PAÍS Y EL MUNDO: DESCRIPCIÓN HISTÓRICA Y ESTRUCTURAL.....269

1. Introducción	271
2. <i>El País</i> : grupo PRISA (1971-2003).....	272
3. <i>El Mundo</i> : grupo Unidad Editorial (Unedisa) (1989-2003).....	277
4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i> : dos diarios, dos enfoques	281

SÉPTIMA PARTE. ANÁLISIS: LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA A TRAVÉS DE EL PAÍS Y EL MUNDO (1996-2003)287

1. Metodología de análisis	289
2. Análisis de los hitos principales	313
2.1. Primeros pasos de la televisión digital por satélite en España	313
2.1.1. Contextualización	313
2.1.2. <i>El País</i>	314
- Subhito 1. Proyecto de televisión digital de Sogecable	315
- Subhito 2. Proyectos de televisión digital de RTVE y Telefónica	319

2.1.3.	<i>El Mundo</i>	330
-	Subhito 1. Proyecto de televisión digital de Sogecable	330
-	Subhito 2. Proyectos de televisión digital de RTVE y Telefónica	332
2.1.4.	<i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	345
2.2.	Los derechos de retransmisión de los equipos de fútbol. El Pacto de Nochebuena	351
2.2.1.	Contextualización	351
2.2.2.	<i>El País</i>	352
2.2.3.	<i>El Mundo</i>	356
2.2.4.	<i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	367
2.3.	Constitución de la plataforma Distribuidora de Televisión por Satélite (DTS)	373
2.3.1.	Contextualización	373
2.3.2.	<i>El País</i>	373
2.3.3.	<i>El Mundo</i>	376
2.3.4.	<i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	380
2.4.	Canal Satélite Digital: inicia de sus emisiones.....	383
2.4.1.	Contextualización	383
2.4.2.	<i>El País</i>	383
2.4.3.	<i>El Mundo</i>	388
2.4.4.	<i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	391
2.5.	Ley de televisión digital	395
2.5.1.	Contextualización	395
2.5.2.	<i>El País</i>	398
-	Subhito 1. Anuncio de la nueva normativa y aprobación por el Consejo de Ministros	398
-	Subhito 2. Reacciones políticas, sociales y mediáticas a la nueva normativa.....	403
-	Subhito 3. Debate de la normativa en el Congreso y en el Senado	407
-	Subhito 4. Aprobación definitiva en el Congreso de los Diputados	411
-	Subhito 5. Advertencias y apertura de procedimiento por la Comisión Europea	414
-	Subhito 6. Reforma de la ley y archivo del procedimiento.....	419
2.5.3.	<i>El Mundo</i>	425
-	Subhito 1. Anuncio de la nueva normativa y aprobación por el Consejo de Ministros	425
-	Subhito 2. Reacciones políticas, sociales y mediáticas a la nueva normativa.....	433

- Subhito 3. Debate de la normativa en el Congreso y en el Senado	438
- Subhito 4. Aprobación definitiva en el Congreso de los Diputados	442
- Subhito 5. Advertencias y apertura de procedimiento por la Comisión Europea	445
- Subhito 6. Reforma de la ley y archivo del procedimiento	448
2.5.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	452
2.6. Regulación de las emisiones deportivas. ley del fútbol.....	461
2.6.1. Contextualización	461
2.6.2. <i>El País</i>	462
- Subhito 1. Anuncio de un proyecto de ley sobre retransmisiones deportivas y aprobación por el Consejo de Ministros	462
- Subhito 2. Debate del proyecto en el Parlamento y aprobación de la “ley del fútbol”	466
- Subhito 3. Polémica Antonio Asensio - Miguel Ángel Rodríguez en la Comisión del Congreso	476
2.6.3. <i>El Mundo</i>	480
- Subhito 1. Anuncio de un proyecto de ley sobre retransmisiones deportivas y aprobación por el Consejo de Ministros	480
- Subhito 2. Debate del proyecto en el Parlamento y aprobación de la “ley del fútbol”	486
- Subhito 3. Polémica Antonio Asensio - Miguel Ángel Rodríguez en la Comisión del Congreso	493
2.6.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	496
2.7. Telefónica compra Antena 3	503
2.7.1. Contextualización	503
2.7.2. <i>El País</i>	504
2.7.3. <i>El Mundo</i>	514
2.7.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	524
2.8. Vía Digital: inicio de sus emisiones	528
2.8.1. Contextualización	528
2.8.2. <i>El País</i>	528
2.8.3. <i>El Mundo</i>	529
2.8.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	531

2.9. Acuerdo para la retransmisión de partidos de fútbol en pay per view para la temporada 1997/1998	534
2.9.1. Contextualización	534
2.9.2. <i>El País</i>	537
2.9.3. <i>El Mundo</i>	538
2.9.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	541
2.10. Primer anuncio de fusión y posterior ruptura del acuerdo	544
2.10.1. Contextualización	544
2.10.2. <i>El País</i>	545
2.10.3. <i>El Mundo</i>	549
2.10.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	557
2.11. Sogecable y Telefónica acuerdan explotar conjuntamente los partidos de Liga y Copa del Rey hasta la temporada 2008/2009.....	562
2.11.1. Contextualización	562
2.11.2. <i>El País</i>	563
- Subhito 1. Anuncio del acuerdo entre Sogecable y Telefónica	564
- Subhito 2. Investigación de la Comisión Europea.....	565
2.11.3. <i>El Mundo</i>	569
- Subhito 1. Anuncio del acuerdo entre Sogecable y Telefónica	569
- Subhito 2. Investigación de la Comisión Europea.....	571
2.11.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	577
2.12. Canal Satélite Digital y Vía Digital anuncian el acuerdo de integración de su oferta digital	581
2.12.1. Contextualización	581
2.12.2. <i>El País</i>	584
2.12.3. <i>El Mundo</i>	589
2.12.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	605
2.13. Informes, valoraciones y medidas de las autoridades de la competencia ante el acuerdo de fusión de las dos plataformas	611
2.13.1. Contextualización	611
2.13.2. <i>El País</i>	614
- Subhito 1. La Comisión Europea estudia la fusión y la remite a las autoridades españolas	614
- Subhito 2. Estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.....	616
- Subhito 3. Informe del Servicio de Defensa de la Competencia.....	618

- Subhito 4. Anuncio de modificación de la ley de TV privada	619
- Subhito 5. Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia	621
- Subhito 6. El Gobierno modifica la ley de TV privada y autoriza la fusión digital con 34 condiciones	623
2.13.3. <i>El Mundo</i>	627
- Subhito 1. La Comisión Europea estudia la fusión y la remite a las autoridades españolas	628
- Subhito 2. Estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.....	631
- Subhito 3. Informe del Servicio de Defensa de la Competencia.....	633
- Subhito 4. Anuncio de modificación de la ley de TV privada	635
- Subhito 5. Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia	639
- Subhito 6. El Gobierno modifica la ley de TV privada y autoriza la fusión digital con 34 condiciones	643
2.13.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	653
2.14. Polanco y Alierta firman la unión pero recurren al Supremo 5 de las 34 condiciones impuestas por el Gobierno	663
2.14.1. Contextualización	663
2.14.2. <i>El País</i>	663
2.14.3. <i>El Mundo</i>	666
2.14.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	668
2.15. El Servicio de Defensa de la Competencia da luz verde al acuerdo entre las plataformas.....	671
2.15.1. Contextualización	671
2.15.2. <i>El País</i>	671
2.15.3. <i>El Mundo</i>	672
2.15.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	673
2.16. Las Juntas de Accionistas de Sogecable y Vía Digital aprueban la fusión	676
2.16.1. Contextualización	676
2.16.2. <i>El País</i>	676
2.16.3. <i>El Mundo</i>	677
2.16.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	678
2.17. Inicio de las emisiones Digital +	681
2.17.1. Contextualización	681
2.17.2. <i>El País</i>	681
2.17.3. <i>El Mundo</i>	683

2.17.4. <i>El País</i> vs. <i>El Mundo</i>	685
2.18. Resumen del análisis cuantitativo: tablas comparativas.....	688
2.19. Resumen del análisis cualitativo: tablas comparativas	692
<u>OCTAVA PARTE. CONCLUSIONES</u>	713
1. Conclusiones	715
<u>NOVENA PARTE. FUENTES DOCUMENTALES</u>	735
1. Referencias bibliográficas.....	737
2. Tesis doctorales y trabajos de investigación	748
3. Revistas científicas	750
4. Artículos científicos, comunicaciones y ponencias.....	751
5. Anuarios	757
6. Hemerografía y videografía	758
7. Disposiciones legales	760
8. Referencias en la web	761
<u>TOMO II</u>	
<u>ANEXO</u>	765

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

- Tabla 1. Historia y estructura de la televisión en España. Principales hitos
- Tabla 2. La televisión digital por satélite en el contexto internacional (1994-2003)
- Tabla 3. *El País* vs *El Mundo*. Difusión y audiencia (1996-2003)
- Tabla 4. Grupo Prisa (finales de 1997)
- Tabla 5. Clasificación del corpus hemerográfico según los hitos principales
- Tabla 6. Categorías para el análisis: agentes y temas
- Tabla 7. Las plataformas de TV digital por satélite en España (1996-2003)
- Tabla 8. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 1
- Gráfico 1. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 1
- Tabla 9. Número de textos por temática: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 1
- Gráfico 2. Número de textos por temática: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 1
- Tabla 10. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 1
- Tabla 11. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 1
- Tabla 12. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 2
- Gráfico 3. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 2
- Tabla 13. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 2
- Tabla 14. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 2
- Tabla 15. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 3
- Gráfico 4. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 3
- Tabla 16. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 3
- Tabla 17. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 3
- Tabla 18. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 4
- Gráfico 5. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 4
- Tabla 19. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 4
- Tabla 20. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 4
- Tabla 21. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 5
- Gráfico 6. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 5

- Tabla 22. Géneros periodísticos según subhitos: *El País*. Hito 5
- Tabla 23. Géneros periodísticos según subhitos: *El Mundo*. Hito 5
- Gráfico 7. Géneros periodísticos según subhitos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 5
- Tabla 24. Número de textos por temática: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 5
- Gráfico 8. Número de textos por temática: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 5
- Tabla 25. Textos publicados por sección según subhitos: *El País*. Hito 5
- Tabla 26. Textos publicados por sección según subhitos: *El Mundo*. Hito 5
- Tabla 27. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 5
- Tabla 28. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 6
- Gráfico 9. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 6
- Tabla 29. Géneros periodísticos según subhitos: *El País*. Hito 6
- Tabla 30. Géneros periodísticos según subhitos: *El Mundo*. Hito 6
- Gráfico 10. Géneros periodísticos según subhitos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 6
- Tabla 31. Número de textos por temática: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 6
- Gráfico 11. Número de textos por temática: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 6
- Tabla 32. Textos publicados por sección según subhitos: *El País*. Hito 6
- Tabla 33. Textos publicados por sección según subhitos: *El Mundo*. Hito 6
- Tabla 34. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 6
- Tabla 35. Accionariado Canal Satélite Digital (julio 1997)
- Gráfico 12. Accionariado Canal Satélite Digital (julio 1997)
- Tabla 36. Accionariado Vía Digital (julio 1997)
- Gráfico 13. Accionariado Vía Digital (julio 1997)
- Tabla 37. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 7
- Gráfico 14. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 7
- Tabla 38. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 7
- Tabla 39. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 7
- Tabla 40. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 8
- Gráfico 15. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 8
- Tabla 41. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 8

- Tabla 42. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 8
- Tabla 43. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 9
- Gráfico 16. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 9
- Tabla 44. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 9
- Tabla 45. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 9
- Tabla 46. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 10
- Gráfico 17. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 10
- Tabla 47. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 10
- Tabla 48. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 10
- Tabla 49. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 11
- Gráfico 18. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 11
- Tabla 50. Número de textos por temática: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 11
- Gráfico 19. Número de textos por temática: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 11
- Tabla 51. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 11
- Tabla 52. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 11
- Tabla 53. Evolución del accionariado de Canal Satélite Digital (1997-2002)
- Tabla 54. Evolución del accionariado de Vía Digital (1997-2002)
- Tabla 55. Evolución del número de abonados de CSD y VD (1997-2002)
- Tabla 56. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 12
- Gráfico 20. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 12
- Tabla 57. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 12
- Tabla 58. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 12
- Tabla 59. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 13
- Gráfico 21. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 13
- Tabla 60. Géneros periodísticos según subhitos: *El País*. Hito 13
- Tabla 61. Géneros periodísticos según subhitos: *El Mundo*. Hito 13
- Gráfico 22. Géneros periodísticos según subhitos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 13
- Tabla 62. Número de textos por temática: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 13
- Gráfico 23. Número de textos por temática: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 13

- Tabla 63. Textos publicados por sección según subhitos: *El País*. Hito 13
- Tabla 64. Textos publicados por sección según subhitos: *El Mundo*. Hito 13
- Tabla 65. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 13
- Tabla 66. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 14
- Gráfico 24. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 14
- Tabla 67. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 14
- Tabla 68. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 14
- Tabla 69. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 15
- Gráfico 25. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 15
- Tabla 70. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 15
- Tabla 71. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 15
- Tabla 72. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 16
- Gráfico 26. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 16
- Tabla 73. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 16
- Tabla 74. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 16
- Tabla 75. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 17
- Gráfico 27. Géneros periodísticos: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 17
- Tabla 76. Textos publicados por sección: *El País* vs. *El Mundo*. Hito 17
- Tabla 77. Análisis cualitativo. Categorías. *El País* vs. *El Mundo*. Hito 17
- Tabla 78. Total de textos publicados desde 1996 a 2003. *El País* vs. *El Mundo*
- Tabla 79. Total géneros periodísticos analizados: *El País* vs. *El Mundo*
- Tabla 80. Total de textos analizados por sección: *El País*
- Tabla 81. Total de textos analizados por sección: *El Mundo*
- Tabla 82. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías temáticas empresariales, desde la puesta en marcha de los proyectos de televisión digital por satélite hasta el inicio de las emisiones de Vía Digital: 1996-1997)
- Tabla 83. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías temáticas en torno a las medidas legislativas aprobadas por el Ejecutivo en 1997: ley de televisión digital y ley del fútbol)

- Tabla 84. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías temáticas empresariales referidas a los diferentes acuerdos alcanzados entre Telefónica y Sogecable desde 1997 hasta 2002 para la explotación de los derechos del fútbol y acuerdos de fusión)
- Tabla 85. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías temáticas relacionados con los diferentes informes emitidos por las autoridades de la competencia desde el anuncio de fusión en mayo de 2002, hasta la aprobación definitiva por parte del SDC en abril de 2003)
- Tabla 86. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías temáticas empresariales referidas al canje de acciones con el que se produjo la integración de ambas plataformas y al inicio de las emisiones de Digital+ en julio de 2003)
- Tabla 87. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías de agentes empresariales)
- Tabla 88. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías de agentes del Ejecutivo)
- Tabla 89. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías de agentes de la oposición al Gobierno, partidos y líderes políticos)
- Tabla 90. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías de agentes de las autoridades europeas de la competencia)
- Tabla 91. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías de agentes desde una perspectiva económica: Bolsa)
- Tabla 92. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías de agentes desde la perspectiva social: abonados)
- Tabla 93. Resumen análisis cualitativo: *El País* vs. *El Mundo* (categorías de agentes mediáticos)

CLAVE DE LAS ABREVIATURAS

- A3: Antena 3 Televisión
- A3 TV: Antena 3 Televisión
- AAD: Análisis Automático del Discurso
- AEPI: Asociación de Escritores y Periodistas Independientes
- ALAIC: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación
- AOC: Agrupación de Operadores de Cable
- AP: Alianza Popular
- Art.: Artículo
- ARE: Administración Radiodifusora Española
- AT&T: Compañía Americana del Teléfono y el Telégrafo
- BOE: Boletín Oficial del Estado
- BOJA: Boletín Oficial de la Junta de Andalucía
- CCRTV: Corporación Catalana de Radio y Televisión
- CC: Coalición Canaria
- CE: Comisión Europea
- CECE: Comisión Especial para las Comunicaciones Especiales
- CiU: Convergencia i Unió
- CMT: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones
- CNMV: Comisión Nacional del Mercado de Valores
- COMSAT: Communication Satellite Corporation
- CSD: Canal Satélite Digital (PRISA)
- CTNE: Compañía Telefónica Nacional de España
- DAB: Digital Audio Broadcasting
- DBS: Satélites de Difusión Directa
- DTI: Department of Trade and Industry
- DTS: Distribuidora de Televisión por Satélite (marca Vía Digital)
- DVB: Digital Video Broadcasting
- EGM: Estudio General de Medios
- ECS: Satélite Europeo de Comunicaciones
- EPC: Economía Política de la Comunicación
- ESA: European Space Agency
- ESRO: European Space Research Organization
- ETSI: European Telecommunication Standards Institute
- EUTELSAT: Organización Europea de Telecomunicaciones por Satélite
- €: Euro
- FCC: Federal Communication Commission

- FIDECA: Foro para la Investigación y el Desarrollo de la Cultura Audiovisual
- FORTA: Federación de organismos de radio y televisión autonómicos
- GMA: Gestora de Medios Audiovisuales
- GMAF: Gestora de Medios Audiovisuales de Fútbol
- HBO: Home Box Office
- IAMCR: International Association for Media and Communication Research
- IBÍDEM: en el mismo lugar
- ICO: Instituto de Crédito Oficial
- INTA: Instituto Nacional de Técnicas Aeroespaciales
- INTELSAT: Organización Internacional de Telecomunicaciones Vía Satélite
- IU: Izquierda Unida
- LCD: Ley de Defensa de la Competencia (1989)
- LFP: Liga de Fútbol Profesional
- LGT: Ley General de Telecomunicaciones (2003)
- LOC: Ley de Ordenación de las Comunicaciones
- LOT; Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones
- Nº / núm: Número
- NOMIC: Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación
- OFTEL: Office of Telecommunications (Reino Unido)
- OIT: Organización de Televisión Iberoamericanas
- OJD: Oficina de Justificación de la Difusión
- Op. cit.: opere citato (en la obra citada)
- OPA : Oferta Pública de Acciones
- OTS; Orbital Test Satellite
- p.: página
- pp.: páginas
- PNC: Políticas Nacionales de Comunicación
- PNV: Partido Nacionalista Vasco
- PP: Partido Popular
- PPV: pay per view o pago por visión
- PRISA: Promotora de Informaciones Sociedad Anónima
- PSOE: Partido Socialista Obrero Español
- Ptas.: Pesetas
- RD: Real Decreto
- RFEF: Real Federación Española de Fútbol
- RNE: Radio Nacional de España
- RTVA: Radio Televisión de Andalucía
- RTVE: Radio Televisión Española

- SDC: Servicio de Defensa de la Competencia
- SER: Sociedad Española de Radiodifusión, S.A.
- SES: Societè Européenne de Satellite
- SIN: Servicio Iberoamericano de Noticias
- TDC: Tribunal de Defensa de la Competencia
- TDT: Televisión Digital Terrestre
- TS: Tribunal Supremo
- TV: Televisión
- TV3: Televisión de Cataluña
- TVAD: Televisión de Alta Definición
- TVE: Televisión Española
- TVG: Televisión de Galicia
- UE: Unión Europea
- UIT: Unión Internacional de Telecomunicaciones
- UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
- ULEPICC: Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura
- UTECA: Unión de Televisiones Comerciales Asociadas
- VD: Vía Digital

| *Primera parte*

OBJETO DE **E**STUDIO

1. Introducción¹

Los medios de comunicación desempeñan un papel trascendental en la sociedad: construyen el acontecer diario, tanto nacional como internacional, y en esa construcción actúan como intérpretes de la realidad. En palabras de Antonia Nogales “son elementos vertebradores de la sociedad, no sólo porque acercan hasta cada hogar aquellos acontecimientos a los que no podemos acceder directamente, sino también porque dibujan ante nosotros una determinada visión del mundo, una particular interpretación de la realidad: todo un discurso mediático que determina cómo son esos acontecimientos ante nuestros ojos”².

A través de esa interpretación diaria, los medios seleccionan aquello en torno a lo que debemos opinar y debatir, es decir, conforman la opinión pública. En esta línea, Maciá Mercadé sostiene que “los *mass media* ofrecen a sus receptores un conjunto de informaciones, sucesos y contenidos de conocimiento que inciden en su vida cotidiana y en la realidad social en general. Con ello, aunque los *media* como organización, tienen carácter mercantil y empresarial, son por su contenido instituciones sociales que se relacionan con otras instituciones sociales y conforman, en buena medida, la opinión pública”³.

Además, los medios como empresas informativas ejercen también una presión ideológica. A este respecto no se puede olvidar que el hecho estructural informativo tiene lugar y se desarrolla en un entorno socioeconómico y político determinado. Tanto es así, que en la actualidad, tal y como afirma Ramón Reig quienes poseen el poder económico poseen el poder informativo y alrededor de los grandes grupos multimedia se establecen complejos entramados de intereses financieros, industriales, comerciales, etc., donde los periodistas no marcan los objetivos⁴.

Por ello, los mensajes periodísticos a través de los cuales los medios nos acercan la realidad diaria no responden a criterios asépticos, como puede ser la objetividad o la rigurosidad, sino que se producen a partir de dos elementos que suelen ir unidos: el interés comercial y el interés ideológico y que en ocasiones hacen muy difícil la separación entre información y contenido propagandístico o publicitario. Como señala la profesora Nogales:

¹ A pesar de que en los últimos años se ha ido imponiendo el sistema APA (American Psychological Association) para referencias bibliográficas o el estilo Harvard para las citas en el texto (autor-año), en esta tesis doctoral se han utilizado las notas a pie de página tradicionales para citar a los autores que se toman como referencia porque esta forma nos ha permitido utilizar todo el trabajo previo que habíamos realizado para la tesina y que comenzamos hace diez años.

² NOGALES BOCIO, Antonia Isabel: *Metodología Empírico-Periodística del Análisis de Contenido y su Aplicación. Aproximación Estructural a la Cobertura de los Atentados del 11-M a través de El País, El Mundo, ABC y La Razón*, Tesis doctoral dirigida por el catedrático Ramón Reig. Departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla, 2013, p.18.

³ MACIÁ MERCADÉ, Juan: *Comunicación persuasiva para la sociedad de la información*. Editorial Universitas, Madrid, 2000, p. 22

⁴ REIG, Ramón: *Dioses y diablos mediáticos. Cómo manipula el Poder a través de los medios de comunicación*. Ediciones Urano (Colección Tendencias), Barcelona. 2004.

“La motivación comercial del mensaje es constatable a partir de las turbulencias que desde hace años azotan a la industria de la comunicación a escala global como consecuencia del proceso de mercantilización experimentado por ese bien cultural. El mero hecho de referirnos a los medios como industrias o empresas (lo que evidentemente son) da cuenta de las máximas de rentabilidad que dentro de esas organizaciones han de cumplirse. Pero las empresas mediáticas no sólo se deben a la consecución de beneficios, funcionan también como catalizadores de la opinión pública, y es precisamente ante ese público ante el que se encargan de proyectar una imagen positiva de las instituciones que respaldan al medio”⁵.

Más allá, Ramón Reig señala que actualmente existe un sistema de medios donde impera el mercado y donde el engranaje telecomunicaciones-comunicación (con la interactividad entre sus aparatos) es y va a ser la tendencia y la norma. Un sistema en el que los medios tradicionales se han convertido en grandes grupos mediáticos, han apostado por la diversificación, por lo global frente a lo local, por la transnacionalización y donde hemos asistido a la entrada de empresas ajenas a la comunicación. Un sistema en el que la mercantilización y politización se han ido imponiendo y del que emanan los mensajes que recibimos y que nos interpretan la realidad, unos mensajes que refuerzan el mismo sistema del que son parte y al que se deben.

Por todo ello, es necesario realizar investigaciones que cuestionen, de forma crítica, la información que ofrecen diariamente los medios de comunicación a sus lectores. Investigaciones que permitan conocer el significado profundo de los acontecimientos, que tenga en cuenta el contexto sociopolítico y empresarial en el que se producen los mensajes, que permita relacionar y profundizar para entender realmente lo que está sucediendo, para conocer lo que está detrás de lo aparente, lo que está detrás del enfoque del mensaje. Es decir, investigaciones basadas en el enfoque estructural y la Economía Política de la Comunicación como metodología básica.

Y es en ese marco metodológico en el que nos disponemos a desarrollar esta tesis doctoral, para poder conocer más allá de qué contaron los medios y cómo lo contaron, por qué lo contaron así. Una investigación enfocada desde una perspectiva estructural y un planteamiento crítico para poder establecer conclusiones firmes sobre los mensajes periodísticos publicados en relación al origen y evolución de la televisión digital por satélite en España.

⁵ NOGALES BOCIO, Antonia Isabel: Op. cit., pp. 18-19.

2. Justificación y delimitación del objeto de estudio

Desde su nacimiento, la televisión ha sido el medio de comunicación de mayor penetración e implantación social, lo que lo ha convertido en el más representativo, despertando el interés de teóricos e investigadores, que han desarrollado múltiples estudios desde perspectivas diferentes.

Este nuevo medio de comunicación llega a España en 1956 y en apenas sesenta años de vida se ha visto sometido a continuos cambios tecnológicos, estructurales y también legislativos. Numerosas transformaciones, siempre marcadas por la evolución del contexto internacional, y fundamentalmente por la incorporación de las nuevas tecnologías y la demanda del público, pero también por intereses económicos, comerciales y políticos.

La digitalización del modelo audiovisual español es un fenómeno reciente que comenzó a dar sus primeros pasos hace menos de dos décadas y que supuso notables modificaciones y nuevas incertidumbres. Comienza a surgir un nuevo concepto de televisión, tanto en términos de programación como de consumo, una nueva forma de ver y entender este medio de comunicación y entretenimiento.

En 2007, el Consejo de Ministros fijó el 3 de abril de 2010 como fecha límite para el “cese de las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica de cobertura estatal o autonómica”, es decir, fecha en la que debía producirse el llamado “apagón analógico”⁶, si bien desde noviembre de 2005 ya habían comenzado las emisiones de la TDT coexistiendo con el sistema analógico. A partir de ese momento, se consolida un nuevo modelo de televisión que empezaría a dar sus primeros pasos allá por 1996, cuando se apuesta por la televisión digital por satélite para implementar esta revolución tecnológica en el mercado español.

Una de las transformaciones más visibles de la televisión digital es la capacidad de ampliar el número de canales disponibles lo que junto a la demanda creciente de programación adaptada a los gustos individuales, dará lugar a la aparición de canales temáticos y la segmentación del consumo televisivo. Además, la posibilidad de acceso simultáneo a gran diversidad de contenidos audiovisuales y servicios asociados a ellos transformará el uso y la actitud de los usuarios.

⁶ El 3 de abril de 2010 fue la fecha fijada por el artículo único, disposición adicional primera del Real Decreto 944/2005, de 29 de junio (BOE 181, del día 30). Tras el apagón analógico, quedaba disponible la banda de frecuencias que tradicionalmente se había utilizado para la emisión de la televisión, gracias a la migración de la televisión analógica a la digital, lo que se conoce como “Dividendo Digital”. Sin embargo, para que los ciudadanos disfrutaran de este dividendo en forma de nuevos servicios de banda ancha inalámbrica, era necesario disponer de un conjunto de frecuencias contiguo que en Europa se determinó que sería la banda de 800 MHz (790-862 MHz). Sin embargo, en España, las frecuencias del Dividendo Digital, estaban esparcidas, y la banda de frecuencias de 800 MHz estaba ocupada, en parte, por algunos canales de la TDT (canales 61 al 69 de UHF). La liberación del Dividendo Digital fue el proceso de reordenación de frecuencias necesario para que la banda 800 MHz quedara disponible en toda Europa. Tras la liberación, el pasado 31 de marzo de 2015, la banda de 800 MHz dejó de utilizarse para la transmisión de la TDT y se ha asignado a los operadores de telefonía móvil para prestar nuevos servicios de banda ancha de cuarta generación (4G).

Además, la televisión digital no sólo implica el cambio de concepción de receptor a usuario, sino que supone un paso más al hacer generalizado el pago por el consumo de televisión. La publicidad se torna insuficiente para financiar la programación y el espectador pasa a contemplarse como cliente, transformándose en la razón final del mercado lo que significa un cambio profundo en la concepción de la televisión.

Nacen nuevos conceptos con los que empezará a familiarizarse el consumidor: plataforma, paquete, descodificador, *pay per view* o pago por visión, servicios interactivos..., una nueva terminología para un nuevo modelo de televisión, nuevos productos y servicios que convierten la televisión en algo más y que la harán ir avanzando progresivamente hasta la televisión tal y como la conocemos hoy. Un nuevo modelo de televisión que afectará a la cantidad, la interactividad, la integración y la calidad.

Sin embargo, el camino de implantación de la televisión digital por satélite, inicio de la digitalización en España, no estará exento de polémicas y, más allá de lo meramente tecnológico, tendrá repercusión en lo empresarial y económico, lo político, lo judicial y lo social. Un camino marcado por importantes competencias empresariales y polémicas políticas y judiciales, que ponen de manifiesto la importancia del momento para la reordenación del sector audiovisual.

Por ello, el nacimiento de la televisión digital en España no debe entenderse sólo como un cambio tecnológico respecto a la televisión convencional, frente a la televisión analógica. El origen y evolución de la televisión digital por satélite en España se inscribe en un marco que adquiere relevancia central en lo político y lo económico y es referente de las principales estrategias de expansión.

La implantación de este nuevo modelo es tema central de esta investigación, pero desde una perspectiva concreta, el tratamiento informativo que este tema recibió en diferentes medios de comunicación. Más exactamente, nuestro objeto de estudio es el origen y evolución de la televisión digital por satélite en España a través de los mensajes periodísticos, es decir, conocer el tratamiento informativo que ofrecieron los diarios *El País* y *El Mundo* sobre este proceso de cambio tecnológico desde enero de 1996 hasta julio de 2003, es decir, saber qué contaron ambos medios durante el proceso analizado, cómo lo contaron y lo más importante, poder establecer conclusiones rigurosas sobre por qué lo contaron así.

A continuación, en estas primeras páginas de introducción se definirá la materia que planteamos en esta tesis doctoral, con el fin de hacer comprender la concepción del tema y la manera de afrontarlo.

3. Delimitación cronológica

El periodo analizado en esta tesis doctoral abarca desde enero de 1996 a julio de 2003, una delimitación cronológica justificada por dos acontecimientos importantes en el nacimiento y consolidación de las plataformas de televisión digital por satélite en España y que describimos seguidamente.

En el mes de diciembre de 1995 se aprobó la Ley 37/1995 de Telecomunicaciones por Satélite con la que se liberalizó la prestación de los servicios de telecomunicación a través del satélite. Es decir, a partir de ese momento para la prestación de estos servicios no era necesaria la concesión administrativa otorgada por el Ministerio de Fomento. Sin embargo, se excluye de la liberalización el servicio portador de televisión hertziana o terrenal, así como los servicios de telefonía básica.

Los motivos que impulsaron la adopción de esta ley fueron el rápido desarrollo de la televisión digital por satélite, el cambio de las condiciones del mercado con la aparición de una oferta creciente de televisión en español y la puesta en servicio de satélites de comunicaciones con cobertura sobre el territorio español.

Con esta ley se creaba el marco regulatorio que iba a condicionar el nacimiento de este nuevo segmento de negocio que era la televisión digital por satélite y permitía que a partir de 1996 se comenzarán a gestar las plataformas de televisión. Por todo ello, es 1996 el año elegido como punto de partida de esta investigación.

Hasta esa fecha, todas las expectativas sobre la televisión digital en España estaban centradas en el cable y en la sociedad Cablevisión constituida en 1992 entre Telefónica, empresa pública bajo el Gobierno socialista y el grupo Prisa, a través de Sogecable. Las conversaciones entre ambas empresas fructificaron el 26 de julio de 1995 en un acuerdo para la creación, distribución y operación de servicios de televisión de pago. Sin embargo, a principios de 1996 las autoridades europeas anunciaban que Cablevisión suponía una concentración de dimensión comunitaria y pedían información sobre la operación. Sin embargo, el final del mercado audiovisual del cable se produjo cuando Juan Villalonga, presidente de Telefónica a partir de 1996, rompió el acuerdo de su antecesor, Cándido Velázquez, con Jesús de Polanco antes de que la Comisión Europea sancionara Cablevisión. De esta forma, con el cable sin posibilidad de futuro y con el nuevo marco regulatorio aprobado en diciembre de 1995, fue el satélite el que comenzó a posicionarse de forma privilegiada en el nuevo panorama audiovisual español.

El final cronológico de esta investigación se ha fijado en el 22 de julio de 2003. Un día antes, comenzaban las emisiones de Digital +, la plataforma resultante de la integración de Canal Satélite Digital y Vía Digital, una oferta que reunía por primera vez en España una rejilla de programación de más de 160 canales y servicios televisivos. Con Digital + se ponía punto final

a un proceso de más de siete años marcado por las polémicas, los encuentros y las divergencias entre Sogecable y Telefónica, entre Canal Satélite Digital y Vía Digital.

Además, el periodo seleccionado (1996-2003) es el periodo de nacimiento y consolidación de la televisión digital, no sólo en España, sino también Europa ya que coincide con el nacimiento y crecimiento de los principales operadores, la puesta en marcha de un discurso teórico y político sobre las potencialidades y realidades de la digitalización de la señal así como la extensión y transposición de la regulación europea sobre televisión en el entorno digital a los diferentes Estados miembros.

Tras la fusión de las dos plataformas en 2003, Digital + comenzaría una etapa en solitario, como único operador de televisión digital por satélite, convirtiéndose en la oferta más importante en el mercado de la televisión de pago en España. Sin embargo, varios años después, esta plataforma no logró alcanzar la cuota de mercado esperada agravando con ello la situación económica de Prisa que se vio obligada a introducir nuevos accionistas y a ir vendiendo sus acciones hasta deshacerse de la plataforma. En 2009, vende a Telefónica el 21% de Digital + (acciones que poco antes la propia Telefónica había vendido al Grupo Prisa) y además, como consecuencia de la fusión de Cuatro y Telecinco, Fininvest pasa a controlar otro 22% de la plataforma digital. Cinco años después, en 2014, Telefónica le ofrece a Prisa 725 millones de euros por el 56% que aún poseía, oferta que no pudo rechazar y con la que esperaba mejorar su difícil situación económica y acabar con parte de su deuda. Previamente, en 2011, Digital + pasó a denominarse Canal +, mientras que el canal de televisión se integraba en la oferta de la plataforma como Canal+1. Sin embargo, todos estos cambios, desde 2003 hasta 2015, creemos que forman parte de otra etapa en la televisión digital en España y que pueden y deben ser objeto de estudio de nuevas investigaciones.

4. Objetivos de la investigación

Según Umberto Eco, una investigación es científica cuando cumple ciertos requisitos: que verse sobre un objeto reconocible definido, que trate sobre cosas que todavía no han sido dichas o bien que revise con óptica diferente las cosas que ya han sido expresadas y que sea útil a los demás investigadores⁷. Aunque creemos que nuestra investigación cumple todas estas premisas, es precisamente la segunda parte de su segunda condición sobre la que centramos nuestro principal objetivo, ya que como se ha expuesto anteriormente otros investigadores han trabajado sobre este tema desde perspectivas distintas.

⁷ ECO, Umberto: *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Gedisa, Barcelona, 1992.

Por ello, nuestro objetivo principal es analizar en profundidad, desde una perspectiva crítica y estructural, el tratamiento informativo que los diarios *El País* y *El Mundo* ofrecieron sobre el origen y la evolución de la televisión digital por satélite en España, desde la creación y constitución de las dos plataformas de televisión en 1996 hasta el inicio de las emisiones de Digital +, plataforma resultante tras la fusión de Canal Satélite Digital y Vía Digital, en julio de 2003, para afirmar o rechazar la influencia de las estructuras mediáticas y los intereses empresariales en los mensajes periodísticos y conocer los recursos empleados, mediante un estudio comparativo y fundamentado en el conocimiento científico. Este objetivo general de nuestra investigación se divide a su vez en cinco objetivos más específicos que se detallan a continuación:

- Conocer qué lugar ocupó el proceso de creación de las plataformas de televisión digital por satélite en España en los diarios *El País* y *El Mundo*: qué espacio, géneros y recursos periodísticos emplearon para difundir todos los hechos relacionados directamente con este proceso de cambio del sector audiovisual.
- Reflejar y evaluar la línea informativa y editorial seguida por cada diario, así como la opinión de sus colaboradores más importantes y determinar, en su caso, la sintonía o distanciamiento respecto al ideario de la publicación.
- Conocer hasta qué punto es diferente o similar el tratamiento informativo realizado por cada uno de los medios estudiados, *El País* y *El Mundo*, sobre el proceso de creación de la televisión digital por satélite en España.
- Determinar si influyen y en caso afirmativo, cómo influyen las estructuras de poder de los medios en los mensajes que emiten cuando hay intereses empresariales directos en los hechos de los que informan.
- Por último, el análisis de todo este proceso nos permitirá conocer en detalle la puesta en marcha de la televisión digital por satélite en España y determinar si este proceso siguió los mismos parámetros que en el contexto internacional, fundamentalmente Europa y Estados Unidos, o por el contrario, responde a unas características propias y diferentes.

5. Hipótesis de partida

De todos los objetivos anteriores se desprenden nuestras hipótesis de partida que trataremos de comprobar a lo largo de esta investigación. En primer lugar, nuestro planteamiento es que los mensajes publicados por *El País* y *El Mundo* sobre el proceso de creación y desarrollo de la televisión digital por satélite en España sí estuvieron determinados por las estructuras mediáticas y los intereses económicos de estos medios. Es más, sospechamos que estos

intereses empresariales primaron sobre el interés de los ciudadanos y su compromiso a la información y determinaron qué y cómo se informó.

En relación con la primera hipótesis, sostenemos que los dos medios dedicaron un espacio destacado en sus páginas a este proceso de creación, evolución y fusión de las plataformas de televisión digital, utilizando todos los recursos y géneros periodísticos para destacar la importancia del acontecimiento. Si bien, pensamos que *El País* dedicará un espacio más relevante a Canal Satélite Digital y *El Mundo*, por su parte, lo hará con Vía Digital.

Por lo que respecta a la línea informativa y editorial de ambos medios presumimos que se alineó con las tesis de cada plataforma. En este sentido, *El País* defenderá los intereses de Canal Satélite Digital con sus mismos argumentos y *El Mundo* lo hará con Vía Digital, obviando y olvidando ambos periódicos sus códigos éticos y deontológicos establecidos en sus Libros de Estilo. Sin embargo, con respecto a la opinión de los colaboradores mantenemos que sí reflejará distintos puntos de vista, lo que permitiría tanto a *El País* como a *El Mundo* reforzar la creencia de pluralidad y objetividad.

Por todo lo anterior, mantenemos que el tratamiento informativo que ambos medios, *El País* y *El Mundo*, realizan sobre el origen, evolución y fusión de las plataformas de televisión digital por satélite en España será diferente cuantitativa y cualitativamente. Los mensajes que envían los medios de comunicación parten de una estructura de poder que influye decisivamente sobre los mensajes y hacen que éstos tengan un contenido u otro, una intención u otra. Por ello, ambos diarios ofrecerán un tratamiento y análisis distinto de un mismo proceso.

Por último, este trabajo de investigación nos permitirá conocer en detalle la implantación de la televisión digital por satélite en España y saber si su evolución distó mucho de lo que estaba ocurriendo en el contexto internacional. En este sentido, mantenemos que el proceso de configuración y evolución de la televisión digital estuvo marcado por los mismos condicionantes que en otros países, determinado por intereses económicos y políticos, y primando en todo momento el beneficio empresarial sobre el beneficio social.

6. Sistematización investigadora

Esta tesis doctoral se presenta como una investigación deductiva, que partiendo de aspectos generales del audiovisual, camina hacia conclusiones particulares sobre el origen y el proceso de creación de un determinado sector de la televisión, en concreto, las plataformas digitales en España.

El enfoque sincrónico y la interdisciplinariedad son las únicas vías para comprender esta investigación por lo que a lo largo de la misma, se encontrarán referencias entrelazadas a la

historia, al derecho, a la economía, a las políticas audiovisuales y a otras materias relevantes en el estudio de la comunicación y las ciencias sociales. Así pues, se trata de un enfoque dinámico en tanto que el estudio de la comunicación debe concebirse como un proceso, no como una conclusión cerrada.

Además, esta investigación se apoya en otras concepciones teóricas esenciales como el conocimiento científico y el método científico que se definen a continuación. En primer lugar, el conocimiento científico posee como carácter distintivo el método empleado para adquirir tal conocimiento. En este sentido, Ángel Benito define el método como “el procedimiento racional de llegar a ese conocimiento de verdad, mediante el establecimiento de los principios generales que fundamentan la verdad científica de que se trate” y añade que implica una serie de condiciones entre las que están establecer “la posición y el tipo de relación entre el sujeto cognoscente (el investigador) y el objeto o segmento comunicativo observado”. Asimismo, “el método determina cuál será el tratamiento que recibe el objeto de estudio” y “exige la aplicación de unos estrictos criterios de observación del objeto de estudio” y “establece cómo ordenar los datos observados”⁸. Por su parte, Sierra Bravo define el método como “la forma racional, ordenada, objetiva y social de una actividad que establece el camino o proceso que aquélla ha de seguir para alcanzar su fin” y destaca que “supone seguir unas pautas o reglas preconcebidas a las propia actividad”⁹.

Tal y como afirma, Rosalba Mancinas “existen otras alternativas para obtener respuesta sobre la realidad, pero sólo el método científico es una averiguación sistemática, controlada, práctica y crítica sobre proposiciones hipotéticas de las relaciones entre los fenómenos observados. Las características que definen al método científico son: es empírico, objetivo, verificable o replicable, no es infalible, es acumulativo y es público”¹⁰.

La idea de método no debe confundirse con la de técnica, ya que como especifica Rodrigo Alsina “el método es el procedimiento general, mientras que las técnicas hacen referencia a los procedimientos de actuación concretos y particulares”.¹¹ Dada la importancia, del método científico es fundamental explicar cuál es el que utilizaremos en nuestro trabajo y definir también las técnicas empleadas, como paso indispensable para la validez de los resultados que se obtendrán en esta investigación.

⁸ Citado por REIG, Ramón en *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla*. Comunicación Social, ediciones y publicaciones, Zamora, 2010, p.48.

⁹ SIERRA BRAVO, R.: *Ciencias sociales. Epistemología, lógica y metodología. Teoría y Ejercicios*. Paraninfo, Madrid, 1983, p. 146.

¹⁰ MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba: *La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua: Prensa, radio, televisión e Internet*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla. 2009, p. 33.

¹¹ RODRIGO ALSINA, Miquel: *Teorías de la Comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Universidades Autónoma de Barcelona, Jaume I, Pompeu Fabra, Valencia. 2001.

Para desarrollar con precisión cuál ha sido la metodología que se ha seguido en nuestro estudio, empezaremos por delimitar dónde se halla encuadrada nuestra investigación, refiriéndonos brevemente a su marco científico. Posteriormente, se expondrá la estructuración formal de esta tesis doctoral, es decir, el camino que hemos seguido en su elaboración, se justificará la selección de los medios y se describirá la muestra que se utilizará en el análisis de mensajes y por último, concluiremos destacando las fuentes documentales básicas de esta investigación.

6.1. Fundamentos epistemológicos de la metodología

Las bases epistemológicas de esta tesis doctoral se fundamentan en la Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura, por un lado, y el Análisis de Contenido, por otro. La primera de ellas entendida como la mejor línea teórica y la más completa para abordar el estudio de la globalización¹², una base teórica que nos permite construir un análisis social comprensivo e integral de los sistemas de comunicación masiva. Y por otro lado, el Análisis de Contenido como herramienta metodológica adecuada para profundizar en el mensaje periodístico, siempre entendida desde una perspectiva estructural, un planteamiento crítico y una lógica discursiva. Es por tanto una investigación dialéctica, en la que se conjuga el enfoque epistemológico de la Economía Política de la Comunicación con la articulación de una metodología concreta, el Análisis de Contenido. A continuación, se exponen brevemente los principios de cada una de ellas.

6.1.1. *La Economía Política de la Comunicación*

La Economía Política de la Comunicación (EPC) es una corriente intelectual que tiene sus raíces más próximas en el estructuralismo marxista y en la Escuela de Frankfurt, si bien, no se trata de una corriente homogénea ya que a pesar de las coincidencias generales entre los teóricos fundamentales, se constatan diferencias en el reconocimiento de los fundadores, según se trate de los Estados Unidos o de Europa. Así, mientras los investigadores norteamericanos reconocen en Smythe y Schiller los referentes fundamentales, en Europa se destaca la influencia de Peter Holding, Graham Murdock, Nicholas Garnham y Armand Mattelart. Todos ellos, sin embargo, destacan la comprensión global de este corriente y subrayan que es el único enfoque crítico que permite abordar el porqué en los estudios sobre los medios de comunicación. En este sentido, Ramón Reig, destaca que se trata de “una metodología interdisciplinaria, ilustrada, humanista, imprescindible para intentar aprehender el significado del mundo actual y, dentro de él, de las estructuras mediáticas y de poder, tan en

¹² REIG, Ramón: *Estructura y mensaje en la sociedad de la información*. Colección “Cuadernos del Master”. Mergablum, Edición y Comunicación, S.L., Sevilla, 2003, p. 9.

contacto unas con otras”¹³. Por ello, los planteamientos de los autores citados, junto a otros como Viçent Mosco, Edward S. Herman, Robert W. McChesney, Ignacio Ramonet, Fernando Quirós y Marcial Murciano, principalmente, son los que fundamentan epistemológicamente esta investigación.

La fortaleza de la Economía Política como posición teórica y metodológica, según Fernando Quirós, reside precisamente en que siempre ha sido capaz de mantener el análisis de los medios de comunicación dentro del análisis global del capitalismo en cada una de sus fases¹⁴. Por su parte, Nuria Almirón afirma: “la Economía Política de la Comunicación combina la perspectiva histórica, las relaciones de poder (o economía), el análisis estructural y una componente ética que constituyen una aproximación heterodoxa y multidisciplinar tan indispensable como única para comprender la realidad moderna. Probablemente se trata de la única aproximación que proporciona los instrumentos críticos necesarios para profundizar en la acciones de los agentes sociales hegemónicos en la actual esfera de la comunicación y la información, y obtener una visión y una comprensión global, o cuanto menos lo más exhaustiva posible”¹⁵.

Para Fernando Quirós, la tesis de la que parte la Economía Política de la Comunicación es que “los procesos histórico-materiales de las diversas formaciones sociales tienen como fundamento explicativo las determinaciones estructurales de la producción material. Por lo tanto, rechaza la visión idealista de la cultura y de los procesos comunicativos en la que el análisis separa la cultura y medios de su base terrenal, enfatizando los aspectos subjetivos o superestructurales. Las relaciones económicas deben aparecer en el lugar principal con respecto a otras interrelaciones que se dan en el sistema capitalista. La estructura económica determina, *sobre todo pero no únicamente*¹⁶, la reproducción permanente de la formación socioeconómica *capitalista*”¹⁷.

Esta corriente intelectual se define a través de tres conceptos fundamentales en la sociedad actual, conceptos interrelacionados que a veces derivan unos de otros y otras veces se influyen entre sí. En primer lugar, relaciona la información con la Economía ya que en la actualidad, la información forma parte de la actividad económica. A este respecto, Ignacio Ramonet afirma: “(...) la información no tiene valor en sí misma en relación, por ejemplo, con la verdad o en

¹³ REIG, Ramón: *Estructura y mensaje en la sociedad de la información*. Colección “Cuadernos del Master”. Mergablum, Edición y Comunicación, S.L., Sevilla, 2003, p. 9.

¹⁴ Citado por MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba: *La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua: Prensa, radio, televisión e Internet*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla. 2010, p. 37.

¹⁵ ALMIRÓN ROIG, Nuria: “Economía Política y Comunicación: una aproximación epistemológica a los orígenes”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, Universidad de La Laguna, 2009, p. 563.

¹⁶ Las cursivas corresponden al autor.

¹⁷ QUIRÓS FERÁNDEZ, Fernando y SIERRA CABALLERO, Francisco: *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2001, p. 36.

relación con su eficacia cívica. La información es, antes que nada, una mercancía. En tanto que mercancía está esencialmente sometida a las leyes del mercado, de la oferta y la demanda, y no a otras reglas como podrían ser las derivadas de criterios cívicos o éticos”¹⁸.

En segundo lugar, en esta corriente aparece la Política porque la información y la comunicación están estrechamente ligadas a estrategias concretas de influencia social y de conservación de poder. Y a su vez, estas estrategias convergen, en última instancia, en la conservación de la estructura económica de poder. Por último, pero no menos importante, está la Comunicación. Para desarrollar una estructura de poder económico-político, ese poder se sirve de unos mensajes comunicacionales que justifiquen la necesidad de que tal estructura exista. Pero a su vez, la comunicación se ha constituido como un sector de negocio de gran importancia en el siglo XXI.

El estudioso norteamericano Herbert I. Schiller dice sobre la Economía Política de la Comunicación:

“El punto de partida más importante es que prestemos mucha atención, aunque no exclusivamente, a los factores económicos. Al mismo tiempo, estos factores económicos deben ser interpretados en una dimensión superior a la estrictamente económica. Uno es consciente de los pilares básicos de la economía, pero también vemos que la forma en que se toman las decisiones o los procesos creados sufre el fuerte impacto procedente de la esfera política de la comunidad. Por lo tanto, estamos trabajando constantemente en la infraestructura o en lo económico, pero estamos viendo cómo todo esto se entremezcla o cómo se ve afectado por las consideraciones políticas y, si puedo dar un paso más allá, las consideraciones políticas podrían ser la vía en que la sociedad se estructura en términos de su formación de clases. Existen diferentes clases: las dominantes y las subordinadas. Estas cosas no son claras y no se pueden dar pruebas exactas de estas definiciones. Las clases son fuertemente dependientes de la forma en que se relacionan con la producción en una sociedad, se produzca lo que se produzca. Estas condiciones afectan por supuesto a la distribución de los ingresos. Nuestra sociedad posee una diferenciación muy marcada de los receptores de ingresos en las diferentes clases. Pero en todo caso, es este carácter de la estructura de clases y el poder que emana de esa estructura, de arriba abajo y con muchos canales difíciles de reconocer, los que forman parte de este tema que creo que merece la pena examinar. Cómo afectan estas relaciones al proceso de la comunicación es enormemente complicado; así nadie está sugiriendo un modelo simple de clase dominante en el que se afirme que como ahora tenemos este periódico, debe llevar este titular. Nadie está haciendo esta afirmación. Pero no reconocer que existe una clase dominante basada en su propiedad y en su habilidad

¹⁸ RAMONET, Ignacio: *La tiranía de la comunicación*, Ed. Debate, Madrid, 1998, pp. 48-49.

*para tomar decisiones fundamentales es perder la capacidad de clasificación. El problema crucial es cómo los enfoques dominantes se filtran a través de grupos que no tienen la misma base de propiedad*¹⁹.

Para la Economía Política de la Comunicación, todas las mercancías tienen un valor de uso (deben satisfacer una necesidad u ofrecer algún placer). Fernando Quirós resalta que “no existe una relación simple entre las relaciones de poder desiguales arraigadas en la producción, la distribución y el consumo de formas culturales en tanto que mercancías, y el valor de uso que esas mercancías tienen para el consumidor. No es simple, pero la relación existe: un grupo social restringido, con fines políticos o económicos, determina qué sentidos circulan y cuáles no, qué relatos se pueden contar y cuáles no, sobre qué se puede contar y sobre qué no, a qué argumentos se les da más peso, qué recursos culturales se encuentran disponibles y para quién”²⁰.

Por su parte, Marcial Murciano destaca las ventajas de esta corriente para el análisis de los medios dentro del análisis global del capitalismo:

*“La economía política de la comunicación y de la cultura se encuentra por tanto en condiciones óptimas para afrontar y esclarecer algunos de estos cambios capitales en nuestra época, pues su objeto es el de articular economía, política, comunicación y cultura dentro del mismo análisis, cuyo principal foco de atención debe ser la forma general y las características que adquiere el capitalismo mundial como sistema global(...) La principal ventaja de un enfoque abierto y dinámico, como el de la economía política, es que proporciona un marco teórico integrado, en el cual es posible engarzar, al mismo tiempo, tanto los diferentes niveles del proceso de comunicación de masas, como las dimensiones centrales de la estructura social. Una economía política concebida de esta manera permite, a su vez, dar cuenta de las mutaciones del sistema de producción simbólica de la sociedad, pero de forma articulada con las diferentes transformaciones que se producen en otros sistemas, como el tecnológico, el económico y el político, así como de la estructura de dominio”*²¹.

En resumen, la Economía Política de la Comunicación es una corriente intelectual que reconoce la importancia del factor ideológico, pero ligado a la idea de que los medios son primero y antes que nada organizaciones industriales y comerciales que producen y distribuyen mercancías en el capitalismo. En este contexto conceptual se justifica el estudio del proceso de creación y evolución de las plataformas digitales de televisión a través de los mensajes

¹⁹ SCHILLER, Herbert I.: “Las verdades ideológicas e institucionales dominantes deber ser reexaminadas”, entrevista en *Telos* por Vicent MOSCO, nº34, junio-agosto 1993, Fundesco, Madrid, p.33.

²⁰ QUIRÓS FERNÁNDEZ, Fernando y SIERRA CABELLERO, Francisco: *Comunicación, globalización y democracia...* Op. cit., p. 38.

²¹ MURCIANO, Marcial: *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*, Editorial Bosch, Barcelona, 1992, p.20.

periodísticos, que se inscriben en un marco que adquiere relevancia central en lo político y en lo económico y son un referente en las principales estrategias de expansión.

6.1.2. *El análisis de contenido desde una perspectiva estructural*

El análisis de contenido surge a principios del siglo XX en Estados Unidos y algo más tarde, en Europa, aunque en sus comienzos los estudios son propios de la lingüística. En este sentido, ya se desarrollaban, en los inicios del siglo XX en Norteamérica, estudios contextuales sobre las lenguas indias nativas mientras que en Gran Bretaña, la labor de Malinowsky fue decisiva en 1930. Unos años más tarde, en 1952 el lingüista Zelling Harris acuñó el término “*Discourse analysis*” en un artículo publicado bajo ese nombre y ese mismo año, Bernard Berelson publica *Content Analysis in Communication Researches*, obra clásica en la que el análisis de contenido fue definido como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”²². Desde entonces, muchos autores han tratado de precisar y delimitar la función del análisis de contenido aunque, será el afán de describir el lenguaje “en un nivel superior a la oración y en un interés por el contexto” lo que dará lugar a que el análisis de contenido se amplíe hasta desembocar en trabajos que afectan a la intencionalidad del mensaje informativo periodístico desde una perspectiva estructural, teniendo en cuenta los entes de los que emana dicho mensaje y el entorno en el que los entes se encuentran²³. Y es aquí donde adquiere sentido nuestra investigación.

Antes de definir el fundamento científico del análisis estructural, consideramos esencial esbozar brevemente cómo entendemos el análisis de contenido del que partimos. En este sentido, hemos elegido la definición que aportan los autores Gaitán Moya y Piñuel Raigada y en la que explican que llaman análisis de contenido “al conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de refutación aplicadas a *productos comunicativos* (mensajes, textos o discursos) o a procesos singulares de comunicación que, previamente registrados constituyen un documento, con el objeto de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se ha producido, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior”²⁴.

Por su parte, Bardin define el análisis de contenido como “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cualitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción/(contexto social) de

²² BERELSON, B.: *Content Analysis in Communication Researches*, Glencoe Ill, Free Press, 1952, citado en PÉREZ SERRANO, G.: *El análisis de contenido de la prensa. La imagen de la Universidad a distancia*. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, 1984, p. 58.

²³ REIG, Ramón: *La telaraña mediática...* Op. cit., pp. 34-35.

²⁴ Citado por REIG, Ramón: *La telaraña mediática....* Op. cit., p.82.

estos mensajes”. Para este autor, el análisis de contenido se convierte en una empresa de descultación o revelación de la expresión, donde ante todo interesa indagar sobre lo escondido, lo latente, lo no aparente, lo potencial, lo inédito (lo no dicho) de todo mensaje. La descripción es la primera etapa, la interpretación es la última fase. La inferencia es el procedimiento intermedio que permite el paso, explícito y controlado, de una a otra.

Como señala José Luis Piñuel²⁵, esta nueva perspectiva no sólo amplía el campo de estudio del análisis de contenido hacia la dimensión no manifiesta del texto sino que también, dada su complejidad, exige introducir nuevas variables en el análisis a fin de que el texto cobre el sentido requerido para el analista. Y añade que esto sólo es posible si el texto se abre, teóricamente hablando, a las condiciones contextuales del proceso comunicativo, al proceso de comunicación en el que se inscribe, y por tanto, a las circunstancias psicológicas, sociales, culturales e históricas de producción y de recepción de las expresiones comunicativas con que aparece.

El método de análisis que encierra la Economía Política de la Comunicación es el análisis estructural que es la metodología en la que se basa esta investigación. Ramón Reig señala que este análisis “parte de la idea de que los mensajes que se desprenden de los medios de comunicación no existen por azar, no se producen sobre todo a partir de pautas lingüísticas o supuestamente asépticas y rigurosas, sino, por regla general, a partir de dos elementos que suelen ir unidos: el interés económico y el interés ideológico, es decir, la pretensión de obtener dividendos a la vez que se procura influir sobre los receptores, construyéndoles realidades o reforzándoles aquellos sistemas de valores o universos simbólicos que parecen adecuados a una estructura de dominación más o menos intensa”²⁶.

De esta forma, el análisis estructural de los mensajes informativos se presenta como una superación del análisis hermenéutico superficial o un análisis semiótico-teorético ya que se detiene fundamentalmente en los intereses que puedan estar detrás de los mismos. Para este tipo de análisis son los medios de comunicación el objeto a estudiar y no la intencionalidad meramente dialéctica, lingüística de un artículo o noticia. Lo que interesa a este tipo de visión de la información es el contexto más amplio en el que se produce el mensaje.

La fundamentación científica en que se basa el análisis estructural de los mensajes informativos se halla en el siguiente texto de Pierre Bourdieu:

“El universo del periodismo es un campo sometido a los constreñimientos del campo económico a través de los índices de audiencia. Y este campo tan heterónimo, tan

²⁵ PIÑUEL RAIGADA, José Luis: “Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido”. *Estudios sociolingüística* 3, 2002, p. 4.

²⁶ REIG, Ramón: “Aproximación al método de análisis estructural de los mensajes informativo-periodísticos” en REIG, Ramón y RUIZ ACOSTA, M^a José (coord.): *Medios de comunicación y acontecimientos del siglo XX*, colección *Ámbitos para la Comunicación*, nº 3, Grupo de Investigación de Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación de la Universidad de Sevilla, p.10.

tremendamente sometido a las imposiciones comerciales, se impone a su vez sobre todos los demás campos, en tanto que estructura. Este efecto estructural, objetivo, anónimo, invisible, nada tiene que ver con lo que se ve directamente, con lo que se suele denunciar; es decir, con la intervención de Fulano o de Mengano... Uno no puede, no debe, limitarse a denunciar a los responsables. Por ejemplo, Karl Krauss, el gran satírico vienés, atacaba con mucha violencia al equivalente de lo que sería hoy el director del Le Nouvel Observateur: se pasaba la vida denunciando su conformismo cultural destructor de la cultura, su complacencia hacia escritores menores o deleznable, el desprestigio que hacía recaer sobre las ideas pacifistas al profesarlas hipócritamente... Del mismo modo, de forma muy general, las críticas se dirigen contra personas. Ahora bien, cuando se hace sociología, se aprende que los hombres y las mujeres tienen su responsabilidad, pero que están mayormente definidos y definidas en sus posibilidades e imposibilidades por la estructura en la que están colocados y por la posición que ocupan en ella. Por tanto, no hay que limitarse y darse por satisfecho con la polémica contra determinado periodista, filósofo o filósofo periodista... Cada cual tiene sus cabezas de turco. A veces también yo caigo en ello: Bernard-Henry Lévy se ha convertido en una especie de símbolo del escritor periodista o del filósofo periodista. Pero no es digno de un sociólogo hablar de Bernard-Henry Lévy... Hay que tener en cuenta que no es más que una especie de epifenómeno de una estructura, que es, como un electrón, la expresión de un campo. Nada se comprende si no se comprende el campo que lo produce y que le confiere su reducida fuerza. Esto es importante para quitarle dramatismo al análisis y orientar racionalmente la acción”²⁷.

De forma más abreviada, Pierre Bourdieu explica que el campo comunicacional es “un campo cada vez más dominado por la lógica comercial lo que impone una creciente coerción sobre los demás universos”²⁸. Asimismo, indica Alex Muchielli, que el paradigma estructural “reposa en la gran idea de que todos los fenómenos de superficie encuentran su organización profunda en una ‘estructura’ subyacente”²⁹.

La importancia de este tipo de análisis la señalan las profesoras Sara Núñez de Prado y M^a Antonia Martín, cuando afirman que “la aplicación de análisis estructurales y de la concepción sistemática que permiten el estudio de las estructuras informativas contemporáneas se presentan como una necesidad propia para el desarrollo de las investigaciones en el campo de la estructura de la comunicación. Estas metodologías deben ser de utilidad, al mismo tiempo, para poder realizar el seguimiento de la evolución de dichas estructuras informativas”³⁰.

²⁷ BOURDIEU, Pierre: *Sobre la televisión*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1997, pp. 78-79.

²⁸ BOURDIEU, Pierre: *Sobre la...* Op. cit., p. 81.

²⁹ Citado por REIG, Ramón en “Aproximación al método...”, Op. cit., p. 16.

³⁰ NÚÑEZ DE PRADO Y CLAVELL, Sara y MARTÍN DÍEZ, M^a Antonia: *Estructura de la comunicación mundial*, editorial Universitas, Madrid, 1996, pp. 38-39.

El análisis de contenido a partir de los posicionamientos científico-metodológicos de la Economía Política de la Comunicación es la única metodología que permite una interpretación sincrónica y profundizar en el significado latente de los mensajes. La única herramienta metodológica que nos permitirá detectar en el discurso mediático la construcción de realidades o el refuerzo de sistemas de valores que se adecuan a la estructura de dominación que es conveniente perpetuar.

Además del análisis estructural, que se considera imprescindible para aprehender el significado de las estructuras mediáticas, es necesario contar con el apoyo de otras metodologías para elaborar esta investigación, como el análisis descriptivo, el histórico y el comparativo que se irán aplicando a las diferentes partes del trabajo. Mediante el análisis descriptivo se recopilará sistemática y ordenadamente la información sobre el objeto de estudio, mientras que el análisis histórico permitirá aclarar aspectos del audiovisual a partir de la información que ha proporcionado la experiencia acumulada. Por su parte, el análisis comparativo ayudará a establecer conclusiones sobre el tratamiento de ambos medios.

6.1.3. *Las categorías como principio de partida del análisis de contenido*

La categorización no es una etapa obligatoria pero como afirma Bardin es conveniente, por eso la mayoría de los procedimientos de análisis se organiza alrededor de un proceso de categorización. Es tal su importancia que el propio Berelson afirmaba que cualquier análisis de contenido se sostiene o se hunde por cuáles sean sus categorías de análisis. La selección de las categorías “construye” la mirada del objeto y son un aspecto esencial en nuestro basamento metodológico. Por ello, exponemos a continuación una breve fundamentación.

La expresión categorías se le atribuye a Aristóteles. Según explica Störing, las categorías aristotélicas “designan los diferentes puntos de vista posibles bajo los cuales puede considerarse una cosa” y añade: “Las diez categorías de Aristóteles son: substancia, cantidad, cualidad, relación, lugar, tiempo, posición, posesión, la acción y la pasión. En otras enumeraciones posteriores, Aristóteles eliminó todavía algunas categorías. Tampoco todas tienen para él el mismo valor. Las cuatro primeras son las más importantes, y entre ellas, la sustancia”³¹.

En este sentido, Ramón Reig mantiene que lo pretendemos alcanzar con el trabajo intelectual es conocer la *sustancia* de lo que ocurre y alcanzar la sustancia supone utilizar la *relación*. Así pues, afirma que la relación es por tanto la categoría imprescindible para llegar a la categoría máxima: la sustancia, que ya no sería exactamente una categoría sino el final del trayecto.

³¹ Citado por REIG, Ramón: *La telaraña mediática...* Op. cit., p.91.

Posteriormente, en la Edad Moderna, Kant se ocupó también de las categorías con detenimiento. Para este autor, la actividad del entendimiento consiste en enlazar las categorías y emprendió un significativo intento por crear una “tabla” de las categorías.

Según Bardin la categorización es “una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la agrupación por género (analogía) a partir de criterios previamente definidos”³² y define las categorías como “cada uno de los elementos o dimensiones últimos y más simples de las variables investigadas y que nos van a servir para clasificar o agrupar según ellas las unidades de análisis del texto”³³.

Por su parte los autores Piñuel y Gaitán mantienen que “las categorías, especificadas previamente, en función de las hipótesis, de la teoría, se describen conceptualmente de modo que representan campos semántico, dimensiones o variables (en definitiva que constituyen criterios o claves de significado para descubrir qué se dice y cómo se dice), donde tiene lugar las unidades de análisis” y añaden que “las categorías de análisis sirven de base para conocer ciertos datos del corpus que permiten corroborar las hipótesis planteadas”³⁴.

El proceso de categorización tiene dos etapas: el inventario (aislar los elementos) y la clasificación (distribución de los elementos y consiguientemente buscar o imponer a los mensajes una cierta organización).

Según el propio Bardin, un conjunto de categorías se considera adecuado si posee las siguientes características:

- La exclusión mutua: cada elemento no puede estar en más de una categoría.
- La exhaustividad.
- La homogeneidad: un mismo principio de clasificación debe dirigir su organización.
- La pertinencia: la categoría debe tener una adecuación óptima al material de análisis seleccionado y debe pertenecer al cuadro teórico elegido.
- Objetividad y fidelidad: si se someten a varios analistas trozos de un mismo material al que se aplique la misma plantilla de categorías, deberán ser codificados de la misma manera.
- Productividad: un conjunto de categorías es productivo si proporciona resultados ricos en índices de inferencias, hipótesis nuevas, datos fiables, etc.

Para nuestra investigación se han definido un amplio sistema de categorías que responde a las características expuestas anteriormente y que nos permitirá analizar las unidades de muestreo y registro para confirmar o refutar nuestras hipótesis de partida. Esta categorización, junto a la

³² BARDIN, L.: *El análisis de contenido*, Akal, Madrid, 1996, p. 90.

³³ BARDIN, L.: *El análisis...* Op. cit., p. 80.

³⁴ PIÑUEL RAIGADA, José Luis y GAITÁN MOYA, Juan Antonio: *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Ed. Síntesis, S.A., Madrid, 1985, p. 534.

descripción de la metodología de análisis utilizado se expondrá detalladamente en la séptima parte de este trabajo.

6.1.4. *El periódico como intérprete de la realidad*

Los medios de comunicación, en general, y los periódicos, en particular, se han convertido en verdaderos configuradores de la realidad social. Escogen los hechos que plasmarán cada día en sus páginas y construyen la realidad que nos rodea, hasta tal punto, que se puede afirmar que aquello que dejan de registrar los medios no existe para la sociedad.

Pero para comprender cómo el medio determina aquellos acontecimientos que cubre y el tratamiento informativo que reciben, es necesario detenerse previamente en el periodismo como método interpretativo. Sólo así entenderemos el proceso de selección y jerarquización realizado por los medios, cómo crean su propia realidad y distribuyen la información en secciones diversas.

Según Gloria Pérez Serrano: “La función principal del periódico es evidentemente de comunicación y de enlace social [...] Los medios informativos son parte de la sociedad actual y por tanto, no podemos pensar en ellos desligados o al margen de la política, la economía y las relaciones sociales. Es un fenómeno inserto en el comportamiento y cultura de cada sociedad. Los sistemas de comunicación son distintos para cada cultura y, de hecho, forman parte de ella”³⁵.

Los medios de comunicación actúan como mediadores entre la realidad y el público. Pero no se limitan a transmitir lo que acontece, a reflejar los hechos, sino que los medios interpretan la realidad social, seleccionan la información más interesante del acontecer, la procesan, elaboran y, finalmente, la presentan al receptor como un mensaje nuevo. Construyen el acontecer diario, tanto nacional como internacional, y en esa construcción actúan como intérpretes de la realidad. Además, como señala Lorenzo Gomis los medios ejercen a través de esa interpretación diaria, un poder persuasivo con fines ideológicos.

Así, el periódico al decidir contar unos hechos entre muchos, y al narrarlos de un modo u otro, aplica un determinado sistema de valores implícito, que se manifiesta en la selección de los acontecimientos sobre los que se informa y en la organización del material informativo en la estructura textual.

En este sentido, Pérez Serrano afirma que la elección de las noticias de cada periódico es competencia exclusiva del periódico: “La peculiaridad y características propias de un determinado periódico no es responsabilidad específica de nadie sino del conjunto de miembros que forman parte en la elaboración del mismo. Entre ellos juega un papel importante

³⁵ PÉREZ SERRANO, Gloria: *El análisis de contenido...* Op. cit., p. 108.

el que decide sobre la relevancia que se le concede a unas determinadas noticias sobre otras como su distribución en el periódico”³⁶. La misma autora, siguiendo a B. Rotger y J. Roque en su libro *Cómo leer la prensa escrita*, expone que la presentación de las noticias depende de la adscripción ideológica de los periódicos, del elemento humano o ideología de los redactores y periodistas y de los condicionamientos técnicos y comerciales de la empresa”.³⁷

Por su parte, Luis Nuñez Ladeveze acentúa la idea de que un medio informativo no es ni espejo ni ventana de la realidad. Afirma que no es espejo porque “los que animan los medios adoptan decisiones” y tampoco es ventana “porque los medios deciden qué está pasando”, es decir, tematizan a base de tres operaciones de modificación del contenido y de la forma de las informaciones previas: inclusión de información, exclusión de información y jerarquización de la información³⁸.

En cualquier caso, la selección es consustancial a la estructura de trabajo del periodista, que tiene limitaciones de espacio y tiempo para captar la realidad. Además, el medio tiene que enfrentarse a la homogeneización de los contenidos derivada de la gran cantidad de información que llega a través del teletipo, notas de prensa oficiales y privados, etc., por lo que es imprescindible determinar que un hecho es más noticia que otro. Y por encima de todo, los medios, como empresas informativas ejercen también una presión ideológica.

El relato es distinto no sólo por la selección que hacen de las informaciones, sino principalmente, por el enfoque que le conceden y su jerarquización en las páginas del diario. Así, el medio determina que tema considera más importante para él y, por ende, para sus lectores. El más destacado irá en portada, mientras que los menos importantes se reservarán para las páginas interiores. En éstas también existe una jerarquización, ya que se considera más relevantes aquellas informaciones situadas en la primera página de cada una de las secciones del medio y en las páginas impares. Además, dentro de la página tienen más importancia aquellas situadas en la mitad superior y en posición central. Igualmente, las fotografías, los recuadros, los titulares, las noticias con comentarios, etc., establecen parámetros de jerarquía.

En este sentido, Gloria Pérez Serrano afirma: “La información que presenta un periódico es siempre selectiva y debe estar adaptada fundamentalmente al medio que es su soporte. [...] La selección de las noticias así como el espacio y lugar que se les concede, nos llevan a poner de manifiesto lo que se desea y a ocultar o poner en lugar menor lo que no agrada. Así un mismo

³⁶ PÉREZ SERRANO, G.: Op. cit., p. 106.

³⁷ *Ibidem*, p. 39.

³⁸ Citado por MÉNDEZ MUROS, Sandra: *Tratamiento periodístico del tardofranquismo y de la transición democrática en la Prensa sevillana (ABC y El Correo de Andalucía: 1964-1978)*, Tesis doctoral, Departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla, 2009.

suceso puede ser presentado de formas diversas en los distintos diarios, según lo que cada uno de ellos quiera poner de relieve”³⁹.

En definitiva, el periódico es un intérprete de la realidad, que selecciona, incluye y jerarquiza informaciones de la actualidad política, económica, social y cultural. Además, narra y comenta esos temas produciendo textos que se ajustan al tipo de género periodístico que considere más adecuado, y esos textos los sitúa estratégicamente en la superficie redaccional del diario, aunque no les concede la misma importancia. De esta forma, el medio construye sus señas de identidad, distintas a las de otros medios aunque partan de los mismos acontecimientos.

6.1.5. *Los géneros periodísticos. Breve apunte para el análisis*

Según el profesor José Luis Martínez Albertos los géneros periodísticos podrían definirse “como las manifestaciones concretas y singulares en que se plasma efectivamente todo ese caudal potencial de recursos expresivos o de rasgos de ideación que es capaz de almacenar en sí un individuo determinado”⁴⁰. Por su parte, Lorenzo Gomis mantiene que “la interpretación que ofrece el medio se hace a través de una serie de filtros y convenciones (géneros periodísticos) cuyas formas fundamentales son la información (principalmente la noticia) y el comentario (principalmente el editorial)”⁴¹. Mientras que la profesora Pastora Moreno sostiene que “la interpretación periodística de la realidad se expresa a través de una gama de modos y convenciones, que son los géneros periodísticos”⁴².

La clasificación de los diferentes tipos de géneros periodísticos depende de los diferentes autores a los que acudamos. Por un lado, en la tradición latina autores como Martínez Albertos hablan de cuatro actitudes generales de las que emergen los géneros: la actitud informativa (noticia, reportaje), la interpretativa (crónica), la opinativa (editorial, columna, crítica) y la divulgativa y de entretenimiento (ensayo, humor, etc.). Por su parte, Luisa Santamaría hace una distinción de géneros según las actitudes de información (noticia y reportaje objetivo), interpretación (crónica y reportaje en profundidad) y opinión (artículo, editorial, suelto, columna y crítica). Y también encontramos autores, como Esteban Morán Torres o Pastora Moreno, que dividen los géneros en dos grandes grupos en función de su forma discursiva: los que dan a conocer hechos (géneros informativos: noticia, entrevista, crónica y reportaje) y los que dan a conocer ideas (géneros de opinión: artículo, editorial, comentario, columna y crítica).

³⁹ PÉREZ SERRANO, Gloria: *El análisis de contenido...* Op. cit., p. 35.

⁴⁰ MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Curso general de redacción periodística. Lenguajes, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Paraninfo, Madrid, 1991, p. 213.

⁴¹ GOMIS, Lorenzo: *El medio “media”...* Op. cit., p. 307.

⁴² MORENO, Pastora: *Curso de redacción periodística en prensa, radio y televisión*. MAD, Sevilla, 1998, p. 66.

Actualmente, la información en prensa escrita ha quedado desbordada por la instantaneidad que ofrecen los medios que aportan rapidez de transmisión. Por este motivo, la prensa ha tenido que adaptarse y cada vez más, su principal aportación es la interpretación de los hechos y la explicación de las causas, antecedentes y consecuencias que puedan derivarse. Por ello, decidimos secundar la clasificación básica que divide a los géneros periodísticos en informativos y de opinión, es decir, en textos principalmente narrativos, aunque también pueda predominar la interpretación, y en textos argumentativos.

Dentro de los géneros informativos incluimos la noticia, el reportaje, la entrevista y la crónica, que consiguen influir a través de los hechos que narran, que son la materia prima de cualquier información. Mientras que entre los géneros de opinión vamos a distinguir entre el editorial y el artículo, aquellos que comentan y enjuician de forma explícita los acontecimientos previamente narrados. Trabajan por tanto, sobre las ideas y deducen consecuencias de unos hechos más o menos actuales. Además, tratan de enriquecer y estimular los comentarios de la audiencia, ofrecer argumentos, razones para que los lectores se identifiquen unos con otros. A continuación, exponemos cuáles son las características de estos géneros de tal manera que podamos aplicar estos aspectos teóricos al posterior análisis.

La noticia está considerada el género periodístico estrella y ha sido definido en muchas ocasiones a lo largo de la Historia del Periodismo. Mar Fontcuberta⁴³ apunta que etimológicamente noticia procede de la palabra *nova* que significa cosas nuevas y su propósito es informar de un acontecimiento noticioso oportunamente. Por su parte, Martínez Albertos la define como “un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que haya sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión”⁴⁴. Su estructura depende, como apunta Pastora Moreno, “del espacio y del tiempo disponible al que deberá ajustarse el periodista”, si bien “la forma más común de la información es de pirámide invertida”⁴⁵.

El reportaje es, en palabras de la profesora Pastora Moreno, “un género que puede incluir otros géneros en su estructura narrativa, especialmente la entrevista. Es un género en el que se combina la narración con la descripción” y especifica que “el término reportaje procede del francés *reportage*, pero por los estudios efectuados parece probable que el tronco común a todos los idiomas se encuentre en el término *reportare* con el significado de contar, anunciar, traer o llevar una noticia. Por tanto, hace referencia al espacio esencial de todo reportaje que

⁴³ FONTCUBERTA, Mar: *Estructura de la noticia periodística*. ATE, Barcelona, 1980, p. 9.

⁴⁴ MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Redacción periodística: Los estilos y los géneros en la Prensa diaria*. ATE, Barcelona, 1974, p. 37.

⁴⁵ MORENO, Pastora: “Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional” en *Ámbitos*, nº 5, segundo semestre de 2000, p. 173.

es la narración”⁴⁶. Sobre este género afirma Mariano Rojas Avendaño que es el género que permite mayor capacidad expresiva individual y la experimentación de nuevas formas y que partiendo de la exigencia de la objetividad y de la fidelidad a la realidad, admite plena libertad de tratamiento⁴⁷. Según Martín Vivaldi⁴⁸ en un diario es reportaje casi todo, menos la escueta noticia, la crónica y la opinión manifiesta.

Con respecto a la entrevista, Lorenzo Gomis afirma que “puede entenderse como una variedad del reportaje, porque su función esencial es también la de acercarse y acercar [...]. El propósito puede ser que el entrevistado nos informe mejor sobre un hecho que conoce bien o un problema que ha estudiado. O puede ser la entrevista un medio para conocer mejor a esta misma persona. Pero la función será siempre la misma del reportaje, permitir una doble aproximación: del periodista al entrevistado, del entrevistado al público”⁴⁹. En cuanto a la clasificación de las entrevistas, Montserrat Quesada distingue entre entrevista informativa y entrevista de creación. Según ella, “la entrevista informativa es la que centra toda su atención y remite todo su interés a las declaraciones de determinados personajes públicos, pues son éstas las que aportan el indispensable ítem de actualidad y justifican la oportunidad de su publicación” Por el contrario, la entrevista de creación es aquella otra en la que “intervienen muy esencialmente las dotes personales de quien la realice: observación, ambiente, creación y recreación, mundo de resonancias y de sugerencias, más prosa propia que ajena, dirección, en fin, de orquestas”⁵⁰. Por último, con respecto a la estructura, Pastora Moreno señala que en cualquier caso, siempre existen tres partes fundamentales: la presentación o entrada; el desarrollo, con las preguntas y respuestas o el relato y el cierre, que puede ser un comentario, la última respuesta o el final del relato.

Por otro lado, el género de la crónica procede de la literatura más clásica, la de los escritores griegos y romanos que con este vocablo designaban las narraciones de aquellos hechos bélicos que eran contados por sus propios protagonistas o testigos siguiendo un orden temporal. Y es que es precisamente el tiempo la primera dimensión que encierra el concepto de crónica, cuya expresión procede del término griego *chronos*, que significa tiempo. Pastora Moreno apunta que “la entrada de la crónica en el quehacer periodístico es un hecho que sólo tiene lugar en los países latinos” y que “los periodistas que adoptan este modelo se ven obligados a realizar sobre ella una serie de modificaciones, por este motivo la mayoría de los autores que han estudiado el género de la crónica coinciden en otorgarle un cúmulo de características que intentan conciliar las propiedades ambiguas de un género híbrido por naturaleza”. Y destaca esta profesora como rasgos definitorios de la crónica: “limitación del

⁴⁶ MORENO, Pastora: “Los género periodísticos...” Op. cit., p. 178.

⁴⁷ Citado por MORENO, Pastora: *Ibidem*.

⁴⁸ MARTÍN VIVALDI, G.: *Géneros periodísticos*. Paraninfo, Madrid, 1981, p. 348.

⁴⁹ GOMIS, Lorenzo: *Teoría del periodismo*. Paidós, Barcelona, 1991, p. 46.

⁵⁰ QUESADA, Montserrat: *La entrevista: obra creativa*. Mitre, Barcelona, 1984, p. 11.

suceso en el tiempo y en el espacio, la necesidad de testimoniar el relato con la presencia *in situ* del informador y la inclusión de juicios valorativos procedentes del cronista en la propia narración de los acontecimientos⁵¹. En conclusión, como la define Cebrián Herreros “la crónica es la información sobre unos hechos ocurridos durante un periodo de tiempo desde el lugar mismo o próximo a donde han ocurrido por un informador que los ha vivido como protagonista testigo o investigador y que conoce las circunstancias que lo rodean”⁵².

Entre los géneros de opinión, vamos a distinguir entre artículos firmados y sin firmar. Los primeros representan estrictamente la opinión personal de quien los firma, con la que el periodo no se identifica necesariamente. Los segundos son los editoriales o impresiones que representan la postura del periódico, la opinión institucional del medio, y por eso nunca van firmados. Unos y otros se identifican tipográficamente con los titulares en cursiva.

El editorial es el género periodístico que manifiesta el punto de vista del medio sobre un determinado tema de especial relevancia por la actualidad a través de su interpretación y valoración. Es la opinión más autorizada que da el periódico sobre la interpretación de la noticia. María Ángeles Fernández Barrero define el editorial en los siguientes términos: “El editorial es un género periodístico autónomo. Sus rasgos más característicos son la ausencia de firma expresa y la asunción de la autoría por parte del periódico que, como institución, manifiesta a través de este género su postura ante temas de actualidad, de especial relevancia para el medio, a través de su interpretación y valoración argumentada. Ésta es la función genuina del editorial, que otras veces, estratégicamente, desliza por el terreno de la explicación y el análisis de los hechos una opinión explícita”⁵³.

Además, el editorial es el género de opinión que registra mayor uniformidad y criterios fijos entre los profesionales. Suele responder a una estructura fija que consta de tres partes. Los teóricos admiten que existe un paralelismo entre el esquema del editorial y el esquema de las sentencias judiciales, cuyo orden de exposición es el siguiente: introducción del asunto, se expone el hecho que da pie al comentario o editorial; desarrollo donde se analizan los antecedentes y las posibles consecuencias; y se llega a una conclusión a la vista de los anteriores planteamientos ofreciéndose una solución para el problema propuesto. Aunque se pueden encontrar editoriales con diferente estructura, un rasgo común a todos es que el tema noticioso tiene que estar en las primeras líneas, ha de afrontarse de entrada, enunciado con precisión y claridad, y el orden expositivo es esencial para que el destinatario comprenda bien las ideas que se transmiten. Por ello, las diferencias entre editoriales de distintos medios están en su contenido o en su orientación ideológica, no en su técnica. La variedad temática de los editoriales es bastante amplia, aunque de manera general, según su contenido, se pueden

⁵¹ MORENO, Pastora: “Los géneros periodísticos...”. Op. cit., pp. 175-176.

⁵² CEBRIÁN HERREROS, M.: *Géneros informativos audiovisuales*. Ciencia 3, Madrid, 1992, p. 88.

⁵³ Citado por MÉNDEZ MUROS, Sandra: *Tratamiento periodístico del tardofranquismo...* Op. cit., pp. 89 y 90.

clasificar en editoriales de carácter político, económico o social. En cuanto al estilo del editorial está determinado por el carácter de la publicación y no por unas normas comunes al género⁵⁴.

Por último, el artículo es un género periodístico que Martín Vivaldi define como “escrito, de muy vario y amplio contenido, de varia y muy diversa forma, en el que se interpreta, valora o explica un hecho o una idea actuales, de especial trascendencia, según la convicción del articulista”⁵⁵. La estructura del artículo es más compleja que la del editorial porque el articulista debe defender una tesis y deducir sus posibles conclusiones y normalmente consiste en: la presentación del tema, el desarrollo de la información, análisis y argumentación, comprobación de los acontecimientos y conclusión. El estilo del artículo es el estilo del articulista que puede ser profesional o colaborador⁵⁶.

6.2. Metodología formal

Desde el punto de vista de la presentación, este trabajo se divide en nueve partes que se inician con una primera introducción en la que se describen los objetivos, las hipótesis y los fundamentos metodológicos y se cierran con un anexo en el que se recogen algunos de los documentos analizados más relevantes. Esta estructura responde a una organización deductiva en la que se va avanzando desde los aspectos más generales a aquellos más particulares del objeto de estudio. A pesar de que cada una de las partes es independiente están fuertemente interrelacionadas y vinculadas para dar sentido unitario a la investigación.

Tras la primera parte introductoria, denominada Objeto de estudio, se describe el marco teórico y metodológico que fundamenta esta investigación y que se apoya en dos pilares fundamentales: por un lado, la Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura como enfoque epistemológico, y por otro, el Análisis de Contenido como metodología concreta. A lo largo de esta segunda parte se realizará una revisión de las distintas aportaciones de la teoría comunicativa, desde sus orígenes hasta las corrientes actuales, con el objetivo de ofrecer una visión general que nos permita conocer los fundamentos de nuestros métodos y los conceptos que vamos a emplear.

Posteriormente, en la tercera parte, se establecen las bases científicas del estudio de la televisión mediante una fundamentación teórico-científica en la que se describen las diversas perspectivas desde las que se ha sido estudiado este medio de comunicación, desde su concepción analógica hasta la digitalización, y lo que cada una de ellas ha aportado a la investigación en cuanto a técnicas y estrategias para transmitir mensajes.

⁵⁴ *Ibidem*, p. 90.

⁵⁵ MARTÍN VIVALDI, G.: *Géneros...* Op. cit., p. 176.

⁵⁶ *Ibidem*, p. 177.

Los capítulos cuarto y quinto de esta investigación tienen un carácter más histórico y su objetivo es conocer el desarrollo de la televisión y en concreto de la televisión digital, para valorar correctamente el nacimiento de las plataformas digitales en España. Además, el análisis histórico está estrechamente relacionado con el estudio de las estructuras mediáticas ya que éste comienza cuando finaliza el estudio histórico. Por un lado, se realiza una aproximación a la historia y la configuración de la estructura audiovisual en España hasta 2003 y por otro, se describe la evolución de la televisión digital por satélite en el contexto internacional, con especial atención a Estados Unidos, Europa y Japón, hasta esa misma fecha, que coincide con el periodo analizado en esta tesis doctoral.

En sexto lugar, y como paso previo al análisis de los mensajes informativos, hemos considerado imprescindible describir la estructura de los medios que van a ser objeto del análisis: *El País* y *El Mundo*. Una descripción que nos permitirá conocer su origen y evolución, su estructura empresarial y las sinergias con otros medios así como su posicionamiento ideológico hasta 2003. Además, realizamos una comparación entre los dos medios que nos permitirá un análisis más contextualizado y correcto.

Posteriormente, la séptima parte se centrará en el análisis de los mensajes periodísticos sobre el proceso de creación y desarrollo de las dos plataformas de televisión digital por satélite: Canal Satélite Digital y Vía Digital. Previamente, se realizará una descripción de la metodología empleada, explicando las unidades de análisis, los hitos seleccionados, las categorías utilizadas y el procedimiento que se va a aplicar y que se apoyará sobre tres ejes fundamentales que son: contextualización, descripción de cada medio y comparación.

En penúltimo lugar, tras el análisis de los mensajes periodísticos, aparecen las conclusiones de la investigación que confirmarán o refutarán las hipótesis de partida y que son la aportación de este estudio al ámbito científico. Finalmente, este trabajo concluye con una novena parte en la que se recogen las fuentes documentales que han sido utilizadas y que han aportado la base teórica y científica de esta investigación.

6.3. Selección de textos periodísticos

La elección de los diarios *El País* y *El Mundo* para el análisis de los mensajes periodísticos sobre el proceso de creación y consolidación de las plataformas de televisión digital en España no es aleatoria, sino que está justificada por varias razones. En primer lugar, porque ambos periódicos están directamente relacionados con cada una de las plataformas: *El País* a través del grupo Prisa y Sogecable en Canal Satélite Digital y *El Mundo* con Vía Digital de la que era accionista minoritario. Esta relación directa permitirá conocer la influencia de las estructuras empresariales en los mensajes periodísticos que cada medio difundió sobre las plataformas y

fundamentalmente, sobre aquellos aspectos más polémicos que marcaron el nacimiento de la televisión digital en España.

Por otro lado, ambos diarios están considerados medios de referencia por su especial implantación y carisma en el mercado español y porque producen un efecto de arrastre en relación con el resto de los medios de comunicación, sean escritos o audiovisuales. Además, *El País* y *El Mundo* se situaban durante el periodo que comprende esta investigación, desde 1996 a 2003, en los tres primeros puestos en el ranking de difusión de la prensa de información general. En concreto, en 1996, año en que comienza el análisis de esta tesis doctoral, *El País* ocupaba el primer lugar en el ranking con una tirada de 413.543 ejemplares y una audiencia de 1.419.000 lectores, mientras que *El Mundo*, con una tirada de 260.616 ejemplares y una audiencia de 1.014.000 lectores, se consolidaba como uno de los tres grandes diarios nacionales detrás de *El País* y a muy corta distancia de *ABC*. Una distancia que se reducirá años más tarde pasando a ocupar *El Mundo* el segundo lugar en el ranking de difusión de información general con una tirada en 2003 de 286.685 ejemplares y una audiencia de 1.169.000 lectores.

Asimismo, debemos señalar que la muestra temporal escogida se corresponde genéricamente con los textos de información y de opinión de los ejemplares de *El País* y *El Mundo* desde 1996 hasta julio de 2003. Una muestra en la que se han tenido en cuenta los textos de las secciones de Sociedad, Nacional, Economía y Opinión, así como los suplementos especiales de los fines de semana. Una muestra de más de dos mil doscientos textos en la que tan sólo se han quedado fuera de esta investigación aquellos publicados en la sección de Deportes ya que aunque el fútbol será un tema de análisis se estudiará desde el punto de vista que afecta a la televisión digital como empresa y negocio, y no desde la perspectiva económica que la negociación de los derechos de imagen y retransmisión de estos partidos genera para los equipos.

Con todo ello, quedó conformado el corpus de nuestra investigación, constituido por 2.104 textos periodísticos que cumple las reglas definidas por Bardin: exhaustividad, representatividad, homogeneidad y pertinencia. Posteriormente, y para facilitar el análisis de los mismos, se seleccionarán y agruparán de acuerdo con los hitos principales, es decir, aquellos acontecimientos que marcaron un punto de inflexión en la evolución de la televisión digital por satélite en España. Finalmente, dentro de cada hito, se analizarán todos los textos de opinión y los principales textos informativos atendiendo a diferentes variables formales y objetivas que se definen en el capítulo séptimo, como paso previo al análisis de los mismos. De esta forma, el número total de mensajes analizados asciende a 951 textos periodísticos.

6.4. Fuentes documentales básicas

Las fuentes utilizadas en esta investigación son muy diversas y no se reducen a las estrictamente bibliográficas. En este sentido, los autores, Juan Antonio Gaitán Moya y José Luis Piñuel Raigada, citan como fuentes principales: cartas, diarios, libros, publicaciones periódicas, documentos históricos, discos y otros registros sonoros, visuales y audiovisuales como casetes, fotografías, películas, vídeos, etc. Son precisamente éstas las fuentes que hemos utilizado siempre en nuestro trabajo⁵⁷.

El texto periodístico va a ser también una fuente documental utilizada en esta investigación, pues entendemos que el documento periodístico es una fuente primaria excepcional y fundamental para el estudioso de la Comunicación, que se concentra muy a menudo en la temática propia de la Estructura de la Información y su contexto. A diferencia del libro que significa los cimientos cognitivos, el texto periodístico de referencia completa estos cimientos y los amplía, aunque para ello requiere la participación y el trabajo del investigador.

Por otro lado, también han sido fuentes indispensables de documentación las tesis doctorales a las que hemos recurrido en búsqueda de datos o en búsqueda de referencia metodológica, así como trabajos de diferentes autores publicados en revistas especializadas en el análisis de los medios de comunicación como *Ámbitos para la Comunicación*, *Zer*, *Telos* o *CIC*, *Cuadernos de Información y Comunicación*, entre otras. Han sido un apoyo importante y valioso para la elaboración de esta investigación.

Por último, se incluyen como imprescindibles para contextualizar nuestro trabajo las decisiones, expedientes y sentencias del Tribunal Supremo y del Tribunal de Defensa de la Competencia y del Servicio de Defensa de la Competencia. Además, sirven de apoyo los acuerdos y disposiciones emanadas del Consejo de Ministros publicados en el *Boletín Oficial del Estado*, así como referencias de las comparecencias públicas de los responsables ministeriales, políticos y otros agentes implicados en la regulación de la Sociedad de la Información.

A continuación, se esbozan las fuentes documentales básicas empleadas en las distintas partes de esta investigación.

En primer lugar, para construir el marco teórico y epistemológico de esta investigación hemos recurrido principalmente a libros y artículos publicados sobre los diversos enfoques y metodologías de análisis de la Comunicación Social, fundamentalmente, la Economía Política de la Comunicación y el Análisis de Contenido. Entre los autores a los que hemos acudido para fundamentar la EPC merecen destacarse Smythe, Schiller, Murdock, Mattelart, Garnham, Mosco, Bolaño o Mastrini, además de autores españoles como Ramón Reig, Fernando Quirós, Marcial Murciano, Ramón Zallo, Francisco Sierra, Miquel de Moragas y Ana I. Segovia. Por otro

⁵⁷ Citado por Ramón Reig en *La telaraña mediática...*, Op. cit, p. 18.

lado, la fundamentación del Análisis de Contenido se basa en la bibliografía de Lasswell, Berelson, Krippendorff y especialmente, Bardin.

Asimismo, las fuentes bibliográficas también han sido las más destacadas para la fundamentación teórico-científica de la televisión. En este caso, han sido esenciales los trabajos realizados por autores tan destacados como Cebrián Herreros, Lorenzo Vilches, Francisco Sanabria, Enrique Bustamante y Ramón Zallo.

Por lo que respecta a los capítulos de carácter más histórico, es decir, aquellos que versan sobre los orígenes y desarrollo de la televisión en España y el nacimiento de la televisión digital en el contexto internacional, las fuentes empleadas han sido diversas entre las que destacan libros, anuarios, documentos audiovisuales y textos periodísticos. Especial mención merecen en este apartado los informes anuales de Fundesco coordinados por el profesor Bernardo Díaz Nosty o los distintos anuarios de *El País* y *El Mundo* que permitían acceder a una información más actualizada y enriquecida que las fuentes bibliográficas. Han sido autores de referencia para redactar estas secciones Enrique Bustamante, Ramón Reig, José María Álvarez Monzoncillo, Manuel Palacio, Miguel de Bustos y Lorenzo Díaz, entre otros.

Por último, para la descripción histórica y estructural de ambos medios se ha recurrido tanto a fuentes bibliográficas como a documentos periodísticos, informes, anuarios y entrevistas publicadas. Es la parte más histórica la que se fundamenta en los aportes bibliográficos de autores como Gérard Imbert, José Vidal Beneyto, Sara Núñez de Prado, M^a Antonia Martín Díez, Ramón Reig, M^a Cruz Seoane y Susana Sueiro. Mientras que para la descripción más estructural que corresponde a datos cambiantes constantemente, así como la evolución en las cifras de difusión, se ha recurrido a informes y anuarios así como a cifras y detalles extraídos de diferentes páginas web de las empresas y de las revistas especializadas que insertan este tipo de informaciones.

7. Antecedentes e interés actual de la investigación

El origen de esta tesis doctoral se remonta al 9 de mayo de 2002, fecha en la que Sogecable y Telefónica anunciaron el acuerdo de fusión de las dos plataformas digitales, una noticia que provocó reacciones encontradas en los medios de comunicación, la política y la economía y que generó preocupación entre los clientes ante el desconocimiento de las condiciones del acuerdo, los precios y la solución a la incompatibilidad de los descodificadores.

Durante los días posteriores, este acuerdo fue tema central de numerosas tertulias y llenó páginas de periódicos y revistas especializadas. Por su parte, el Gobierno anunciaba nuevas leyes para proteger los derechos de los ciudadanos y condicionar el acuerdo con el fin de evitar

el monopolio, mientras que en el sector económico la Bolsa reaccionaba positivamente a la fusión con el incremento del valor de las acciones de Sogecable.

Además junto a estos acontecimientos se produce la destitución de la periodista Isabel San Sebastián al frente de *El primer café* de Antena 3 después de cinco temporadas. Este hecho estuvo motivado por la decisión de los responsables de la cadena de prohibir la participación en la tertulia del director de *El Mundo*, Pedro J. Ramírez. Tras comunicar públicamente su posición en contra de esta medida, la periodista Isabel San Sebastián fue destituida, un hecho que pone de manifiesto la importancia de las relaciones estructurales. Baste recordar, que en aquel momento, Antena 3 pertenecía a Telefónica (Grupo Admira), presidida por César Alierta, quien ocupaba muchas páginas en el diario *El Mundo*, pues junto al anuncio de fusión de las plataformas se había hecho público un caso de información privilegiada por el cual supuestamente un sobrino de César Alierta había ganado 390 millones de pesetas (2,34 millones de euros) comprando acciones de Tabacalera cuando su tío era presidente.

Todos estos hechos coinciden cronológicamente con el momento en el que esta doctoranda está finalizando el periodo de docencia dentro del programa de Doctorado "Periodismo, Comunicación e Información: Teorías, Métodos y Sistemas"⁵⁸ y era el momento de definir un tema de estudio para el trabajo de investigación que habría que realizar para superar el siguiente periodo del Doctorado y así obtener el Diploma de Estudios Avanzados que nos permitiría la realización de la posterior tesis doctoral.

Las diferentes reacciones y consecuencias al anuncio de fusión de las dos plataformas de televisión digital por satélite en España pusieron de manifiesto la importancia de los intereses económicos, políticos y estructurales y despertaron el interés de la doctoranda por conocer profundamente las condiciones en las que se había producido el acuerdo y sus resultados, así como el camino recorrido desde el origen de las plataformas hasta su fusión, más de siete años marcados por las polémicas, los encuentros y las divergencias entre Canal Satélite Digital y Vía Digital.

Además, el estudio del origen y evolución de las plataformas digitales a través de los mensajes periodísticos está motivado por las inquietudes profesionales y personales de la doctoranda como periodista. Los medios de comunicación a través de sus informaciones sobre las plataformas de televisión digital configuraron el universo de conocimientos de los usuarios en esta materia y ayudaron a introducir en la sociedad española el nuevo modelo de televisión que significaba la televisión digital por satélite. Además, la elección de *El País* y *El Mundo* para esta investigación nos permitiría conocer no sólo qué importancia tuvo la implantación de este cambio tecnológico en sus páginas sino también la influencia de sus intereses estructurales en los mensajes publicados.

⁵⁸ Este programa de doctorado era impartido por el extinto Departamento de Periodismo de la Universidad de Sevilla.

La implantación de la televisión digital por satélite en España fue un acontecimiento tecnológico con amplia repercusión en el espectro audiovisual y uno de los procesos empresariales más intrincados del sector televisivo español. Su repercusión fue tan importante que sus consecuencias siguen vigentes actualmente: la televisión digital por satélite fue el primer paso del modelo audiovisual que hoy conocemos e introdujo un nuevo concepto de televisión que implicaba un cambio radical con el sistema convencional analógico. La televisión digital por satélite adquirió tal importancia que implicó unas circunstancias y consecuencias que sobrepasaron el límite sectorial de la comunicación.

Por otro lado, la importancia de la televisión también se refleja en los datos de consumo y de ingresos y gastos que este medio y en concreto la televisión digital genera en Europa. En el año 2003, España era el tercer país de Europa con mayor consumo de televisión, con un promedio de cuatro horas diarias⁵⁹. Además, según Italmidia Consulting y New Media Markets, el ranking del gasto medio europeo en televisión de pago por mercados situaba a España en el tercer lugar con 348 euros, después de Reino Unido con 552 euros e Italia con 378 y por delante de Francia con 336 euros. Respecto al volumen de ingresos europeos en 2003 por el concepto *pay per view*, tabulado en millones de euros, España con 141 también ocupaba el tercer puesto precedida por Reino Unido con 175,8 y Francia con 151,5 y seguida de Italia con 48,8 millones de euros⁶⁰.

Desde el anuncio de fusión de las plataformas de televisión digital en España, han sido varios los estudios que se han centrado en este tema, si bien, sus autores han elegido un momento concreto para su investigación o bien una perspectiva distinta a la que se aborda en esta tesis doctoral. Sin embargo, estas investigaciones previas llevadas a cabo por la comunidad científica nos han permitido partir de un nivel de conocimientos ya consolidado y que han proporcionado los puntos de partida y las claves para poder avanzar.

Entre los estudios previos y concretos de la televisión digital por satélite en España, deben destacarse a Gema Alcolea, María José Pérez Serrano, Juan Carlos Gil González, Ángeles Durán Máñez, Francisco Fernández Beltrán y Sagrario Beceiro Ribela. La primera de ellas publica *La televisión digital en España*⁶¹, una obra descriptiva acerca del origen y evolución de las plataformas digitales de televisión por satélite pero centrada en las estrategias comerciales y de contenidos utilizadas por Canal Satélite Digital y Vía Digital desde sus comienzos hasta el anuncio de fusión.

⁵⁹ Estos datos fueron publicados por *El País* el 30 de junio de 2003 con el titular "España, el tercer país de Europa con mayor consumo de televisión".

⁶⁰ PÉREZ SERRANO, María José: *La concentración de medios en España: análisis de casos relevantes en radio, prensa y televisión*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, 2004, p. 719.

⁶¹ Alcolea, Gema. *La televisión digital en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla. 2003.

Por su parte, María José Pérez Serrano aborda en su tesis doctoral, *La concentración de medios en España: análisis de casos relevantes en radio, prensa y televisión*, el estudio del proceso de integración de las dos plataformas de televisión digital por satélite pero desde la perspectiva empresarial, analizando la operación y sus resultados para concluir si el proceso incurre en situaciones de predominio del mercado. En concreto, el periodo analizado por esta investigadora abarca desde el 30 de octubre de 2002 hasta el 30 de enero de 2003. También desde la perspectiva de lo que significa la operación financiera de fusión, Juan Carlos Gil González publica *Vía Digital y Canal Satélite Digital o el advenimiento de una nueva tiranía*⁶².

Los investigadores Ángeles Durán Máñez y Francisco Fernández Beltrán presentan en las quintas Jornadas de Fomento de la Investigación de la Universidad Jaume I una investigación sobre el papel de los medios de comunicación en procesos negociadores y analizan los modelos desarrollados en el conflicto entre Canal Satélite Digital y Vía Digital en el periodo comprendido entre noviembre de 1996 y noviembre de 1997⁶³.

Por último, Sagrario Beceiro Ribela, doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, ha centrado parte de su investigación en el nacimiento de la televisión digital de pago por satélite en España y en Europa en el periodo comprendido entre 1996 y 2003, pero desde una perspectiva histórica y descriptiva, centrándose en las ofertas que ofrecían, la regulación legislativa y la evolución del número de abonados⁶⁴. Sus líneas de investigación se centran en las industrias culturales, la política audiovisual y las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación.

Si bien estos estudios anteriores comprenden los antecedentes inmediatos de esta investigación, hay numerosas obras sobre la televisión en España que constituyen el contexto general y el marco previo de conocimientos y que están recogidas en las fuentes documentales de esta tesis doctoral.

Sin embargo, no existe ningún trabajo de investigación que aborde este tema desde el origen hasta la fusión de las dos plataformas a través de los mensajes publicados por *El País* y *El Mundo*. Por ello, creemos que el interés actual de la investigación realizada y su importancia científica radica en la necesidad de un estudio científico, independiente, preciso y profundo que desde el análisis, la descripción y la comparación nos lleve a comprender el origen y evolución de la televisión digital por satélite en España y la importancia e influencia de las relaciones estructurales en los mensajes periodísticos.

⁶² GIL GONZÁLEZ, Juan Carlos: "Vía digital y canal satélite digital o el advenimiento de una nueva tiranía" en *Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información*. Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, Sevilla, 2003.

⁶³ DURÁN MÁÑEZ, Ángeles y FERNÁNDEZ BÉLTRÁN, Francisco: "El papel de los medios de comunicación en procesos negociadores. Análisis de los modelos desarrollados en el conflicto entre Canal Satélite Digital y Vía Digital" en *Forum de Recerca*. Número 5. V Jornades de Fomento de la Investigació de la Universitat Jaume I, curso 1999-2000.

⁶⁴ BECEIRO RIBELA, Sagrario: "El nacimiento de la televisión digital de pago por satélite en España" en *Trípodos*. Número 26, Barcelona, 2010.

8. Dirección de la tesis

Para dirigir y coordinar esta tesis doctoral se eligió a un profesor con amplia experiencia docente e investigadora y cuya línea de trabajo, centrada en el estudio de las estructuras mediáticas, a nivel nacional e internacional y en el análisis crítico de mensajes, coincidía con el objeto de estudio y los objetivos planteados en esta investigación. A continuación se detallan de manera resumida las principales líneas curriculares del catedrático Ramón Reig.

Ramón Reig es licenciado en Geografía e Historia y realizó sus estudios de Tercer Ciclo en Antropología Social y en Comunicación, todo por la Universidad de Sevilla, obteniendo su Doctorado en Ciencias de la Información con un trabajo titulado *El control de la comunicación de masas: bases estructurales y psicosociales*, que mereció la calificación de Cum Laude por unanimidad.

Actualmente, es catedrático de Estructura de la Información en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla y hasta octubre de 2012 ejerció como director del Departamento de Periodismo II de esta misma Universidad. Además, está al frente del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (recogido en el III Plan Andaluz de Investigación con el código HUM-618) y cuya línea de investigación se concreta en el estudio de la dinámica histórica de la Comunicación y de las estructuras de poder interrelacionadas que tienen lugar en el seno de esa dinámica, así como de los mensajes que emanan a partir de dichas estructuras. Este grupo edita la revista *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* y la colección de libros *Ámbitos para la Comunicación*.

Entre sus funciones también debe destacarse la coordinación del programa de doctorado internacional Comunicación y Cultura en la Sociedad de la Información, impartido por el Departamento de Periodismo II en la Universidad Autónoma de Chihuahua (México) y en la Universidad Modelo de Mérida (Yucatán, México).

Asimismo, ha acudido y sigue asistiendo como profesor visitante o ponente a diversas universidades españolas como el País Vasco, Carlos III de Madrid, Santiago de Compostela, CEU-San Pablo y Valencia, entre otras, así como a universidades latinoamericanas como La Habana, en Cuba, Cartagena de Indias, en Colombia y Yucatán en México, entre otras.

Su labor investigadora se ha visto reflejada en la publicación de diferentes obras como: *La mente global. Un estudio sobre análisis y estructura de la información* (1994); *La información binaria. Emotividad y simplicidad en el periodismo* (1994); *El control de la comunicación de masas* (1995); *Medios de comunicación y poder en España* (1998); *Periodismo de investigación y pseudoperiodismo* (2000); *El éxtasis cibernético. Comunicación, Democracia y Neototalitarismo a principios del siglo XXI* (2001); *Dioses y diablos mediáticos. Cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación* (2004); *El periodista en la telaraña* (2007) entre otras. Las últimas obras de su prolífica trayectoria son: *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla* (2010); *Todo Mercado* (2012) y *Crisis del sistema, crisis del*

periodismo. Contexto estructural y deseos de cambio (2015). Asimismo, ha coordinado junto a otros profesores varias obras, ha publicado artículos en revistas científicas y ha participado como ponente en numerosas Jornadas y Congresos.

Junto a esta trayectoria docente e investigadora, Ramón Reig cuenta con una extensa labor profesional en diferentes medios de comunicación desde 1975. Por lo que respecta a la prensa, trabajó como redactor en varios periódicos: *El Correo de Andalucía*, *Semanario Tierras del Sur*, *La Vanguardia*, *Mundo Obrero*, *ABC* o *Diario 16*. En cuanto a la radio, colaboró entre otras en *Cadena 80*, *Radio América* o *Radio Cadena Española* donde dirigió y presentó programas sobre Universidad, Educación y Cultura. Asimismo, su experiencia profesional abarca también a productoras de televisión y gabinetes de comunicación: responsable del gabinete de comunicación de la Federación de Empresarios del Metal de Andalucía (FEDEME), periodista de la Oficina del Portavoz del Gobierno y del Instituto de Fomento de Andalucía (Junta de Andalucía), fundador y responsable del gabinete de comunicación de Nuevas Iniciativas del Sur, asesor de las productoras Cibeles TV, Arteseros TV y Proyek TV.

| *Segunda parte*

**MARCO TEÓRICO: FUNDAMENTACIÓN
TEÓRICO-METODOLÓGICA DE LA
INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN
SOCIAL**

1. Introducción

El marco teórico y metodológico que fundamenta esta investigación se apoya en dos pilares fundamentales: la Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura, por un lado, y el Análisis de Contenido, por otro. La primera de ellas entendida como la mejor línea teórica y la más completa para abordar el estudio de la globalización⁶⁵, una base teórica que nos permite construir un análisis social comprensivo e integral de los sistemas de comunicación masiva. Y por otro lado, el Análisis de Contenido que desde una perspectiva estructural, un planteamiento crítico y una lógica discursiva es la herramienta metodológica adecuada que nos permite profundizar en la dimensión esencial del mensaje periodístico: su significación latente o implícita. Es por tanto una investigación dialéctica, en la que se conjuga el enfoque epistemológico de la Economía Política de la Comunicación con la articulación de una metodología concreta, el Análisis de Contenido.

Para comprender este enfoque, es necesario conocer las distintas aportaciones de la teoría comunicativa, trazar una visión general que nos permita conocer los fundamentos de nuestros métodos y los conceptos que se van a emplear. Por ello, en las próximas páginas recogemos una síntesis de la teoría comunicativa en Estados Unidos y en Europa, analizando los distintos orígenes desde los que se desarrolla cada una de ellas y sus aportaciones teóricas. Nos centraremos de manera especial en las aportaciones europeas, revisando los estudios de Marx y Freud, como antecedentes del enfoque crítico, la Escuela de Frankfurt y los Estudios Culturales, corrientes que pertenecen a la perspectiva crítica. Una revisión global que nos conducirá hasta el concepto de estructuralismo y el enfoque estructural.

Posteriormente, y tras fundamentar los orígenes de la teoría comunicativa, nos centraremos en las dos corrientes en las que se apoya esta investigación. En primer lugar, la Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura, una escuela de pensamiento que ha logrado una considerable implantación internacional. Revisaremos sus precursores tanto en Norteamérica como en Europa, las reformulaciones posteriores y los fundamentos sobre los que se sustenta esta corriente. Además, dedicaremos un apartado concreto a la Economía Política de la Comunicación en España y América Latina, por su especial significación. Tras ello, realizaremos una fundamentación teórico-metodológica del Análisis de Contenido, trazando sus orígenes, su historia y su evolución con el objetivo de contextualizar este estudio para, finalmente, concluir con los principios desde los que se entiende la Economía Política de la Comunicación como base teórico metodológica del análisis de contenido.

Esta revisión desde los orígenes de la teoría comunicativa hasta las corrientes actuales, pondrá de manifiesto por un lado, la complejidad del objeto de estudio y por otra, la carencia de una disciplina científica específica desde la que abordar la comunicación. Para nuestra

⁶⁵ REIG, Ramón: *Estructura y mensaje en la sociedad de la información*. Colección "Cuadernos del Master". Mergablum, Edición y Comunicación, S.L., Sevilla, 2003, p. 9.

investigación nos centraremos en aquellas perspectivas que se han ocupado de la comunicación como “los procesos de producción, transmisión y recepción de contenidos simbólicos a través de las instituciones de los medios”, rasgos esenciales de la comunicación mediática, término que J. Igartua y María L. Humanes consideran más adecuado frente a la denominada “comunicación de masas”. En este mismo sentido, Daniel E. Jones considera que el término “comunicación de masas” está desfasado debido a la fragmentación de las audiencias provocada por la tecnología digital y prefiere hablar de comunicación social, como un todo que englobaría a las distintas formas existentes⁶⁶.

Asimismo, y a pesar del crecimiento que ha experimentado en los últimos años la teoría comunicativa, no existe un sistema coherente de aproximaciones teóricas, una disciplina científica concreta. Por el contrario, lo que encontramos son distintas perspectivas teóricas que presuponen principios epistemológicos y ontológicos en ocasiones muy alejados entre sí. Según Daniel E. Jones, esto se ha debido a “que los fenómenos comunicativos de masas se encuentran en el epicentro de las relaciones sociales, políticas, culturales y tecnológicas, y son necesariamente complejos y polifacéticos, por lo que no se agota su estudio desde una sola perspectiva científica”⁶⁷.

2. Síntesis de la teoría comunicativa en Estados Unidos

La formación de la teoría de la comunicación en Estados Unidos se desarrolla a partir de la sociología y, desde 1910, la comunicación en ese país estará vinculada al proyecto de construcción de una ciencia social sobre bases empíricas. Aunque desde esa fecha ya surgen los primeros estudios que reflexionan sobre la función asimiladora de los periódicos, la naturaleza de la información y la profesionalidad del periodismo, enmarcados en la Escuela de Chicago, las principales aportaciones de este Centro están dedicadas a la cuestión de la inmigración y a la integración de los inmigrantes en la sociedad norteamericana.

Por ello, tomamos como punto de partida y origen de la teoría comunicativa en Estados Unidos, al igual que otros muchos teóricos, 1927, la fecha de publicación del libro *Propaganda techniques in the World War*, de Harold D. Lasswell. A partir de ahí, se inicia una preocupación por la propaganda política y surge la Mass Communication Research, una corriente de investigación de carácter marcadamente descriptivo e integrada en el sistema social existente.

⁶⁶ ARBOLEDAS MÁRQUEZ, Luis L. (tesis doctoral): *La industria radiofónica en Andalucía: dependencia económica y control político (1982-2008)*. Dirigida por la Dra. Montse Bonet Bagant y el Dr. Víctor Herrero Solana. Universidad de Granada, 2008, p. 22.

⁶⁷ JONES, Daniel E.: “Aproximación teórica a la Estructura de la Comunicación Social”. *SPHERA PÚBLICA. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, número 5, Murcia, 2005, p. 22.

2.1. Mass Communication Research

El nacimiento de esta corriente es, como toda teoría científica, consecuencia de un determinado contexto y deudora de una tradición cultural. En concreto, la Mass Communication Research es consecuencia de los complejos problemas políticos y económicos que se suceden entre la Primera Guerra Mundial y la Segunda Guerra Mundial y surge en relación con el interés suscitado por la explosiva irrupción de las masas que se concibieron como elemento diferenciador y constituyente de una nueva organización social: la sociedad de masas.

Unos años después de su libro, en 1948, fue también Lasswell quien dotó de un marco conceptual a la corriente norteamericana con su fórmula “¿Quién dice qué por qué canal a quién y con qué efecto?”, pues hasta entonces esta corriente solo contaba con una serie de estudios de carácter monográfico. Esta fórmula sirvió, además, para establecer los distintos campos de investigación de los procesos comunicativos: análisis de control, análisis de contenido, análisis de los medios de comunicación o soportes, análisis de la audiencia y análisis de los efectos.

Aunque todos los teóricos reconocen el mérito de Lasswell de haber delimitado los distintos campos de investigación, no pocos lo responsabilizan de “haber inducido la investigación de la comunicación de masas a un fraccionamiento de su objeto de estudio, a una interpretación aislada de los distintos elementos que componen el proceso comunicativo”⁶⁸.

Este autor definió también las tres funciones que cumple la comunicación masiva: supervisión o vigilancia del entorno, correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno y la transmisión de la herencia cultural. Algo más tarde, los sociólogos Paul F. Lazarsfeld y Robert k. Merton añadirían una cuarta función: el entretenimiento.

Será precisamente Paul F. Lazarsfeld quien será considerado el “padre” de la investigación norteamericana y con él se inicia propiamente la Mass Communication Research. La aportación de este sociólogo vienés, afincado en Estados Unidos y director de la Princeton Office of Radio Research, significa la aparición de la sistematización científica de los estudios de la audiencia.

Los primeros estudios norteamericanos ponen de manifiesto las tres grandes preocupaciones de esta corriente: el estudio de la propaganda política, el estudio de los efectos provocados por el crecimiento de los medios de comunicación técnicos y el estudio de la utilización comercial-publicitaria de los medios de masas. Tres objetos de estudio, que condicionan aproximaciones teóricas distintas. El propio Lazarsfeld, en 1952, afirma que “en la esfera política, el interés por la propaganda es abordado por el análisis de contenido; en la esfera moral-cultural, los problemas se afrontan desde la perspectiva del análisis de los efectos; y en la esfera comercial,

⁶⁸ MORAGAS, Miquel de: *Teorías de la comunicación de masas*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1981, p. 22.

los problemas de la publicidad radiofónica se afrontan desde la perspectiva del análisis de la audiencia”⁶⁹.

Una de las críticas más habituales a la ciencia de la comunicación en Estados Unidos es que sólo ha desarrollado tres de las cinco áreas que se planteaban en el paradigma de Lasswell: el área de los efectos, el área de contenido y el área de las audiencias.

Será a partir de los años 50 cuando los estudios sobre los efectos y las audiencias vayan adquiriendo cada vez más importancia. Lo que en un primer momento era analizado como una consecuencia derivada y lógica de la acción de los medios pasa a centrar las investigaciones de esta corriente. Por eso, se distinguen dos etapas diferenciadas que Blanca Muñoz define así⁷⁰:

- Un primer momento, que finaliza con la Segunda Guerra Mundial y en el que se plantea la comunicación de masas como un estudio objetivo y científico articulado en cierto modo en torno al paradigma de Lasswell.
- Un segundo momento, desde finales de la Segunda Guerra Mundial, en el que se privilegia cada vez más el tema de los efectos hasta llegar a convertirse casi exclusivamente en una teoría de los efectos.

A pesar de las distintas etapas, en general, las investigaciones acerca de la comunicación respondían a necesidades reales, eran encargadas y financiadas por el gobierno o por instituciones privadas con el fin de obtener una información que facilitara la adopción de medidas políticas o económicas, eran investigaciones instrumentales cuyos resultados servían para controlar el poder o para obtener beneficios. Luis Arboledas señala que esta corriente se dotó de una serie de instrumentos como fueron las encuestas, los paneles, los cuestionarios y los experimentos, y que entroncó así con la perspectiva experimental, con los métodos empíricos tan en boga en las ciencias sociales norteamericanas, impregnadas todas ellas de un espíritu pragmático⁷¹.

2.2. Investigación Administrativa vs. Teoría Crítica

Frente a la corriente instrumental y pragmática de la Mass Communication Research, surge en los años 40 una posición crítica que comienza a formarse en torno a Adorno y Horkheimer y a su concepto de “industria cultural”. Dos tradiciones académicas que se inscriben en corrientes ideológicas diferentes: por un lado la “integrada” de la Mass Communication Research, de origen funcionalista, y por otro, la “crítica” de la Escuela de Frankfurt, de origen marxista.

⁶⁹ MORAGAS, Miguel de: Op. cit., p. 28.

⁷⁰ MUÑOZ, Blanca: *Cultura y Comunicación, Introducción a las teorías contemporáneas*, Ed. Barcanova, Temas Universitarios, Barcelona, 1989, p. 52.

⁷¹ ARBOLEDAS MÁRQUEZ, Luis L.: Op. cit., p. 23.

Las aportaciones y estudios de los teóricos de estas corrientes muestran, tal y como sostiene Miquel de Moragas, que “la historia de la investigación sobre comunicación de masas responde, en grandes líneas, a dos posiciones identificables ideológicamente como contradictorias: una de rechazo del sistema social imperante a través de la crítica a la cultura de masas y a la dependencia cultural, y otra, de aceptación del sistema desde un elogio a la función social, participación y cohesión que posibilita el fenómeno comunicativo.”⁷²

Fue precisamente, Paul Lazarsfeld, considerado uno de los padres fundadores de la Mass Communication Research, quien dio nombre a estas dos corrientes contradictorias: la “Investigación Administrativa” y la “Teoría Crítica”.

El origen de la Teoría Crítica hay que situarlo en Alemania en los años treinta, donde nace como un gran proyecto filosófico en el Instituto de Investigación Social de Frankfurt, conocido como Escuela de Frankfurt. Si bien, no comenzará a plasmarse hasta una década más tarde en Estados Unidos, donde Max Horkheimer y Theodor W. Adorno continúan su labor investigadora, tras tener que exiliarse por el nazismo. Con la llegada de Horkheimer y Adorno a Estados Unidos, y su integración en equipos de investigación sobre los medios de comunicación masiva, comienza la interpretación crítica de estos medios y la crítica cultural se convierte en el centro de su reflexión. En este sentido, apunta Miguel Roiz:

*“Adorno y Horkheimer nunca aceptaron la filosofía de una investigación orientada a los intereses de la administración pública y privada norteamericana, cuyos objetivos se concentraban en un mayor conocimiento de los medios de comunicación y sus audiencias, y en ponerlos a disposición del control de la propaganda institucional y persuasión publicitaria. La Teoría Crítica, por el contrario, intentaba investigar los mecanismos de control que se utilizaban en el proceso (por quiénes, por qué y cómo) de la comunicación de masas y en la naturaleza comercial del sistema comunicativo norteamericano orientado a la manipulación de las actitudes y comportamientos de los receptores, así como a crear mecanismos de evasión e incluso de oscurantismo”.*⁷³

Los principios básicos de la Teoría Crítica aparecen en la obra de Adorno y Horkheimer, *Dialéctica de la Ilustración*, escrita en Estados Unidos y difundida de forma restringida en 1944. En este texto se recoge el concepto de industria cultural, la descripción de la cultura como mercancía destinada a un mercado de masas, lo cual impone la estandarización y la homogeneización para adaptarse al gusto de la masa; la racionalidad técnica como expresión del dominio que la industria cultura reproduce; la conversión del sujeto autónomo en consumidor no soberano, en objeto de la industria.

⁷² MORAGAS, Miquel de: Op. cit., p. 10.

⁷³ ROIZ, Miguel: *Sociología de la comunicación y la cultura de masas*, Ediciones del Laberinto, S.L., Madrid, 2005, p. 191.

Frente a la teoría social norteamericana de carácter empírico y cuantitativo destinada al análisis del proceso comunicativo y social a través de estudios parciales, como unidades aisladas evitando articular la totalidad social, los autores críticos se proponen analizar e interpretar la cultura de masas y su contexto social, la Teoría Crítica se presenta como una teoría de la sociedad entendida como un todo. Una perspectiva de conjunto que los autores destacan como el rasgo que le confirió originalidad a la Escuela de Frankfurt.

En un intento por acercar las dos corrientes y esperando que la “investigación crítica” revitalizara la “investigación administrativa”, el propio Lazarsfeld contrató a Adorno con el fin de que participara en investigaciones sobre la radio norteamericana y confiando en que su colaboración sirviera “para desarrollar una convergencia entre la teoría europea y el empirismo norteamericano”. Pero, como recoge Armand Mattelart, su esperanza acabó finalmente en frustración⁷⁴.

La investigación administrativa hegemónica evolucionó centrándose en los estudios sobre los efectos que producían los mensajes sobre las audiencias y alabando las bondades del sistema, pero sin preocuparse de dos elementos fundamentales del paradigma de Lasswell: los emisores (controladores políticos o económicos) que pagaban las investigaciones y los canales (diferentes medios de comunicación) que distribuían los contenidos.

Precisamente ese nulo interés por el quién dice las cosas constituirá precisamente una de las más frecuentes críticas a esta corriente. En este sentido, Luis Arboledas señala un artículo publicado originalmente en 1961 en la revista francesa *Communications* de Morriz Janowitz y Robert O. Schulza y en el que realizan una tímida crítica a esta carencia de la escuela administrativa, una crítica que tiene más valor porque se manifestó por expertos pertenecientes a esa misma corriente. Más radical y explícito fue sin embargo Herbert I. Schiller, quien aseguró que los monopolios norteamericanos provenían de la investigación y las metodologías que precisaban para su mantenimiento y expansión⁷⁵.

Por su parte, la corriente crítica toma en consideración el contexto social y realiza una redefinición de los procesos de comunicación, centrandos sus estudios en los emisores y los canales, dos de los elementos olvidados por la investigación administrativa. Un enfoque crítico, minoritario frente a la corriente dominante, pero que será el germen de propuestas alternativas y nuevas escuelas en Estados Unidos y en Europa, que pondrá de manifiesto la superación de la investigación administrativa promovida por los sociólogos norteamericanos.

⁷⁴ MATTELART, Armand: *Historias de la teoría de la comunicación*, Paidós, Barcelona, 1997, p. 53.

⁷⁵ ARBOLEDAS MÁRQUEZ, Luis L.: Op. cit., p. 25.

3. Origen de la teoría comunicativa en Europa

A diferencia de Estados Unidos, en Europa los estudios de comunicación estuvieron paralizados hasta cerca de los años sesenta, como consecuencia de la situación económica en que quedó el continente después de la Segunda Guerra Mundial y de las repercusiones que ésta tuvo en los ámbitos comunicativo y cultural.

Además, en Europa no se puede hablar de una corriente como en la investigación norteamericana ya que se trata de una investigación mucho más fragmentada, aunque autores como Rodrigo Alsina opinan, que dentro de su pluralismo, la investigación europea posee rasgos comunes y es cada vez más homogénea.

La teoría de la comunicación en Europa es una síntesis de postulados procedentes de las teorías del conflicto, el psicoanálisis y la filosofía dialéctica y su característica principal es su posicionamiento crítico ante los fenómenos comunicativos.

Inspirados por un marxismo en ruptura con la ortodoxia, los filósofos de la Escuela de Frankfurt, exiliados en Estados Unidos, se inquietan por el devenir de la cultura desde los años cuarenta. Veinte años más tarde, el movimiento estructuralista, nacido en Francia, opone el método empirista al redescubrimiento de la ideología y en esos mismos años sesenta, el grupo Birmingham inaugura, en Gran Bretaña, los Estudios Culturales.

3.1. Marx y Freud, antecedentes del enfoque crítico

Los fundamentos teóricos de la investigación europea, centrada en el análisis de la estructura y la función de los mass-media, parten de las aportaciones temáticas y metodológicas de Marx y Freud, quienes facilitan las interpretaciones sobre las relaciones entre comunicación, contenidos, la ideología y sus conexiones de tipo irracional. En este sentido, como apunta Blanca Muñoz, si repasamos las tres grandes líneas de investigación europea sobre comunicación de masas nos encontramos que han sido los aspectos de ideologización colectiva y de mitologización los que vertebran sus planteamientos⁷⁶.

En concreto, a Marx se le deben los fundamentos metodológicos y conceptuales adecuados para efectuar un análisis de las superestructuras en cuanto ideologías estructuradas a través de los procesos de alienación, fetichización o cosificación. Marx dejó claro el concepto de la estructuración de la sociedad conformada por dos partes o en dos niveles: una infraestructura material-económica y una superestructura ideológica. El proceso de producción y sus tecnologías determinan el modo infraestructural, mientras que las ideas que se le superponen definen la cosmovisión superestructural.

⁷⁶ MUÑOZ, Blanca: Op. cit., p. 393.

Con la obra de Marx, entramos de una manera directa en la interpretación contemporánea de los fenómenos de masa y de las masas concretas: las industrias e industrializadas. Son las investigaciones marxianas las que, dan una interpretación global de las conexiones dialécticas entre conciencia y realidad material cotidiana.

Rosalba Mancinas señala que la primera aportación que Marx hace a los estudios de comunicación es un esclarecimiento del fundamento profundo de la sociedad capitalista, la estructuración de las relaciones humanas a través del mercado y del intercambio mediante dinero. Al sentar las bases de la economía política, Marx afirmaba que en la sociedad capitalista, la clase dominante genera un sistema cultural que estructura una serie de valores para perpetuar su dominación, por un lado, dentro de su propia sociedad, y por otro lado, fuera de la propia sociedad con fines imperialistas⁷⁷.

La teoría marxiana entiende el conjunto de la sociedad como un complejo sistema comunicativo. Comunicación mediada por el fenómeno histórico de la alineación. De acuerdo con un tipo general de forma industrial capitalista, los medios de comunicación son un instrumento de producción, con factores de producción y relaciones de producción, que operan ideológicamente diseminando las ideas y las visiones del mundo de la clase dominante, negando las ideas y visiones del mundo alternativas que pueden conducir al cambio o a una creciente concienciación de la clase obrera de sus intereses, impidiendo la movilización de esta conciencia en oposición política activa y organizada. Según Marx, en la comunicación ideologizada de las sociedades industriales, el grupo dominante, el que posee los medios de transmisión, creación y difusión de las ideas, introduce un sistema de valores que condicionan la conducta y la percepción colectiva.

Denis Mcquail señala que “la complejidad de estas proposiciones conducirán a distintas variantes de análisis de inspiración marxista de los medios de comunicación modernos, que en su conjunto se pueden identificar como teorías político-económicas, teoría crítica, teoría de la hegemonía de los medios de comunicación. La primera de estas teorías se atiene más a la tradición materialista marxista, poniendo el énfasis en los factores económicos (básico), mientras que las dos últimas guardan más relación con los elementos ideológicos (supraestructurales)”⁷⁸.

Por otro lado, los estudios de psicoanálisis de Freud no sólo abarcan aspectos relativos a la psicología individual, sino que en las últimas décadas se están aplicando sus contribuciones al estudio de los fenómenos masivos. Rosalba Mancinas señala que este autor construyó una cosmovisión radicalmente nueva en la interpretación causal de los fenómenos psíquicos y su

⁷⁷ MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba (tesis doctoral): *La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua: prensa, radio, televisión e Internet*. Dirigida por el Dr. Ramón Reig, Universidad de Sevilla, 2009, p. 65.

⁷⁸ MCQUAIL, Denis: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona, 2000, pp. 92-93.

función histórica. Si Marx había planteado una metodología para la comprensión y la transformación de la sociedad dividida en clases, Freud elaboró una teoría abarcadora de la psique y una metapsicología que influiría en la totalidad de las construcciones teóricas posteriores.

Para Blanca Muñoz, Freud aporta al análisis de la colectividad y de una manera implícita de la intercomunicación los siguientes aspectos: “Una teoría de la acción social de la masa entendida ésta como consecuencia de unos procesos instintivos desplazados y desde una perspectiva comunicativa, una enunciación psicológica de los niveles simbólicos que emergen y desplazan a los niveles de conceptualización casual”⁷⁹.

Además, en relación con la teoría de la comunicación, Rosalba Mancinas señala que el estudio de los procesos simbólicos, considerados como mecanismos de defensa del individuo y sociedad, hizo posible la unificación de la metapsicología con el pensamiento marxiano. Los mecanismos de defensa del individuo explican, en gran medida, los sistemas de conocimiento y de cultura que los mass-media crean y articulan.

Para Blanca Muñoz:

*“La identificación de la colectividad con unos contenidos específicos, la capacidad con que el mismo individuo proyecta sobre su conciencia esos mensajes y cómo compensa a la vez con ellos su existencia diaria y, finalmente, cómo el grupo social dominante logra que el sujeto-masa sublime sus finalidades encauzándolas hacia una lógica del deseo del sistema postindustrial confirman la validez epistemológica y metodológica de la propuesta freudiana. Propuesta que se presenta como la herencia común de los estudios que sobre lo simbólico y sus formaciones harán tanto los dialécticos frankfurtianos como los partidarios de la razón estructural”*⁸⁰.

La herencia freudomarxista que recogen Horkheimer, Adorno y Marcuse, en la primera generación, y Offe, Wellmar y Habermas, hace comprensible su interés determinante para comprender el desarrollo tanto teórico como empírico de la escuela de Frankfurt y de otras teorías complementarias de gran interés.

3.2. La perspectiva crítica: la Escuela de Frankfurt y los Estudios Culturales

Dentro de la perspectiva crítica, autores como Rodrigo Alsina, sitúan a la Escuela de Frankfurt, la Economía Política y los Estudios Culturales. A continuación, se recogen los principios de dos de estas teorías, pues la Economía Política será objeto de un epígrafe posterior.

⁷⁹ MUÑOZ, Blanca: Op. cit., p. 101.

⁸⁰ MUÑOZ, Blanca: Op. cit., p. 102.

El origen de la perspectiva crítica de la Escuela de Frankfurt data de 1930, cuando Horkheimer, a quien se acaba de otorgar una cátedra de Filosofía Social en la Universidad, toma la dirección del Instituto de Investigación Social, afiliado a la Universidad de Frankfurt, e imprime un nuevo rumbo al programa cuyo objeto de estudio era la economía capitalista y la historia del movimiento obrero. Desde ese momento, el método marxista de interpretación de la historia se ve modificado por instrumentos tomados de la filosofía de la cultura, la ética, la psicología y de la “psicología de las profundidades” en un claro intento de unir los fundamentos teóricos de Marx y los de Freud.

Rosalba Mancinas, señala que, de hecho, fueron los miembros de la Escuela de Frankfurt quienes al estudiar la forma en que la estructura económica domina lo más distintos niveles de la estructura cultural y penetra en los dominios psíquicos que determinan la estructura de los valores, los deseos, las normas y las represiones del placer, aportaron a las ciencias sociales la visión original de recuperar el análisis crítico, marxista, el estudio psicológico y su perspectiva freudiana. Al incluir las aportaciones de la psicología crítica de la sociedad se pretendía lograr el reconocimiento de los factores psicológicos profundos mediante los cuales la economía determina los comportamientos sociales e individuales⁸¹.

A partir de mediados de los años 40, Adorno y Horkheimer crean el concepto de “industria cultural” y analizan la producción industrial de los bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía. A la Escuela de Frankfurt se les debe la definición de industria cultural como rasgo sustantivo de la sociedad de masas y las diferencias que establecieron entre cultura tradicional y cultura industrializada, siendo esta última parte del modo de producción del capitalismo.

Aunque no se puede hablar de la Escuela de Frankfurt como una investigación homogénea. Son Horkheimer, Adorno y Marcuse quienes articulan de una forma preferente el estudio de los fenómenos culturales en la sociedad postindustrial desde la categoría filosófica y de totalidad. Frente a la creencia de la acción social de unos medios independientes del poder, la teoría crítica permite comprobar una dependencia inexorable de los sistemas de comunicación de masas respecto de empresas dedicadas a la tecnología.

El problema del emisor (quién dice qué), que será uno de los puntos centrales de la investigación en Europa, lo recoge la Escuela de Frankfurt en la *Dialéctica del Iluminismo* donde se refería a los poderes económicos y políticos que movían la comunicación de la siguiente manera:

- La comunicación de masas genera una cultura que está en poder de los grandes monopolios económicos privados que funcionan mediante la creación artificial de necesidades en la población.

⁸¹ MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba: Op. cit., p. 73.

- Desde la perspectiva económica del emisor, el principio básico sería la transformación de las innovaciones, tanto teóricas como culturales en mercancías.
- Estas mercancías configuran el mercado, permitiendo su ampliación a través de las nuevas tecnologías y la reproducción de usos sociales existentes.
- De aquí se derivará la exportación de la cultura como producto industrial con contenidos deslocalizados e internacionalizados por las grandes multinacionales del audiovisual⁸².

Por todo ello, la Escuela de Frankfurt debe concebirse como un eslabón imprescindible en la conexión con la tradición marxista, y por esta razón, las nuevas corrientes surgidas a partir de los años sesenta vuelven a los principios de esta Escuela para realizar un análisis crítico de la economía de la comunicación o la cultura.

Una de estas nuevas corrientes será la que comienza a surgir en los años sesenta y setenta en el Centro de Investigación de Birmingham, los Cultural Studies o Estudios Culturales, cuyo objeto eran “las formas, las prácticas y las instituciones culturales, así como sus relaciones con la sociedad y el cambio social”. En su base está el concepto de un “sujeto borrado”, concepción que comparten con el funcionalismo y con la tradición crítica frankfurtiana, un sujeto perdido bajo la onmi determinación de uno u otro aspecto macro, ya sea sistema, estructura u obra. Frente a ello, los estudios culturales oponen la idea que constituye el núcleo fuerte de su investigación comunicacional: la restitución de una subjetividad activa, construida a partir de sus prácticas sociales, capaz de ejercer oposición y no mera pasividad en su uso de los medios de comunicación.

Los estudios culturales, deudores de la Escuela de Frankfurt y de otras tradiciones de análisis humanistas y literarios, abordan las relaciones generales entre el orden social de una sociedad y su cultura, tratan de explicar el importante papel que desempeña la cultura de masas en la integración y subordinación de los elementos de desviación o de oposición de la sociedad y reconocen el papel central de los medios de comunicación de masas en la distribución y diseminación de significados sociales, subrayando la necesidad de situarlos en el contexto de la cultura, entendida como totalidad.

Sin embargo, la principal limitación de estos estudios es la no inclusión de la dimensión económica en sus análisis sobre la cultura, enfatizando el papel de la ideología en su afán por superar el reduccionismo materialista.

⁸² MUÑOZ, Blanca: Op. cit., pp. 413-414.

3.3. El enfoque estructural

El estructuralismo es un método de investigación y aproximación a las ciencias humanas en general, tal y como lo define Roland Barthes: “El estructuralismo no es una escuela ni un movimiento, es esencialmente una actividad, es decir, la sucesión regulada de un cierto número de operaciones mentales”⁸³ en la que añade Javier Esteinou Madrid “sólo es posible alcanzar el conocimiento real de los hechos a través del contexto que articula los hechos individuales de la vida social con los distintos momentos de desarrollo de la totalidad social”⁸⁴.

Para el estructuralismo, los elementos forman un todo en virtud de sus relaciones mutuas, resaltando el carácter de totalidad e interdependencia de las unidades que lo conforman y siendo justamente esta interdependencia lo que hace significativo a cada uno de los elementos, por encima del valor que tienen como significantes aislados.

El estructuralismo como teoría aplicada a la comunicación en Europa debe situarse principalmente en Francia, donde en 1960, a iniciativa del sociólogo Georges Friedmann se crea el Centro de Estudios de las Comunicaciones de Masas (CECMAS) en la Escuela Práctica de Altos Estudios. En esa misma época, en Milán se crea también un centro similar, el Instituto A-Gemelli. Ambos como reacción a la sociología norteamericana que imperaba en los estudios de los medios de comunicación.

Aunque el concepto de estructura es conocido fundamentalmente por los estructuralistas franceses y se presenta como una elaboración de la lingüística de Saussure, su utilización es anterior al movimiento que se da en Francia y se encuentra desde los orígenes del pensamiento griego. El concepto de estructura, como señala Rosalba Mancinas, estaba presente en las matemáticas de la noción de “grupo” y en la lógica, como “formalización” e incluso en la física y en la biología. El equivalente en psicología, puede hallarse en el concepto de gestalt (forma) utilizado por la Escuela de la Gestalt cuyo objetivo central fue el de superar los planteamientos de la teoría asociacionista. Lewin traslada el concepto de la gestalt a la psicología social, Freud elabora un modelo estructural del inconsciente reprimido (yo-ello-súper yo) e incluso, Marx, utilizará los conceptos de infraestructura y superestructura para establecer los supuestos del materialismo histórico⁸⁵.

Como hemos apuntado anteriormente, el estructuralismo obtiene sus instrumentos de análisis de la lingüística y, en concreto, de la obra de Saussure en la que establece su tesis de la lengua como “institución social”, sus estudios de los signos, la definición de la lengua como un sistema organizado de signos compuestos por significante y significado y la introducción del

⁸³ Citado por BOLÍVAR BOTIA, Antonio: *El estructuralismo: de Lévi-Strauss a Derrida*, Ediciones Pedagógicas, Madrid, 2001, p. 35.

⁸⁴ ESTEINOU MADRID, Javier: *Economía, política y medios de comunicación*. Biblioteca básica de comunicación social. Editorial Trillas, México, 1990.

⁸⁵ MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba: Op. cit., p. 57.

“método estructural” en el campo de los fenómenos lingüísticos. El estructuralismo extiende, por tanto, las hipótesis de una escuela lingüística a otras disciplinas de las ciencias humanas como la antropología, la historia, la literatura o el psicoanálisis.

Sin embargo, cuando se habla de estructuralismo de inmediato se piensa en un grupo de autores como Lèvi-Strauss, Althusser, Barthes, Lacan, Foucault y Derrida, un grupo de teóricos que evolucionan la ciencia con un concepto de estructura extraído de la lingüística de Saussure, pero que también es tributario de Marx y Freud, y que tratan de investigar las interrelaciones de sistemas y leyes de transformación: la estructura se entiende como una totalidad basada en los principios de autorregulación y transformación.

Será Roland Barthes quien ordene los elementos fundamentales del estructuralismo, válidos para la lingüística y las ciencias que en ellos se inspiran en un artículo titulado “Eléments de sèmiologie”, publicado en la revista *Communications: lengua y palabra*, significante y significado, sistema y sintagma y denotación y connotación. Para el estudio del discurso de los medios de comunicación serán especialmente importante los binomios: significante y significado y denotación y connotación.

Pero será el estudio de Lèvi-Strauss sobre la estructura de los mitos el eje sobre el que se fundamenta la teoría europea de la comunicación. Este autor desarrolla el concepto en el que no se trata de describir la realidad simplificándola, como hacia el funcionalismo, sino de explicarla. El observador no descubre la estructura sino que la elabora, y éste es un modelo para explicar los hechos.

Por su parte, Foucault aporta a la teoría de la comunicación su indagación microscópica sobre los mecanismos cognoscitivos que están por debajo de los enunciados que perpetúan unas prácticas específicas, repitiendo incansablemente en su obra quién habla. Mientras que Baudrillard introduce los conceptos económicos de Marx y especifica las relaciones de paso del valor de cambio, en términos tradicionales, a valor de cambio simbólico.

El estructuralismo descubre que más allá de las relaciones aparentes se oculta una lógica interna. La estructura no se establece por inducción, sino postulando, por debajo de ciertas manifestaciones superficiales, estructuras profundas, siendo las primeras una manifestación de las segundas.

Con el estructuralismo, Blanca Muñoz apunta que los fenómenos de masas entran en una perspectiva metodológica nueva. Si la Escuela de Frankfurt se acercó a la problemática comunicativa con un planteamiento sociofilosófico en el cual el fenómeno mass-mediático y sus consecuencias se explicaban a partir de la creciente alineación ideológica, el estructuralismo se dirige hacia un modelo que tiene más en cuenta el discurso de la estructura comunicativa,

entendiendo ésta como la misma estructura del poder, va directamente a la constitución interna del discurso ideológico de los medios⁸⁶.

En los estudios de los medios de comunicación, y sobre todo, en los estudios de estructura mediática, el estructuralismo, tal como apunta Rosalba Mancinas, interesa como método de análisis en el que los elementos se conciben como un todo en virtud de sus relaciones mutuas, buscando las relaciones entre términos que tienen un valor de posición en el conjunto, siendo esta articulación la que los hace significativos. El enfoque estructural interesa como una perspectiva de totalidad, un método imprescindible que debe ser llevado a su máxima complejidad, es decir, desde el estudio detenido de las emociones hasta la más alta interdisciplinariedad⁸⁷.

4. Economía Política de la Comunicación

La Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura permite construir un análisis social comprensivo e integral de los sistemas de comunicación masiva. Es por tanto, la mejor línea teórica y la más completa para abordar el estudio de la globalización y dentro de este sistema, de las estructuras mediáticas y de poder.

El enfoque de la Economía Política de la Comunicación afirma la dependencia de la ideología respecto de la base económica y orienta la investigación al análisis empírico de la estructura de la propiedad y a los modos en que operan las fuerzas del mercado de los medios de comunicación. Desde este punto de vista, los medios deben considerarse como parte del sistema económico, aunque manteniendo estrechos lazos con el sistema político. Para Fernando Quirós, la fortaleza de esta corriente como posición teórica y metodológica reside en que “siempre ha sido capaz de mantener el análisis de los medios de comunicación dentro del análisis global del capitalismo en cada una de sus fases”⁸⁸.

Los orígenes de la Economía Política de la Comunicación se sitúan a mediados de la década de los sesenta, un momento en el que la comunidad científica de investigadores de la comunicación estaba dividida en dos enfoques radicalmente opuestos: por un lado un enfoque empírico funcionalista y por otro, un enfoque económico-político marxista. Será en este último en el que se inscriba esta nueva corriente que desde sus inicios ha tenido como objeto la

⁸⁶ MUÑOZ, Blanca: Op. cit., p. 399.

⁸⁷ MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba: Op. cit., p. 62.

⁸⁸ QUIRÓS FERNÁNDEZ, Fernando: “Globalización y pensamiento crítico” en Quirós Fernández, Fernando y Sierra Caballero, Francisco (directores): *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2001, p. 40.

reflexión sobre el desequilibrio de los flujos de la información y de productos culturales entre los países situados a uno y otro lado de la línea de demarcación del “desarrollo”.

Aunque existen coincidencias generales entre los teóricos fundamentales, no se trata de una corriente homogénea y presenta diferencias en su desarrollo y evolución en Norteamérica, Europa y América Latina. Por ello, a continuación se recogen una visión global de esta corriente desde sus inicios y precursores en Estados Unidos y Europa a las reformulaciones posteriores y los principales supuestos sobre los que se fundamenta la Economía Política de la Comunicación. Finalmente y en un epígrafe posterior se abordará la evolución y los teóricos de esta corriente en España y Latinoamérica, por ser el contexto en el que se enmarca nuestra investigación y los teóricos que más directamente nos han influido.

4.1. Precursores en Norteamérica

Los inicios de la Economía Política de la Comunicación en Estados Unidos giran en torno a dos figuras fundacionales: Dallas Smythe y Herbert I. Schiller, dos teóricos que sentaron las bases de una nueva propuesta científica que significó una alternativa al dominio ejercido por la sociología funcionalista de la Mass Communication Research, que hasta entonces se había demostrado incapaz de analizar las constantes transformaciones que se registraban en el sector de la comunicación.

Las influencias de estos autores, más allá de la tradición marxista del materialismo histórico, hay que situarlas en los economistas clásicos o primeros economistas políticos, pues se ha constatado que existe un vínculo directo de la Economía Política de la Comunicación con las preocupaciones de la economía política clásica, un vínculo del que son un ejemplo los economistas anglosajones John Kells Ingram y Rober A. Brady. El primero de ellos por la influencia que ejercería sobre Dallas Smythe de quien el teórico canadiense tomaría su preocupación por la moral y su noción de “industria de la conciencia” y el segundo, Rober A. Brady, influiría de forma decisiva en el periodo formativo de la economía política en Estados Unidos al desarrollar un instrumental de análisis muy útil sobre las prácticas culturales y económicas autoritarias que habían emergido⁸⁹.

Los términos economía, política y comunicación aparecieron por primera vez juntos como el título de un curso de doctorado impartido en la década de los cincuenta en la Universidad de Illinois por el profesor canadiense Dallas Smythe quien había entrado en contacto con la comunicación a través de su puesto de primer economista jefe de la Federal Communications

⁸⁹ La influencia de los economistas políticos en la Economía Política de la Comunicación es analizada en mayor profundidad en el artículo de ALMIRÓN ROIG, Nuria: “Economía Política y Comunicación: una aproximación epistemológica a los orígenes”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, Universidad de La Laguna, 2009.

Commission (FCC), el órgano creado en Estados Unidos para supervisar el sector de las telecomunicaciones.

Unos años más tarde, en 1960, Smythe publicó su artículo “On the Political Economy of Communications” donde sentó los principios de la Economía Política de la Comunicación y definió su objeto de estudio: “el análisis de los procesos económicos y las políticas de la comunicación, su interrelación e influencias mutuas en otras relaciones sociales”. Su punto de partida es considerar que los medios de comunicación de masas son en primer término y sobre todo organizaciones industriales y comerciales que producen y distribuyen mercancías: unas mercancías cuyo contenido simbólico cumple una función esencial: la reproducción de las relaciones sociales de producción.

Además de la definición aportada, el trabajo de Smythe se considera pionero en abordar el fenómeno de las comunicaciones de masas desde el materialismo histórico. Este autor sostenía que aún no se había desarrollado una teoría materialista de la comunicación de masas y acusaba al marxismo occidental de un vacío a este respecto. Para Smythe, los marxistas europeos han tratado básicamente a los medios como parte de la superestructura ideológica mientras que han ignorado o minimizado su integración en la base económica. Por ello, Smythe arguye que es necesario devolver la economía al centro del análisis cultural del marxismo, exponiendo entre otras ideas el concepto de la audiencia como mercancía.

Sus reflexiones darán lugar a un debate teórico con sus colegas europeos en torno a la aplicación de la teoría marxista al campo de la comunicación. Un debate que contribuyó a definir epistemológicamente el campo de estudio y a profundizar en los fundamentos teóricos del propio enfoque de la Economía Política de la Comunicación y que dio lugar a las dos escuelas, la norteamericana y la europea, que tradicionalmente se han considerado las iniciadoras de esta perspectiva científica.

Para César Bolaño, la gran deficiencia del trabajo de Smythe es:

“no considerar más que una mercancía, despreciando completamente la importancia decisiva del programa, tanto en lo que se refiere a la dialéctica que se establece entre el mercado de las audiencias y de los bienes culturales, cuanto a la función que estos últimos cumplen con el público, además de negar los avances de las anteriores lecturas marxistas, desplazando el eje de la discusión, de la función propaganda hacia la función publicidad de los medios, sin percibir la relación contradictoria que existe entre ambas necesidades de reproducción del sistema”⁹⁰.

Por su parte, Herbert I. Schiller, el otro de los grandes impulsores de la Economía Política de la Comunicación en Estados Unidos, centrará sus estudios en analizar la función de la

⁹⁰ BOLAÑO, César: “Tapando el agujero negro. Para una crítica de la Economía Política de la Comunicación”. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 47-56.

comunicación de masas desde la coordenada económica. Su carrera estará marcada por los desafíos y el inconformismo, un teórico comprometido que acepta sustituir a Dallas Smythe en la Universidad de Illinois en 1968 y que se marcha tan sólo dos años después para aceptar un puesto en la Universidad de California, San Diego, donde se convertiría en uno de los fundadores del Departamento de Comunicación. Su marcha se debe a que su presencia y sus protestas contra la guerra del Vietnam resultaban cada vez más incómodas en una Universidad de talante conservador.

El punto de partida de sus aportaciones es su primer libro, *Mass Communications and American Empire*, publicado en 1969 y traducido al castellano como *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, en 1976. Esta obra supone una investigación profunda y detallada de la relación existente entre lo que Schiller denominó el complejo militar-industrial y las industrias de comunicación en Estados Unidos y en ella, demostró la progresiva concentración e internacionalización de la industria comunicativa norteamericana. De este modo, introduce la coordenada económica en el estudio de la comunicación de masas y abría las puertas a un campo inexplorado hasta entonces: las conexiones entre las empresas de medios y el resto de la industria y de ésta con el sector militar.

Como afirma Moragas, Schiller no encierra su análisis del emisor en puros datos cuantitativos sobre nombres e inversión, sino que busca, a partir de estos descubrimientos los condicionantes impuestos por este control al resto de elementos que componen el proceso comunicativo⁹¹.

Una de las principales aportaciones de Schiller es su insistencia en que la propiedad de los medios es un factor fundamental para entender las funciones de las comunicaciones de masas, los medios no son neutros ideológicamente; los medios son extensiones del poder político y económico, y por encima del poder político, es el poder económico quien influye de manera decisiva en la agenda de los medios. Una constante en su discurso fue la denuncia de la creciente privatización en el dominio del espacio público, con efectos sobre la libertad de expresión, pero también en la degradación de la oferta cultural y mediática.

Además, para Schiller uno de los factores claves ha sido el control de las comunicaciones a nivel internacional, un control conseguido gracias a la defensa del libre flujo de la información. Por ello, desde sus primeros escritos, este teórico denunció las desigualdades que esta supuesta libertad provocaba en el flujo informativo, cimentando aún más firmemente su carácter unidireccional. Desde esta posición, Schiller fue uno de los intelectuales más activos en la lucha por un nuevo orden informativo, cuyo lugar de discusión principal fue la UNESCO y se convirtió en la voz de solidaridad hacia los planteamientos que, desde el Tercer Mundo, pugnaban por conseguir un equilibrio en los flujos internacionales de comunicación.

⁹¹ MORAGAS, Miquel de: Op. cit., p. 81.

Otro de los grandes temas que ha preocupado a este autor ha sido la publicidad y la comercialización de los medios de comunicación de masas, tal y como recoge Ana I. Segovia en una revisión de su obra, y las dos consecuencias que esto provoca: la homogeneización cultural y de contenidos, en primer lugar, y la concentración de la propiedad consecuencia de esta frenética búsqueda del beneficio económico. Para Schiller, la programación es el relleno intercalado entre los mensajes de los anunciantes, y una vez subordinado el medio a la publicidad, se convierte en un instrumento de la cultura comercial y la cultura de masas en un engranaje de la publicidad de los productos norteamericanos y de la forma de vida y valores de este país⁹².

Con las obras de Smythe y Schiller comienza a construirse la Economía Política de la Comunicación en Estados Unidos, se define su objeto de estudio y se profundiza en sus fundamentos teóricos, analizando el proceso de la comunicación desde la perspectiva económica. Además, a través de sus estudios y sus discípulos comienza a constituirse una corriente alternativa al dominio que hasta ese momento había ejercido la sociología funcionalista de la Mass Communications Research.

4.2. Respuesta europea

En Europa, la perspectiva económico política en los estudios de comunicación surge a partir de mediados de los setenta, con un notable retraso con respecto a los trabajos de Smythe y Schiller. Además, la investigación europea no estará ligada a figuras fundacionales específicas ni puede decirse que formen una escuela en sentido estricto o un grupo homogéneo. Sus trabajos fueron diversos, aunque todos ellos persiguen una renovación de la Teoría Crítica, elaborada por los integrantes de la Escuela de Frankfurt, y que se presenta como insuficiente para explicar la complejidad adquirida por las comunicaciones masivas.

Entre los teóricos más destacados se encuentran Graham Murdock, Peter Golding, Nicholas Garnham y Armand Mattelart, un grupo que emergió entre 1974 y 1983. Si bien, hay que señalar como antecedente de este grupo los trabajos publicados por investigadores que sin reconocerse precisamente en el campo de la economía política de la comunicación, contribuyeron a su nacimiento y desarrollo: James Halloran, Daarle Nordestreng, Dieter Prokop y Magnus Enzensberger.

Al analizar la evolución de la Economía Política de la Comunicación, Vicent Mosco destaca que la corriente europea nació relacionada con los movimientos por el cambio social, particularmente en defensa del servicio público; sus miembros mostraron interés por integrar

⁹² SEGOVIA, Ana I.: "Treinta años de comunicación política de la comunicación: las aportaciones de Herbert I. Schiller". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 5, Universidad Complutense de Madrid, 2000, pp. 241-259.

las varias tradiciones teóricas neomarxianas e institucionales. Este autor distingue dos grandes direcciones en la corriente europea: una mayormente predominante en el trabajo de Garnham y el de Golding y Murdock y que ha puesto el énfasis en el poder de clase. Este grupo, trabajando a partir de la tradición de la Escuela de Frankfurt, así como sobre el trabajo de Raymond Williams, documenta la integración de las instituciones de comunicación, principalmente en oposición a las prácticas estatales neoconservadoras que promueven la liberalización, comercialización y privatización de las industrias de la comunicación.

En segundo lugar, Mosco sitúa a varios investigadores que ponen en primer plano la lucha de clases, entre quienes destaca Armand Mattelart, quien recurre a una variedad de tradiciones que incluyen la teoría de la dependencia, el marxismo occidental y la experiencia de los movimientos de liberación nacional en todo el mundo, para entender la comunicación como uno de los recursos principales de resistencia al poder.⁹³

Como recoge Luis Arboledas en su tesis doctoral, el análisis sociológico debería partir, según Murdock y Golding, de este aserto: los modos de comunicación y la expresión cultural vienen determinados por la estructura de las relaciones sociales. Además, no puede olvidarse que las desigualdades de clase siguen siendo el eje central de la estructura de las sociedades capitalistas y la mayoría de los habitantes de estas sociedades obtiene de los medios masivos la mayor parte de la información acerca de la estructura social y el control de ese flujo se concentra en manos de grupos que se sitúan en la cima de la estructura de clases. El único sistema de análisis social que se ha interesado por las relaciones entre las comunicaciones y las clases es el marxismo, aunque Marx no desarrolló nunca un análisis de la cultura. Sin embargo, según los autores británicos existe un pasaje muy célebre en *La ideología alemana*, en donde se desprenden tres proposiciones:

- El control sobre la producción y distribución de ideas se concentra en manos de los propietarios capitalistas de los medios de producción.
- Resultado de ese control, sus opiniones y visiones del mundo reciben publicidad y llegan a dominar el pensamiento de los grupos subordinados.
- Este dominio ideológico cumple una función clave en el mantenimiento de las desigualdades de clase.

A propósito del “determinismo económico” que muchos autores han querido ver en esta proposición marxista, Murdock y Golding subrayan que determinación y condicionamiento en Marx deben entenderse como fijación de límites, ejercicio de presiones y clausura de opciones⁹⁴.

⁹³ MOSCO, Vicent: “La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después”. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 57-79.

⁹⁴ ARBOLEDAS MÁRQUEZ, Luis: Op. cit., p. 31.

A partir de estas concepciones, Murdock toma el testigo de las críticas lanzadas a los teóricos europeos y elabora una respuesta a las tesis defendidas por Smythe. El autor británico encuentra erróneo considerar la situación norteamericana como paradigmática y se centra en su texto en poner de manifiesto sus diferencias con la situación europea. Para ello, enumera una serie de deficiencias basándose en las críticas vertidas por Smythe, si bien le reconoce crédito en al menos dos cuestiones.

Para Murdock⁹⁵, en contraste con la mayoría de las discusiones marxistas sobre comunicación que parten de las afirmaciones más obvias de Marx sobre ideología, especialmente *La ideología alemana* y el *Prefacio* de 1859, el análisis de Smythe se fundamenta principalmente en los trabajos económicos centrales, *El Capital* y el *Grundrisse*, lo que supone un nuevo enfoque que hace posible que se destaquen varias formulaciones que habían sido descuidadas antes y que merecen la atención de los marxistas interesados en la comunicación. Además, y en segundo lugar, Murdock reconoce que el propio intento de Smythe por aplicar estos análisis internos a la situación contemporánea tiene el éxito de demostrar su importancia para una comprensión total del papel de los media en las sociedades capitalistas, aunque afirma que “desdichadamente, su argumento peca de algo parecido a la exageración”.

Por otra parte, son tres las omisiones que destaca Murdock en las tesis defendidas por Smythe:

- Subestima drásticamente la importancia y centralidad del Estado en el capitalismo contemporáneo.
- La preocupación de Smythe sobre las relaciones entre comunicación y publicidad le lleva a minusvalorar la función independiente del contenido de los medios a la hora de reproducir las ideologías dominantes.
- Smythe tiende a presentar las operaciones de los sistemas de comunicación de masas como relativamente fáciles y sin problemas.

Para el teórico británico, es necesario hacer una elección, pero no como supone Smythe entre teoría de procesos económicos por un lado y una teoría de ideologías por otro. Para Murdock es una elección entre las varias formas de conceptualización de las complejas relaciones entre relaciones económicas, ideológicas y políticas del capitalismo moderno. Además, Murdock propone rehacer críticamente la tradición europea, reexaminar el marxismo para producir un análisis convincente de los sistemas contemporáneos de masas, pero asimilando y construyendo también sobre las contribuciones de Gramsci, Althusser, Williams y otros autores sin lo que el marxismo hubiera sido mucho más pobre. Murdock propone una relectura del concepto de mercancía de Marx, destacando la importancia teórica de la construcción cultural

⁹⁵ MURDOCK, Graham: “Los agujeros negros del marxismo occidental: respuesta a Dallas Smythe”. *C.I.C. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 11-22.

de la demanda y el deseo, llevada a cabo por los marxistas europeos, para el análisis de la expansión capitalista.

Por su parte, el tercer teórico británico de la corriente europea, Nicholas Garnham aplaude la forma en la que la Escuela de Frankfurt de los primeros tiempos distinguía la relación ente la base y la superestructura, afirmando que bajo los monopolios la superestructura se ve invadida por la base, se individualiza y se borra con ello la separación entre ambas mediante un colapso en la base. Para este autor, el surgimiento de la Economía Política de la Comunicación se debe a las transformaciones registradas en la estructura del capitalismo contemporáneo y en los acuciantes problemas originados por esas transformaciones.

Garnham señala que las teorías marxistas de su tiempo resultaban inadecuadas, unas por determinismo económico, otras porque dejaban sin analizar la relación entre economía e ideología. Para él, la Economía Política de la Comunicación no concibe los medios como aparatos ideológicos del Estado y los considera fundamentalmente, entidades económicas que desempeñan una función directamente económica en cuanto creadoras de plusvalía a través de la producción de mercancías y del intercambio, y una función económica indirecta a través de la publicidad, creando plusvalías para otros sectores de la producción de mercancías.

Mientras que Murdock y Golding definían los intereses de la Economía Política basándolos en el estudio de la comunicación y los medios masivos como mercancías producidas por la industria capitalista, su compatriota Nicholas Garnham abogaba por analizar los modos de producción y consumo cultural dentro de las sociedades capitalistas.

Por otro lado, y dentro de la segunda dirección a la que hacía referencia Mosco, Mattelart mostró desde sus primeras obras un especial interés por el pensamiento imperialista y formó parte de una escuela, con amplia presencia de investigadores franceses, cuyo principal interés fue estudiar los procesos de trabajo y de valorización de los productos culturales y sus especificidades, dependientes del tipo de trabajo específico incluido en su producción: trabajo cultural, artístico, conceptual, creativo.

Aunque difieren en algunos aspectos, Garnham, Golding, Murdock y Mattelart, así como el resto de economistas europeos, reconocen como principal referencia teórica *El capital* y comparten su interés por hacer un uso crítico de la teoría marxista en sus diferentes lecturas, para comprender la comunicación, los medios de comunicación de masas y las prácticas culturales.

4.3. Reformulaciones posteriores

La Economía Política de la Comunicación, que surge en los setenta con el impulso de Smythe, sufre una década después, una especie de apagón por culpa el neoliberalismo. En opinión de

Robert McChesney el gran problema de esta corriente, en términos anglosajones, es que no supo alumbrar una tercera generación de investigadores que pudieran renovar estos estudios en los albores del siglo XXI y atribuye esta laguna a la falta de apoyo institucional, pues las universidades y demás centros norteamericanos dejaron de interesarse por esta corriente cuando el neoliberalismo impuso sus tesis. Unas tesis desde las que se impulsa los procesos de privatización y concentración de las comunicaciones masivas, concebidas como una mercancía global en un mercado global.

Sin embargo, tal y como afirma Luis Arboledas, serán precisamente los fuertes movimientos de concentración de las industrias comunicativas, resultado de esa política neoliberal, los que provocarán un resurgimiento de la Economía Política de la Comunicación.

En 1996, Vicent Mosco, discípulo de Smythe, publica *The political economy of communication*, una obra que resultará fundamental para la Economía Política de la Comunicación, porque no sólo divulgó la obra y autores más importantes de la corriente sino que sistematizó sus distintos enfoques y preocupaciones y propuso una renovación de la disciplina fundamentada en varios elementos esenciales. Para Mosco, esta disciplina debe ser:

- Realista, debe apartarse de planteamientos ideográficos o nomotéticos y reconocer la realidad tanto de conceptos como de prácticas sociales.
- Inclusiva: rechaza una única explicación político-económica a favor de un planteamiento que entiende los conceptos como puntos de partida a un campo social caleidoscópico.
- Constitutiva: en el sentido de que enfoca la vida como un conjunto de procesos mutuamente constitutivos, que actúan los unos sobre los otros en varios estados de formación, y con una dirección e impacto que sólo pueden ser comprendidos con investigación específica.
- Crítica: porque entiende el conocimiento como producto de comparaciones con otros campos de conocimiento y con valores sociales.

Por su parte, los autores Quirós y Sierra defienden la necesidad de recuperar el talante crítico y los compromisos abandonados por los investigadores sociales, siguiendo el ejemplo de destacados científicos de la disciplina como es el caso de Herbert I. Schiller. Para estos autores, la nueva sociedad global debe ser analizada a partir de las transformaciones estructurales del modo de producción capitalista ya que afirman que la liberalización de la economía y el desarrollo de las nuevas tecnologías han favorecido un profundo cambio en el campo de la cultura y el modo de producción capitalista pone en peligro la diversidad y el pluralismo informativos de los medios de comunicación.

De forma paralela a las propuestas para la renovación de la disciplina que surgían desde los ámbitos tradicionales, en la década de los noventa el debate sobre la disciplina se abrió hacia una región que hasta entonces se había mantenido prácticamente al margen de esta corriente:

un grupo de investigadores de América Latina se sumó con nuevos análisis y nuevas propuestas que contribuyen a enriquecer la perspectiva.

Precisamente desde Latinoamérica, los autores Mastrini y Bolaño mantienen que la Economía Política de la Comunicación tiene tres tareas esenciales en los albores del siglo XXI:

- Recuperar las discusiones en torno a la propiedad de los medios, definir políticas democráticas de comunicación, luchar por un contexto internacional más justo en la distribución de la información.
- Sistematizar el análisis teórico del funcionamiento de la industria cultural, la Economía Política de la Comunicación debe ser alternativa teórica y epistemológica a las teorías de las comunicaciones anteriores.
- Debe plantearse un programa de intervención que vincule a la academia con las prácticas y las organizaciones sociales, para apoyar el acceso público a la producción y distribución de bienes culturales.

Nos encontramos así con un momento de auge de nuevo dentro de esta corriente. Los avances tecnológicos y la propia evolución de la industria de la comunicación en la nueva sociedad capitalista “globalizada” se convierten en el caldo de cultivo perfecto para que este tipo de estudios que se preocupan por la diversidad y el pluralismo de los medios de comunicación y sus políticas reciban una atención renovada. De este modo la concentración, el poder de informar, los flujos informativos, la diferencia entre lo público y lo privado o las políticas de comunicación, se colocan en un primer plano.

4.4. Fundamentación de la Economía Política de la Comunicación

En palabras de Nuria Almirón:

“La Economía Política de la Comunicación combina la perspectiva histórica, las relaciones de poder (o economía), el análisis estructural y una componente ética que constituyen una aproximación heterodoxa y multidisciplinar tan indispensable como única para comprender la realidad moderna. Probablemente se trata de la única aproximación que proporciona los instrumentos críticos necesarios para profundizar en la acciones de los agentes sociales hegemónicos en la actual esfera de la comunicación y la información, y obtener una visión y una comprensión global, o cuanto menos lo más exhaustiva posible”⁹⁶.

⁹⁶ ALMIRÓN ROIG, Nuria: “Economía Política y Comunicación: una aproximación epistemológica a los orígenes”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, Universidad de La Laguna, 2009, p. 563.

Los fundamentos en los que se apoya esta perspectiva han sido compartidos por todos sus autores, desde Smythe y Schiller hasta la actualidad. Unos fundamentos que Vicent Mosco enumera en forma de cuatro características centrales de la economía política originaria:

- La prioridad que se da a la comprensión del cambio social y la transformación histórica.
- Su anclaje firme en un análisis de la totalidad social en sentido amplio (entendiendo por totalidad la conexión existente entre lo político y lo económico).
- La preeminencia de los valores sociales, de las cuestiones de justicia moral, de igualdad y de bien público.
- El vínculo con la praxis, entendiendo por ésta la actividad humana libremente llevada a cabo para, más allá de comprender el mundo, intentar cambiarlo.

Fernando Quirós actualiza estos fundamentos de la Economía Política de la Comunicación sintetizándolos en dos aspectos:

- El punto de partida teórico es admitir que las relaciones sociales en el interior y entre las sociedades modernas son desiguales, poniendo la atención en las relaciones entre la distribución desigual del control sobre los sistemas de medios y los modelos más amplios de desigualdad en la distribución de riqueza y de poder. Se enfoca pues el análisis a la investigación de las relaciones entre los sistemas de medios de comunicación y los sistemas de estratificación económica.
- Es preciso enfatizar en los procesos de legitimación a través de los cuales las estructuras de ventaja y desigualdad prevalecientes se perpetúan presentándose como naturales e inevitables. Esto es, enfocar el análisis en las relaciones entre los sistemas de comunicación y las demás instituciones.

Para Vicent Mosco, en la Economía Política de la Comunicación y la Cultura es fundamental la relación que existe entre el sistema de comunicación y los demás sistemas sociales, pues es a través de ellos que se determina un orden social con unas determinadas formas de estratificación social y unas determinadas formas de poder. Para este autor, esta perspectiva se encuentra en condiciones para afrontar y esclarecer algunos de los grandes cambios de nuestra época, pues su objeto es articular economía, política, comunicación y cultura dentro del mismo proceso de análisis.

En este mismo sentido, Juan José Bas Portero se hace eco de las conocidas y acertadas ideas de Mcquail cuando reconoce que las pretensiones fundamentales de la Economía Política de la Comunicación “consisten en definir los rasgos estructurales y los procesos económicos que subyacen tras la producción y distribución de contenidos ideológicos por parte de la industria de la comunicación”. En efecto, como recogen Golding y Murdock y el mismo Bas Portero: “Allí donde los principales economistas ven la economía como un dominio especializado y aislado, la economía política crítica está interesada en las relaciones entre la organización económica y la vida política, social y cultural. En el caso de las industrias culturales estamos especialmente

obligados a conocer el impacto de las dinámicas económicas sobre el registro y la variedad de las manifestaciones culturales públicas y su disponibilidad para los diferentes grupos sociales⁹⁷.

Por su parte, Ramón Reig sostiene que la gran utilidad, el *funcionalismo* de este movimiento, consiste en que permite al ciudadano ascender a los elementos que subyacen en el mensaje, sea periodístico o de otro tipo. El análisis funcional estaría, según Reig, incompleto si pensamos no en el mercado tan sólo sino en el conocimiento y en el conocimiento académico. Le faltaría explicar las causas de lo que analiza, de esta manera serviría aún más para el desarrollo de la sociedad y de las democracias que si se deja reducido a estudios técnicos que, en el fondo, persiguen el manejo de las conciencias para colocar productos⁹⁸.

Por todo ello, la Economía Política de la Comunicación se presenta hoy más que nunca como un enfoque necesario ya que no existe ninguna otra perspectiva epistemológica que ofrezca una comprensión global y porque es el único enfoque crítico que se propone abordar el porqué.

5. Economía Política de la Comunicación en España y América Latina

El camino de la Economía Política de la Comunicación en España y América Latina ha sido azaroso y aunque hay algunos estudios previos que pueden enlazarse a esta corriente, habrá que esperar a los años 80 en España y a los 90 en América Latina para encontrar estudios críticos cuyo enfoque sea propio de esta corriente.

Puede decirse que los estudios estructurales y la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación entran en España a través de las obras de Mattelart, Schiller, Pasquali o Bagdikian, autores todos ellos citados por Bustamante, y reciben un impulso a partir de 1982, con la publicación de *Los amos de la información en España*, que se convertirá en el libro de cabecera para los jóvenes investigadores que se acerquen al enfoque estructural.

Fernando Quirós apunta que la razón de este retraso pudo deberse a “que la dictadura franquista, amén del control político, se limitó a convertir las viejas escuelas oficiales de Periodismo, en facultades de Ciencias de la Información, cuyos profesores venían en gran parte de las escuelas profesionales o de facultades universitarias ajenas hasta ese momento a la investigación en comunicación de masas. De ahí la pervivencia de formas anacrónicas de

⁹⁷ Recogido en REIG, Ramón: *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla*. Comunicación Social, ediciones y publicaciones, Zamora, 2010, pp. 72-73.

⁹⁸ Citado por MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba: Op. cit., p. 89.

estudiar la comunicación como la “Ciencia del Periodismo” y la importancia sin reflexión crítica del funcionalismo”⁹⁹.

Por su parte, Ramón Zallo sostiene que el subdesarrollo investigador en economía de la comunicación en España estaba motivado, entre otras razones, por el ocultismo informativo empresarial, la desidia institucional por los aspectos económicos del sector y la insuficiente tradición investigadora universitaria.

A finales de los 80, aparecerán dos nuevas publicaciones en España sobre estructura de la comunicación. La primera en 1988, coordinada por Bustamante y Zallo, *Las industrias culturales en España: grupos multimedia y transnacionales*, y un año después se publica también otra obra colectiva muy influyente: *Historia de los medios de comunicación en España, Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)* encabezada por Jesús Timoteo Álvarez. Según sus autores, estas obras son un primer paso para superar las lagunas existentes como consecuencia del desprecio de la teoría económica por los productos culturales y del desprecio de la historiografía por la comunicación y sus medios.

A pesar de las dificultades apuntadas, durante la década de los 90 comienzan a publicarse estudios sobre estructura de la comunicación siguiendo la estela de los trabajos de Enrique Bustamante y Ramón Zallo. Así nos encontramos en 1991 la obra de Alberto Moncada, *El nuevo poder informativo en España*; un año después la obra de Marcial Murciano *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*; en 1993 Juan Carlos de Miguel publica su obra *Los grupos multimedia: Estructuras y estrategias en los medios europeos* y en 1998, Fernando Quirós analiza el poder mediático en la era de la globalización en su obra *Estructura internacional de la información* y, en ese mismo año, Ramón Reig publica *Medios de comunicación y poder en España*, en la que tomando como perspectiva la Economía Política de la Comunicación, su autor se propone desvelar los entresijos de los medios, lo que habitualmente está oculto a la ciudadanía.

Todas estas obras aportan estudios novedosos sobre estructura de la comunicación con una variedad de enfoque y de objetos de estudio. En ellas, sus autores además de los análisis de carácter internacional, abordan estudios sobre determinados espacios o ámbitos de comunicación, estatal, regional o provincial, sobre el sistema de medios en su conjunto o sobre determinados medios en concreto.

Durante la década de los noventa destacan también los anuarios e informes sobre la comunicación en España, una serie dirigida por Bernardo Díaz-Nosty, publicada sucesivamente por Fundesco, Zeta y Telefónica y que constituye un material imprescindible para conocer la evolución de la industrias comunicativas desde 1989. Como señala Luis Arboledas, estos informes desgranar anualmente, desde la perspectiva económico-política, los resultados

⁹⁹ QUIRÓS, Fernando: “La economía política de la comunicación iberoamericana: un enfoque en alza” en Revista *Telos*, abril-junio 2006, nº 67, segunda época.

económicos de las empresas, las audiencias, la inversión publicitaria, los cambios accionariales, la evolución tecnológica y la regulación jurídica, mezclado todo ello con análisis y artículos de opinión de expertos nacionales y extranjeros.

Además, por su labor investigadora también destacan en España los trabajos impulsados por los teóricos catalanes entre los que figuran J. Gifreu, M. de Moragas, E. Prado, Daniel E. Jones y M. Corminas. En Cataluña, los estudios de la comunicación recibieron, desde los primeros años de la Transición, un fuerte impulso hasta el punto que puede hablarse de una “Escuela Catalana de Comunicación”, en la cual siempre ha figurado entre sus prioridades el conocimiento de la estructura de los medios.

En el año 2000, también desde Cataluña, se inició la publicación de unos informes bienales a través de los cuales se analizan y describen el sector de la comunicación en esta comunidad autónoma. Estos informes están elaborados por el Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (InCom-UAB) y en ellos, el equipo que dirige Miquel de Moragas desarrolla análisis originales sobre estructura dinámica y financiación de las actividades audiovisuales y de prensa escrita, en colaboración con Emili Prado y Rosa Franquel.

Desde la Universidad Complutense de Madrid son reseñables los trabajos de Fernando Quirós y Ana I. Segovia, que han contribuido a profundizar en el conocimiento sobre las políticas que derivaron en el fracaso de la etapa democratizadora previa al neoliberalismo. Además, el trabajo de Segovia supone un aporte muy importante para un mejor conocimiento de la escuela crítica norteamericana en lengua castellana.

Por otra parte, en el País Vasco los trabajos de Ramón Zallo y Patxi Azpillaga han mostrado una constante preocupación por el desarrollo de políticas culturales en las regiones.

Aunque en España, los principales estudios de Economía Política de la Comunicación se impulsarán desde Cataluña, País Vasco o Madrid, es necesario destacar también las contribuciones que desde la Universidad de Sevilla han realizado y continúan aportando Francisco Sierra y Ramón Reig, dos autores que han contribuido a consolidar esta perspectiva y al desarrollo de esta red de investigación, creando sus propios grupos de trabajo que aportan nuevas investigaciones desde los postulados de esta perspectiva científica.

En América Latina, la Economía Política de la Comunicación estuvo relegada de la agenda académica hasta 1990, fecha en la que aparece y se consolida una corriente de estudio que busca comprender las dinámicas económicas involucradas en la producción cultural y en los medios de comunicación. Si bien es cierto que en los años 70 ya existían estudios que pueden considerarse próximos a esta línea de análisis y que surgieron como propuesta crítica al NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación) y vinculados a las teorías económicas de la Dependencia.

A partir del Informe McBride “Un solo mundo, voces múltiples”, que daba cuenta de los desequilibrios en el flujo informativo y tecnológico entre países desarrollados y periféricos, la investigación latinoamericana en comunicación abandonó el paradigma funcionalista dominante durante las décadas 50 y 60 y desplazó sus estudios durante los 70 hacia un paradigma crítico que transitó por dos consideraciones principales, según recoge, Leonardo Sosa: “cubrir todos los aspectos del proceso de comunicación considerado como fenómeno global y situar el estudio de los órganos de información y del conjunto del proceso de comunicación dentro de un cuadro más vasto, que sea a la vez social, político y económico”¹⁰⁰.

El enfoque crítico que asumieron los investigadores comprometidos políticamente con el pensamiento marxista se centró en la relación triádica entre ideología, poder y comunicación. Sus estudios se sistematizaron en el seno de una renovada y autocrítica CIESPAL (Centro de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina) que en 1974 en un seminario celebrado en Costa Rica señaló como principales críticas las siguientes:

- Falta de un marco conceptual propio para la investigación latinoamericana, incurriendo en la adopción, sin juicio crítico, de metodologías extra regionales.
- Énfasis exagerado en lo cuantitativo y descriptivo, excluyéndose una visión cualitativa profunda de lo social.
- La perspectiva funcionalista, fundamentada en un razonamiento sin análisis histórico, que pretende aproximarse a la realidad social sin contemplar su génesis y su evolución, dejando de un lado un enfoque más rico y dialéctico.

Francisco Sierra esquematiza el desarrollo académico del pensamiento crítico y económico-político en comunicación en Latinoamérica en tres grandes etapas:

- El nacimiento de una identidad y programa iberoamericanos de comunicación. En los años setenta, se hace visible y manifiesto un movimiento potente de cuestionamiento y crítica teórica del modelo hegemónico de teorización y praxis comunicacional. En el marco de la teoría de la dependencia y del NOMIC, la Economía Política se reconoce como matriz de referencia obligada para pensar críticamente las mediaciones del imperialismo angloamericano. (...) Al mismo tiempo, en el marco del debate sobre el NOMIC se definen por primera vez las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) que en Latinoamérica abonarán el terreno a la formulación teórica de nuevas propuestas y matrices de conceptualización del campo de la comunicación y la cultura.
- La reacción conservadora. En la década de los 80, tras la publicación del Informe McBride, el contexto de recesión y reorganización del capitalismo monopolista terminará arrinconando los discursos y formulaciones políticas democratizadoras al fragor de las activas campañas liberalizadoras de la revolución conservadora. No sólo

¹⁰⁰ SOSA, Leonardo: “Economía Política de la Comunicación: hacia un paradigma alternativo de investigación de las industrias culturales” en las I Jornadas Regionales de Actualización en Comunicación: “La investigación en Comunicación Social”, Salta 22 y 23 de mayo de 2009.

quedaron en papel mojado las propuestas del NOMIC y de las PNC en el seno de la UNESCO, sino que además, a escala global, los mercados experimentarán un intensivo proceso de concentración y liberalización que, en el plano de la teoría, llevará aparejado la derrota de la crítica y toda pretensión reformista en la Academia y las políticas regionales.

- La emergencia de la memoria comunicológica. En los años noventa, especialmente en la segunda mitad, tras más de una década de políticas neoliberales, se asiste a una recuperación de la memoria histórica y del pensamiento crítico emancipador, que vuelve a situar en el debate político los problemas estratégicos del NOMIC. Investigadores, fundamentalmente, brasileños, argentinos y españoles vuelven a plantear la necesidad de una nueva agenda política internacional en materia de comunicación y cultura. Surgen en este contexto iniciativas como ULEPICC (Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura) que comienzan a tratar de articular la voluntad decidida de caminar en una nueva dirección política¹⁰¹.

En América Latina, destacan investigadores como Alain Hercovici, César Bolaño o Guillermo Mastrini, quienes describen el movimiento a partir de nombres como los norteamericanos Dallas Smythe y Herbert Schiller así como de los europeos Nicholas Garnham, Peter Golding, Graham Murdock, Patrie Flichy, Bernard Miège y Dominique Leroy.

Según dos de estos autores, Bolaño y Mastrini, la Economía Política de la Comunicación se define en América Latina por ser una “perspectiva multidisciplinar de crítica de la economía política”, pero también por ofrecer valiosas herramientas para el estudio de los fenómenos de concentración económica y de convergencia tecnológica entre las industrias audiovisuales tecnológicas, las telecomunicaciones y la informática.

En 1999, Mastrini y Bolaño publicaron como coordinadores un estudio sobre la globalización y los monopolios de comunicación en América Latina recorriendo la evolución histórica de la Economía Política de la Comunicación, como enfoque crítico, aplicándola después a los casos de Argentina, Brasil, México y Uruguay. En cierto modo, este texto anuncia los de Bolaño en el año 2000 y Martín Becerra en 2003, en los que ofrecen un cuadro teórico y analítico amplio para el análisis de las industrias culturales y de los medios masivos en el capitalismo, y exploran la frontera entre la EPC, las Ciencias Sociales y las teorías de la Comunicación, sin dejar de señalar que el proyecto de la Sociedad de la Información es una realidad tecnológica apoyada en doctrinas y políticas construidas por los países centrales.

La Economía Política de la Comunicación experimenta un auge de sus estudios a ambos lados del Atlántico y esta perspectiva recibe nuevas aportaciones nacidas al amparo de los debates

¹⁰¹ SIERRA, Francisco: “Economía Política de la Comunicación y teoría crítica. Apuntes y tendencias”, en *I/C Revista Científica de Información y Comunicación*, 2009, 6, pp. 149-171.

entre teóricos europeos y latinoamericanos. La colaboración científica y los estudios comparados dan lugar a encuentros entre investigadores, profesionales y organizaciones con un objetivo similar que, más allá de una corriente española o latinoamericana de la EPC, permite hablar a partir de la década de los 90 de una corriente iberoamericana de esta perspectiva científica.

Entre el 14 y el 15 de mayo de 2001 se realizó en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires el I Encuentro Latino de Economía Política de la Comunicación bajo el título “Concentración y convergencia en las industrias culturales”. El objetivo era generar un espacio de intercambio y análisis académico que impulsara el desarrollo y conocimiento científico iberoamericano en este campo, apoyando y enriqueciendo las actividades regulares de los grupos de trabajo de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) y buscar una mayor aproximación de su homólogo en la International Association for Media and Communication Research (IAMCR).

En dicho encuentro, los participantes suscribieron la “Carta de Buenos Aires” proponiendo la constitución de una organización más amplia, la Asociación Latina de Economía Política de la Comunicación. Este documento sintetiza la visión y el compromiso histórico de los investigadores latinos frente a las modificaciones introducidas en el mundo de la comunicación como consecuencia de los cambios económicos, políticos, sociales y culturales que se imponen en el tránsito del siglo XX al XXI. Además, manifiestan su compromiso académico y social frente al “pensamiento único” dominante en la producción intelectual regional y su rol activo en los debates por la democratización de las políticas de comunicación y la cultura de los estados nacionales que ante el progresivo abandono de la esfera pública, libran las cuestiones de producción y distribución de bienes culturales a las fuerzas del mercado liberal, en detrimento del pluralismo comunicacional y el acceso al consumo cultural.

Un año después, en julio de 2002, Sevilla fue la sede oficial del III Encuentro Latino de la Economía Política de la Comunicación¹⁰², un congreso que bajo el título “Convergencia y desarrollo en la sociedad global de la información” reunió a un centenar de investigadores latinos e iberoamericanos para continuar avanzando en el intercambio, colaboración y conocimiento científico en este ámbito estratégico de la investigación. El congreso concluyó con la asamblea constituyente de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC), según los principios de la Carta de Buenos Aires. Se aprobaron los estatutos y se eligió la primera Junta Directiva provisional que fue ratificada en el IV Encuentro, celebrado en Caracas en noviembre de 2003.

¹⁰² El II Encuentro se celebró en Brasilia entre el 26 y el 28 de marzo del 2002, unas jornadas donde se distribuyeron tareas entre los participantes, con el objetivo de organizar los trámites necesarios para la constitución de la nueva entidad.

Actualmente, la ULEPICC es una asociación de investigadores de Europa, Latinoamérica y África cuyo interés común es la comprensión de fenómenos de información, de comunicación y culturales desde la perspectiva de la Economía Política. La institución cuenta con tres secciones nacionales (en España, Brasil y Mozambique) y tiene representación en grupos como IAMCR, ALAIC, SOCICOM (Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação) y COMPÓS (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação). Además, realiza su congreso internacional cada dos años y publica cada cuatro meses la Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (EPTIC).

Esta institución se dedica a analizar cómo se organiza la producción para los nuevos mercados de la Información y cómo la Comunicación y la Cultura participan de los circuitos de acumulación del capital. Así, sus investigadores desarrollan un análisis crítico de la concentración económica y la convergencia tecnológica de la radiodifusión, las telecomunicaciones y la informática.

La división española de esta asociación internacional (ULEPICC-España) se constituyó en marzo de 2004, en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. En la reunión constitutiva, se eligió como presidente al profesor Marcial Murciano, de la Universidad Autónoma de Barcelona, una reunión en la que estuvieron presentes, entre otros investigadores, Armand y Michelle Mattelart.

El objetivo principal de esta sección española es la promoción de los estudios en Economía Política y Teoría Crítica de la Comunicación en el país, con el ánimo de contribuir a la reflexión crítica y plural sobre los problemas emergentes de la información, la comunicación y la cultura, promover el intercambio de ideas y experiencias entre investigadores y docentes e incidir y participar en la agenda pública y en las políticas de comunicación tendentes a democratizar el espacio social.

Con la intención de cumplir sus objetivos, la ULEPICC-España se propuso también la celebración de congresos bianuales. Unos encuentros que se iniciaron en Sevilla, en noviembre de 2006, con la celebración del Primer Congreso Nacional bajo el título "Pensamiento crítico. Comunicación y Cultura" y que posteriormente continuaron en Barcelona, en 2008, Salamanca en 2010 y Castellón en 2012.

Durante 2015 se celebrará el V Congreso Nacional de la ULEPICC-España en Madrid y a finales de este mismo año tendrá lugar el VIII Encuentro Internacional de Investigadores y Estudiosos de la Información y la Comunicación (ICOM 2015) y el IX Congreso Internacional Unión Latina de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC 2015). Estos dos últimos eventos se celebrarán de manera conjunta del 7 al 11 de diciembre de 2015 en el Palacio de Convenciones de La Habana, en Cuba, organizados por la

Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana y la Unión Latina de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC).

6. Fundamentación teórico-metodológica del análisis de contenido

Aunque la interpretación de textos, especialmente sagrados, es una práctica muy antigua, y ya en el siglo XVII se datan algunos análisis cuantitativos de material impreso,¹⁰³ no será hasta principios del siglo XX cuando se pueda hablar de análisis de contenido aplicado a la prensa, primero en Estados Unidos y, algo más tarde, en Europa. En concreto, es en los años treinta, con la creación de las Escuelas de Periodismo en los Estados Unidos, cuando los estudiantes comienzan a realizar diversos análisis, siempre cuantitativos, sobre los contenidos de la prensa norteamericana. Una tradición que cristaliza en la obra, *The country newspaper: a study of socialization and newspaper content*, de Malcom Villey en 1926.

Pocos años más tarde, serán los trabajos de Lasswell y Berelson, las primeras referencias teóricas al análisis de contenido norteamericano, una metodología que alcanzará su máximo desarrollo ante las exigencias políticas y militares derivadas de la Segunda Guerra Mundial.

Tras un siglo de desarrollo, actualmente, el análisis de contenido se presenta como una herramienta metodológica adecuada para profundizar en la dimensión esencial del mensaje periodístico, siempre entendida desde un planteamiento crítico. Para conocer y aplicar correctamente esta metodología a nuestra investigación se hace necesario conocer su historia y evolución, la fundamentación teórico-metodológica del Análisis de Contenido, y concluir finalmente estableciendo los principios desde los que se entiende la Economía Política de la Comunicación como base teórico metodológica del análisis de contenido.

6.1. Historia y epistemología del análisis de contenido

Es a principios del siglo XX cuando el análisis de contenido emprende su carrera en Estados Unidos. En esa época el material analizado es esencialmente periodístico y el rigor científico invocado es la medida. Pero será realmente durante la Primera Guerra Mundial cuando esta técnica comience a hacerse popular para estudiar la propaganda. Es la preocupación por las relaciones entre opinión pública, propaganda política y estructura política norteamericana, a partir de los años 30, la que impulsa el desarrollo del análisis de contenido.

¹⁰³ En 1640, se data en Suecia un análisis de una colección de 90 himnos religiosos denominados “los cantos de Sion”.

En Estados Unidos los departamentos de ciencias políticas juegan un papel muy importante en el desarrollo del análisis de contenido. Los problemas puestos de manifiesto por la Segunda Guerra Mundial acentúan el fenómeno. Durante ese periodo, el 25% de los estudios empíricos supeditados a la técnica del análisis de contenido pertenecen a la investigación política.

En este contexto, el primer investigador que utilizará con asiduidad este nuevo método de investigación será Harold Lasswell, en cuyo texto *Propaganda technique in the World War*, publicado en 1927, queda patente la aplicación práctica de la técnica para el análisis de la prensa y la propaganda. Además, esta obra impulsará numerosos estudios sobre este tema a partir de los años cuarenta, fundamentalmente después de la Segunda Guerra Mundial.

Otro de los investigadores estadounidenses que tiene un papel fundamental en los inicios del análisis de contenido es Berelson quien a final de los años 40 establece las reglas del análisis, ayudado por Lazarsfeld, y resume las preocupaciones epistemológicas de este periodo. Concretamente, en el libro *Content Analysis in Communication Research*, publicado en 1948, define el campo de aplicación, los principales problemas y métodos de la historia reciente del análisis de contenido, contemplando de manera específica las tareas de análisis que se han desarrollado en el campo de la ciencia de la comunicación masiva y de la opinión pública.

Unos años más tarde, en 1952, Berelson define el análisis de contenido como: "Una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación, que tiene como objetivo interpretarlas". Se trata de una de las definiciones más extendidas y en la cual, se especifican las reglas a las que debe someterse el análisis de contenidos: objetividad, sistematización, cuantificación y ser manifiesto.

La primera de las reglas que señala Berelson, la objetividad, se refiere al empleo de procedimientos que puedan ser utilizados por otros investigadores de modo que los resultados obtenidos sean susceptibles de verificación. En segundo lugar, la sistematización hace referencia a pautas ordenadas que abarcan el total del contenido observado. Para Krippendorff estos dos elementos confluyen en el requisito de la reproductividad, es decir, que las reglas que lo gobiernen sean explícitas (objetivas) y aplicables a todas las unidades de análisis (sistemáticas).

Los otros dos elementos de la definición de Berelson, cuantificación y manifiesto, han sido los más discutidos por ser los más restrictivos. La cuantificación pide que se pueda cifrar numéricamente la información para obtener el recuento de las unidades e indicadores de los fenómenos que estamos interesados en mostrar, mientras que el requisito de que el contenido sea manifiesto, deja fuera el contenido latente.

Las principales críticas de los investigadores, se centran en la cuantificación, ya que si bien reconocen a Berelson el mérito de haber codificado el análisis de contenido, no comparten muchos de ellos que la cuantificación sea una de las reglas fundamentales de esta técnica de

investigación. Las principales oposiciones subrayan que la cuantificación sólo permite abordar los aspectos formales o sintácticos de los textos, por ejemplo, su extensión y frecuencia, el léxico, los rasgos estilísticos, las construcciones típicas, etc.

Los investigadores que sucedieron al equipo de Berelson, aunque permanecieron fieles a la exigencia cuantitativa, se inclinaron hacia más refinados instrumentos de medida. El análisis llamado de “contingencia” puesto a punto por Charles Osgood coloca en el centro de sus investigaciones al contexto que el análisis tradicional de frecuencia había ignorado. Este nuevo instrumento ya no intentaba detectar cuáles son las palabras, los símbolos, los temas que con mayor frecuencia se repiten sino establecer los lazos que los unen entre sí. Enumera y calcula las frecuencias, pero lo que contabiliza no son las presencias de elementos sino las “co-presencias”, las asociaciones por proximidad espacial o por implicaciones lógicas.

A partir de los años 50, el análisis de contenido se extiende a numerosas disciplinas: la etnología, la historia, la psiquiatría, el psicoanálisis y la lingüística se unieron a la sociología, la psicología, la ciencia política y la investigación periodística, y comienzan a plantearse preguntas sobre epistemología y metodología.

En 1955, el Social Science Research Council’s Committee on Linguistics and Psychology organizó una conferencia sobre el análisis de contenido ante un nuevo y creciente interés por el tema. Los participantes provenían de diferentes disciplinas como la sociología, la psicología, la ciencia política, la literatura, la historia, la antropología y la lingüística. Sus aportaciones aparecieron en un volumen compilado por Pool, *Trends in Content Analysis*.

En el plano metodológico y como consecuencia de la conferencia se inicia una disputa entre análisis de contenido cuantitativo y cualitativo. Para los partidarios del primero de ellos, lo que sirve de la información es la frecuencia de la aparición de ciertas características de contenido. Mientras que para los analistas cualitativos es la presencia o ausencia de una característica de contenido dada, o de un conjunto de características, en un cierto fragmento de mensaje que es tomado en consideración.

A partir de entonces, los teóricos aportan nuevas definiciones que superan y subrayan nuevos aspectos respecto a la realizada por Berelson. En este sentido, Hostil y Stone sostienen que “el análisis de contenido es una técnica de investigación para inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas de un texto”. Como apunta Jaime Andréu Abela¹⁰⁴, desaparecen los requisitos de que el análisis de contenido sea “cuantitativo” y “manifiesto”, admitiéndose de esta manera la posibilidad de que dichos análisis puedan ser “cualitativos”, haciendo referencia al contenido “latente de los textos”. Además, se añade un nuevo elemento muy importante: la inferencia. El propósito fundamental del análisis de

¹⁰⁴ ANDRÉU ABELA, Jaime: “Las técnicas del Análisis de Contenido. Una revisión actualizada” Fundación Centro Estudios Andaluces.

contenido es realizar inferencias, que se refiere fundamentalmente a la comunicación simbólica o mensaje de los datos, que tratan en general, de fenómenos distintos de aquellos que son directamente observables.

En este último sentido, Krippendorff define el análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”. Este autor añade el contexto como marco de referencia donde se desarrollan los mensajes y los significados con que cualquier análisis de contenido debe realizarse en relación con el contexto de los datos y justificarse en función de éste. Además, cuando habla de reproductibilidad incluye las características de Berelson cuando señala que la técnica debe ser objetiva y sistemática.

Quizás la definición de Bardin pueda englobar todas las definiciones vistas hasta ahora conceptualizando el término “análisis de contenido” como “el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cualitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes”. Para este autor, el análisis de contenido se convierte en una empresa de descultación o revelación de la expresión, donde ante todo interesa indagar sobre lo escondido, lo latente, lo no aparente, lo potencial, lo inédito (lo no dicho) de todo mensaje. La descripción es la primera etapa, la interpretación es la última fase. La inferencia es el procedimiento intermedio que permite el paso, explícito y controlado, de una a otra.

Como señala José Luis Piñuel¹⁰⁵, esta nueva perspectiva no sólo amplía el campo de estudio del análisis de contenido hacia la dimensión no manifiesta del texto sino que también, dada su complejidad, exige introducir nuevas variables en el análisis a fin de que el texto cobre el sentido requerido para el analista. Y añade que esto sólo es posible si el texto se abre, teóricamente hablando, a las condiciones contextuales del proceso comunicativo, al proceso de comunicación en el que se inscribe, y por tanto, a las circunstancias psicológicas, sociales, culturales e históricas de producción y de recepción de las expresiones comunicativas con que aparece.

A partir de las década de los 60, la evolución de esta técnica está marcada por la aplicación masiva de los ordenadores al análisis de contenido, como herramienta de investigación y apoyo para realizar estudios empíricos cuantitativos.

En este sentido, en 1967, la Escuela de Comunicaciones de Aneberg auspició una importante conferencia sobre el análisis de contenido en la que participaron 400 investigadores y una parte importante de las discusiones estuvo dedicada a las diferentes aportaciones del ordenador, sobre todo, en los sistemas de codificación. También se establecieron debates sobre el papel

¹⁰⁵ PIÑUEL RAIGADA, José Luis: “Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido”. *Estudios sociolingüística* 3, 2002, p. 4.

del ordenador en el registro de las comunicaciones no verbales, la necesidad de establecer categorías estandarizadas, el problema de la obtención de inferencias, y en particular, el rol de las teorías y de las construcciones analíticas, todo lo cual, planteaba en esencia, problemas metodológicos no computacionales en aquellos momentos.

En los años setenta, se intensifica la utilización del General Inquirer como programa de ordenador por excelencia para el análisis cuantitativo al que le surgen pronto otros competidores como el Words System Manual de H. P. Iker que ofrece la ventaja de que la clasificación de las palabras emanan de las propias características del texto. El tratamiento informático permitirá, entre otras cosas, trabajar rápidamente grandes cantidades de datos y ejecutar pruebas estadísticas que con anterioridad eran casi impracticables, como el análisis factorial que requiere tratar a la vez un número elevado de variables.

Es una década después, en los años ochenta, cuando surgirán los primeros programas específicos para el análisis cualitativo que más tarde en sucesivas versiones se han ido acercando más y más al análisis de contenido cualitativo como Aquad, Hiper Research, Nudist, Atlas, etc. A medida que se introdujeron procedimientos informáticos en el tratamiento de los datos, el análisis de contenido se convirtió en una de las técnicas de uso más frecuentes en muchas ciencias sociales, adquiriendo una relevancia desconocida en el pasado.

Desde la segunda mitad del siglo XX, surgen numerosas objeciones al análisis de contenido cuantitativo fundamentalmente basadas en la convicción de que las técnicas numéricas eran insuficientes para captar los significados profundos “dobles,” “segundos”... Sin embargo, algunas definiciones recientes de esta técnica siguen haciendo hincapié en la cuantificación como una de sus características esenciales.

En este sentido, son un ejemplo las definiciones de Wimmer y Dominick en 1996 o la de Neuendorf en 2002¹⁰⁶. Los primeros especifican que el análisis de contenido “es un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir determinadas variables”. Sistemático quiere decir que los contenidos o mensajes sometidos a análisis son seleccionados conforme a reglas explícitas; objetivo es suministrar descripciones o explicaciones de los fenómenos que no estén sesgadas por las particularidades del investigador y cuantitativo permite resumir en un conjunto de cifras estadísticas el resultado de un examen minucioso y sistemático de una muestra de mensajes.

Por otro lado, Neuendorf define el análisis de contenido como “un procedimiento de investigación cuantitativo que descansa en el método científico, permitiendo obtener descripciones sumarias de mensajes de naturaleza muy variada y pudiendo identificarse en ellos toda clase de variables o de indicadores: manifiestos versus latentes y rasgos formales versus atributos de contenido”. De esta definición destacan las siguientes propiedades del

¹⁰⁶ Recogido en IGARTUA PEROSANZ, Juan José: *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*, Bosch Comunicación, Barcelona, 2006, pp. 181-183.

análisis de contenido: descansa en el método científico, ofrece descripciones sumarias de los mensajes, permite analizar rasgos formales y de contenido y se centra en el estudio del contenido manifiesto y latente de la comunicación.

Sin embargo, y a pesar de las definiciones que insisten en la cuantificación como un rasgo esencial, el análisis de contenido no puede ser sino cualitativo, condición a la que no puede sustraerse. Para esta investigación, lo más importante va a ser lo cualitativo y la observación a partir de conocimientos previos, de acuerdo con definiciones como las de Bardin o Gaitán y Piñuel. Estos últimos autores, destacan los siguientes puntos como de especial interés en el análisis de contenido:

- Elaboración previa de un repertorio estructurado de categorías derivadas de un marco metodológico en que se fija como objeto de estudio la comunicación, de unas hipótesis y de unos objetivos que constituyen la base del procedimiento de normalización de la diversidad superficial del corpus o material de análisis, con vistas al registro de los datos, a su procesamiento estadístico y/o lógico y a su posterior interpretación. El análisis de contenido ha de entenderse como un metatexto resultado de la transformación de un texto primitivo (o conjunto de ellos).
- Según los objetivos de la investigación social, pueden diferenciarse análisis de contenido de carácter *exploratorio*, *descriptivo* y *verificativo* y/o explicativo. Los análisis exploratorios tienen por objeto una aproximación al diseño definitivo de una investigación en la que el análisis de contenido sea una técnica elegida para elaborar, registrar y tratar datos sobre “documentos” en el sentido que antes hemos explicado.
- Como fuentes primarias se pueden haber recabado cartas, diarios, libros, publicaciones periódicas, documentos históricos, discos, y otros registros sonoros, visuales y audiovisuales como cassettes, fotografías, películas, vídeos, etc.
- El otro tipo de análisis de contenido que cabe distinguir es el de los diseños verticales o intensivos caracterizados por corpus muy reducidos o de un solo caso, cuyo desarrollo, a diferencia del que es propio de diseños horizontales, en ocasiones es mucho más amplio que el texto analizado. Por lo general, se trata de análisis no cuantitativos, que no recurren a procedimientos de muestreo, en los que el significado deriva más de las relaciones, las oposiciones y el contexto, que de medidas cuantitativas¹⁰⁷.

¹⁰⁷ GAITÁN MOYA, Juan Antonio; PIÑUEL RAIGADA, José Luis: *Técnicas de investigación en Comunicación Social. Elaboración y registro de datos*. Ed. Síntesis, Madrid, 1998, pp. 283-285.

6.2. Metodología y técnicas del análisis de contenido

Para los distintos teóricos del análisis de contenido, esta técnica debe aplicarse siguiendo unas determinadas fases, que a grandes rasgos suponen: una selección de la comunicación que será estudiada, la selección de las categorías que se utilizarán, la selección de las unidades de análisis y la selección del sistema de recuento o medida.

Estas fases del análisis, que se desarrollan alrededor de tres polos cronológicos, se describen a continuación resumiendo lo aportado por Bardin¹⁰⁸:

1. El preanálisis (la elección de los documentos que se van a someter análisis, la formulación de las hipótesis y de los objetivos, la elaboración de los indicadores en que se apoyará la interpretación terminal).
 - a) La lectura “superficial”, entrar en contacto con los documentos de análisis.
 - b) La elección de los documentos (constitución de un corpus). Las reglas principales para constituir el corpus son:
 - Regla de la exhaustividad que se completa con la regla de no-selectividad
 - Regla de la representatividad. Se puede efectuar el análisis con una muestra. Si la muestra es una parte representativa del universo de partida.
 - Regla de homogeneidad. Los documentos elegidos deben responder a unos criterios de selección precisos y no presentar excesiva singularidad respecto a los criterios de elección
 - Regla de pertinencia. Los documentos deben ser adecuados como fuente de información con arreglo al objetivo que suscita el análisis.
 - c) La formulación de las hipótesis y de los objetivos. Las hipótesis entendidas como la afirmación provisional que se pretende verificar (confirmar o refutar) recurriendo a procedimientos de análisis. El objetivo se define como la intención general que se le da al cuadro teórico y/o pragmático en el que serán estudiados.
 - d) La señalización de los índices y la elaboración de los indicadores.
 - e) La preparación del material.
2. La explotación del material. El aprovechamiento del material. La fase de análisis propiamente dicha. Es una fase larga y fastidiosa, que consiste esencialmente en operaciones de codificación, descomposición o enumeración en función de consignas formuladas previamente.
3. El tratamiento de los resultados, la inferencia y la interpretación. Los resultados brutos son tratados de manera que resulten significativos y válidos.

Por otro lado, a lo largo de la historia del análisis de contenido han sido distintas las técnicas desde las que se ha abordado. A continuación se recogen estas distintas técnicas,

¹⁰⁸ BARDIN, Laurence: *El análisis de contenido*. Akal, Madrid, 1996, pp. 71-76.

desarrollando aquellas que han sido más relevantes e influyentes. Todas ellas han sido recopiladas por el teórico Bardin:¹⁰⁹ análisis categorial, análisis de la evaluación, análisis de la enunciación, análisis de la expresión, análisis de las relaciones y análisis del discurso.

1. El análisis categorial: cronológicamente es el más antiguo, prácticamente el más utilizado. Funciona por operaciones de descomposición del texto en unidades, seguidas de clasificación de estas unidades en categorías, según agrupaciones analógicas. Entre las diferentes posibilidades de categorización, la investigación de temas, o análisis temático, es rápida y eficaz a condición de aplicarse a discursos directos y simples.
2. El análisis de la evaluación: El evaluative assertion analysis (EAA) ha sido puesto a punto en 1956 por Osgood, Saporita y Nunnally. Tiene por objeto medir las actitudes del sujeto hablante respecto de los objetos con relación a los cuales se expresa. Este análisis saca partido de los conocimientos de la psicología social sobre la noción de actitud. Una actitud es una predisposición, relativamente estable y organizada, a reaccionar bajo forma de opiniones o de actos cara a cara con los objetos de manera orientada. Las personas tenemos opiniones sobre las cosas, los seres, los fenómenos y las manifestamos mediante juicio de valor. Este método de Osgood es bastante comparable al análisis de contenido temático, puesto que funciona sobre una delimitación del texto en unidades de significación. Pero el objetivo es específico puesto que se ocupa no sólo de la aparición de tal o cual tema, sino también de la carga evaluativa de las unidades de significación tenidas en cuenta. El propio Osgood considera esta técnica extremadamente laboriosa, lo que limita su alcance pragmático y hace de ella, sobre todo, un instrumento de investigación. Únicamente puede servir para comunicaciones que obedezcan a los principios del “modelo representacional” (la expresión manifiesta refleja exactamente las actitudes del locutor). Por el contrario, es inadecuada para mensajes que revelen la concepción “instrumental” del lenguaje. Por lo tanto, esta técnica es inoperante para mensajes de propaganda de acción voluntariamente insidiosa, o palabras del tipo de consulta de psicoterapia, donde lo importante es el mensaje latente.
3. El análisis de la enunciación: tiene dos características principales que lo diferencian de otras técnicas de análisis de contenido. Se basa en una concepción de la comunicación como proceso y no como dato. Descansa en una concepción del discurso como palabra en acto. Este análisis considera que en la producción de la locución se hace un trabajo, se elabora un sentido. Es discurso no es producto acabado, sino un momento de un proceso de elaboración, con todo lo que esto comporta de contradicciones, de incoherencias.
 - a. Las condiciones de la producción de la locución. En toda comunicación esta producción se ordena mediante un “triángulo”: el sujeto hablante, su objeto de discurso o referencia y un tercero.

¹⁰⁹ BARDIN, Laurence: Op. cit., cuarta parte, pp. 119-176.

- b. El recurso a la enunciación. Se pueden distinguir tres niveles de aproximación indirecta: el análisis sintáctico y paralingüístico, conduce a las estructuras formales gramaticales; el análisis lógico, se basa en un conocimiento de la disposición del discurso; el análisis de los elementos formales atípico, son por ejemplo, las omisiones, los fallos lógicos, los silencios, etc.
 - c. Una convergencia de influencias teóricas y metodológicas. Es el resultado de influencias de orígenes variados.
 - d. La aplicación del análisis de la enunciación a la entrevista no directa. Es el material privilegiado de este análisis.
4. El análisis de la expresión: bajo este término pueden estar clasificadas un cierto número de técnicas. En efecto, los indicadores utilizados no son de orden semántico (contenido, plano de los significados) sino formal (plano de los significantes y de su organización). Los sectores más propicios a la aplicación de técnicas de análisis de la expresión son: la investigación de autenticidad de un documento y los discursos políticos o susceptibles de vehicular una ideología.
5. El análisis de las relaciones: En un primer momento, la teoría de la asociación (Freud y también la teoría del aprendizaje), en otro posterior, la llegada de los ordenadores y la facilitación de los análisis factoriales y, por último, el estructuralismo (lingüística y sociología), han contribuido a orientar las técnicas del análisis, no ya simplemente sobre la frecuencia de aparición de los elementos del texto, sino sobre las relaciones que estos elementos mantienen entre sí. Aquí hay que distinguir, en primer lugar, el análisis de la contingencia y el análisis estructural.
 - a. Análisis de la contingencia. Trata de extraer del texto relaciones entre elementos del mensaje o más exactamente, se ocupa en destacar las presencias simultáneas (contingencia o relación de asociación) de dos o más elementos en una misma unidad de contexto, es decir, en un fragmento de mensaje previamente definido.

“El análisis de contingencia no se pregunta cuál es la frecuencia de aparición de una forma significativa dada en cada una de las diferentes partes de un texto, sino cuál es su frecuencia de aparición con otras unidades significantes”, escribe Osgood. La contingencia (o la no contingencia) de dos o más elementos manifestaría la asociación o la disociación en el espíritu sujeto hablante.

Osgood propone el siguiente proceso:

 - Elección de unidades de registro (por ejemplo, palabras clave) y, si hay lugar, categorización (temas).
 - Elección de unidades de contexto y división del texto en fragmentos.
 - Codificación: presencia o ausencia de cada unidad de registro (elemento) en cada unidad de contexto (fragmento).
 - Cálculo de contingencia, comparación con el azar.
 - Representación e interpretación de resultados.

- b. Análisis estructural. La tercera aportación de que se benefician los métodos de análisis de contenido es el resultado de la convergencia, desde los años 60, de la disciplina lingüística y de sus progresos y de la invasión de la actitud estructural. De una parte se toma conciencia de que son insuficientes la división ítem por ítem y la clasificación frecuencial.

¿Qué hacen los estructuralistas? Buscan el orden inmutable bajo el desorden aparente, el esqueleto o la osamenta invariable bajo la heterogeneidad patente de los fenómenos. En palabras de Bardin, tras el análisis frecuencial estaba la manía de coleccionar. En el análisis de carácter estructural hay un regusto por el juego de mecano: desmontar el mecanismo, explicar el funcionamiento y volver a encontrar los mismos rodamientos o el mismo motor, cualesquiera, que sean la forma del reloj o el color de la carrocería.

Y si todo discurso, cualesquiera que sea su código y su sintaxis, está más o menos estructurado, y el significado está organizado por esta estructuración, la más pequeña variación a nivel de los elementos constitutivos o de su disposición produce, como consecuencia, un cambio a nivel de la emergencia de la significación.

En el análisis de carácter estructural ya no se trabaja (o ya no solo) sobre la base de la clasificación de los signos o de los significados, sino que se tiende a la disposición de los diferentes ítems tratando de descubrir constantes significativas en las relaciones (aparentes o latentes) que organizan estos ítems entre sí.

El análisis lleva no ya el vocabulario, léxico o repertorio semántico o temático del mensaje, sino a los principios de organización subyacentes, los sistemas de relaciones, los esquemas directores, las reglas de encadenamiento, de asociación, de exclusión, de equivalencia, los agregados organizados de palabras o de elementos de significación, las figuras retóricas, etc., es decir, a todas las relaciones que estructuran los elementos (signos o significados) de manera invariable o independiente de estos elementos.

La vía fue abierta por C. Levi-Strauss. El método estructuralista busca “descubrir bajo la disparidad de fenómenos las relaciones ilegibles, o ahogadas, que prueban un orden oculto”. La estructura, realidad escondida del funcionamiento del mensaje o modelo operativo construido por el analista permite abstraer los elementos que la componen.

Mcquail, resume los contrastes con el análisis tradicional de contenido en cuatro puntos: el estructuralismo no es cuantitativo y resulta incluso antipático contabilizarlo como un medio de alcanzar significados, pues el significado deriva mucho más de las relaciones, las oposiciones y el contexto que de referencias cuantitativas. En segundo lugar, la atención se dirige más al contenido latente que al manifiesto, y en realidad el significado latente se considera más esencial que el manifiesto. En tercer lugar, la sistematicidad del estructuralismo es diferente de la

del análisis de contenido, puesto que no da importancia a procedimientos de muestro y rechaza la noción de que todas las “unidades” de contenido debieran recibir el mismo tratamiento y de que es posible aplicar el mismo procedimiento, y de la misma manera, a textos diferentes, como ocurre muchas veces en el caso del análisis de contenido. En cuarto lugar, el estructuralismo no permite el supuesto de que el mundo de la “realidad” social y cultural, el mensaje y el receptor, participen del mismo sistema de significados¹¹⁰.

6. El análisis del discurso: Para Bardin, existe un tipo de análisis del discurso que sí pertenece al campo de análisis de contenido, es el análisis automático del discurso, el AAD, proyecto de M. Pêcheux por las siguientes razones:

- El procedimiento tiene por objeto la inferencia a partir de los “efectos de superficie” de una “estructura profunda”: los procesos de producción.
- Esta técnica de análisis se inscribe en una sociología del discurso y trata de establecer los lazos entre la situación (condiciones de producción) en que se encuentra el sujeto y las manifestaciones semántico-sintácticas de la superficie discursiva.
- El AAD tiene por objeto “destruir el análisis de contenido” para reemplazarlo, por consiguiente, se puede suponer que busca cumplir la misma función por medios diferentes.

La hipótesis general es la siguiente: un discurso está determinado por las condiciones de producción y un sistema lingüístico. Conociendo éstas se puede poner a punto, por el análisis de la superficie semántica y sintáctica del discurso, la estructura que lo organiza o proceso de producción.

El discurso está situado, determinado, no sólo por el referente sino por la posición del emisor en las relaciones de fuerza y por sus lazos con el receptor. El emisor y el receptor del discurso corresponden a lugares determinados en la estructura.

De todas estas técnicas, será el análisis estructuralista el que sienta las bases metodológicas de nuestra investigación, pero en una visión más amplia aún, la que nos conduce a la Economía Política de la Comunicación como base teórica y metodológica del análisis de contenido, epígrafe que se desarrolla a continuación.

¹¹⁰ MCQUAIL, Dennis: Op. cit., p. 245.

7. La Economía Política de la Comunicación como base teórico-metodológica del análisis de contenido

El análisis de contenido desde una perspectiva estructural, un planteamiento crítico y una lógica discursiva es la herramienta metodológica que permite profundizar en la dimensión esencial del mensaje periodístico: su significación latente o implícita.

Tal y como afirma Ramón Reig, la estructura lleva al mensaje, por lo que el análisis estructural se presenta como imprescindible. Los mensajes periodísticos de los medios de comunicación no existen por azar, no se producen sobre todo a partir de pautas lingüísticas o supuestamente asépticas y rigurosas, sino, por regla general, a partir de dos elementos que suelen ir unidos: el interés ideológico y el interés comercial. Por ello, el análisis estructural se detiene sobre todo en los intereses que pueden estar detrás de los mensajes y a través de un posicionamiento crítico y una perspectiva de totalidad permite aproximarse a una interpretación sincrónica lo más amplia posible.

El pensamiento estructuralista pone de manifiesto la necesidad de un análisis discursivo macro. Van Dijk utiliza el término “macroestructura” en referencia al significado global del discurso y ese es el significado que interesa. Por lo que trasladado al terreno de la comunicación de masas, se deduce que la interpretación contextual resulta imprescindible para comprender la auténtica motivación de los mensajes mediáticos. Las implicaciones estructurales de cada uno de los elementos presentes son las que aportan un significado mucho más rico al que ofrece cada elemento a priori individualmente. Tras las relaciones observables externamente, aparentes y tangibles, el estructuralismo descubre que se oculta una lógica interna, una estructura que no se establece por inducción, sino postulando, por debajo de ciertas manifestaciones superficiales, estructuras profundas, siendo las primeras una manifestación de las segundas.

A pesar de su orientación fundamentalmente empírica, el análisis de contenido estructural trasciende las nociones convencionales del contenido como objeto de estudio y está estrechamente ligado a concepciones más recientes sobre los fenómenos simbólicos. En este sentido, Antonia Nogales afirma que:

“El interés empírico por los hechos simbólicos ya no puede aplicarse al estudio de los mensajes de forma aislada, ni reducir la comunicación a un proceso psicológico o considerar las interpretaciones lingüísticas de un mensaje como base de la explicación. Los cambios producidos en la trama social exigen una definición estructural del contenido, que tenga en cuenta los canales y las limitaciones de los flujos de información, los procesos de comunicación y sus funciones y efectos en la sociedad,

*los sistemas que incluyen tecnología avanzada y las modernas instituciones sociales*¹¹¹.

Aunque el análisis estructural es la herramienta que permite constatar empíricamente la presencia de intereses económicos-comerciales e ideológico-políticos, resulta imprescindible articular este análisis con un posicionamiento crítico a partir de los planteamientos científicos de las escuelas de Economía Política de la Comunicación. Es decir, el análisis de contenido debe partir del pensamiento crítico, en síntesis con la Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura cuyo punto de partida es el siguiente:

*“Partimos de la tesis de que los procesos históricos-materiales que se inscriben en el desarrollo de las diversas formaciones sociales tienen como fundamento explicativo las determinaciones estructurales de la producción material. Rechazamos por tanto, la visión idealista de la cultura y de los procesos comunicativos en la que el análisis separa cultura y medios de su base terrenal, enfatizando los aspectos subjetivos o superestructurales. Las relaciones económicas deben aparecer en el lugar principal con respecto a otras interacciones que se dan en el sistema capitalista. La estructura económica determina, sobre todo lo demás pero no únicamente, la reproducción permanente de la formación socioeconómica en su conjunto. Dicho de otro modo, los investigadores de la comunicación masiva deben prestar atención a las formas en las cuales las organizaciones económicas y las dinámicas de producción de los medios determinan la naturaleza y el rango de la emisión resultante*¹¹².

En este sentido, Ramón Reig subraya que el marxismo y sus herederos heterodoxos de la Escuela de Frankfurt señalan que la estructura económica invade la superestructura borrando la distinción entre ambas, pero no porque lo político y lo ideológico se independicen en mayor o menor grado sino porque son englobados en la estructura.

Los fundamentos de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, a partir de los cuales debe construirse un análisis de contenido se resumen, siguiendo las ideas de Quirós, en cuatro puntos básicos:

1. Para la Economía Política de la Comunicación, todas las mercancías tienen un valor de uso (deben satisfacer una necesidad u ofrecer algún placer). No existe una relación simple entre las relaciones de poder desiguales arraigadas en la producción, la distribución y el consumo de formas culturales en tanto que mercancías, y el valor de uso que esas mercancías tienen para el consumidor. No es simple, pero la relación existe: un grupo social restringido, con fines políticos o económicos, determina qué sentidos circulan y

¹¹¹ NOGALES BOCIO, Antonia Isabel: “Aproximación a la metodología empírico-periodística del análisis de contenido: concepto y aplicación práctica”. Encuentro Iberoamericano de Editores de Revistas Científicas de Ciencias Sociales, 20 y 21 de julio de 2011.

¹¹² QUIRÓS FERNÁNDEZ, Fernando: Op.cit., p. 36.

cuáles no, qué relatos se pueden contar y cuáles no, sobre qué se puede contar y sobre qué no, a qué argumentos se les da más peso, qué recursos culturales se encuentran disponibles y para quién.

2. Es vital establecer las relaciones de poder implicadas en la cultura y su vinculación con estructuras de dominación más amplias. De ahí que sostengamos que la cuestión de la determinación económica es básica para nuestro análisis.
3. La fortaleza de la Economía Política como posición teórica y metodológica reside precisamente en que siempre ha sido capaz de mantener el análisis de los medios dentro del análisis global del capitalismo en cada una de sus fases.
4. La Economía Política de la Comunicación reconoce la importancia del factor ideológico, pero ligado a la idea de que los medios son primero y antes que nada organizaciones industriales y comerciales que producen y distribuyen mercancías en el capitalismo¹¹³.

El análisis de contenido a partir de los posicionamientos científico-metodológicos de la Economía Política de la Comunicación es la única metodología que permite una interpretación sincrónica y profundizar en el significado latente de los mensajes. La única herramienta metodológica que nos permitirá detectar en el discurso mediático la construcción de realidades o el refuerzo de sistemas de valores que se adecuan a la estructura de dominación que es conveniente perpetuar

¹¹³ Ramón Reig resume estos cuatro puntos a partir de las ideas de Fernando Quirós en la obra REIG, Ramón: *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla*. Comunicación Social, ediciones y publicaciones, Zamora, 2010, pp. 76-77.

| *Tercera parte*

**FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA-
CIENTÍFICA DE LA TELEVISIÓN: DE LO
ANALÓGICO A LO DIGITAL. TÉCNICAS
Y ESTRATEGIAS PARA TRANSMITIR
MENSAJES**

1. La televisión, una aproximación teórica

Desde la aparición de la televisión, este medio ha despertado el interés de los teóricos e investigadores que han desarrollado múltiples estudios desde perspectivas diferentes. Para Lorenzo Vilches, sobresalen los estudios dedicados al análisis de contenido cuantitativo de origen sociológico que a menudo presentan resultados dispersos, aislados y fácilmente manipulables. Pero también, hay estudios basados en la tecnología, en su discurso, en su influencia social, en su organización estructural, etc.

De todos ellos, interesan fundamentalmente tres perspectivas que son las que se van a desarrollar a continuación. La primera de ellas, centrada en los estudios semióticos de televisión que definen el lenguaje propio y los códigos de este medio. En segundo lugar, la televisión dentro del proceso comunicativo, atendiendo a los diversos elementos y sus peculiaridades como son el emisor, el receptor y los mensajes, así como, los diversos géneros que desarrolla, fundamentalmente el género informativo. En tercer y último lugar, interesan los estudios de la televisión desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación desde la que se considera a este medio como una Industria Cultural.

1.1. Análisis semiótico de la televisión

La televisión se manifiesta en el ámbito de los medios de comunicación como la combinación simultánea de sonidos e imágenes en movimiento, mediante la intercalación de instrumentos electrónicos, y su difusión a distancia. Desde el análisis semiótico, interesa la indagación de los lenguajes y códigos que se mezclan para producir la expresión televisiva. Además, la televisión debe estudiarse como unidad, cuyos significados dependen en gran parte de los significantes de otras realidades íntimamente vinculadas a su sistema sígnico.

Para la semiótica, la televisión se presenta como un superlenguaje mixto que asume por un lado, todos los lenguajes perceptibles por el oído: música, lenguaje oral humano, ruidos, etc. Y por otro, todos los perceptibles por la vista: lenguaje de la naturaleza, escritura, lenguajes artísticos, etc. Además, estos lenguajes que participan en lo televisivo no pueden ser considerados de manera aislada o independiente, sino en la correspondiente relación o combinación mediante una doble lectura: sincrónica y diacrónica.

Asimismo, la televisión intercala entre la realidad y la percepción del espectador unas técnicas de captación, difusión y recepción, las cuales organizan y formalizan una codificación especial que es muy importante por las transformaciones que efectúa de la realidad. Debido a la mediación técnica, lo que se percibe de la realidad no es la realidad sino signos de la realidad, signos que se estructuran en imágenes visuales y auditivas.

Sin embargo, hasta aquí, lo aportado por los estudios semióticos es común para otros medios audiovisuales como el cine. Por ello, hay que centrar este análisis en los dos elementos que Mariano Cebrián Herreros señala como específicos de la televisión y que definen su lenguaje: el concepto de programación y la transmisión en directo de los mensajes.

Para este autor, la televisión difunde unos mensajes organizados conforme a unos códigos propios del medio y del soporte que los sustenta, pero que a la vez los incorpora y los reorganiza en una estructura superior que es la programación. Por ello, señala que deben analizarse los mensajes tanto los originales como los ajenos sometidos a un doble juego: como estructura propia y como estructura engarzada en otras estructuras. Es decir el programa debe estudiarse como una estructura en sí o autónoma e independiente, y como una estructura dentro de otra estructura.

La conclusión que deduce de esta organización es que existe una estructura superior que es la estructura programática, en cuanto unificadora de las estructuras autónomas y establece una gran sintagmática de la programación que engarza todos los segmentos autónomos o unidades programáticas que denomina: supermontaje televisivo¹¹⁴.

Para Mariano Cebrián Herreros, se puede hablar de supermontaje porque no se trata del montaje de unidades inferiores como los planos, escenas o secuencias sino de un montaje de programas que establece un contexto diferente y peculiar que no coincide con ningún otro medio. Este contexto se compone de elementos formales de valor unitivo y adscriptores de valor afectivo o poético por lo que se pueden distinguir dos niveles de contexto: uno intraicónico y otro extraicónico.

El primero se refiere al contexto que se establece entre unas imágenes y otras que aparecen dentro del mismo cuadro y que forman un conjunto significativo. En este mismo nivel hay que diferenciar el contexto audiovisual, que es el que se establece, dentro del mismo plano, entre la parte sonora y la icónica; y por otro lado, el contexto audio-scripto-visual que es el que coordina todos los elementos significantes que integran el plano: imágenes, escritura, gráficos y sonidos.

Todos estos forman el contexto intraicónico que dentro de las estructuras espacio-temporales de la televisión tienen unos significados determinados y que quedan contagiados por el otro nivel superior, el contexto extraicónico. Cebrián Herreros señala que en este contexto hay que diferenciar varios niveles: el contexto que se establece entre unos planos situados antes o después y el contexto que agrupa a varios planos y que puede denominarse contexto de situaciones para comprender tanto las escenas como las secuencias, estructuras que

¹¹⁴ Este concepto lo desarrolla Mariano Cebrián Herreros a lo largo de dos obras: *Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica*, Editorial Pirámide, Madrid, 1978, pp.165-168 y en *Información televisiva. Mediaciones, contenido, expresión y programación*, Editorial Síntesis, Madrid, 1998, pp.189-190.

funcionan en el cine, pero que no siempre coinciden con las de la televisión, especialmente con las estructuras informativas, que sí manifiestan este contexto situacional.

Pero en la televisión todavía se puede establecer un contexto superior que es el que dimana de la unión de unos programas con otros y que se denomina contexto programático. Un programa concreta sus significados y manifiesta sus contenidos, con independencia de su estructura interna y autónoma, por la vinculación de lo que se programa antes, después o en el interior de su propia estructura, como ocurre con cualquier programa que se interrumpe para dar una información o programa un bloque de anuncios publicitarios. Es decir, gracias a la acción de todos estos contextos la televisión se presenta como un continuo programático y temporal que vincula todo tipo de mensajes.

Otro aspecto que interesa a nivel semiótico es la asociación de campos semánticos que se establece en este contexto programático. Cebrián Herreros reconoce que esta asociación es muy compleja ya que además de los que se producen en los programas surgen otras múltiples asociaciones entre todos los elementos que componen la programación. Para este autor, estos campos asociativos se observan claramente en los anuncios, en los cuales las asociaciones no sólo se vinculan entre los campos audioscriptovisuales, vinculados o independientes, sino que se relaciona uno de los elementos con el conjunto de otros.

Todos estos campos asociativos son los que crean el universo televisivo. Un universo que no está construido tanto por la unión de los universos personales de los autores de programas particulares, cuanto por el universo del programador. En televisión, por encima de los universos particulares se sitúa el universo global sugerido y dirigido por el supermontaje programático.

En resumen, la televisión se caracteriza por el establecimiento de una continuidad en las múltiples propuestas que ofrece hasta generar un supermontaje gracias a la programación-emisión que une y vincula los diversos programas. Tal vinculación, hace que los programas, las múltiples unidades o fragmentos de la programación, pierdan parcialmente su autonomía para integrarse en el conjunto y adquieran una significación más completa.

La televisión, al establecer la programación pone en funcionamiento dos elementos fundamentales: espacio y tiempo. Con ellos, la programación se articula en una textura espacio-temporal nueva y única. La televisión, al vincular espacios situados a distancias y en diversos lugares, está creando un espacio nuevo que no existe en la realidad y que es propio del montaje y de las características propias de la televisión. Se trata, pues de una realidad significada, que se encuentra dentro del discurso televisivo y distinto a la realidad extradiscursiva.

Lorenzo Vilches¹¹⁵ distingue tres tipos de espacio y de tiempo televisivos en su aspecto narrativo. Por lo que respecta al espacio habla de: el espacio de la escena, el espacio producido por el montaje y el espacio de la voz y reconoce que aunque, no son espacios necesariamente visibles si son perceptibles. En primer lugar, el espacio de la escena que representa lo estrictamente visible y se refiere tanto a la imagen construida como a las relaciones que se materializan en el interior del marco encuadrado. Por su parte, el espacio del montaje es donde la televisión pone en juego su fuerza persuasiva y su potencial manipulador. Y por último, el espacio de la voz que se produce debido a la capacidad del sonido para ocupar un lugar en el espacio, sea como posición (arriba, abajo, izquierda, derecha), sea como figura y fondo (sonido en primer plano, sonido ambiente, sonido protagonista).

Por lo que respecta al tiempo, Lorenzo Vilches distingue: un tiempo interno al mensaje, un tiempo de emisión y un tiempo de lectura. El momento interno del mensaje hace referencia al tiempo en que fue captada la “realidad”, mientras que el momento de la difusión o emisión significa sobre todo el grado de distorsión de tiempo entre el tiempo del mensaje y su emisión. En último lugar, el tiempo de lectura que es el que se focaliza al espectador y concierne al modo en que el mensaje televisivo viene recibido en la vivencia cotidiana del destinatario.

En el segundo de los tiempos definidos por Lorenzo Vilches es donde entrarían los conceptos de tiempo directo y diferido. El primero de ellos, ha sido destacado por Mariano Cebrián Herreros como otro de los rasgos que definen la especificidad de este medio y que influyen en su lenguaje. “Por relato en directo se entiende el relato transmitido por televisión en el mismo momento en el que se produce el hecho y desde el mismo lugar donde se desarrolla. Se trata de un relato vivo. Realidad y espectador se ponen “en contacto” mediante la televisión. Por tanto, la televisión rompe todas las barreras de espacio y tiempo. No existe distancia, ni diferencia de tiempo. Es instantánea”¹¹⁶. En el relato directo, el tiempo se convierte en un elemento intrínseco.

Sin embargo, el relato en directo es utilizado con poca frecuencia debido a que para la organización de la emisora supone un alejamiento del dominio y control directo sobre lo que se emite. Este relato es utilizado fundamentalmente para las retransmisiones de acontecimientos deportivos, ceremonias solemnes, debates políticos y hechos destacados de la actualidad.

En oposición al relato en directo, se encuentra el relato diferido dentro del cual se pueden distinguir dos tipos: el *relato directo emitido en diferido*, que es aquel en el que el programa es grabado en directo y transmitido después de algún tiempo, tal como se grabó. Este tipo de relato se diferencia del relato directo en que el tiempo de emisión no coincide exactamente con

¹¹⁵ VILCHES, Lorenzo: *Manipulación de la información televisiva*, Editorial Paidós, Barcelona, 1989, pp. 85-151.

¹¹⁶ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Introducción al lenguaje...* Op. cit., p.189.

el tiempo en que se desarrolla el suceso. El otro tipo de relato diferido es lo que Cebrián Herreros denomina *relato directo sintetizado* y es aquel en el que, aparte del retraso de emisión en relación con el tiempo en que se produjo el hecho, es un relato concentrado, reelaborado, sometido a manipulaciones, a cortes, a reducción del tiempo, etc.

Además de la incidencia que sobre el lenguaje televisivo tienen todos los elementos descritos hasta el momento, hay que resaltar la transformación de este lenguaje mediante los ejes sincrónico y diacrónico. Por una parte, en cuanto se desarrolla en un proceso temporal hay una continuidad y una secuencialidad que se presenta en un tiempo sucesivo (eje de diacronía), y por otra, en cuanto los diversos sistemas expresivos aparecen simultáneamente con toda su trabazón (eje de sincronía). De esta forma, el telespectador percibe simultáneamente imágenes, sonidos y escritura y además, en una sucesividad que vincula lo que percibe en ese instante con lo anterior y lo posterior.

Una vez delimitados los rasgos específicos que definen el lenguaje televisivo, Mariano Cebrián Herreros diferencia tres niveles en la narración programática que son:

- El de la entidad programadora (o narración del programador) mediante el montaje de programas
- El de la realización-producción de cada una de las series o de cada uno de los programas.
- El de la continuidad programática producido por el control de continuidad y que se manifiesta por el uso de las unidades delimitadoras, las unidades programáticas de control y por las señales; es decir, mediante la imposición de un ritmo determinado a la programación.

Las relaciones que se establecen entre estos niveles corresponden al siguiente proceso: planificación programática, producción-realización y emisión, existiendo una gran vinculación y coordinación entre el primero y el tercero.

En último lugar, desde los estudios semióticos se plantea la posibilidad de una semiótica radical o universal de la televisión, se analiza si es posible o no la transmisión de ideas mediante la semiótica televisual. Dado que la comunicación que se realiza a través de la televisión espacial se intenta que sea entendida por todas las personas que componen la audiencia en toda su amplitud social, cultural e internacional, se puede establecer una comunicación mediante signos comunes a todos.

Mariano Cebrián Herreros¹¹⁷ intenta dar una respuesta a la semiótica radical o universal analizando cada uno de los elementos que componen la televisión. Este autor, parte de la idea de que los instrumentos técnicos de la televisión al codificar la realidad en signos visuales y

¹¹⁷ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: "Semiótica universal o radical de la televisión" en *Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica*, Editorial Pirámide, Madrid, 1978.

sonoros, recogen también los signos convencionalizados por cada una de las comunidades lingüísticas o grupos reducidos y muy localizados.

El análisis de este autor para dar una respuesta a la semiótica radical de la televisión parte de la semiótica radical de la imagen. Considera que las imágenes pueden dar los elementos concretos, pero se necesita en muchas ocasiones el lenguaje articulado para darle la dimensión del concepto, de lo universal, para poderlos elevar a ideas abstractas y universales.

La semiótica universal sonora plantea más problemas ya que la televisión utiliza el sonido diagético y el extradiagético. El primero de ellos está adherido a la realidad visual que se capta, pero el extradiagético está formado fundamentalmente por la palabra que es un lenguaje arbitrario e inmotivado y por ello, no permite una comprensión de sus significados.

Por lo que respecta a la transformación técnico-retórica, ni la planificación ni el montaje son signos naturales sino creados por el hombre, por lo que para comprenderlos es necesario un conocimiento previo de las leyes que los rigen, al menos en sus elementos generales. Por ello, es difícil pensar en códigos universales cuando hay que conjugar planificaciones y montajes.

Desde el punto de vista semiótico, es difícil la existencia de una semiótica universal sobre todo si las emisiones necesitan de comentarios para la comprensión de las imágenes ya que se plantea el problema de las lenguas vernáculas basadas en signos artificiales e inmotivados. Por ello, Mariano Cebrián Herreros considera adecuado reservar el concepto de semiótica universal a aquellas realidades en las que no interviene ninguna lengua humana artificial. Al mismo tiempo que considera posible hablar de semióticas particulares o nacionales que quedarían dentro del concepto de esa semiótica universal de la televisión.

1.2. La televisión como medio de comunicación e información

Desde esta perspectiva, la televisión se estudia atendiendo a las peculiaridades de los elementos que componen el proceso comunicativo, especialmente, el emisor, el receptor y el mensaje, ya que es donde la televisión adquiere unos rasgos y características propios.

En la evolución de los medios de comunicación de masas, la televisión ha sido el último en aparecer tras la prensa, la radio y el cine, pero el de mayor penetración social lo que lo ha convertido en el medio de comunicación más representativo. Para McLuhan,¹¹⁸ la televisión es el medio más extendido y por tanto, el de mayor impacto social, mucho mayor del que tuvo para este autor, la imprenta en los siglos XVIII y XIX, y además, el medio contemporáneo por excelencia.

¹¹⁸ MCLUHAN, Marshal: *Understanding Media*, McGraw Hill, New York, 1964.

Para este autor, hay dos tipos de medios de comunicación: medios fríos y medios cálidos. Los medios cálidos son aquellos que poseen una alta definición, esto es, los que permiten grandes dosis de información y por ello, el destinatario recibe el mensaje pleno, entero, sin huecos ni discontinuidades lo que impide la participación activa del receptor. Por el contrario, los medios fríos son muy poco definidos y reclaman una participación activa por parte del destinatario. En esta clasificación, la televisión se convierte en el medio frío por excelencia, el que exige una mayor participación e implicación por parte del espectador. Además, la televisión es el medio de comunicación en el que los medios electrónicos llegan a su máxima expresión.

A pesar de que la televisión se presenta como el medio de comunicación de masas más representativo, esta denominación no es del todo correcta ya que no se puede establecer el diálogo entre el emisor y el receptor, al menos en la televisión tradicional. Con la aplicación de las nuevas tecnologías y, especialmente, la digitalización, la televisión tiende hacia nuevos modelos en los que es posible establecer cierto *feedback*, y en los que se intenta alcanzar la interactividad. Sin embargo, para este análisis se atenderá a las características de la televisión según el modelo tradicional ya que la digitalización y sus implicaciones en este medio se desarrollarán en un apartado posterior.

Por ello, sería más apropiado definir a la televisión como medio de difusión que de comunicación ya que el proceso comunicativo no se cierra en su totalidad, al emisor no le suele llegar la respuesta del receptor. Así pues, se trata de una difusión monologante, aunque influida, a medio y a largo plazo, por la respuesta de la audiencia manifestada de forma indirecta y por canal diferente al televisor: carta, teléfono, sondeos.

Los medios de comunicación de masas y la televisión, como uno de ellos, evolucionan en el contexto político, económico, industrial y social sometidos a presiones de todo tipo a la vez que ellos mismos ejercen presión sobre la sociedad según la orientación que le dé el grupo que lo domina. Por ello, la interacción emisor-receptor en televisión se desarrolla en un contexto complejo. Por una parte, los contextos particulares de cada uno de los elementos que integran el acto comunicativo-difusor de la televisión, y por otra parte, los contextos exteriores y generales.

Tanto unos como otros varían con las circunstancias temporales, la situación, el entorno. Los primeros deben ser considerados en el mismo instante de la emisión y en mutua relación y son los que se van a describir a continuación. Y los segundos hacen referencia a los contextos generales en que se encuentra cada uno de los elementos como situación de emisoras, profesionales, clases de audiencia, estado del canal, influencia intertextuales, ámbito en que se desenvuelve el programa y el contexto social, político, económico y cultural.

a) *Emisor*

Este elemento de todo proceso comunicativo implica en la televisión unas características que divergen de otros medios. Mariano Cebrián Herreros señala que el emisor en televisión no es sólo el individuo que da la cara, ni el equipo (productor, realizador, presentador), sino otro “núcleo de actantes que interviene desde una posición superior compuesto, en primer lugar, por programadores que sitúan los productos, previa o posteriormente elaborados, a una hora y un día determinados, para una audiencia concreta, delante o detrás de otro programa con contenido similar o diferente (...) En segundo lugar, por los planificadores de la ideología y personalidad de la empresa televisiva”¹¹⁹.

Por lo tanto, la televisión no difunde una comunicación individual sino grupal en la que es muy difícil distinguir cada uno de los niveles de autoría ya que no funcionan de forma rígida y además, es una comunicación influida por el contexto político-económico que implica interferencias e interrelaciones en la comunicación televisiva. Se trata de un emisor complejo, plural y organizado.

b) *Receptor*

Al igual que el emisor de televisión no es individual, el receptor al que se dirige la comunicación televisiva se caracteriza por el número y la heterogeneidad. Se trata de un receptor masivo, la audiencia, que engloba a grupos muy variados. Por lo tanto, la audiencia es masa que según H.Blumer¹²⁰ se caracteriza por ser: numerosa, anónima, heterogénea y especialmente, discontinua, por lo que sus miembros no interactúan como tales. Sin embargo, las nuevas tecnologías intentan romper estas características y tienden a una recepción individual y homogénea¹²¹.

Para Cebrián Herreros, el receptor de televisión se orienta en estos momentos en dos sentidos. Uno, que va de la recepción nacional hacia la recepción local, hacia el grupo cada vez más homogéneo por su condición social, política, cultural. Otro, que va de la recepción nacional hacia la recepción continental o universal, mediante la cobertura de satélites. Aunque en todos los casos, se trata de una recepción masiva que implica problemas en la codificación del mensaje para que sea entendido por todos.

Por un lado, la recepción masiva nacional (grupos heterogéneos, pero delimitados por una misma cultura impuesta por las fronteras) plantea el problema de la codificación homogénea para que posteriormente se haga una descodificación heterogénea. Por otro, la recepción local

¹¹⁹ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información televisiva...* Op. cit., p. 37.

¹²⁰ SANABRIA, Francisco: *Información audiovisual. Teoría y Técnica de la información radiofónica y televisiva*, Bosch Comunicación, Barcelona, 1994. p. 24.

¹²¹ Las características que las nuevas tecnologías implican en la recepción serán descritas y analizadas en un apartado posterior dedicado a la digitalización.

disminuye este problema ya que existen unas bases bastante comunes entre la audiencia. Por último la recepción universal supone un problema para que la codificación sea entendida por todos.

Estos rasgos de la recepción obligan al emisor a una codificación suficientemente elevada y en la que sólo puede trabajar con elementos comunes para que sea comprensible por la heterogeneidad de la audiencia.

Por otro lado, una característica del receptor televisivo es que no establece reciprocidad comunicativa directa con el emisor, se trata de una comunicación unilateral. Francisco Sanabria resalta que esa “falta de reciprocidad no priva a los medios audiovisuales de su gran capacidad comunicativa, ni altera su carácter de vínculo y relación establecido entre emisores y destinatarios, relación que incluso en el caso de la comunicación unilateral sigue siendo activa y participante”¹²².

Independientemente de cómo esté constituida la audiencia, también influye en la descodificación el lugar de recepción. El hogar, que es el principal núcleo de consumo de la televisión, implica mayores condicionantes de distracción en el receptor (no hay silencio ni oscuridad como en el cine). Además, los sociólogos resaltan que la recepción suele hacerse en familia y suele haber un líder que descodifica el mensaje para el resto del grupo.

Esta situación peculiar en que se ve la televisión, es lo que Francisco Sanabria denomina *ámbito de recepción* y en el que distingue: el *ámbito comunicacional* que se refiere a las posiciones relativas de fuente y destinatarios, y de éstos entre sí, a efectos de interrelación comunicativa; el *ámbito físico* referido a las circunstancias materiales en que se efectúa la recepción; el *ámbito psicológico* que engloba las condiciones de actividad o pasividad y el *ámbito sociológico*, el de influencia de los factores sociales.

c) Mensaje

La comunicación consiste en la transmisión o intercambio de mensajes entre dos sujetos. La principal característica del mensaje televisivo es la fragmentación ya que dentro de un mismo programa puede haber mensajes distintos. La televisión ofrece una gran variedad de mensajes que suelen agruparse en tres géneros: educativo, informativo y entretenimiento. Sin embargo, hay ocasiones en las que los límites entre unos y otros no están bien definidos.

De todos los tipos de mensajes, el informativo ha adquirido tal importancia que muchas veces no se define a la televisión como medio de comunicación sino como medio de información. Aunque hay autores como Francisco Sanabria que considera que por sus características la televisión es más apta para contenidos expresivos que informativos, más adecuada para el

¹²² SANABRIA, Francisco: *Información audiovisual...* Op. cit., p.32.

drama que para la información por lo que en muchas ocasiones se corre el riesgo de dramatizar la realidad sobre la que se informa.

Tanto los mensajes informativos como los otros, requieren de unos tratamientos expresivos para que el destinatario pueda descodificar y entender correctamente el contenido. Entre estos principios, Mariano Cebrián Herreros señala cuatro: audiovisualidad, comprensibilidad, densidad y contextualización.

El principio de audiovisualidad exige gran calidad material o física en las imágenes, en los sonidos y en la trabazón de unos con otros. La interrelación de imágenes y sonidos debe mantener el adecuado sincronismo técnico para no distraer al receptor. Por su parte, el principio de comprensibilidad reclama claridad en la organización, en la concepción y cadencia de los planos y de montaje, en la velocidad expositiva de la expresión oral y en la relación de imágenes y sonidos.

En tercer lugar, el principio de densidad se refiere a la cantidad de información que puede transmitirse por televisión para que el telespectador pueda descodificarla. La televisión admite escasa densidad de conceptos, datos u opiniones, por lo que requiere una selección de lo más esencial. El excesivo incremento de datos puede llevar a una desinformación debido a la imposible descodificación en un único visionado y audición de los mismos. Y por último, el mensaje en televisión debe estar contextualizado en su marco adecuado. Si no se tienen en cuenta estos condicionantes a la hora de elaborar el mensaje televisivo se producirá una comunicación ineficaz, es decir, la audiencia no entenderá el mensaje que se quería transmitir.

Otra característica de los mensajes en la televisión y en el resto de medios electrónicos es que el receptor no puede elegir el mensaje que desea en el momento en el que lo desea, tanto mensaje como momento le son impuestos al receptor. Aunque la digitalización tiende a romper este rigor permitiendo la elección del mensaje y del momento, y dejando uno y otro a la elección del usuario.

De toda la variedad de contenidos que ofrece la televisión, serán aquellos importantes para el destinatario los que despierten más su atención y propician su permanencia. Así como aquellos contenidos que recurren al dramatismo o la espectacularidad. Además, los condicionantes de la recepción caracterizan los mensajes televisivos que suelen ser simples y redundantes.

Como se ha resaltado anteriormente, la relevancia del mensaje informativo sobre el entretenimiento o la formación hace que se denomine y describa a la televisión no sólo como medio de comunicación sino como medio informativo. Sin embargo, las características propias de este medio condicionan el tratamiento de la información en televisión. Mariano Cebrián

Herreros ha caracterizado a la televisión como medio informativo a través de veinte condicionantes que de forma resumida se exponen a continuación¹²³:

- La televisión elabora la información mediante sonidos, imágenes y escritura con todas las características esenciales y cualitativas y principios de la misma.
- Es un medio basado en la perceptibilidad audiovisual y por ello, es magnífico para la información de hechos, acciones y declaraciones en voz de sus protagonistas, pero un mal medio para la exposición de discursos lógicos y de argumentaciones.
- Para que la información pueda ser seguida por públicos generales y heterogéneos, se requiere legibilidad y comprensibilidad lo que obliga a la búsqueda de máxima calidad física o material de imágenes y sonidos y claridad en la organización de los códigos para que sean descifrables en un único visionado.
- La televisión busca la sencillez para no exigir un esfuerzo excesivo de descodificación al telespectador; no es un medio de experimentación, sino que aprovecha las aportaciones de las experimentaciones expresivas de otros medios audiovisuales, como el cine o el vídeo, para integrarlas adecuadamente dentro de su expresividad.
- La televisión tiende a la simplificación. Es un medio tan rápido, con una cadencia de imágenes a tal velocidad que apenas si permite dar mayor complejidad a la información. Por un lado, la televisión cuenta con la posibilidad del impacto de la imagen, pero por otra, con el límite de dar una información eficaz sobre la realidad.
- La televisión reclama una atención excluyente para el seguimiento de sus mensajes; es un medio que por sí está sometido a un conjunto de ruidos: conversaciones, iluminación, llamadas; si además se incrementan con otras actividades será difícil la descodificación del discurso al menos en su totalidad y alcance.
- El lenguaje televisivo se desarrolla básicamente en el tiempo con una doble dimensión: simultáneo y sucesivo. Existe una simultaneidad y una secuencialidad de los componentes sonoros, visuales y escritos que establecen unas relaciones recíprocas. El tiempo de la información televisiva es breve, cada noticia gira en torno al minuto y medio.
- La secuencialidad temporal está caracterizada por la fugacidad e irrepetibilidad de lo expuesto. No existe otra posible retención que la fijada en la memoria en el momento de la recepción. Es un tiempo irreversible, lo cual diferencia la expresión televisiva del resto de los lenguajes fijos y espaciales. Para que el discurso televisivo sea comprensible obliga a la claridad de conceptos y de expresión por lo que no permite gran acumulación de datos ni de ideas.

¹²³ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información televisiva...* Op. cit., pp. 48-51.

- La televisión es un medio inmediato porque permite la transmisión de los sucesos de manera simultánea a su desarrollo, de ahí la importancia y las exigencias del tratamiento informativo en directo.
- La televisión tiene un componente espacial lo que obliga a elaborar una composición escenográfica, una puesta en escena de la información tanto en estudio como en exteriores.
- Este medio, al ofrecer la realidad en imágenes concretas, recorta la imaginación sobre dicha realidad, aunque lo que pierde en fantasía lo gana en precisión de rasgos y riqueza de detalles.
- En cuanto al nivel atencional del espectador existen unas alteraciones de cansancio y embotamiento en las percepciones que no dependen sólo del interés que pueda tener lo que se le ofrece o de la implicación del espectador en el tema, sino también de la exposición y de la dosificación. Por ello, se requiere una rigurosa combinación de los componentes audiovisuales de manera que puedan reforzar la atención y concentración y que tanto imágenes como sonidos se apoyen y refuercen mutuamente.
- Se genera la lógica narrativa de las imágenes, es decir, todo tipo de impactos sensoriales y emotivos, frente a la lógica racional del discurso verbal. La televisión combina ambas lógicas con la trabazón del relato de imágenes con el relato oral y de ahí deriva la fuerza, penetración y arraigo de la información televisiva.
- La velocidad televisiva se presenta con gran velocidad y ritmo por lo que el lenguaje debe regirse por las exigencias de precisión, exactitud y huida de la connotación en beneficio de la denotación y objetividad de la información.
- La televisión es espectáculo, busca el entretenimiento, la diversión y por ello, transforma la cotidianidad en espectáculo buscando el lado llamativo de lo rutinario.
- La televisión ofrece un discurso continuo, aunque el espectador percibe la clausura de cada uno de los fragmentos a pesar de que éstos se vean a su vez interrumpidos por contenidos ajenos al mismo; se produce una intercalación de unos discursos en la configuración global de otros con la claridad suficiente como para que el telespectador pueda percibirlos como distintos.
- El medio televisivo ofrece un discurso permanentemente abierto ya que durante la emisión se pueden incorporar nuevos elementos. Además, es un discurso ininterrumpido por parte del emisor, pero fragmentado por parte del receptor: fragmentos que no respetan la división establecida por el emisor, sino según su capricho.

- Es un discurso redundante y repetitivo que sigue, en general, la trayectoria de las narrativas populares basadas en la alternancia de elementos reiterativos (estribillos) y elementos variantes.
- La televisión vive en un entorno multimediático que produce una fragmentación y dispersión de audiencias tanto de coberturas nacionales como autonómicas y locales.
- Se impone un enfoque comercial frente al de servicio a la audiencia. La televisión se convierte en negocio, en mercado, y pierde su sentido de medio de comunicación social, es decir, de servicio informativo a la audiencia de cuanto ocurre en el entorno.

En resumen, la televisión constituye un sistema comunicativo peculiar en el que cada uno de sus componentes aporta singularidad y condicionamiento al discurso global. A pesar de que la televisión mantiene un tronco común con los diversos medios y sistemas expresivos audiovisuales, a su vez dispone de elementos característicos técnicos, expresivos, organizativos, receptivos, y en suma, comunicativos, que la diferencian de los demás.

1.3. La televisión como Industria Cultural

Para analizar los medios de comunicación y, en concreto, la televisión desde esta perspectiva es necesario entenderlos como elementos culturales sometidos a la industrialización y la mercantilización, ambas impuestas por el sistema económico capitalista. Los medios forman parte de la economía y están determinados por el mercado. Por ello, los investigadores que comparten este enfoque hablan de la necesidad de un análisis macroeconómico de los medios dentro de la llamada Economía Política de la Comunicación.

El punto de partido de estos estudios es la definición de cultura y comunicación y su evolución y progresiva integración en el sistema económico. El concepto de cultura utilizado, entre otros autores, por Ramón Zallo en sus investigaciones es el aportado por Armand Mattelart, según el cual la cultura debe ser entendida como “memoria colectiva que hace posible la comunicación entre los miembros de una colectividad históricamente ubicada” y “que crea entre ellos una comunidad de sentido (función expresiva), y les permite adaptarse a un entorno natural (función económica) y por último, les da la capacidad de argumentar racionalmente los valores implícitos en la forma prevaleciente de las relaciones sociales (función retórica de legitimación/deslegitimación)”¹²⁴.

En esos mismos estudios, la comunicación no se diferencia de la cultura sino que se consideran dos ámbitos inseparables ya que la cultura se constituye a partir de comunicaciones repetidas, tal y como señala Harry Pross. Las diferencias entre ambas se establecen en torno

¹²⁴ Citado por ZALLO, Ramón en: *Industrias y políticas culturales en España y el País Vasco*, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao, 1995, p.24.

al tiempo: la comunicación es lo fugaz y efímero, mientras que la cultura es lo posado y estable, si bien la proliferación de comunicaciones cristaliza en forma de cultura predominante.

A lo largo de la tradición occidental, la cultura entendida como conocimiento y sensibilidad perceptiva ha aparecido siempre como un valor positivo que debía preservarse de las contaminaciones inherentes a lo político y a lo económico, así como un espacio privado de ejercicio de la libertad individual, alejado del disciplinado tiempo productivo. Por ello, tanto la comunicación como la cultura se han analizado habitualmente como parte esencial de los mecanismos de reproducción social privilegiándose el estudio de sus efectos cognitivos o sociales, su articulación social o sus contenidos.

Sin embargo, la dinámica real es que la cultura se ha ido convirtiendo en un ámbito cada vez más definido comercialmente, y gestionado preferentemente desde la formación de capital y desde un mercado por el que inevitablemente pasan la mayor parte de los agentes culturales. Por ello, el enfoque de estudio que ha dominado esta parcela queda ahora limitado y debe ser completado con un análisis de la producción cultural desde un enfoque económico.

Ramón Zallo distingue entre dos procesos que afectan a la cultura: por un lado, la mercantilización y por otro, la industrialización. En cuanto al primero, consistente en la asignación de un precio, señala que es un proceso que ha afectado gradualmente desde hace varios siglos a todas las actividades culturales. Sin embargo, este autor destaca el proceso de la industrialización como consustancial a la industria contemporánea, un proceso que consiste en la aplicación de procedimientos y formas de trabajo industriales en varias fases al menos de la producción cultural. Mediante la industrialización se busca el abaratamiento de costes, la normalización de las pautas productivas, la reproducción, la serialización del ciclo que comienza en la creación y termina en el consumo, y la generalización y constante reproducción del consumo cultural.

A pesar de la progresiva industrialización de la cultura, hay actividades que quedan fuera de este proceso, son las denominadas artes tradicionales. Se trata de actividades no reproducibles como son: las artes plásticas (pintura, escultura...), el espectáculo en directo (teatro, danza, conciertos...) o la conservación (patrimonio e infraestructuras) y se caracterizan por unas formas de trabajo artesanales de productividad estanca a pesar de la utilización parcial de algunas nuevas tecnologías.

Asimismo, señala Ramón Zallo que quedaría fuera de la industrialización de la cultura la llamada cultura independiente ya que busca más una eficacia estrictamente estética, ideológica o política (prensa de partidos, fanzines, radios libres...) que una rentabilidad económica o una producción creativa y novedosa.

Este mismo autor, señala que a efectos económicos deberá entenderse la cultura como la producción, conservación y distribución de contenidos culturales vinculados a prácticas

sociales. Y para el análisis económico la parcela más importante es la cultura industrializada que se inscribe en la expansión general de la economía mercantil en la vida social.

Para este análisis interesa por tanto, la cultura industrializada que está guiada y organizada por un capital, que como en el resto de actividades industriales, busca reproducir y ampliar su valor, estructurando, por tanto, procesos de trabajo y producción industriales y capitalistas en función de sus necesidades de valorización, aunque ajustándose a las particularidades del tipo de producción que exige la oferta cultural.

1.3.1. *Industrias culturales: concepto y caracterización*

El origen del término Industria Cultural se remonta a la Escuela de Franckfurt y constataba un cambio radical tanto en la forma de producción (cultura de masas y organización del trabajo taylorista) como en el lugar social de la cultura. Para Ramón Zallo las industrias culturales se conciben como: “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”¹²⁵.

Las industrias culturales incluyen a editoriales, la fonografía, el cine y edición videográfica; los medios de comunicación como la prensa, la radio y la televisión; varias industrias sin un canal autónomo de distribución y difusión como son la publicidad y la producción videográfica; las áreas tecnoculturales de la informática y electrónica como la informática doméstica, el videotex o el teletexto; y segmentos culturales de la industria general como son el diseño gráfico e industrial, la imagen de producto, etc.

Íntimamente relacionados con el concepto de industria cultural se encuentran los de sector, rama e hilera que Ramón Zallo aplica en sus investigaciones. El concepto de sector se aplica a la comunicación y la cultura como conjunto que define la estructura económica cultural de un país o de una región, y sus relaciones con el resto del entramado industrial y su peso en el PIB. La irrupción de capitales privados en esta área, su peso en las economías nacionales, el potencial que demuestran para valorizar capitales, la sustitución de la lógica política por una lógica económica y las nuevas actividades y empresas que emergen al ecosistema cultural explican su creciente articulación como un sector económico diferenciado.

Por otro lado, las industrias culturales se configuran en ramas cuya clasificación debe remitir a la realidad de la organización de los capitales concretos y sus asociaciones. Los rasgos que Ramón Zallo considera diferenciadores de cada rama son:

¹²⁵ ZALLO, Ramón: *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*, Editorial Hirugarren Prentsa, Guipúzcoa, 1992, p. 9.

- Una tecnología dominante inserta en un tipo de proceso productivo específico, un proceso de trabajo que incluye una modalidad de trabajo creativo y un proceso estable de valorización de capital en sus rasgos básicos.
- Este proceso se plasma en un tipo o serie de productos creativos específicos,
- Un modo de financiación (un mercado).
- Una práctica social.

En tercer lugar, aplica a las industrias culturales la segmentación en hileras en las distintas acepciones que este término tiene:

- hileras de ramas con demandas mutuas y en cascada (demandas en general o de tecnologías): hilera del audio y visual (disco, radio, cine, vídeo, televisión) o audiovisual (cine, vídeo, televisión), hilera de la edición (editorial, revistas, prensa diaria), hilera de información (prensa, revistas, radio, televisión, videotex...).
- hileras de ramas o subramas en las que unas aportarían tecnologías y otras ampliarían los mercados; por ejemplo, la relación entre industrias de materiales, de telecomunicaciones e industrias de programa.
- La economía de las redes a partir de las vinculaciones en red técnica de múltiples actividades particularmente audiovisuales.

Es necesario diferenciar las industrias culturales, entendidas como productoras de símbolos y contenidos culturales, de las industrias suministradoras de soportes materiales, equipos técnicos o redes de comunicación. Estas últimas constituyen la base material para la producción, la distribución y el consumo de las mercancías culturales pero están definidas por características distintas y que remiten tanto a la naturaleza del producto de cada una de ellas como a sus formas de valorización de capital, implicando, por tanto, dinámicas y desarrollos diferenciadores. Por ello, aunque están estrechamente vinculadas pertenecen a sectores diferentes, si las industrias culturales pertenecen al sector de la comunicación y la cultura, estas otras forman parte del sector electrónico o de las telecomunicaciones, entre otros.

Todas las industrias culturales ofrecen una serie de fases: la creación, la edición o producción, la reproducción o fabricación, la distribución y comercialización, de entre las que destacan la edición y la distribución como fases estratégicas y de control, con mayor valor añadido.

Si se atiende a los productos de cada industria cultural se pueden establecer diferentes clasificaciones y tipologías. Una de ellas es la que distingue en las industrias culturales unos productos reproducibles en soportes materiales (el libro, el disco, el film) y unos servicios inmateriales distribuidos a distancia. Sin embargo, Enrique Bustamante destaca otra tipología, aceptada por la investigación internacional, que es la que distingue entre productos editoriales

y cultura de flujo.¹²⁶ En primer lugar, los productos editoriales como el libro se caracterizan por ser prototipos aislados de alto riesgo unitario, pagados directamente por el usuario y de prolongada vida comercial.

Por su parte, la cultura de flujo o audiovisual continuo,¹²⁷ como la televisión o la radio, se basa sobre una multiplicidad de producción insertos en un flujo (programación) servida en continuidad, y por ello con una menor aleatoriedad de la demanda (menor riesgo comercial), financiada indirectamente por la publicidad y de mayor obsolescencia comercial. Y la distribución se convierte en la fase estratégica que domina sobre todos los restantes escalones del proceso productivo.

Para Bustamante, estos dos modelos axiales de las industrias culturales, acumulativos y no sustitutivos, responden a un evidente avance progresivo de la mercantilización e industrialización de la cultura. Señala que pueden ser así contempladas como un proceso casi geológico que superpone capas sucesivas de tecnologías de producción y distribución, con sus relaciones económicas, lógicas de uso y reglamentaciones correspondientes. O dicho de otra forma, del modelo editorial al de flujo, a través del intermedio de la prensa diaria, “pasamos de lo discontinuo a lo continuo y esto a la vez en el tiempo y el espacio”, porque “el capital debe reducir continuamente el tiempo y el espacio en su carrera hacia la valorización”¹²⁸.

De este modo, las industrias culturales se caracterizan por un tipo de producción cultural, la cultura de masas, y la aplicación de los principios de la organización científica del trabajo a la producción cultural. La esencia misma de la industria cultural es ser actividad productiva valorizadora de un capital y, al mismo tiempo, producción que para legitimarse socialmente ha de ser o parecer necesariamente cultural.

Para Ramón Zallo los principales rasgos específicos que definen y diferencian a las mercancías culturales de otros productos industriales derivan de la naturaleza y los procesos del trabajo, de la naturaleza de la producción a que da lugar, de las peculiares formas de rentabilidad del capital y del tipo de función social de su consumo. En primer lugar, el trabajo contenido en la producción cultural es un trabajo creativo que otorga un carácter único a cada mercancía cultural. En segundo lugar, las mercancías culturales se renuevan continuamente debido a la naturaleza de los bienes simbólico-ideológicos. Y en último lugar, se definen por la aleatoriedad por la incertidumbre de la realización mercantil.

¹²⁶ Enrique Bustamante señala que esta división fue mantenida por P.Flichy en su obra *Las multinacionales del audiovisual* y que desde entonces, ha sido utilizada por numerosos economistas franceses de las industrias culturales.

¹²⁷ La denominación de “audiovisual continuo” la aporta Ramón Zallo en su obra *Economía de la comunicación y la cultura* donde recoge lo sustancial de sus tesis doctoral “Fundamentos para una economía crítica de las industrias culturales. Los procesos de trabajo y de valorización”.

¹²⁸ BUSTAMANTE, Enrique: *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercado*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1999, p. 25.

Por todo ello este autor señala que “la comunicación y la cultura es un campo peculiar de producción, dada la naturaleza del trabajo que requiere y los procesos de trabajo necesarios para la producción de prototipos reproducibles o difundibles, en permanente renovación, de demanda aleatoria y con una eficacia social que va más allá del mero consumo para ser parte de los valores que cohesionan el tejido social”¹²⁹.

Aunque, las industrias culturales preservan en algún grado rasgos esenciales de la producción cultural: la creatividad, la renovación cultural en torno a prototipos o la experimentación con incertidumbre en las respuestas del mercado, ello no impide que las tendencias dominantes sean la estandarización de la oferta, la serialización o el culto a las modas.

Las industrias culturales son ante todo industrias capitalistas y no escapan a las determinaciones del funcionamiento y leyes de desarrollo del modo de producción capitalista. Pero junto a ese carácter fundamental y determinante están los rasgos que le otorgan especificidad dentro del entramado industrial, sin los que no cabría explicarse su funcionamiento real, su relación con el trabajo y con el mercado.

Además de la existencia de unos rasgos comunes al conjunto de las industrias culturales que las conforman como un sector económico diferenciado, cada industria tiene unos rasgos específicos que las conforman como tales. A continuación, se exponen las características propias de la televisión en comparación con otros medios, para posteriormente analizarla como industria propia diferenciada del resto.

1.3.2. *Radio y televisión: industrias culturales diferentes*

La radio y la televisión comparten elementos comunes en los procesos de trabajo, la producción y la valorización que, en ocasiones, permite agruparlos bajo una misma denominación: el sistema radiotelevisivo. En ambos medios, la producción es compleja y variada y exige procesos de trabajo plenamente industriales que integran el trabajo creativo y técnico en un mismo proceso. Además, en ambos la programación se ha dirigido tradicionalmente a una audiencia heterogénea, masiva y arquetípica.

El modo productivo radiotelevisivo exige una producción discontinua que supone la simultaneidad del trabajo creativo y trabajo técnico, una distribución y emisión única, continua y secuencial cuyo resultado es el control del aparato sobre la globalidad del proceso de trabajo y de producción.

Por lo que respecta al producto radiotelevisivo, Ramón Zallo lo caracteriza mediante los siguientes aspectos:

¹²⁹ ZALLO, Ramón: *Economía de la comunicación y la cultura*, Akal Comunicación, Madrid, 1988, p. 55.

- Un servicio inmaterial que adopta la forma de programa continuo unidireccional, efímero, de contenido variado, de obsolescencia inmediata y apto a una recepción múltiple en la medida de la extensión del parque de aparatos.
- La radio y la televisión son medios que por sus características técnicas tienen la peculiaridad de la instantaneidad siendo su lenguaje el “directo”.
- Constituyen medios de segundo grado en un alto porcentaje de sus emisiones en tanto que absorben producciones de otras industrias culturales.
- La incertidumbre en la realización mercantil de la producción/emisión en los sistemas comerciales no afecta tanto al conjunto de la programación como a determinados programas.
- La programación se estandariza internacionalmente así como los tipos de productos (géneros).

El proceso de formación del valor en radiotelevisión es complejo. En principio todo programa ostenta un precio de producción al que habría que añadir el valor de la emisión. Sin embargo, este modo de valorizar el capital radiotelevisivo no es apropiado porque debe tener en cuenta el interés del anunciante y el mercado internacional del programa. Estos dos factores “crean una lógica de gestión de conjuntos, una economía de la programación buscando efectos compensatorios por períodos, para que las tarifas publicitarias puedan ser parcialmente extrañas a los precios de producción de cada programa”¹³⁰.

A pesar de todos los elementos comunes descritos anteriormente, hay una serie de diferencias desde el punto de vista industrial que obligan a considerar a ambos medios como industrias culturales distintas. Ramón Zallo agrupa estas diferencias en torno a tres aspectos: los oficios y las pautas de trabajo, la valorización y el consumo.

- En cuanto a los oficios y las pautas de trabajo, la televisión está relacionada con la cinematografía y son más complejos que en la radio en lo creativo y lo técnico. Esa diferenciación se deriva de la diversidad de técnicas y lenguajes que implican uno y otro medio.
- En el campo de la valorización, la radio ha tenido que adaptarse a la hegemonía de la televisión en determinados horarios lo que limita su autonomía de programación. Además, la relación de ambos medios con el mercado internacional es muy distinta. Mientras que en la radio lo que se internacionaliza son los formatos, en televisión va mucho más allá para constituirse incluso, en redes internacionales.

¹³⁰ ZALLO, Ramón: *Economía de la comunicación...* Op. cit., p. 133.

- Desde el punto de vista del consumo, hay dos diferencias entre ambos medios. La radio se dirige a oyentes individuales y tiene un carácter ubicuo frente al carácter doméstico de la televisión y la fijación requerida para la audiencia televisiva¹³¹.

Por todo ello, la radio y la televisión deben ser analizadas y estudiadas como industrias culturales distintas ya que la mayoría de elementos comunes que comparten se deben a la organización común que gestiona ambos medios, pero difieren en aspectos relevantes desde el punto de vista industrial. Por lo tanto, a pesar de que su organización institucional pueda ser común y de que se hable de “sistema radiotelevisivo”, son industrias culturales diferentes.

1.3.3. *La televisión como parte de la hilera audiovisual*

El audiovisual constituye una hilera formada por las industrias del cine, el vídeo y la televisión y que ha ido adquiriendo en las últimas décadas cada vez mayor peso e importancia en el sector cultural y comunicativo a escala mundial. Además, centra el interés tanto de los Estados como del capital privado y está sometida a cambios continuos en su configuración que dificultan su orientación desde una perspectiva nacional e internacional.

Ramón Zallo destaca que la articulación industrial de esta hilera económica pasa por “la resolución de una multiplicidad de problemas estructurales, cuya complejidad se origina básicamente en una muy desarrollada internacionalización de un mercado hegemónico por los Estados Unidos en los capítulos de producción y distribución; en una competencia exacerbada en el terreno tecnológico entre la Comunidad Europea, Japón y Estados Unidos y en la ausencia de políticas nacionales del audiovisual que absorben el audiovisual como un todo integrado”¹³².

Este mismo autor señala tres peculiaridades de la hilera audiovisual respecto a otras actividades industriales, aunque todas ellas inciden en un mismo problema final que es la debilidad estructural de la producción del audiovisual en buena parte del mundo. En primer lugar, los costes de producción, distribución o retransmisión alcanzan cotas insospechadas en un mercado cada vez más planetario y de escasa oferta relativa. A diferencia de otro tipo de actividades industriales, la producción audiovisual es de prototipos diferenciados que sólo alcanzan difusión o notoriedad si se concitan no sólo una capacidad técnico/productiva sino también una estructura de talentos creadores, una capacidad financiera para ensayar y seleccionar esos prototipos y una adecuación a las calidades medias del mercado.

En segundo lugar, solo algunos de los segmentos de la cadena que va desde la producción al consumo atraen a los inversores, justamente los ámbitos de menor riesgo tanto en cine, vídeo

¹³¹ ZALLO, Ramón: *Economía de la comunicación...* Op. cit., p. 135.

¹³² ZALLO, Ramón: *El mercado de la cultura....* Op. cit., p. 133.

o televisión, como son la programación, la distribución, difusión y comercialización: todos ellos, ámbitos cercanos a la formación de las demandas y bien lejanos de la producción. Por último, en el ámbito de la producción y distribución audiovisual hay un desequilibrio y una jerarquía mundial en la que destaca Estados Unidos ya que Europa debe enfrentarse por un lado al problema de la diversidad de lenguas, culturas, demandas audiovisuales y estructuras económicas y culturales así como al enorme déficit europeo en contenidos televisivos.

Estas peculiaridades ponen de manifiesto que lo audiovisual no constituye un ámbito económico común y resaltan la necesidad de una cooperación entre las políticas nacionales y las internacionales para restablecer el equilibrio necesario. El audiovisual debe abordarse como un sector de comunicación que debiera permitir la libre, igual y fructífera comunicación entre países y personas.

Por último, debe señalarse que aunque cine, vídeo y televisión se realizan demandas mutuas y conforman una hilera en la que vídeo y cine aportan la producción y la televisión una parte importante del mercado; son ramas distintas con desarrollos diferenciados y problemáticas peculiares. En el área del audiovisual hay una interrelación entre ramas, donde la televisión ejerce como eje.

1.3.4. La televisión, principal industria cultural

Para Enrique Bustamante, la televisión no sólo ha llegado a ser la industria cultural líder por la importancia de su oferta y su consumo, o por el papel capital que juega en la promoción y comercialización de las restantes industrias culturales. Sino que es también, por su propia naturaleza, la “única industria cultural en sentido estricto, ya que el término no concierne ya sólo a la estandarización del producto mismo o a la racionalización de las técnicas de distribución sino al conjunto del proceso de producción”. En ella la técnica es parte inseparable del proceso de producción y los medios técnicos y económicos no pueden separarse de los recursos intelectuales¹³³.

Por lo que respecta a la relación con las restantes industrias culturales, la televisión también se convierte en la industria más destacada ya que somete a su dinámica a la práctica totalidad de las otras industrias culturales, de las que constituye un cliente capital muchas veces (cine, disco, espectáculo...) y siempre un escaparate y propagandista indispensable.

Asimismo, Bustamante también resalta el papel relevante que la televisión desempeña en la sociedad por su importancia cultural e ideológica. Para este autor, “la televisión ha llegado a

¹³³ BUSTAMANTE, Enrique: *La televisión económica...* Op. cit., p. 25.

ser un lugar decisivo de reproducción de las relaciones sociales, un centro cotidiano de visibilidad de re-constitución en definitiva del poder”¹³⁴.

Para caracterizar la televisión como industria cultural con rasgos propios, Ramón Zallo considera necesario atender fundamentalmente a los procesos de trabajo y de valorización, como elementos constitutivos de cada industria y definitorios de la diferenciación entre las ramas. En primer lugar, la organización del trabajo televisivo se corresponde con la organización taylorista.

Tuchman señala que:

*“La industria televisiva tiene todos los rasgos de la fábrica taylorista: la planificación empresarial de la producción en continuum (la programación) y de cada producto, mediante gabinetes especializados para la formulación de estándares técnicos y de costes, cubriendo el doble objetivo de plantear condiciones a la producción y de asegurar una audiencia; la asalarización global tanto del trabajo técnico como creativo; la colectivización del trabajo en base a especializaciones funcionales y de tareas; la desposesión creciente del saber hacer creativo, particularmente de directores y/o realizadores e informadores”*¹³⁵.

Asimismo, la mercancía televisiva como programación difundida tiene una las siguientes características que Ramón Zallo aporta:

- El producto televisivo es una unidad de producción y distribución (exhibición) lo que explica que un mismo producto pueda ser captado por receptores múltiples. Además, sólo es producto televisivo en la medida de su difusión.
- La discontinuidad de la producción es reparada por la exhibición en continuidad tanto cotidiana como entre espacios separados entre sí en el tiempo (parrilla de programación, series, informativos). Se combina un proceso productivo standard por géneros, temáticas o contenidos específicos y una diversidad, una diferenciación de contenidos programados, siempre distintos como condición misma de atención al público.
- El producto televisivo es una mercancía compleja en tres variantes: por su contenido (diversidad de contenidos genéricos, específicos, temáticos), por el encuentro de industrias que supone y por las relaciones entre programación y publicidad.
- La programación televisiva es inmediatamente percedera.

¹³⁴ BUSTAMANTE, Enrique; GIU, Inmaculada: “Televisión: desequilibrios en cadena” en BUSTAMANTE, Enrique y ZALLO, Ramón: *Las industrias culturales en España. Grupos multimedia y transnacionales: prensa, radio, televisión, libro, cine, disco, publicidad*, Akal Comunicación, Madrid, 1988, p. 109.

¹³⁵ Citado por ZALLO, Ramón en *Economía de la comunicación y la cultura...* Op. cit., p.141.

- La televisión en el aspecto mercantil es fundamentalmente un medio de entretenimiento e información y sólo secundariamente un medio cultural y educativo.
- Aunque la difusión televisiva sólo es internacional para los sistemas de cable y satélite, sí es internacional el mercado de programas y el tipo de programaciones.
- La televisión supone un bajo coste por destinatario alcanzado que la hace extremadamente competitiva en el ámbito publicitario.
- El gigantismo televisivo no favorece la aleatoriedad de la realidad mercantil, pero la competencia entre operadores y la multiplicación de cambios reintroducen la incertidumbre.

Este mismo autor, destaca que el proceso de valorización del producto televisivo comercial está definido por unas características que han favorecido los movimientos de capitales en dirección a la televisión y que han significado cambios en el propio sistema: descentralización, internacionalización, multiplicación de canales, privatización de la explotación de redes, rentabilización de cada emisión y actuación multimedia.

De las características que Ramón Zallo aporta para el proceso de valorización, destaca la triple ventaja que presenta la televisión en la valorización de capitales frente a otras industrias: la posibilidad de planificar el proceso productivo; la posibilidad de planificar los programas y la planificación de la programación a emitir para la maximación de audiencias.

Asimismo, las principales formas de valorización de capitales comprometidos en la televisión, junto a la internacionalización y la explotación de las redes de cable y satélite, son: la rentabilización de los canales, la descentralización y la privatización o desregulación de la explotación de las redes.

Desde el punto de vista económico, para Juan Carlos Miguel de Bustos hay cuatro características del servicio televisivo que impiden que la economía de mercado proceda a satisfacer a la vez a los consumidores (telespectadores) y a los programadores de televisión y que son:¹³⁶

- *Indivisibilidad de la producción*: la cantidad de servicio consumida por un individuo no excluye que otros individuos puedan también consumir el mismo servicio.
- *Divisibilidad limitada del consumo*: el consumo del servicio requiere la intervención explícita del individuo.
- *Deterioro de la calidad del servicio*: en una situación de competencia entre cadenas de televisión, éstas, en su forma más pura, buscarán maximizar los beneficios, para lo

¹³⁶ MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos: *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*, Editorial Bosch, Barcelona, 1993, pp. 44-45.

cual tiene dos alternativas: el incremento de los costes de programación para hacer frente a la competencia y maximizar audiencias, o bien minimizar los costes.

- *Los efectos externos del consumo*: existe una cierta dictadura de la mayoría sobre la minoría por cuanto los programadores tienden a primar las mayores audiencias.

Enrique Bustamante¹³⁷ señala que las especificidades de la economía en la televisión se encuentran en los aspectos de la producción y el consumo de este medio, en especial de su naturaleza técnica como señal distribuida por ondas hertzianas en su forma inicial y todavía dominante, que la configura como un bien inmaterial, un “servicio”. La televisión es un típico “bien público”, accesible gratuitamente en principio a todos los consumidores y cuyo consumo no destruye el producto ni impide su disfrute por otros consumidores. Es por lo tanto un servicio inagotable. Además, aunque sus costes fijos (fabricación y puesta a punto de su programación) sean elevados, el coste marginal suplementario para llevar el producto a cada nuevo consumidor es nulo.

Asimismo, destaca que estas singularidades fueron la base de numerosos debates en las últimas décadas. Porque si la televisión, producto costoso, no puede cobrarse ni su consumo discriminarse vía precios, sólo el Estado puede hacerse cargo de su mantenimiento, gestión y desarrollo. Y si cada cadena televisiva, una vez realizado el gasto y el riesgo de la fabricación de su programación, sólo tiene que ganar en la expansión máxima de sus audiencias, se trata de un caso de economías de escala ilimitadas, de fuerte reducción de costes unitarios por consumidor a través de la maximización de su número, que conduce indefectiblemente a la concentración máxima, es decir, al monopolio. Por ambas razones vinculadas, la televisión ha de sustraerse a las reglas normales de una economía de mercado.

Estas particularidades de la economía en la televisión han sido el objeto de estudio de muchas escuelas que buscaban la solución ideal a la estructura y la gestión de la televisión. La conclusión más frecuente de estos estudios señala Bustamante que era el monopolio. Se llegaba a una formulación similar a la que durante años reinó en la teoría económica en otros sectores como las telecomunicaciones, la teoría del “monopolio natural”. Esta teoría que es la excepción a la regla general de la libre competencia por el mercado, designaba actividades en las que el importante ahorro en los costes representado por las economías de escala permitía una mayor eficiencia de recursos en el caso de la producción por una sola empresa, mientras que la competencia significaba un fuerte despilfarro de recursos temporal, en tanto la dinámica económica no llevase inevitablemente al monopolio.

El modelo televisivo como servicio público, con sus características clásicas como territorios audiovisuales nacionales acotados y protegidos y espacios no comerciales, entra en crisis en la segunda mitad de los años setenta. La filosofía del servicio público que sostuvo

¹³⁷ BUSTAMANTE, Enrique: *La televisión económica...* Op. cit., pp. 18-19.

ideológicamente a los organismos televisivos en toda la Europa Occidental democrática partía de varios presupuestos: la importancia político-cultural del medio exigía que el Estado garantizara su misión; una programación plural que protegía los intereses de las minorías, alfabetizadora y culturizadora del público masivo, regida por principios de pluralismo interno y de objetividad, alimentada por una producción propia que salvaguardaba y desarrollaba la cultura nacional y protegida de las presiones comerciales (publicidad) y exteriores (exportaciones).

Sin embargo, este modelo de servicio entra en contradicción con la aparición de la televisión privada y empieza a quedar relegado a un segundo plano. Una programación propia de calidad resulta más cara que la importación de programas de entretenimiento y además, no alcanza altas audiencias. Asimismo, la presencia de una cadena privada con una programación comercial, significa inmediatamente la reducción de audiencia de la pública que se ve relegada a cumplir un mero papel de legitimación. Y la entrada en competencia sin límites por los niveles de audiencia equipara el servicio público a una televisión privada y no justifica el canon del contribuyente.

Además, la televisión se ha visto sometida a dos procesos interrelacionados y ligados al propio desarrollo de la economía capitalista: la concentración y la internacionalización. Por un lado, el aumento de tamaño de las firmas (concentración) se hace a costa del número de firmas significativas en cada rama o cada sector (centralización); por otro lado, el capital que hegemoniza esos procesos es el capital transnacional en el marco de un nuevo espacio económico que tiende a la formación de una jerarquizada economía-mundo.

Enrique Bustamante¹³⁸ señala que la televisión privada, desde sus inicios, se ha caracterizado por una fuerte tendencia hacia la concentración de la programación-emisión. Sin embargo, en un trasfondo general de concentración industrial, los impulsos a la acumulación de poder televisivo han dependido más frecuentemente de las reglamentaciones de los estados que de los propios episodios de la competencia en el mercado. La intervención del Estado en el dominio de la televisión ha sido una regla general y omnipresente, incluso cuando éste ha cedido iniciativa a las fuerzas privadas.

Los procesos de desreglamentación y privatización de la televisión, al contrario de lo que la ideología mercantilista pretende, no han reducido el peso del poder político sobre la televisión pública o sobre el sistema televisivo (concesiones, reglamentaciones, controles, hipotéticas sanciones) y en cambio, introducen una competencia feroz entre todas las televisiones, públicas y privadas.

Tanto por las características comunes con el resto de industrias culturales como por sus rasgos específicos, la televisión constituye no sólo un elemento fundamental de la economía de

¹³⁸ BUSTAMANTE, Enrique; GIU, Inmaculada: "Televisión: desequilibrios..." Op. cit., p. 111.

mercado y reflejo de sus realidades, sino también un agente y colaborador de buena parte de sus transformaciones.

2. La digitalización en televisión: concepto, implicaciones y repercusiones

La digitalización significa la implantación de la tecnología digital, aportada por la informática, a todos los procesos del medio televisivo y supone un revulsivo transcendental en todo el ámbito técnico. Para el autor Miguel de Bustos, la digitalización comienza en los años sesenta y se enmarca en una triple convergencia: informática, telecomunicaciones y audiovisual, “caracterizada por la uniformidad de la tecnología de base (digitalización de la señal), el desarrollo de redes que pueden transportar voz, imágenes y datos (RNSI) y la posibilidad de sistemas que posibilitan la interacción, es decir que el receptor pueda ser también emisor”.¹³⁹

La tecnología digital introduce importantes cambios frente al anterior sistema analógico: desde mejoras técnicas de la imagen y el sonido a una nueva forma de recepción y de consumo de la televisión. Significa el paso a otra dimensión distinta y requiere el cambio de todos los parámetros, al mismo tiempo que exige una manera diferente de configurar la forma de comunicarse por procesos técnicos.

Desde el punto de vista tecnológico, la televisión digital consiste en la conversión de la señal analógica de audio y de vídeo que soporta los contenidos de los programas en una señal digital, es decir, en una sucesión de números 0 y 1 a alta velocidad, de impulsos eléctricos a un lenguaje binario inteligible por ordenadores. Este lenguaje digital unifica los procesos técnicos, y en consecuencia, las telecomunicaciones, los medios de comunicación y la informática pueden compartir gran parte de los equipos y especialmente las redes de transmisión.

Gema Alcolea¹⁴⁰ explica que para la conversión de lo analógico a digital, se toman muestras de la amplitud de la señal analógica a intervalos precisos, regulares (millones de veces por segundo), cada medición genera un número representativo del valor de la misma; mediante la codificación, estos valores se convierten en una secuencia de dígitos binarios.

Debido al elevado volumen de la señal de televisión digital se hace necesario reducirla mediante los sistemas de compresión de vídeo. Para la compresión de la señal de vídeo se aprovechan las redundancias de distinto tipo que contienen las señales de televisión. Esta

¹³⁹ MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos: *Los grupos multimedia...* Op. cit., p. 54.

¹⁴⁰ ALCOLEA, Gema: *La televisión digital en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla, 2003.

misma autora señala que la compresión está basada en la similitud que suele existir entre dos cuadros sucesivos de una imagen de televisión (redundancia temporal) y en la alta probabilidad de que dos elementos adyacentes (píxeles) de una misma imagen tengan una relación clara e incluso, sean idénticos (redundancia espacial) eliminado estas redundancias es posible reducir el número de bits por segundo. Esta técnica se utiliza tanto para comprimir la señal de vídeo como para los datos y las señales de sonido. Por otro lado, estos componentes del canal de televisión (imagen, sonido y datos) se combinan mediante el sistema de multiplexado, formando un único flujo binario.

La digitalización y compresión de señal de imágenes secuenciales y en movimiento se asocian al sonido mediante un estándar internacional conocido como MPEG-II (Motion Pictures Experts Group) de la Organización Internacional para la Estandarización ISO. Para estas aplicaciones el sistema soporta transmisiones de vídeo digital con velocidades de 5'5 Mbps para SECAM/PAL, 11 Mbps para calidad de estudio y ratios de 20-30-36 Mbps para alta definición.

La televisión digital entra en las cuatro variantes de calidad: vídeo doméstico, norma PAL, norma PAL PLUS y norma de alta definición. La norma que funciona en la actualidad de mayor calidad es la PAL PLUS de producción y emisión, con una relación de formato de 16:9 que exige una pantalla ancha, la imagen cambia a un aspecto rectangular similar al cinematográfico.

En su tesis doctoral, Diego Antonio Velázquez Mallofret¹⁴¹ enumera las ventajas que el sistema de transmisión digital tiene con respecto al analógico. En primer lugar, no altera la calidad de la información en las distintas etapas por las que pasa su tratamiento y además, permite realizar diversas manipulaciones que antes era imposible llevar a cabo como: corregir, modificar los colores de una imagen, hacer incrustaciones, o incluso crear imágenes sintéticas. Asimismo, durante toda la cadena de tratamiento de la imagen y el sonido se puede reconstruir la señal original ya que la digitalización permite insertar códigos de corrección de error, lo que no puede hacerse en el sistema analógico.

Por otro lado, este mismo autor señala que debido a la mayor calidad de la señal digital y a su menor sensibilidad para las perturbaciones, permite hacer una transmisión para una amplia cobertura con menor potencia que la necesaria para la transmisión analógica. Finalmente, destaca como ventaja principal la compresión de la información que permite el sistema digital lo que supone poder emitir mayor cantidad a través de un mismo soporte.

¹⁴¹ VELÁZQUEZ MALLOFRET, Diego Antonio: *Principales transformaciones del mercado audiovisual español en el período 1989-1996, el fin del monopolio y la aparición de nuevas ofertas audiovisuales*; director Juan Luis Manfredi Mayoral. Universidad de Sevilla, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo y Literatura, Sevilla, 1998.

Una vez convertida la señal digital debe ser difundida y distribuida a los receptores. Mariano Cebrián Herreros¹⁴² señala que pueden establecerse tres modalidades de recepción por el usuario directo:

- Un repetidor de señales capta la señal del satélite y la redifunde mediante ondas hertzianas para su ámbito de cobertura.
- Una cabecera de televisión por cable capta la señal del satélite y la redifunde por cable a sus abonados.
- Recepción directa del satélite por los usuarios mediante una antena parabólica.

Por último, una vez recibida la señal se requiere de un descodificador que reconvierta la señal del satélite en otra reconocible por el televisor. En realidad, el descodificador tiene una doble misión: descomprimir y desdigitalizar la señal para que la pueda recibir el usuario. Este dispositivo ha sido y es necesario en todos aquellos televisores analógicos, ya que los nuevos televisores están adaptados para la televisión digital.

Los sistemas digitales ofrecen múltiples ventajas respecto de los analógicos, entre otras: alta calidad de señal, nula distorsión, incremento del número de canales, sonido estereofónico (enriquece la calidad sonora y da nuevas perspectivas en la combinación con la imagen ya que la audiencia puede percibir el sonido según el punto de origen), formato único de señales para la difusión y flexibilidad para ofrecer nuevos servicios de carácter interactivo.

La digitalización se introduce en todo el proceso de la televisión: producción, registro, difusión o transporte de las señales y recepción o acceso a los sistemas audiovisuales, aunque las fases que han sufrido una mayor transformación con la incorporación de la tecnología digital han sido la producción y la difusión televisiva. Por lo que respecta a los sistemas de difusión y distribución, la aplicación de la digitalización ha dado origen a la televisión digital por satélite, por cable y por ondas terrestres.

En el campo de la producción audiovisual, Enrique Bustamante¹⁴³ señala que la digitalización de la señal televisiva se ha ido implantando progresivamente en las fábricas televisivas, con notables promesas de abaratamiento de costes, de aumento de la movilidad y flexibilidad y, sobre todo, de incremento de la productividad, aunque sus efectos no sean tan visibles para el espectador. Desde la miniaturización y perfeccionamiento de las unidades móviles (ENG) hasta los avances del grafismo electrónico y de los efectos especiales; desde el archivo cada vez más potente de imágenes digitalizadas hasta la prosproducción digital, capaz de utilizar y mezclar gráficos y textos, audio y vídeo en un solo puesto productivo (*Electronic News*

¹⁴² CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Editorial Síntesis, Madrid, 1998, pp.101-102.

¹⁴³ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: industrias culturales en la era digital*. Gedisa, Barcelona, 2003, p.176.

Production System); y, complementariamente, el perfeccionamiento de las propias telecomunicaciones para el envío de la señal punto a punto.

Asimismo, este autor explica que la culminación simbólica de este proceso es la creación casi generalizada ya en la televisión de auténticos *newsroom*, o redacciones integradas multiplataforma en la que los profesionales trabajan simultáneamente para múltiples adaptaciones de su información, “reformateándola” para los diferentes soportes, mercados y demandas (televisión, radio, teletexto, Internet, móviles...). Con dos consecuencias evidentes sobre el trabajo comunicativo: la aparición de nuevos perfiles profesionales que exigen procesos de aprendizaje permanente y nuevas habilidades técnico-creativas; y la difuminación de competencias y saberes entre profesiones antes nítidamente separados como periodistas, cámaras, productores, editores...

Sin embargo, la mayor y más visible consecuencia de la implantación de la tecnología digital a la televisión ha sido la disponibilidad de múltiples canales y el fin de la escasez de soportes gracias a la compresión de la señal. La tecnología digital permite un mejor aprovechamiento de los transpondedores de los satélites y, en cuanto al espacio radioeléctrico, la señal ocupa menos espacio, lo que supone un incremento del número de canales.

Gema Alcolea¹⁴⁴ destaca que el viejo “monopolio natural” basado en las limitaciones del espacio, deja de tener sentido con la incorporación de la digitalización. Asimismo, señala que como consecuencia inmediata de esta multiplicación de canales, los costes de transmisión disminuyen vertiginosamente porque el transpondedor de satélite o el sistema de enlaces terrestres que transportan la señal cuestan lo mismo que antes, mientras que la cantidad de información que circula por ellos es entre seis y doce veces mayor. Además, ofrece una mayor calidad de imagen aunque, el problema era que en un principio se necesitaba reconvertir la señal en analógica.

Por su parte, Enrique Bustamante¹⁴⁵ considera que la primera novedad de la televisión digital radica en su efecto económico, el abaratamiento de los soportes y la multiplicación consiguiente de la oferta. En segundo término, esa oferta de programas televisivos más o menos fragmentada puede ahora ampliarse extraordinariamente a través de servicios de valor añadido que están a caballo con el mundo de las telecomunicaciones y su expansión diversificada, así como con las redes y bases de datos. En tercer lugar, la capacidad de interactividad, y por tanto de especialización de los contenidos a demanda crece notablemente, aunque resulte condicionada por el soporte utilizado y por las formas de comercialización elegidas.

¹⁴⁴ ALCOLEA; Gema: *La televisión digital...* Op. cit., p.39.

¹⁴⁵ BUSTAMANTE, Enrique: *La televisión económica...* Op. cit., pp. 171-172.

El mayor impacto de la digitalización reside en el extraordinario abaratamiento de su coste por canal que, en teoría, debía hacer descender las barreras de entrada al sector, incrementando notablemente el pluralismo de la oferta. La paradoja es, sin embargo, que la necesidad de una multiplicación incesante de canales para mantener una oferta competitiva ha encarecido el coste de los soportes y de los programas haciendo mucho más elevada la inversión requerida y más complejas la gestión y el marketing.

Además de la inversión, Bustamante señala que los difusores de la televisión digital precisan de un saber hacer extremadamente complejo para poder competir en ese mercado: han de controlar grandes redes de difusión garantizadas en el medio-largo plazo, asegurarse una amplia cartera de derechos de programas competitivos, dominar la tecnología del descodificador y de los sistemas de acceso condicional, conocer ampliamente cada mercado y sus características diferenciadoras. Oficios pues diversos, dispersos antes en múltiples actores, escasamente coincidentes con los de la televisión clásica, y que impulsan por ello alianzas y absorciones en dimensiones nunca antes contempladas en el sector, partiendo de la tendencia clara a una estructura fuertemente oligopolista cuando no monopolista en cada mercado y soporte.

En resumen, la digitalización aplicada a la televisión introduce importantes cambios en el medio e implica una nueva concepción de la televisión por su convergencia con otros sistemas: informática y telecomunicaciones, y por sus repercusiones en la recepción y el consumo tradicional de la televisión analógica. Los autores que han analizado el proceso de la digitalización lo han estudiado desde diferentes perspectivas entre las que destacan principalmente: la técnica, la semiótica, el estudio de los efectos culturales y las audiencias, el análisis económico, las estrategias comerciales y sus contenidos.

A continuación se exponen los cambios que la digitalización ha introducido en diversos aspectos de la televisión y las aportaciones que han dado los investigadores en cada uno de ellos: los nuevos soportes para la difusión, la multiplicación de canales y la nueva oferta de servicios, los cambios cualitativos en la recepción, los efectos económicos y la tendencia hacia la convergencia de la televisión e Internet.

2.1. La difusión digitalizada: nuevos soportes para la televisión

La implantación de la digitalización en la televisión supone cambios importantes en los sistemas de difusión y de distribución que dan lugar a nuevos soportes o redes y que permiten hablar de distintos tipos de televisión en función del soporte utilizado. José Aznar Taberner¹⁴⁶

¹⁴⁶ AZNAR TABERNER, José: "La digitalización de las redes hertzianas: canales y soportes alternativos" en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María: *Presente y futuro de la televisión digital* Edipo, Madrid, 1999, p.275.

destaca que lo que se llama vulgarmente televisión digital es la televisión que utiliza el formato de transmisión digital. Cuando la tecnología digital se aplica al segmento de la transmisión de televisión, se convierte no sólo en una ayuda a la eficiencia sino en un elemento de cambio para las empresas televisivas.

Las redes que soportan esta “nueva” televisión son múltiples: cable, satélite, ondas hertzianas digitales, el ADSL o compresión digital en el cable telefónico de cara al futuro o el MMDS digitalizado (*wireless cable* norteamericano). De todos ellos, los tres más extendidos y popularizados son el cable, el satélite y las ondas hertzianas digitales que han dado origen a la televisión por satélite, por cable y la televisión digital terrestre, respectivamente.

Cada uno de estos soportes tiene ventajas y desventajas económicas y guardan diferentes condicionantes para la comunicación y la comercialización de mensajes audiovisuales. Aunque idealmente resultan complementarias, en la práctica han competido por su implantación en cada mercado. El desarrollo previo de un soporte determinado ha implicado en algunos países un mayor éxito a priori de una red, pero sus posibilidades están a veces hipotecadas por la necesidad de una fuerte renovación tecnológica muy costosa, como ocurre con el cable coaxial para su paso al digital.

Para Enrique Bustamante con la televisión digital puede considerarse, como con las restantes grandes redes modernas, “que la televisión pasa del estatuto de red de conexión al de ‘red de difusión’ o ‘redes-mercado’ en donde se produce, intercambia y consume una cantidad cada vez más elevada de productos y servicios con un creciente valor añadido”¹⁴⁷.

La proliferación de redes, unida al abaratamiento de costes por canal, ha sido considerada desde su origen como garantía del pluralismo futuro. Sin embargo, el proceso de desregulación ha determinado la dominación casi total de las redes privadas en el prólogo a la era digital, al contrario que lo que ocurría en la época de la implantación de la televisión analógica. Además, la propia desregulación ha desmoronado las barreras que impedían la concentración de los operadores o que los separaban de otros sectores de actividad, como la distribución de servicios audiovisuales.

2.1.1. *El cable*

La televisión por cable se constituyó en la primera alternativa tecnológica a la transmisión por ondas hertzianas, antes incluso de la implantación de la digitalización. En un primer momento, este tipo de televisión respondió a la necesidad de mejorar la recepción de la televisión hertziana y hacer llegar esta señal a comunidades donde no podía recibirse debido a las condiciones topográficas del área en el que se encontraban situadas o a que la red de enlaces

¹⁴⁷ BUSTAMANTE, Enrique: *La televisión económica*....Op. cit., p.173.

no estaba desarrollada. A lo largo de los años, la tecnología y los usos de esta televisión fueron evolucionando hasta convertirse en un nuevo sistema televisual.

Este sistema de difusión, consiste en la transmisión de las señales de televisión desde un centro emisor, que puede ser centro de producción o un simple emisor de programas, hasta el receptor sin mediar captación previa por antena. Mariano Cebrián Herreros¹⁴⁸ destaca que es un medio de transmisión de punto a punto que permite la exacta identificación de la audiencia y el desarrollo de la comunicación en dos direcciones, es decir, interactiva.

Inicialmente, la difusión se realizaba a través del cable coaxial que, por su estrechez de banda, permitía un número de canales bastante reducido. Desde los años 80 y, sobre todo, en los 90, se fue sustituyendo el uso de este cable por el de fibra óptica que, basado en los tratamientos de luz para distribuir las señales, incrementa la capacidad de canales y además, evita las interferencias. Gema Alcolea¹⁴⁹ explica que la capacidad de la fibra óptica es equivalente a centenares de cables coaxiales, pero es un transmisor más caro, por lo que es habitual la combinación de la fibra óptica con el cable coaxial, en redes híbridas, utilizando la primera para la red troncal del sistema y el cable coaxial para el enlace entre ésta y los domicilios de los hogares abonados.

A pesar de que el cable disfrutó durante años de una tecnología flexible y afín al pluralismo y al nacimiento de la televisión local, realmente se trata de una tecnología cara por hogar pasado ya que obliga a tender una red, lo que requiere un alto costo para su implantación, y por ello suele disfrutar del monopolio de cada mercado local. Además, la digitalización ha aumentado las inversiones necesarias para su reforma de reconversión de las redes analógicas preexistentes o el desarrollo de tendido de nueva planta, a lo que se suma el alto coste de una red de este tipo y del equipo del usuario. Para Enrique Bustamante, todos estos condicionantes económicos retardan la rentabilidad de este sistema de difusión hacia un plazo propio del mundo de las telecomunicaciones (quince-veinte años).

Este mismo autor, explica que en los países de desarrollo precoz de la televisión por cable (como los Estados Unidos, Bélgica u Holanda) su actividad fue protagonizada por múltiples agentes ajenos a las telecomunicaciones que, con la complicidad o inhibición de la administración, llevaron a cabo un rápido proceso de concentración por el mercado. Así, en los USA, los años 80 y, sobre todo los 90, fueron el escenario de una feroz “megermanía” en la que los multi-operadores (MSO) se comieron a las redes pequeñas y medianas e incluso a otros MSO, de forma que ya en 1996 cinco empresas tenía el 66% de los abonados, implicadas no sólo en el transporte sino también en el empaquetado e incluso la producción de este tipo de televisión.

¹⁴⁸ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información televisiva...* Op. cit., p. 100.

¹⁴⁹ ALCOLEA, Gema: *La televisión digital...* Op. cit., pp.20-21.

Por otro lado, en aquellos países donde su aparición fue más tardía, Bustamante señala que los Gobiernos han intervenido frecuentemente otorgando concesiones y posiciones dominantes bien a los operadores de telecomunicaciones bien a los grupos de comunicación más poderosos o a nuevos actores poseedores de la “tecnología de la zanja” (eléctricas, aguas, ferrocarriles...) o de amplios excedentes financieros (con la banca)¹⁵⁰.

El cable tiene amplia implantación en las zonas de gran densidad de población y está planteada para coberturas locales, aunque mediante otras combinaciones con satélites pueden establecerse redes nacionales. Este sistema de difusión ofrece una elevada calidad al evitar las interferencias externas y permite un incremento del número de canales y la variedad de las programaciones, pero sobre todo, su principal ventaja comunicativa es la de abrir el camino a una auténtica televisión interactiva y a una infinita gama de servicios audiovisuales, de telecomunicaciones y multimedia.

2.1.2. *El satélite*

Un satélite de comunicaciones se puede definir como una estación de enlace situada en el espacio. Inicialmente, no estaban diseñados o pensados para difundir señales de televisión a la vista de que la tecnología existente no permitía a un usuario individual la recepción a bajo coste de sus emisiones. Su utilización para televisión comienza a vislumbrarse cuando ciertos operadores de redes de televisión por cable, primero en Norteamérica y después en Europa, ponen en práctica la idea de utilizar los satélites ya existentes para aumentar la oferta de canales a sus abonados y poder enlazar entre sí las distintas zonas cubiertas por las teledistribuciones¹⁵¹.

La utilización del satélite para la televisión “exige que el satélite esté siempre en el mismo punto del cielo, de manera que podamos dirigir una antena a unas coordenadas espaciales fijas. Por eso, es menester que el satélite recorra una órbita circular completa en veinticuatro horas en el plano del ecuador terrestre”¹⁵². Este tipo de satélites se denominan geoestacionarios porque se sitúan en la órbita geoestacionaria (órbita sobre el plano del Ecuador a 36.000 Km. de la Tierra), ya que en este punto el satélite gira sincrónicamente con la Tierra, por lo que se verá como un objeto que está siempre quieto en el mismo punto. Este tipo de satélites tienen una posición fija asignada por la World Administrative Radio Conference (WARC).

Atendiendo a su funcionamiento técnico, al satélite llegan en forma de conexión electromagnética, enlaces ascendentes de señales desde estaciones terrenas (*uplinks*), que

¹⁵⁰ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo...* Op. cit., pp.178-180.

¹⁵¹ *Recepción de TV vía satélite. Manual del profesional*. Editorial Tagra. Barcelona. 1986.

¹⁵² ALCOLEA, Gema: *La televisión digital...* Op. cit., p.30.

son convertidas, amplificadas y devueltas a tierra por medio de un enlace descendente (*downlinks*). El satélite puede reenviar las señales hacia una antena terrestre receptora para que, posteriormente, se redistribuyan por onda hertziana o por cable, o bien pueda enviarlas directamente a una antena situada en el hogar de cada usuario. Por lo tanto, aunque los servicios existentes de satélites son más amplios, aquí interesan estos dos tipos. Por un lado, el satélite puede utilizarse para hacer llegar las señales recibidas desde un centro emisor a diferentes emisoras de televisión, que después reemitirán la señal. Por otro, es posible enviar directamente las señales desde el satélite a cada uno de los hogares usando para la recepción antenas parabólicas individuales o colectivas.

Esta última modalidad de transmisión es la que se conoce como satélites de difusión directa al hogar (DBS: *Direct Broadcasting Satellite*) que se lanzó a finales de la década de los ochenta y que permite recibir emisiones directas con antenas parabólicas reducidas de unos cuarenta centímetros de diámetro, tanto individuales como colectivas. Para Gema Alcolea esta radiodifusión directa por satélite se caracteriza por su capacidad de servir programas a vastas zonas supranacionales a un costo relativamente reducido, ofreciendo así importantes ventajas para la cobertura de zonas de sombra.

Mariano Cebrián Herreros¹⁵³ destaca que el satélite tiende a un modelo de comunicación transnacional que se armoniza con la orientación de haces de cobertura para ámbitos reducidos. Combina lo global con lo local. Apoya que los contenidos de un canal local tengan alcance internacional y que los canales internacionales se adecuen a las peculiaridades locales; esto, plantea un flujo comunicativo de entradas y de salidas informativas sobre un territorio determinado. Asimismo, resalta que el enfoque y control, no obstante, no depende tanto de la tecnología como de la organización existente detrás y de que los objetivos e intereses con los que actúe sean de orientación comercial, política o de servicio ciudadano.

De esta forma, la televisión por satélite ha aportado una dimensión internacional no ya sólo para acontecimientos extraordinarios sino para una presencia cotidiana mediante las programaciones internacionales diarias. La oferta televisiva ya no se reduce, pues a un país, sino que se plantea además como internacional. Y así se observa la tendencia en los países desarrollados a concurrir internacionalmente con uno o varios canales públicos hacia el exterior, además, de los que la iniciativa privada de una empresa o de un conjunto de empresas puedan lanzar internacionalmente.

La televisión digital por satélite aporta ventajas técnicas importantes: alta calidad de imagen y muy protegida frente a diversos tipos de interferencias atmosféricas, enorme aprovechamiento del ancho de banda del transpondedor y una mayor potencia que redundan en beneficio de la producción del tamaño de antenas.

¹⁵³ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*, Paidós, Barcelona, 2004, p.34.

Aunque el satélite es más barato que el sistema de difusión por cable ya que traslada a cada hogar conectado parte de los costes, no deja de ser sin embargo una tecnología exigente de grandes inversiones (construcción, lanzamiento, seguros, operación, sustitución) que la digitalización no ha disminuido en su conjunto. Enrique Bustamante señala que originariamente, se trataba de sistemas internacionales o nacionales públicos que han ido convirtiéndose en empresas privadas (como Intelsat primero, Eutelsat recientemente) o de nuevos sistemas de satélite privados que, como en el caso de ASTRA de la Sociedad Europea de Satélite, han conseguido obtener grandes beneficios del audiovisual sin fabricar una sola cadena. Fabricantes, operadores y accionistas de satélites se han visto tentados a entrar también en los últimos años en la oferta de televisión digital cuya señal suponía una parte cada vez más importante de su negocio original¹⁵⁴.

La televisión digital por satélite constituye el objeto de estudio de este trabajo y por ello, será este sistema de televisión el que centre el análisis en los aspectos de contenido, recepción y financiación que se desarrollarán posteriormente, si bien hay características comunes con los otros sistemas de televisión por cable y ondas hertzianas digitales.

2.1.3. *La televisión digital terrestre (TDT)*

Uno de los objetivos de la implantación de la televisión digital terrestre es el mejor aprovechamiento del espectro y, con ello, una configuración mayor del número de canales. Aplicar la tecnología digital a la difusión hertziana terrestre supone multiplicar por diez la cantidad de canales de televisión y las prestaciones de algunos servicios de comunicación punto a punto.

Para la recepción de esta televisión sólo es necesario el uso de un descodificador, que además, con la popularización de este sistema ya está integrado en los nuevos televisores digitales. Además, la TDT conlleva costes menores y el aprovechamiento de las redes existentes y simplifica la instalación y la recepción frente al cable o el satélite y cuestiona de alguna manera la utilización de estos dos sistemas para la difusión.

José Aznar Taberner¹⁵⁵ explica que la Televisión Digital Terrestre dispone de dos estándares a nivel mundial: uno americano y otro europeo, a los que se unirá un tercero japonés que tratará de implementar en toda su zona de influencia asiática. Estas normas distintas suponen consecuencias para la industria y los usuarios por la fragmentación del mercado. El estándar europeo es DVB (*Digital Video Broadcasting*) promovido por el grupo de mismo nombre que agrupó las aportaciones y los intereses de los diferentes agentes del medio, tanto de la

¹⁵⁴ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo...* Op. cit., p.180.

¹⁵⁵ AZNAR TABERNER, José: "La digitalización de..." Op. cit., p.278.

industria, de los radiodifusores como de las administraciones y es el que ha sido adoptado por los diferentes países europeos.

Por su parte, este mismo autor señala que el estándar americano ATSC fue adoptado por un consorcio promotor mixto de industria y radiodifusores denominado “La Gran Alianza” y tras la homologación de la FCC también se ha adoptado como norma. Aunque ambas normas se basan en unos estándares de compresión digital común denominados MPEG-2 y tiene un alto grado de aspectos comunes, son incompatibles. La principal diferencia radica en los sistemas de modulación que utilizan para la transmisión. Además, el estándar americano pone más énfasis en la consecución de la televisión de alta definición como superación de su actual sistema de televisión en color NTSC, mientras que el europeo busca la mejor explotación del canal de televisión ofreciendo la televisión multicanal como superación de su sistema analógico PAL/SECAM.

La mayoría de los planes gubernamentales de los distintos países establecieron la fecha del “apagón analógico” (todas las emisoras deberán emitir sus señales digitalizadas) entre el año 2006 y el 2015. En concreto, en España se fijó inicialmente para el año 2012, límite máximo autorizado por la Unión Europea. Sin embargo, el Consejo de Ministros del 7 de septiembre de 2007 aprobó las fechas definitivas del apagón analógico en España para abril de 2010 y definió las cuatro fases de este proceso: Fase 0: proyectos piloto de Fonsagrada y Soria, 1% de la población (Límite: 31 de diciembre de 2008); Fase I: núcleos de población con menos de 500.000 habitantes, 11,6% de la población (Límite: 30 de junio de 2009); Fase II: Núcleos de población de entre 500.000 y 700.000 habitantes, 19,8% de la población (Límite: 31 de diciembre de 2009) y la última fase, Fase III: núcleos de más de 700.000 habitantes, 67,6% de la población (Límite: 3 de abril de 2010)¹⁵⁶.

La televisión digital terrestre parecía destinada a llevar a todos los hogares y a un coste modesto (sobre la base de unos equipos masificados y baratos) los beneficios de la televisión digital, desde la televisión de alta definición a la oferta de múltiples canales y servicios interactivos, Internet inclusive.

Sin embargo, Bustamante¹⁵⁷ señala que la red de transmisión de la señal televisiva punto a masa, ha comenzado también un proceso de privatización que parece irreversible, incluso en

¹⁵⁶ Tras el apagón analógico, queda disponible la banda de frecuencias que tradicionalmente se ha utilizado para la emisión de la televisión, gracias a la migración de la televisión analógica a la digital, lo que se conoce como “Dividendo Digital”. Para que los ciudadanos disfruten de este dividendo en forma de nuevos servicios de banda ancha inalámbrica, es necesario disponer de un conjunto de frecuencias contiguo que en Europa se determinó que sería la banda de 800 MHz (790-862 MHz). En España, las frecuencias del Dividendo Digital, estaban esparcidas, y la banda de frecuencias de 800 MHz estaba ocupada, en parte, por algunos canales de la TDT (canales 61 al 69 de UHF). La liberación del Dividendo Digital fue el proceso de reordenación de frecuencias necesario para que la banda 800 MHz quedara disponible en toda Europa. Tras la liberación, el pasado 31 de marzo de 2015, la banda de 800 MHz dejó de utilizarse para la transmisión de la TDT y se ha asignado a los operadores de telefonía móvil para prestar nuevos servicios de banda ancha de cuarta generación (4G).

¹⁵⁷ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo...* Op. cit., pp. 180-181.

muchos países europeos en los que se desarrolló como parte del servicio universal y público. Y apuntaba en 2003 que esos antiguos operadores, en su mayoría ya comerciales, dominarán el mercado durante mucho tiempo pese a los intentos de liberalización y competencia, reforzando incluso su poder de mercado por la digitalización de la antigua red analógica.

De esa forma, las inversiones requeridas para esta transformación han de ser recuperadas pronto por crecientes tasas pagadas por los operadores televisivos, lo que choca con la difícil consecución de nuevos negocios y beneficios para estos últimos. Además, este autor recalca que surgen problemáticas figuras nuevas, como el operador del *multiplex* o paquete de canales digitales, que alguien debe gestionar neutralmente cuando están compartidos entre varias empresas y que, en ocasiones plantea arduos problemas de competencia cuando el operador de la red está además implicado en el mercado televisivo.

Tras la descripción de los diferentes sistemas de difusión digital, se observa que la separación tradicional entre redes y cadenas se ha roto por múltiples vías. Y en lo que respecta a efectos económicos resalta como tanto en unos como en otros soportes, a los grandes grupos de comunicación se unen, en competencia o alianza, los grandes operadores de telecomunicaciones, fabricantes de satélites, grupos eléctricos o de aguas, grandes corporaciones del *software* y la informática..., en agrupaciones de dimensiones inéditas en el pasado y que vienen a justificarse por la convergencia misma.

2.2. Contenidos de la televisión digital: más canales, nuevos servicios

Una de las transformaciones más visibles de la televisión digital ha sido el incremento del número de canales de televisión de los que dispone el usuario. Mediante la tecnología digital se multiplica la capacidad del medio y por los recursos potencia-ancho de banda que anteriormente se necesitaba para hacer llegar a una población una señal de televisión analógica, actualmente se pueden ofrecer entre seis y diez canales con calidad equivalente.

El elevado número de canales que aporta la televisión digital tiene como consecuencia una mayor diversificación de los contenidos. El principal efecto es la segmentación del producto, ajustándolo a partir de criterios “temáticos” a los diferentes sectores del mercado. Además, la tecnología permite ofrecer espectáculos o acontecimientos a los grupos de interés que están dispuestos a pagar por los mismos. Es decir, permite incrementar el valor de determinados productos audiovisuales, entre los cuales destacan el fútbol y el cine. Otra de las consecuencias que supone la digitalización en los contenidos es la nueva oferta de servicios interactivos de que dispone el espectador y que se considera como servicios de valor añadido. En estos últimos radica para los consultores el atractivo de la expansión de las redes digitales y la clave estratégica de la amortización de las costosas inversiones.

Para Enrique Bustamante, “los contenidos de la televisión digital sólo pueden analizarse en el marco de un prolongado proceso de proliferación de la oferta de contenidos y paralela fragmentación de las audiencias que la televisión ha sufrido hace más de dos décadas, de avance del pago directo por el espectador, de progresiva comercialización del audiovisual, con sus corolarios de “globalización” y las consiguientes transformaciones en todos los escalones de la economía de los servicios audiovisuales a distancia”¹⁵⁸.

2.2.1. *Una mayor oferta de programación*

El número de canales se multiplica considerablemente en la televisión digital mediante diferentes vías: desdoblamiento de canales, multiplicación de las multidifusiones de programaciones enteras o por secuencias (multiplexado), creación continua de canales complementarios para demandas minoritarias pero solventes e incluso, adquisición de canales externos con el doble fin de aumentar el atractivo de los paquetes y neutralizar a competidores potencialmente peligrosos.

Esta proliferación de canales se puede agrupar en cuatro categorías: canales generalistas, temáticos, de servicios y de servicios interactivos. De manera más detallada, Enrique Bustamante caracteriza cada uno de estos canales de la siguiente manera:

- Canales generalistas nacionales y regionales, que amplían así su ámbito de difusión y sus mercados y que tiene predominio de la programación adecuada a cada país.
- Canales temáticos cada vez más monográficos y ajustados por géneros (cine, entretenimiento, información, documentales, cultura, deportes...), temas y targets de población (mujeres, niños, jóvenes, adultos, grupos lingüísticos o raciales...). Estos canales están empaquetados nacionalmente aunque con amplios contenidos internacionales. A pesar de definirse como temáticos, tienen más características “de género”, si bien esta oferta apunta hacia canales microtemáticos para minorías rentables de público.
- Canales de servicios, orientados a las aficiones (motor, caza, pesca, animales...), y cada vez más a los intereses profesionales de segmentos rentables y muy precisos de clientes (informática, negocios, idiomas, abogados, médicos...). Son canales potencialmente internacionalizados en gran medida, aunque con orientaciones y complementos de información nacionales.
- Servicios interactivos y multimedia, en muchas ocasiones ligados a los canales temáticos y de servicios, para el mercado profesional o de negocios y para los hogares

¹⁵⁸ BUSTAMANTE, Enrique: “Contenidos de la TV digital: riesgos y posibilidades” en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María: *Presente y futuro de la...Op. cit.*, p.207.

y potenciados con el valor añadido que supone este plus de reacción del espectador. Entre los principales, pueden enumerarse la telecompra especializada, la telebanca, los concursos, los juegos, los viajes y reservas...

Mientras que las tres primeras categorías se multiplican hasta el infinito en sus inicios, la cuarta compuesta por auténticos servicios de valor añadido, con explotación seria de las capacidades del lenguaje multimedia y de demanda interactiva, aparece claramente subdesarrollada. En el siguiente apartado se analizará más detenidamente esta cuarta categoría.

Detrás de esta aparente abundancia de contenidos y programas, la oferta de la televisión digital reitera los mismos géneros y formatos y en repertorios temáticos similares a la televisión convencional, aunque con un énfasis diferente: cine y deportes, sobre todo, series, infantiles, entretenimiento general... La excepción posiblemente esté representada por el documental marginado en la televisión generalista y que parece encontrar un nuevo aliento en la televisión temática.

Las estrategias de la televisión digital se centran especialmente en las películas recientes y en los acontecimientos deportivos como sempiternos arietes para abrir este mercado. Sin embargo, Bustamante piensa que esta televisión dará lugar a una más amplia oferta de productos específicos en otros muchos géneros, a películas y ficciones nacionales y regionales, así como a servicios profesionales especializados: servicios comerciales, enseñanza de idiomas, contabilidad, formación permanente para profesionales cualificados... el problema es cuánto tiempo exigirá el mercado por sí solo para generar esas nuevas vías y si una política de comunicación centrada por ejemplo no en las cuotas de origen sino en las cuotas de inversión, en tratamientos fiscales específicos o en la propia actuación de los operadores públicos, podría acelerar esa reconversión, generando un sector de producción más fuerte y equilibrado.

La alimentación del elevado número de canales ha beneficiado fundamentalmente a las redes de producción y distribución estadounidense, cuyos productos no sólo fueron reclamados en mayor cantidad sino que, sobre todo, se revalorizaron fuertemente para capturar un amplio mercado de abonados. En suma, el continuo incremento del déficit audiovisual de la UE con Estados Unidos desde 1997, ha sido achacado por muchos expertos a la expansión de la televisión digital como causa principal.

Pero la amplia oferta de canales exige también, una fuerte producción local, vinculada a la proximidad cultural de los clientes espectadores, y destinada generalmente a los canales del paquete básico. Además, en ocasiones, en unos mercados todavía fuertemente deficitarios, las productoras se ven obligadas a implicarse accionarialmente en las televisiones digitales para poder asegurar la venta de sus productos y canales. Por ello, Enrique Bustamante considera que en Europa el mercado de programas para la televisión digital de pago se polariza

extremadamente entre una reducida y cara “alta gama” (cine, deportes) y una amplia “baja gama” de producción local¹⁵⁹.

Para este mismo autor y desde el punto de vista de la oferta de programas, la televisión digital tiene consecuencias para el conjunto del mercado de televisión digital e incluso para la totalidad de las redes. En principio, “la televisión digital bifurca aún más las funciones de producción, empaquetamiento y comercialización de los programas, aunque la falta de oferta suficiente de canales temáticos puede inicialmente hacer que tomen en sus manos la programación de muchos de sus canales. Ello no obsta para que quede un terreno de juego importante para las productoras independientes tanto en los canales generalistas como en los de servicios e incluso en los temáticos. Y que tiendan a aparecer empresas “empaquetadoras” de uno o varios canales”¹⁶⁰.

Además, añade que la competencia existente o el afán de controlar las materias primas de mayor atractivo, llevan a movimientos de diversificación vertical de los difusores hacia el control integrado de los derechos de programas que les permitan asegurarse el control de la materia prima y el logro de los mayores beneficios.

2.2.2. *Los servicios, valor añadido a la programación*

Lorenzo Vilches afirma que el concepto de servicio ha estado siempre unido a la televisión, si bien sufre una evolución que culmina con la aplicación de la tecnología digital y la convergencia mediática. Este autor describe la evolución de este concepto en la televisión española: “desde el nacimiento de la televisión en Europa hasta finales de los 80 la defensa del monopolio de la televisión en España se justificaba por su naturaleza de servicio público, que significaba dar gratis información y programas de entretenimiento, algunos pocos programas infantiles y la transmisión de misa o de conciertos”. Posteriormente “con el inicio de las televisiones privadas, la televisión de servicio público, incluidas las autonómicas, llevaron su estrategia de programación hasta los límites de la televisión comercial y murió definitivamente la falacia que identificaba servicio público con monopolio”. “Con la irrupción de las tecnologías digitales y la creación de la red de Internet ha comenzado una progresiva migración de productos espectaculares hacia los servicios”¹⁶¹.

La transformación en el concepto de servicio obligará, según este mismo autor, a valorar la producción y difusión según el criterio de útiles o inútiles en lugar de los utilizados buenos o malos programas o de efectos sociales de la programación. En la nueva sociedad de la comunicación y de la información las empresas están menos interesadas en los contenidos y

¹⁵⁹ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo...* Op. cit., p. 189.

¹⁶⁰ BUSTAMANTE, Enrique: “Contenidos de la TV...” Op. cit., p.215.

¹⁶¹ VICHES, Lorenzo: *La migración digital*, Gedisa, Barcelona, 2001, pp. 47- 48.

los programas y pierden cada vez más su naturaleza exclusivamente artística, cultural o informativa. Todos los programas se preparan para contener servicios comerciales. Gracias a los servicios interactivos de las televisiones digitales, las actividades de entretenimiento y de ocio de los abonados se desplazan hacia el mercado de servicios mercantiles.

Con la digitalización se unen a la oferta de múltiples canales y productos audiovisuales otros numerosos servicios multimedia e informaciones por demanda, cuando no servicios claros de telecomunicaciones. Estos servicios nacen como apoyo, ampliación o aportación de otras informaciones paralelas a los programas de televisión. Y aunque, en algunos casos puedan tener autonomía, su origen es acompañar a los contenidos televisivos. Por ello, se habla de convergencia de contenidos y servicios, se crean servicios para dar un valor añadido a los contenidos.

Para Mariano Cebrián Herreros¹⁶², esta convergencia de contenidos y servicios como aportación abierta al manejo de cada usuario, sea de pago o gratuito, engendra una nueva dimensión semiótica. El servicio en este caso es un potencial añadido, y por tanto, significativo según el uso de cada consumidor. Está abierto a la adhesión con otros programas o contenidos.

A pesar de ser una de las principales transformaciones que ofrece la digitalización en televisión, la oferta de servicios está subdesarrollada. En la inmensa mayoría de los casos se limita a informaciones subordinadas a la programación televisiva (información publicitaria hacia la compra, información sobre las *stars*, estadísticas deportivas o documentación complementaria, *trailers* de largometrajes) o a servicios confinados en segmentos muy precisos de mercado (telecompra especializada, telebanca, concursos y juegos...).

Enrique Bustamante¹⁶³ destaca que los auténticos nuevos servicios de valor añadido, caracterizados por su potencial de “transformación estructural” de la industria audiovisual y cultural en su totalidad (bases de datos, bancos de programas, productos multimedia, interconexiones múltiples) se enfrentan a una lenta creación de demanda y mercado, al conocido círculo vicioso de la innovación (no hay demanda sin servicios atractivos, ni ofertas sin demanda potente) especialmente en los hogares, que retrasa su impacto a muchos años vista o determina al menos un alcance económico restringido.

2.3.El proceso de recepción: de consumidor a cliente

La aplicación de las nuevas tecnologías significa el paso definitivo del *broadcasting* (o televisión masiva en cadena) al *narrowcasting* (o televisión fragmentada), un proceso que se

¹⁶² CEBRIÁN HERREROS, Mariano: Modelos de televisión... Op. cit., p.177.

¹⁶³ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo...* Op. cit., p. 190.

inició realmente cuando el incremento de agentes en el sector rompió los monopolios u oligopolios (públicos o privados según los países), que habían caracterizado al sistema clásico durante décadas, incrementando la competencia; y cuando la expansión de la televisión de pago agudizó esa fragmentación de las audiencias por una creciente segmentación de la oferta de programas y programaciones.

La digitalización introduce importantes modificaciones en el proceso de recepción, que afectan tanto a los aparatos de recepción como a los receptores. Aunque las transformaciones más importantes son las que afectan al usuario, es necesario describir mediante unas breves pinceladas los cambios técnicos ya que obligan al consumidor a adecuar sus televisores a las nuevas tecnologías digitales.

2.3.1. Cambios técnicos en la recepción

En sus inicios, para la recepción en la televisión de ondas hertzianas se requieren una antena receptora, colectiva o individual, que haga llegar la señal mediante un cable hasta los televisores. En éstos se amplifica la señal y se desmodula para separar la señal del programa de la portadora electromagnética. Luego se tiene que sintonizar la banda y dentro de ésta el canal que se desea captar. En los casos de los canales de pago, en los que la señal llega codificada, se requiere la incorporación de un dispositivo que la descodifique. El televisor tiene como misión final la conversión de la señal eléctrica del programa en señales visuales y sonoras perceptibles por la vista y el oído.

En la recepción del sistema de televisión digital por satélite, además de estos requisitos, son necesarios una antena parabólica, un descompresor y un descodificador. La antena parabólica, sea comunitaria o particular, recibe la señal digital del satélite. Cada vez son más reducidas de diámetro, en función de la potencia del satélite y pueden recibir hasta 150 canales.

Posteriormente, la señal digital necesita pasar por un receptor descodificador que la convierta en señal de lenguaje PAL y controlar las suscripciones en sus diversas modalidades gracias a una tarjeta o llave de acceso. El receptor suele estar conectado mediante un módem a la línea telefónica para diversas funciones interactivas.

La gran aportación de los televisores digitales con descodificadores y descompresores es el abrir el acceso a las nuevas modalidades de ofertas televisivas. Cada canal y programa de pago está controlado durante el tiempo de uso y según el coste de tarifa que haya que abonar. Se trata de la aplicación de la red inteligente a estos dispositivos para que discrimine los diversos usos que se hacen del televisor, de manera similar a lo que ya ocurre con el teléfono, de este modo el espectador es quien puede elegir entre la amplia oferta de canales y programas.

2.3.2. Cambios cualitativos en la recepción

La principal modificación que se produce en la televisión digital es la apertura hacia la interactividad. La digitalización de los equipos receptores abre este camino y con ello, la exigencia de un usuario de mayor actividad. Esto exige un cambio de denominación, de receptor, oyente o espectador que suponen una cierta pasividad al de usuario que implica mayor actividad, genera otra formulación de relaciones.

El incremento de canales permite al usuario navegar por los mismos en busca del menú que más le interesa, pero las opciones no se refieren sólo a la selección de contenidos, sino también de tratamientos mediante el sistema de multicámaras o co-realización que deja en manos del usuario la selección del punto de vista que desee. Se trata de un multiperspectivismo técnico más que de un pluralismo informativo, pero se convierte en un enriquecimiento de opciones expresivas. El tratamiento ya no depende en exclusiva del realizador sino que se deja un amplio margen al usuario.

La digitalización aporta a los usuarios la posibilidad de crear efectos visuales. Hay unos efectos que alteran la configuración de la imagen en alguno de sus aspectos para fines determinados, aunque sin repercusiones de importancia en la exposición de los contenidos. Entre ellos destacan:

- La congelación de la imagen.
- Las imágenes pintadas, una vez que la imagen se congela se puede modificar el color.
- El efecto mosaico, que consiste en la conversión de una imagen en otra de multitud de pequeños recuadros cada uno de un color.

Sin embargo, hay otros efectos que producen mayores repercusiones bien por la modificación de la cadencia perceptiva o bien por la acumulación de imágenes. De este segundo tipo, Mariano Cebrián Herreros destaca¹⁶⁴:

- El estroboscopio cíclico, la pantalla se divide en múltiples partes. En una de ellas se siguen viendo las imágenes del programa mientras que en las otras se fijan durante un cierto tiempo algunas de las imágenes que despiertan mayor interés. Se combina la fugacidad con la retención de las mismas.
- La imagen sobre imagen. En la pantalla del televisor pueden verse simultáneamente dos imágenes procedentes de dos canales diferentes, sin que la una ensucie la otra. Se pueden seguir de esta manera las emisiones de dos programaciones.

¹⁶⁴ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Información televisiva...* Op. cit., p. 150.

- La ralentización de imágenes. Paso de las imágenes procedentes de un vídeo a velocidad lenta con gran nitidez y calidad.
- Zoom. La ampliación de un objeto, una figura o un detalle para su examen pormenorizado mientras se sigue el resto de la emisión.

Tales innovaciones apuntan hacia un espectador más activo y suponen, para este mismo autor, un desafío a la educación ya que obliga a preparar las herramientas adecuadas para que la manipulación de las imágenes por parte del usuario obedezca a una actitud analítica y crítica y no simplemente fascinada o hipnotizada por la luz deslumbrante del televisor.

Otros cambios trascendentales en la recepción son los que ha introducido la incorporación del mando a distancia. El mando ofrece un conjunto de dispositivos de selección, adelanto, retraso, modificación de pantalla,... y transforma todo el proceso. Nace el usuario con capacidad de seleccionar canales, de buscar otras informaciones paralelas, y en las últimas aportaciones, de interactuar, de navegar, de enlazar, y en suma, de generar un proceso de recepción transformador y creativo. El usuario dispone de capacidad de seleccionar según sus gustos, ideas, sensibilidad, y además, puede aportar elementos nuevos.

Para Cebrián Herrerros, el mando actúa como un operador semántico del discurso del usuario ya que es quien da sentido o asume el sentido de cada mensaje. El usuario elige entre diversas opciones y las combina; produce su propio canal con los fragmentos extraídos de otros canales. Reelabora y construye realmente su discurso. El usuario es cocreador del propio discurso; todo depende del grado de interactividad que se le permita o con el que él desee trabajar¹⁶⁵. Esto altera, también, las orientaciones pedagógicas que proponían modelos de lectura crítica. Ahora, además, de la actitud crítica es preciso saber elegir con acierto y rapidez para ser más libre.

Mediante todas estas transformaciones, el televisor pasa de ser un servicio de las comunicaciones masivas a ser un terminal de comunicación individual. De esta manera, el receptor pasa de mero espectador pasivo a la exigencia y acicate de un saber dialogar y comunicarse con el aparato. La unidireccionalidad de las comunicaciones colectivas da paso a la bidireccionalidad multiplicada y compleja.

A pesar de la gran oferta de canales y contenidos, Enrique Bustamante señala que las experiencias han demostrado que los usuarios digitales tras un corto periodo de novedad tienden a centrar su consumo sobre un pequeño número de canales, dedicando la mayoría de su tiempo a las ofertas generalistas incluso por nuevos soportes, y manteniendo un tiempo de visionado minoritario para un número selectivo de canales temáticos.

¹⁶⁵ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Modelos de televisión...* Op. cit., p. 40.

Este mismo autor, explica este consumo debido a que la oferta tan amplia exige un tiempo y esfuerzo que hace imposible la elección directa del consumidor y anula su capacidad de *zapping*: para elegir de entre un centenar de canales el usuario debe trabajar su selección en cada ocasión durante un tiempo de ocho a diez minutos y, finalmente, se acomoda a ver habitualmente no más de siete o nueve canales con notable estabilidad.

Sin embargo, para facilitar la elección al usuario las ofertas aparecen categorizadas. No sólo hay un menú indicativo de los respectivos canales, sino información de la parrilla de programación de todos ellos para los quince días siguientes gracias a un chip incorporado al sistema de descodificación. El usuario puede ver la programación prevista en un canal para los próximos días, y además, apreciar la programación de todos los canales a una hora determinada, así como la programación clasificada por géneros, por edades, por bloques y jerarquizada por costos para que el abonado elija lo que desea gastar el mes.

Además de la guía de la programación, el sistema descodificador incorpora otros chips que permiten un mayor control sobre la televisión por parte del usuario. Uno de ellos es el chip de control de gastos por parte del usuario. El suscriptor puede establecer un tope de gastos mediante la introducción de una clave secreta. De este modo, en cuanto se llega a la barrera mensual establecida ya no se puede efectuar ningún gasto más, a no ser que el usuario quiera cambiarlo de nuevo. También hay un chip antiviolencia, o de censura, con una catalogación por edades, que permiten a los padres controlar lo que consumen sus hijos.

Por otro lado, la televisión digital no sólo implica el cambio de concepción de receptor o destinatario a usuario, sino que supone un paso más al hacer generalizado el pago por el consumo de televisión. Para Enrique Bustamante, el pago por el espectador de una señal de televisión determinada cambia profundamente la concepción de la televisión. Como en cualquier otro mercado, el espectador, contemplado como cliente (frente al espectador ciudadano de la televisión pública o al espectador consumidor de la televisión publicitaria) se transforma en la razón final del mercado¹⁶⁶.

La televisión digital contempla al usuario como un simple consumidor cautivo que se convierte en un activo empresarial de creciente valor, hasta el punto de multiplicar su precio exponencialmente en los últimos años. Según los datos aportados por Enrique Bustamante, en las operaciones de compraventa desde 1999 se ha calculado que el "valor" de la cabeza de abonado se elevaba ya en el cable a unos 2.500 dólares y en la *Pay TV* a unos 1.500, todavía muy inferiores al precio del abonado a Internet o a la telefonía móvil¹⁶⁷.

Finalmente, hay que detenerse en el concepto de interactividad que introduce la televisión digital y que constituye una superación de la unilateralidad, el intento de conseguir por vía

¹⁶⁶ BUSTAMANTE, Enrique: *La televisión económica...* Op. cit., p. 153.

¹⁶⁷ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo...* Op. cit., p. 190.

técnica lo que es natural al hombre: la comunicación interpersonal. Esta interactividad está presente en servicios más o menos pasivos y automáticos (compras, operaciones bancarias, reserva en espectáculos, hostelería y transportes, petición y suministro de datos en pantalla...) y en la participación en programas de concursos, juegos, tertulias. Sin embargo, aún no se ha alcanzado un nivel alto de interactividad y ésta sigue sometida a unas pautas muy rígidas y estrechas.

Francisco Sanabria¹⁶⁸ explica que este sistema funciona mediante un terminal denominado unidad interactiva universal que se compone de una pantalla, una impresora para comunicarse con el destinatario, un receptor para descodificar la señal previamente cifrada para uso exclusivo de abonados, un altavoz, mando a distancia y módem. Estos elementos se hallan conectados a un microprocesador que permite aplicaciones diversas y que puede conectar con los bancos de datos por línea telefónica.

Lorenzo Vilches¹⁶⁹ subraya la idea de que la interactividad permite que los usuarios usen los medios para organizar su espacio y su tiempo y no a la inversa, como sucedía en los medios tradicionales sustentados sobre la manipulación de imágenes y sonidos desde un centro emisor.

Nicholas Garnham¹⁷⁰ distingue dos formas distintas de interactividad posibles con la digitalización: la interactividad persona-máquina y la interactividad persona-persona. En primer lugar, en el caso de la interactividad persona-máquina, el multimedia supone la capacidad del usuario para interactuar a través de un sistema operativo informático con una base de datos para construir una serie variable de combinaciones y de caminos de acceso a un conjunto preestablecido de datos digitalizados. Este tipo plantea dos problemas: el primero, saber si la inteligencia necesaria y las bases de datos se venderán como terminales y software separados o integradas en redes. El segundo problema saber si se está creando un producto o servicio y, por consiguiente, qué mecanismos de pago se debería elegir.

Para Mariano Cebrián Herreros, la interactividad entre hombres y máquina se extiende cada vez más a todos los nuevos servicios básicos y añadidos. Es una relación de diálogo a la que no estaba acostumbrado que requiere cambios psicológicos y abre una dimensión comunicativa inusitada. El desarrollo de las redes aportadas por las tecnologías de telecomunicación amplía esta interactividad *in situ* a otra a distancia, tanto para las relaciones comunicativas entre diversos usuarios como para el intercambio de mensajes.

¹⁶⁸ SANABRIA, Francisco: *Información audiovisual...* Op. cit., p. 190.

¹⁶⁹ VILCHES, Lorenzo: *La migración...* Op. cit., p. 24.

¹⁷⁰ GARNHAM, Nicholas: "El desarrollo del multimedia: un desplazamiento de la correlación de fuerzas" en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María: *Presente y futuro...* Op. cit., pp. 310-311.

Por último, el segundo modelo de interactividad del que habla Nicholas Garnham es el de persona-persona, que es el modelo del teléfono. Esta interactividad significa un cambio de un modelo televisivo de distribución a un modelo de telecomunicaciones. Este modelo no se ha desarrollado en la televisión digital aunque se considera que se alcanzará con la convergencia multimedia.

2.3.3. *Nuevos modelos de televisión*

Con la aplicación de la tecnología digital en la televisión se producen transformaciones en los contenidos y en la relación con los destinatarios, descritas con anterioridad, que permiten hablar de un nuevo modelo de televisión frente al anterior de la televisión tradicional. Uno de los autores que ha estudiado estos modelos ha sido Mariano Cebrián Herreros. Este autor ha centrado su análisis en los grandes cambios de los modelos comunicativos, de lenguaje y de narrativa que la nueva situación de la televisión digital genera¹⁷¹.

Este autor distingue tres modelos diferentes: generalista, multitemático y convergente con Internet. Cada uno de ellos plantea procesos comunicativos distintos e introduce elementos expresivos nuevos al mismo tiempo que explota otras modalidades narrativas. El que interesa para esta investigación es el modelo multitemático, si bien es necesario conocer algunas características del modelo anterior, el generalista, para valorar correctamente la innovación que introduce la tecnología digital.

El modelo generalista, que se halla en pleno reajuste de sus funciones para sobrevivir al choque con el modelo multitemático, se caracteriza por:

- La exacerbada competitividad entre los canales, que les lleva a emprender cualquier estrategia para conseguir el liderazgo de audiencias.
- Son canales masivos, con un enfoque comercial convirtiéndose en soporte de la publicidad y buscando el refuerzo continuo de “marca”.
- Su objetivo es perdurar y mantenerse firme en la competitividad televisiva.
- Interpretan la realidad mediante imágenes espectaculares y están invadidos por los intereses políticos y económicos.
- Es un modelo comunicativo que se desarrolla de manera unidireccional en el que el destinatario es contemplado como objeto cuantitativo de publicidad y con escasa posibilidad de interactividad física.

¹⁷¹ El desarrollo de este epígrafe está basado en el libro de Mariano Cebrián Herreros: *Nuevos modelo de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*, en el que el autor analiza detalladamente cada uno de estos modelos y sus implicaciones.

- La heterogeneidad de contenidos al intentar satisfacer a todo tipo de públicos y está sometido a la dictadura de los gustos de la audiencia.
- La creación de programas de intensa espectacularidad y una enorme presencia de los contenidos vinculados con la actualidad.
- Por un lenguaje basado en la secuencialidad o continuidad del eje de las simultaneidades y sumamente acelerado en la cadencia de planos.
- Por una narración cada vez más compleja en la que la publicidad tiene una amplia repercusión.
- Una financiación que crea tensiones enormes.

Este modelo da cohesión social y cultural y se ha mantenido como el medio informativo de referencia. La televisión generalista explota la participación de la audiencia no tanto como modelo comunicativo dialógico cuanto como negocio, y desarrolla unas líneas de contenidos orientadas a los grandes públicos y no a los minoritarios. Presenta unos macrocontenidos que delimitan las líneas generales y otros más específicos, que pueden organizarse mediante una amalgama de diversos tipos de programas.

La historia del modelo generalista ha estado basada en la tecnología analógica aunque, en estos momentos sufre una reconversión hacia la nueva tecnología digital. De este modo, se le abre nuevas luchas de competitividad con los demás modelos de ofertas temáticas de pago por el mismo sistema de difusión. La renovación digital supone una renovación importante del modelo en tres direcciones: renovación de la programación general, incorporación de servicios de valor añadido y combinación de la programación general con servicios específicos. La diferencia clave entre uno y otro sólo radicará en la gratuidad del modelo generalista y el pago en el multitemático.

Por su parte, el modelo multitemático se caracteriza por:

- Ofrecer un discurso fragmentado en diversidad de canales televisivos, musicales, redifusión de emisoras de radio y televisión ajenas y de servicios informativos paralelos.
- Por la presentación simultánea de secuencialidades correspondientes a cada uno de los canales. Es un archimontaje de canales, no ya de programas como sucede en la televisión generalista.
- Por un lenguaje de superposición, de capacidad de interrelacionar en falsa simultaneidad la secuencialidad que produce cada canal en relación con otros canales.
- Por un usuario de operatividad física, forzosamente selectivo e inexorablemente buscador o *zapeador* por canales de la misma plataforma.

- Por el riesgo de naufragio en tan compleja galaxia que, especialmente, durante su momento inicial.

Otra diferencia entre ambos modelos es el espacio televisivo. En la televisión generalista se diferencian los espacios conforme a cuatro ámbitos: microcomunicación, mesocomunicación, macrocomunicación y megacomunicación. Cada uno de ellos ha dado origen a medios diferenciados. Incluso dependen en gran medida de las administraciones sociopolíticas. La expansión de los satélites y de Internet ha modificado tales escenarios, ha traído múltiples conexiones entre unos espacios y otros y suscita todo tipo de intercambios.

La televisión digital genera nuevos espacios televisivos. Rompen con los territorios o, mejor dicho, les dan una nueva dimensión. El concepto clave no es el de la división en los cuatro ámbitos comunicativos de la etapa anterior de micro, meso, macro y megacomunicación según cada territorio de funcionamiento, sino el concepto de encrucijada: las ofertas de todos los ámbitos aparecen conjuntamente, reunidas en canales sucesivos o dispersos, para que el usuario pueda captar cualquiera de éstos. Los ámbitos local, autonómico y nacional tienden a estar presentes en el internacional. Se pasa, pues de un sistema de delimitación territorial a otro de definición de identidades y aproximaciones culturales e idiomáticas.

Una vez diferenciados los modelos, Mariano Cebrián Herreros considera que la digitalización obliga a dar el paso de la teoría del discurso televisivo programático al discurso televisivo multitemático y convergente, pasar del análisis de los diversos discursos separados al conjunto. Esto significa dar el salto a lo televisivo en sentido amplio, generar una macrosemiótica que afronte el audiovisual en plena expansión con objeto de abordar el texto en diversas dimensiones. Una macrosemiótica que considere los procesos comunicativos en su planteamiento general, es decir, aquella que trata de examinar los signos desde la perspectiva integradora y global del fenómeno sémico con objeto de ver el entrelazado de las partes.

2.4. Financiación y modelos de negocio de la televisión digital: simplificaciones y nuevas complejidades

El negocio de las televisiones digitales es radicalmente diferente a las televisiones tradicionales. Lorenzo Vilches destaca que estas televisiones alquilan un canal temático a alguna compañía para incorporarlo a una red de 300 o 400 canales y la ofrece en alquiler a un usuario que podrá disponer libremente, mediante un dispositivo de navegación, de movilidad y de tiempo. Los programas están allí y el usuario puede acceder cuando quiera. Estas televisiones ya no venden audiencia a los anunciantes publicitarios. Alquilan tiempo de programas, servicios y acceso exclusivo a los abonados¹⁷².

¹⁷² VILCHES, Lorenzo: *La migración...* Op. cit., p.41.

Además, gracias a los servicios interactivos de las televisiones digitales, las actividades de entretenimiento y de ocio de los abonados se desplazan hacia el mercado de servicios mercantiles. Y en este nuevo sistema de servicios ofrecidos por la convergencia mediática, no son los contenidos sino la gestión del tiempo humano el que se transforma en mercancía.

La fórmula más potente de financiación para todas las redes y servicios de la televisión digital es el pago por el usuario. Pero, Enrique Bustamante resalta que frente a las múltiples y prometedoras formas de pago tecnológicamente posibles en las nuevas redes, la *Pay TV* o abono fijo por tiempo (por disponibilidad de los servicios y no por consumo efectivo) se mantiene paradójicamente, pese a su presunto carácter de modelo de transición y años después de sus inicios, como forma de pago ampliamente dominante. Este tipo se apoya fuertemente sobre la conformación elitista de “club” de sus abonados, o dicho en términos sociológicos, sobre el efecto “distinción”.

Otra fórmula económica y comunicativa que adquiere especial importancia con la digitalización de la señal de los satélites es la *Pay per view*, la televisión de programas-productos individualizados y pagados con tarifas precisas por el espectador. Sin embargo, el usuario carece aun en este modelo de una posibilidad de respuesta-selección en el mismo soporte y en tiempo simultáneo, aun cuando a veces la recepción del programa elegido sea muy rápida (como en la redifusión cada diez minutos de películas de éxito por algunas cadenas en el llamado *near video on demand*).

La televisión digital está caracterizada en todos sus soportes y modos de comercialización por su naturaleza multicanal. En las fórmulas de pago se trata pues de generar una cada vez más abundante oferta en múltiples paquetes con precios y contenidos fuertemente adaptados a las demandas y capacidades de cada mercado.

Estas fórmulas de pago del usuario en las que la televisión digital basa su éxito, implican necesariamente previsiones sobre la amplitud de los segmentos de población, suficiente capacidad adquisitiva y dispuestos en cada país para sufragar los costes de esta nueva televisión. Además, la economía de la televisión digital plantea exigencias que están a la altura del mercado perseguido y multiplican en dificultad los resortes del éxito de la televisión de pago. Bustamante afirma que a pesar de hablarse en términos sintéticos de una “economía de contadores”, en la televisión digital se va mucho más allá del simple control de los descodificadores y la facturación y que integra un difícil saber hacer de marketing y de conocimiento preciso de los mercados¹⁷³.

La visibilidad y centralidad del pago por el espectador hace olvidar habitualmente la importancia de la publicidad en las televisiones digitales, donde desempeña un papel imprescindible para ayudar a pagar el incremento geométrico de la oferta de programas, lo que

¹⁷³ BUSTAMANTE, Enrique: *La televisión económica...* Op. cit., p.173.

le dará un lugar destacado en la determinación de parte de los servicios, pero también una función cada vez más directa como proveedor o productor de contenidos.

El papel concreto que desempeña la publicidad en los contenidos de la televisión digital lo resume Enrique Bustamante en cuatro categorías que son:

- Publicidad tradicional en las cadenas generalistas, que encontrarán con los soportes digitales nuevos impulsos para perdurar por largo tiempo.
- Publicidad especializada y patrocinio de difusión en las cadenas temáticas, para targets muy específicos de consumidores. Contenidos “publiredaccionales” en ocasiones para mercados muy precisos.
- Patrocinio de producción y publicidad informativa imbricada en los servicios específicos para aficiones o intereses profesionales de los abonados, con orientación ya hacia la compra directa.
- Publicidad-información superespecializada y compra directa en los servicios interactivos o semi-interactivos, con asimilación total al márketing directo.

Para Bustamante, en todos los casos, se trata de una planificación de medios mucho más fina y ajustada a los productos, de la creación de relaciones más estrechas con el consumidor final, de un conocimiento mucho más exacto de sus demandas y comportamientos y de la posibilidad de estimular en él reacciones más activas y una mayor implicación¹⁷⁴.

De esta forma, las nuevas televisiones digitales, las nuevas redes de comunicación que las integran, desmienten así el mito de una sustitución pura y simple de la financiación publicitaria por el todo pago del cliente. Se asiste a una combinación entre ambas formas de financiación, con una creciente adecuación de la publicidad a los mercados hipersegmentados. Así, en los canales temáticos o de servicios, la publicidad aprende a integrarse más perfectamente en el mensaje bajo fórmulas de patrocinio, o se convierte directamente en productora de servicios dirigidos a grupos muy específicos de demanda o se funde finalmente con el mensaje en la televenta y el márketing directo.

Por último, Enrique Bustamante establece la cadena de valor de la televisión digital, una cadena mucho más compleja, en principio, que la de la televisión tradicional o de pago analógica, en donde se podrían diferenciar nuevas figuras, agentes y escalones¹⁷⁵.

Creación de contenidos y servicios → empaquetamiento/ensamblaje → (publicidad) → servicios de valor añadido → distribución-venta → consumo

¹⁷⁴ BUSTAMANTE, Enrique: “Contenidos de la TV...” Op. cit., p. 216.

¹⁷⁵ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo...* Op. cit., p. 192.

Sin embargo, este mismo autor cuestiona este esquema teórico por los fuertes procesos de integración vertical y por la expansión global de los mayores grupos en la televisión digital.

2.5. Televisión e Internet: convergencia multimedia

El acercamiento entre televisión, los sectores de la informática y las telecomunicaciones se apoya en el dinamismo de los mercados de la comunicación, la información, la electrónica para todos y sus aplicaciones al ocio. Este fenómeno se circunscribe en sus inicios a Estado Unidos, Canadá, Japón y Europa occidental fundamentalmente.

La alianza estratégica entre informática y radiodifusión se expande a diversos territorios del mapa de la información a los que impone su propia lógica con una rapidez y consecuencias incalculables. Entre los principales terrenos afectados se encuentran las redes de transporte de la información, los soportes y terminales, los modos de financiación, los sistemas de producción, los contenidos y tácticas de presentación televisivas.

Para Lorenzo Vilches, el observador que se asoma a esta nueva toma de posiciones en la historia de la comunicación constata que las tecnologías electrónicas e informáticas afectan no sólo a los formatos, cantidad, complejidad y calidad del flujo informativo. También instigan sutiles y profundos cambios estéticos, simbólicos y sociales.

Este mismo autor destaca que las televisiones se han enriquecido de funcionalidades potencialmente interactivas gracias a los descodificadores digitales y su conexión a las redes digitales, lo que permite el acceso a las redes de Internet y forma la base de interfaces de nuevos servicios. Sin embargo, afirma que el proyecto de un terminal único para televisión e Internet que muchos esperan como la gran síntesis tecnológica del usuario de masas, depende de los resultados comerciales y éstos, a principios del siglo XXI, no son muy satisfactorios¹⁷⁶.

Sin llegar a la integración en un terminal único, Bustamante cree que el panorama previsible de los servicios interactivos en la televisión digital se centrará durante mucho tiempo, además de los servicios vinculados a la programación televisiva ya contemplados en todos soportes (incluidos los mensajes a móviles vinculados a programas) en las mezclas y vinculaciones diversas con Internet.

En resumen, la “revolución digital” ha venido a refrendar y acelerar las principales tendencias de la televisión “convencional”: salto cualitativo en la concentración, la transnacionalización y la integración vertical redes/empaquetamiento/contenidos; multiplicación y especialización creciente de la oferta con creciente segmentación paralela de los consumidores; avance de la lógica de pago por el consumidor según diversas modalidades; globalización de los productos,

¹⁷⁶ VILCHES, Lorenzo: *La migración...* Op. cit., p.162.

las programaciones y los mercados... Para Enrique Bustamante, en cada uno de esos capítulos, la televisión digital se acopla a las fuerzas económicas y sus necesidades, catalizando y maximizando los procesos. Y ocasiona en especial un salto adelante en la comercialización y en la industrialización del audiovisual, con la consiguiente reestructuración de las relaciones internas entre agentes del sector, poniendo en cuestión sus “equilibrios estratégicos”.

Asimismo, para este autor la observación empírica señala que el sueño de la convergencia tecnológica y de su consiguiente fin de la escasez de frecuencias y de soportes, identificados automáticamente con la libertad generalizada de transmisión y el pluralismo, se traduce en la práctica en una mayor concentración de poder privado sobre las infraestructuras y la oferta de contenidos. La realidad permite comprobar que, al contrario de lo que asegura el discurso dominante, las políticas públicas televisivas y audiovisuales son más necesarias que nunca no sólo para preservar el desarrollo económico y del empleo sino también para mantener, ampliar si es posible, la diversidad¹⁷⁷.

¹⁷⁷ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo...* Op. cit., p.197.

| *Cuarta parte*

APROXIMACIÓN A LA **H**ISTORIA DE LA
TELEVISIÓN EN **E**SPAÑA Y A LA
CONFIGURACIÓN DE LA **E**STRUCTURA
AUDIOVISUAL (1920-2003)

1. Introducción

La televisión nace oficialmente en España a mediados de la década de los cincuenta, el 28 de octubre de 1956. Sin embargo, habían transcurrido ya treinta años desde que John Logie Baird hizo una demostración de su invento ante miembros de la Academia Inglesa y diversos periodistas, y logró que los teóricos consideraran aquella fecha como la del nacimiento oficial del nuevo medio de comunicación. Diez años después de esta demostración, en 1936, ya se comprobaban emisiones experimentales o regulares desde Londres, Moscú, Leningrado, Berlín, París y Estados Unidos¹⁷⁸.

El retraso con el que llega el nuevo medio de comunicación a España está determinado por las circunstancias históricas que atraviesa el país. Lorenzo Díaz señala que “el periodo más brillante y clave de la televisión prehistórica – el que va desde las primeras emisiones regulares alemanas y británicas en 1936 hasta el comienzo de la II Guerra Mundial- coincidió en España con un Guerra Civil. (...) La televisión se implanta en los países más desarrollados de la Europa Occidental una vez concluida la II Guerra Mundial. En España la llegada de este sugerente medio padece un notable retraso como consecuencia del aislamiento internacional que sufre el régimen de Franco”¹⁷⁹.

Este desfase con el que nace la televisión en España representa algo más de seis años con respecto a países como Francia, República Federal de Alemania e Italia. En el Reino Unido, país en el que la televisión –BBC– reanudó sus emisiones acabada la guerra, se pone en marcha en 1954 el servicio de la segunda cadena de televisión (la comercial ITA, más tarde IBA). Otros países, como es el caso de Holanda y Dinamarca, también se adelantaron a España ya que comenzaron sus emisiones experimentales en 1940 y 1949, respectivamente y las emisiones regulares en 1953¹⁸⁰.

A pesar de la tardía incorporación de España a las emisiones regulares de televisión, Francisco Javier Ruiz del Olmo resalta el hecho de que las experiencias sobre transmisión de imágenes fueron prácticamente contemporáneas a las iniciales experiencias radiofónicas realizadas durante las primeras décadas del siglo XX¹⁸¹. Ya a finales de los años diez, un ingeniero barcelonés, Agustín Ríu, trabajaba en la

¹⁷⁸ PÉREZ DE SILVA, Javier, JIMÉNEZ HERVAS, Pedro: *La televisión contada con sencillez*, Maeva Ediciones, Madrid, 2002, p.16.

¹⁷⁹ DÍAZ, Lorenzo: *La televisión en España 1949-1995*, Alianza Editorial, Madrid, 1994, pp.119-120.

¹⁸⁰ FAUS BELAU, Ángel: *La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*, Ediciones Internacionales Universitarias, Eiunsa, S.A., Barcelona, 1995.

¹⁸¹ RUIZ DEL OLMO, Francisco Javier, *Orígenes de la televisión en España*, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Málaga, Málaga, 1997, p.17.

emisión por radio de sencillos dibujos, diagramas o manuscritos. Esto es lo que este autor denomina prehistoria de la televisión.

Tras varias décadas de experiencias individuales y desconectadas, es a partir de las primeras pruebas experimentales cuando se habla de historia de la televisión. Desde esas pruebas hasta la actualidad, la historia de la televisión en España está dividida en dos grandes periodos marcados por los acontecimientos históricos de este país. El primero, que abarca desde 1948 hasta 1975, y que corresponde a la televisión franquista, marcado por el centralismo y el servicio a los ideales del régimen; si bien, será en este período cuando la televisión se convierta en un medio de comunicación de masas.

El segundo periodo corresponde a la Transición y la Democracia y se extiende hasta la actualidad, si bien nosotros describiremos hasta 2003, año que corresponde con el final del periodo analizado en esta tesis doctoral. En la década de los 80, se aprueba el Estatuto de Radio Televisión Española y comienza la descentralización de la televisión con la aparición de las primeras televisiones locales, que nacen en la ilegalidad, y las autonómicas. Posteriormente, se van asumiendo nuevos modelos de televisión y se apuesta por las nuevas tecnologías (televisión por cable, televisión por satélite, televisión digital terrestre), lo que supone poco a poco la configuración de la estructura audiovisual tal como la conocemos hoy.

Asimismo, estos dos grandes periodos pueden dividirse en etapas más pequeñas que permiten analizar mejor la evolución de este medio de comunicación en España. Estas etapas y las características que definen a la televisión en cada una de ellas se exponen a continuación.

2. Prehistoria de la televisión en España

La televisión en los años veinte y treinta se basó en una serie de experiencias de transmisión de imágenes, que en su mayoría estaban poco relacionadas con lo que fue la televisión que nació en los años cincuenta. Para Francisco Javier Ruiz del Olmo se trata de experiencias desconectadas, sin un orden lógico, individuales o puestas en funcionamiento bajo una empresa radiofónica que no lograron una repercusión más amplia ni ningún tipo de financiación para el desarrollo de sus proyectos.

Sin embargo “esta serie de experimentos prácticos, escasos, aislados, pero también a menudo inéditos, tienen una contrapartida en una amplia y continuada reflexión que sobre el nuevo medio se establece en las revistas especializadas sobre técnicas radiofónicas y en general, en cualquier publicación relacionada con temas eléctricos o de radiodifusión”¹⁸². Las primeras noticias que los radioaficionados españoles reciben sobre lo que denominaban “nuevas técnicas de radiocomunicación”, entre ellas, la telefotografía y la televisión, datan de junio de 1924 cuando dos revistas especializadas *Radio Sport* y *Electra* se ocupan de la televisión y la radiofotografía o transmisión de imágenes fijas por radio, respectivamente.

Con anterioridad a estos artículos de revistas especializadas, ya se habían publicado en la prensa española pequeñas noticias y comentarios sobre las experiencias del británico John Logie Baird. Sin embargo, señala Francisco Javier Ruiz del Olmo que es en la revista *Electra*, el 10 de junio de 1924, en un artículo titulado “Radiofotografía” cuando por primera vez se recogen las experiencias de un radioingeniero español, Agustín Ríu, sobre un sistema de transmisión de imágenes que el inventor español denominó “teleinscripción”.

Las primeras transmisiones de imágenes por una emisora radiofónica se realizaron en Madrid a finales del mes de enero de 1929. Fue Unión Radio la empresa que lograría consolidar la transmisión de fotografías a través de las ondas radiofónicas. Esto es lo que se conoció como telefotografía.

En ese mismo año, 1929, Joaquín Sánchez Cordovés, ingeniero barcelonés, dirige lo que se considera el precedente de las demostraciones de televisión en España. Se trata de la transmisión de imágenes fijas mediante un belinógrafo. Este aparato fue instalado en el Tibidabo, en las dependencias de la EAJ-1, para efectuar intercambio de información meteorológica entre los observatorios de Barcelona, París y Bruselas.

Durante los años treinta, el nuevo invento recibió un riguroso tratamiento en los periódicos y revistas de la época y abundaban los comentarios legislativos sobre la televisión. Una muestra de ello fue la conferencia pronunciada por el director general de Telecomunicación, Ramón Miguel Nieto, en Radio Madrid en 1932 titulada “El proceso general de televisión” y la aparición un año más tarde de la revista *Radio y Televisión*¹⁸³.

En 1932 llega a Barcelona el primer aparato receptor construido por la fábrica Baird y adquirido por el ingeniero Vicente Guñau Moreno. Dos años más tarde, en una sala que Radio Barcelona utilizaba para la emisión de algunos de sus programas cara al público, tuvo lugar una exhibición que consistió en transmitir una imagen desde uno de los lados de la sala a su extremo opuesto.

¹⁸² RUIZ DEL OLMO, Francisco Javier: *Orígenes de la...* Op. cit., p 11.

¹⁸³ DÍAZ, Lorenzo: *La televisión en...* Op. cit., p. 116.

Durante la Guerra Civil se produjo un experimento relacionado con la televisión. En Burgos, el 25 de noviembre de 1938 se inauguró un servicio de *fonovisión*, ofrecido por la Administración de Correos de Alemania al Gobierno español, y que consistía en un sistema de teléfono con televisión incorporada. Con este experimento, Franco pudo ponerse en comunicación con su ayudante, el comandante Martínez Maza, que se encontraba en otro edificio. Sin embargo, la Guerra Civil supuso un freno importante para estos primeros experimentos que ya no se retomarían de forma seria hasta 1948.

Es en esa fecha cuando comienzan para Baget Herms las primeras pruebas realmente importantes de la televisión, que tuvieron lugar en la Feria Internacional de Muestras de Barcelona: “aquella edición de la Feria sería recordada por muchos barceloneses como ‘la feria de la televisión’ ya que las demostraciones de este invento constituyeron su máxima atracción. El stand comprendía varios televisores de 567 líneas de definición de imagen y el estudio desde el que se efectuaron las retransmisiones se hallaba situado en el Palacio Central, a unos doscientos metros del citado stand”¹⁸⁴.

Unos meses más tarde sería Madrid la ciudad protagonista con una retransmisión en directo de una novillada desde la plaza de Vista Alegre organizada por la firma constructora RCA. Sin embargo, el experimento resultó un fracaso debido al escaso voltaje de las instalaciones de la plaza. En los meses siguientes se sucedieron las pruebas para superar las deficiencias técnicas, hasta que se pudo ofrecer con éxito otra corrida de toros en 1949. Esta vez desde las Ventas hasta los receptores situados en el Círculo de Bellas Artes y el palacio de El Pardo.

Después de todos estos experimentos, en 1949, es cuando comienza la historia de TVE, y con ella la historia del nuevo medio de comunicación en España. Es a partir de esta fecha cuando inicia su período de pruebas que abarcará hasta 1956.

3. Etapas de la televisión durante el Franquismo

Para Baget Herms¹⁸⁵, la historia de la televisión franquista se divide en tres grandes etapas. “La primera abarca desde sus comienzos, incluido el periodo de pruebas, hasta el año 1962, y se divide a su vez en dos fases: la primera, hasta 1959, caracterizada por la autarquía más absoluta y el centralismo, y la segunda fase, que se inicia con la llegada de TVE a Barcelona, por los primeros intentos de expansión aunque manteniendo las características del centralismo autoritario y unas estrechas connotaciones ideológicas y morales”.

¹⁸⁴ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la Televisión en España (1956-1975)*. Feed-Back Ediciones, S.L., Barcelona, 1993, pp. 300-301.

¹⁸⁵ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la....Op. cit.*, p. 17.

La segunda etapa se inicia en el verano de 1962 con el nombramiento de Manuel Fraga Iribarne como ministro de Información y Turismo y abarca hasta 1969. En estos años se ponen en marcha las reformas del Plan de Desarrollo y se impulsa una apertura hacia los mercados exteriores. Baget Herms considera la supresión del impuesto de lujo por la tenencia de aparatos receptores y la creación de las redes nacionales de teleclubs, dos rasgos esenciales de esta etapa por su carácter populista¹⁸⁶.

Por último, la tercera etapa de la televisión franquista se inicia en octubre de 1969 con el nombramiento de Adolfo Suárez al frente de la dirección general. Durante ese periodo la televisión sufre la crisis del final del franquismo y aunque en 1973, TVE se califica como servicio público centralizado, esta condición sólo se aplica parcialmente, debido a la confusa situación política que se vive en el país a partir del atentado a Carrero Blanco. Esta etapa finaliza con la sustitución de Jesús Sancho Rof, en diciembre de 1975. Sería el último director general de RTVE en este período final del franquismo.

3.1. Primera etapa: del periodo de pruebas a los intentos de expansión (1949-1962)

Como se ha indicado anteriormente, esta primera etapa de la televisión en España se divide a su vez en otras dos fases: la primera hasta 1959, y la segunda hasta 1962. A continuación, se describen cada una de estas dos fases, describiendo las características de la televisión en sus primeros años de historia.

3.1.1. *Del periodo de pruebas a los años heroicos de TVE (1949-1959)*

El periodo de pruebas de TVE (1949-1956) es una etapa fructífera en la que comienza a formarse el personal especializado, a pesar de que los medios de que se dispone son escasos debido a la situación económica que atraviesa el país. Además, esta fase está marcada por el recelo de la clase dirigente del Régimen que no cree en la eficacia de la televisión como gran medio de comunicación.

La primera transmisión de pruebas de TVE tiene lugar en 1949 y consiste en tomar con una cámara el tráfico de la Gran Vía madrileña. Pizarroso Quintero¹⁸⁷ señala que estas pruebas se realizaron “en 567 líneas y 25 imágenes por segundo, pero en septiembre de 1950, después de adquirir nuevos equipos, se adaptó la definición de 625 líneas”.

¹⁸⁶ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la...* Op. cit., p. 300.

¹⁸⁷ PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *De la Gazeta a Canal Plus. Breve historia de los medios de comunicación en España*, Editorial Complutense, Madrid, 1992.

Dentro de la reestructuración ministerial realizada en 1951, y plasmada en el BOE del 20 de julio del mismo año, se crea el Ministerio de Información y Turismo, en el que se integra el proyecto de una emisora de televisión a través de la dirección general de Radiodifusión, organismo dependiente hasta entonces del Ministerio de Educación Nacional y de su subsecretaría de Educación Popular. Ese mismo año es nombrado director general de Radiodifusión Jesús Suevos, “político falangista de primera hora que considera la televisión como un eficaz medio propagandístico para la difusión de los objetivos y planteamientos del movimiento nacional”¹⁸⁸, y que será el encargado de llevar adelante el proyecto de creación de TVE.

Manuel Palacio señala que a partir de una fecha indeterminada, entre 1951 y 1952, comienzan diversas pruebas de televisión que en 1953 se convierten en ensayos de emisión de dos o tres horas por sesión y dos días a la semana. Estas emisiones experimentales están muy influenciadas por los formatos de la radio comercial de la época y tiene un gran predominio de contenidos populares¹⁸⁹. Estas retransmisiones en pruebas continuarán en los años siguientes, como la del partido de fútbol en directo Real Madrid – Santander el 24 de octubre de 1954. Asimismo, van instalándose en Madrid los primeros receptores de televisión, cuyo coste se sitúa entre 24.000 y 32.000 pesetas (entre 144 y 192 euros).

A principios de 1954 se prepara el lanzamiento de la televisión y se nombra a Sánchez Cordovés jefe de los servicios técnicos y a José Luis Colina, jefe de programas. Dos años más tarde, a mediados de 1956, se presentó el primer proyecto de un “Plan Nacional de Televisión” que constaba de tres etapas: “Primero se construirían dos emisoras (Madrid y Barcelona), cuya potencia sería de quince kilovatios para la imagen y cinco para el sonido; una segunda etapa dedicada a los enlaces con Francia y África del Norte, y hertzianos entre Madrid y Barcelona; una tercera etapa que pretendía la creación de nueve pequeñas emisoras, de cien vatios de vídeo y veinticinco en audio para Valencia, Bilbao, Sevilla, La Coruña, Vigo, Valladolid, Santander y Málaga”¹⁹⁰.

La inauguración oficial es el día 28 de octubre de 1956, a las seis de la tarde, un día antes del aniversario de la Falange. Al acto no asiste Franco y los discursos inaugurales corren a cargo de Gabriel Arias Salgado como Ministro de Información y Turismo y Jesús Suevos como Director General de Radiodifusión. En su intervención, Arias Salgado deja claro que la televisión es un instrumento al servicio del Régimen:

“Hoy, 28 de octubre, el día de Cristo Rey, a quien ha sido dado el poder de los cielos y de la tierra, se inauguran los nuevos equipos y estudios de TVE. Mañana, 29 de octubre, fecha del XXXIII aniversario de la fundación de la Falange, darán comienzo de

¹⁸⁸ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la...* Op. cit., pp. 19-20.

¹⁸⁹ PALACIO, Manuel: *Historia de la televisión en España*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2001, p 33.

¹⁹⁰ PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *De la Gazeta a...* Op. cit., p. 183.

*manera regular y periódica los programas diarios de televisión. Hemos elegido estas dos fechas para proclamar así los dos principios básicos, fundamentales, que han de presidir, sostener y enmarcar todo desarrollo futuro de la televisión en España: la ortodoxia y rigor desde el punto de vista religiosos y moral, con obediencia a las normas que, en tal materia, dicte la Iglesia católica, y la intención de servicio y el servicio mismo a los principios fundamentales y a los grandes ideales del Movimiento Nacional. Bajo esta doble inspiración y contando con el perfeccionamiento técnico, artístico, cultural y educativo de los programas, que han de ser siempre amenos y variados, espero con vuestra colaboración, que la Televisión Española llegará a ser uno de los mejores instrumentos educativos para el perfeccionamiento individual y colectivo de las familias españolas*¹⁹¹ (Arias Salgado).

Sólo existían seiscientos aparatos receptores en funcionamiento aquella tarde de 1956 y el ámbito de emisión apenas llegaba a los 70 kilómetros alrededor de Madrid. TVE se comprometió a emitir un mínimo de tres horas diarias (entre las nueve y las doce de la noche). Para cubrir este compromiso, se disponía de un plató de trabajo y otro dedicado al ensayo y montaje de programas. Poco después, el tiempo diario de emisión pasó a cuatro horas, pero los lunes no había programación.

Una fecha importante en la historia de la televisión es el 2 de noviembre de 1956, día en el que se emite el primer telediario presentado por David Cubedo, tan sólo una semana después de haberse inaugurado oficialmente la televisión pública. Estos primeros informativos consistían en leer ante las cámaras los boletines de noticias de Radio Nacional de España “ya que no existía un archivo de filmaciones ni había oportunidad de adquirir material proveniente del extranjero”¹⁹².

José M^a Revuelta Prieto es nombrado director general de Radiodifusión y Televisión el 27 de abril de 1957, en sustitución de Jesús Suevos, cargo en el que se mantuvo hasta el cambio ministerial de 1962. Para Lorenzo Díaz, “Revuelta, más técnico que político, tuvo la habilidad de no dejarse llevar personalmente por la censura cerril y arbitraria. Y puso los contenidos en manos de don Victoriano Fernández Asís”¹⁹³.

El balance de la televisión en su primer año de vida oficial, es que hay en Madrid unos 25.000 aparatos que serían 30.000 el 1 de enero de 1958. Las inversiones efectuadas en TVE durante este primer período se elevan a 61,06 millones de pesetas (370.000 euros), y una cantidad similar es el presupuesto para el año 1958. Entre noviembre de 1957 y abril de 1958 se elabora una minúscula reglamentación para atender a los aspectos administrativos y económicos de la

¹⁹¹ DÍAZ, Lorenzo: *La televisión en...* Op. cit., p. 141.

¹⁹² BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la...* Op. cit., p. 26.

¹⁹³ DÍAZ, Lorenzo: *La televisión en...* Op. cit., p. 161.

Administración Radiodifusora Española (ARE) en la que se encuadra el servicio televisivo y en ella, se autoriza que TVE recaude dinero a través de la publicidad¹⁹⁴.

Sin embargo, en estos primeros años la financiación por publicidad es irrelevante y casi toda la inversión corre a cargo de los presupuestos del Estado. Si bien, a lo largo de 1957 y a comienzos de 1958 ya hubo programas y retransmisiones patrocinadas. Por otra parte, y por estas mismas fechas, el Estado había establecido un impuesto de lujo por tenencia de aparatos de televisión, el canon, que según fuentes de la revista *Tele-radio*, citadas por Baget Herms, era de 525 pesetas anuales (3,16 euros anuales).

El desarrollo de TVE es lento en su primer año de funcionamiento, ya que sus profesionales se mueven en un círculo cerrado y no se advierten posibilidades inmediatas de apertura hacia otros puntos del país o hacia el exterior. Para Baget Herms, “el escaso entusiasmo mostrado por el jefe del Estado y por el ministro Arias Salgado hacia este nuevo medio de comunicación explica la lentitud de este desarrollo una vez superado el entusiasmo de las primeras emisiones”¹⁹⁵.

Este mismo autor señala el año 1958 como el de una tímida apertura hacia el exterior. TVE establece sus primeros contactos con la ORTF francesa y avanza el enlace hertziano con Zaragoza y después con Barcelona. Esto permite a la televisión pública salir de su aislamiento y descongestionar los pequeños estudios de La Habana, donde todo se hacía en directo.

De esta forma, se llega al final de la primera fase de la historia de la televisión en España, una etapa que Vázquez Montalbán denomina de “tecnología experimental”¹⁹⁶, en la que aparece una televisión que se va desarrollando muy lentamente, con un marcado centralismo y una utilización al servicio de los intereses del Estado.

3.1.2. *Los intentos de expansión: llegada de TVE a Barcelona (1959-1962)*

Los dos hechos más destacados de este periodo son: la llegada de Televisión Española a Barcelona y el ingreso en Eurovisión. Los trabajos de construcción del enlace hertziano con Barcelona se realizaban bajo la dirección del ingeniero-jefe Sánchez Cordovés y era el objetivo prioritario para el año 1959, un objetivo que se hizo realidad a principios de febrero.

Tanto la extensión de TVE a Zaragoza (octubre de 1958) como la de Barcelona, significaron un paso clave en el desarrollo tecnológico de la emisora, y permitió una primera y tímida descentralización de la producción al inaugurarse los estudios de TVE en Miramar. Por su parte, la financiación sigue haciéndose con cargo a los presupuestos del Estado y a los

¹⁹⁴ PALACIO, Manuel: *Historia de la...* Op. cit., p. 45.

¹⁹⁵ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la...* Op. cit., p. 36.

¹⁹⁶ Citado por PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *De la Gazeta a...* Op. cit., p. 184.

ingresos publicitarios que van aumentando. Del mismo modo, aumentan los aparatos receptores que a finales de 1959 se calcula en unos 70.000.

Al comienzo de la temporada de 1959-1960, solamente Barcelona y Zaragoza pueden captar regularmente las emisiones del Paseo de la Habana. Sin embargo, durante esta temporada se va registrar un considerable progreso en el desarrollo tecnológico de TVE y en su extensión por nuevas zonas del territorio. La puesta en marcha de la emisora de Navacerrada, inaugurada oficialmente el 12 de octubre de 1959, permite que los programas de TVE lleguen a toda Castilla. Esta emisora, conectada por enlace hertziano con Madrid, es una de las obras más importantes en el desarrollo de la televisión, ya que permite que un mismo soporte sirva sus imágenes a puntos tan distantes como Burgos y Albacete o Salamanca y Guadalajara.

Poco a poco, el servicio de TVE se va incrementando y expandiendo por toda la geografía. La construcción de una nueva emisora en el Mont Garbi permite la llegada de la televisión a Valencia en febrero de 1960. Por su parte, la emisora de Monte Caro, cercana a la ciudad de Tortosa, permite que en Tarragona y Castellón puedan verse las imágenes de TVE. A finales del mismo año, se incorpora el País Vasco mediante un enlace hertziano Madrid-Bilbao por medio de la emisora instalada en Sollube.

Aún tardaría la televisión un año más en llegar a tierras gallegas y andaluzas. En septiembre de 1961, la emisora de Monte Pedroso, situada en Santiago de Compostela, permitía la recepción de imágenes en la mayor parte de la región gallega. Un mes más tarde se inaugura la emisora de Guadalcanal que cubre Sevilla, Córdoba, Cádiz, Huelva, Granada y Jaén, y más tarde, la provincia de Málaga. Por esta época, ya funcionaban oficialmente unos cuatrocientos veinte mil aparatos en España, y se calcula que un 69,1% de la población nacional podía captar las imágenes de TVE.

La apertura de TVE hacia el exterior comienza con carácter oficioso en 1959, cuando conecta con la red de Eurovisión para retransmitir un partido de fútbol del Real Madrid. A partir de esta fecha, se intensifican los trabajos que permitirán el enlace entre la red europea y TVE a través de la emisora de Miramar. Sin embargo, el primer contacto directo se produce en marzo del año siguiente, con motivo de otro partido de fútbol, esta vez Real Madrid-OGC Nice, televisado para Francia, Luxemburgo, Tele-Montecarlo, Bélgica, Alemania, Austria, Dinamarca, Suiza, Italia y Suecia.

De esta forma, España se integraba en la Unión Europea de Radiodifusión fundada por veintitrés países el 12 de febrero de 1950. La conexión definitiva con Eurovisión se produjo el 15 de diciembre de 1960, con motivo de la retransmisión en directo de la boda del rey Balduino de Bélgica con una española, Fabiola de Mora y Aragón. Esta boda, que causó una gran expectación, se considera la primera retransmisión masiva de TVE.

En cuanto al desarrollo tecnológico de la televisión, en 1960 se instala en el Paseo de la Habana el primer aparato de Ampex, diseñado por una firma norteamericana y que permite la grabación de la imagen electrónica sobre una película o banda magnética. Este sistema permitió grabar con antelación cualquier programa y conservarlo el tiempo que se deseara, a la vez que un mismo programa podía ser emitido cuantas veces se quisiera.

Para Josep-Francesc Valls, la programación de esta primera etapa fue “ingenua con los nuevos populares, como el hombre del tiempo, *Ironside*, *Rin-tin-tin* o *el Cordobés*; los primeros encuentros de fútbol en directo, la película semanal y la obra de teatro, las corridas de toros, los play-back y las risas prefabricadas, los festivales del Mediterráneo y la participación en los de Eurovisión, los concursos que dan dinero, los comienzos de los programas musicales, las variedades de la mano de los Franz Johann y Arthur Kaps, o la retransmisión de la “segunda pica en Flandes”, la boda de Balduino y Fabiola...”¹⁹⁷.

Con la expansión de TVE por toda la geografía nacional y la apertura hacia el exterior, a través de Eurovisión, se cierra esta fase que Vázquez Montalbán denomina de “desarrollo tecnológico y expansión de las audiencias” y también de la “omnipresencia del telefilm de procedencia norteamericana”¹⁹⁸. Esta primera etapa de la historia significa un cambio de hábitos en los ciudadanos y el televisor se va convirtiendo en un nuevo electrodoméstico.

3.2. Segunda etapa: desarrollismo y expansión (1962-1969)

La segunda etapa en la historia de la televisión se inicia con un cambio de Gobierno que influye en TVE. Manuel Fraga Iribarne llega al Ministerio de Información y Turismo el 12 de julio de 1962, y ocho días más tarde nombra director general de Radio y Televisión a Roque Pro Alonso, quien sustituye a José María Revuelta.

Para Baget Herms, esta etapa se caracteriza porque la televisión recibió un impulso definitivo con “la construcción de nuevos estudios, la creación de una segunda cadena, la extensión a todo el país de la primera, etc., y se daría una nueva imagen de TVE más allá de nuestras fronteras”¹⁹⁹.

En estas fechas, aún quedaban algunas zonas que no eran cubiertas por los centros emisores, además de las Islas Baleares y las Canarias. El 10 de diciembre de 1962 se publica una orden ministerial por la que se regula la instalación de repetidores de carácter local que permitían eliminar las zonas de sombras y que correría a cuenta de los municipios que lo soliciten. Para Baget Herms esta orden “resulta una medida discriminatoria que favorece a las entidades y

¹⁹⁷ VALLS, Josep-Francesc: *La jungla comunicativa. Empresa y medios de comunicación en España*, Ariel Comunicación, Barcelona, 1986.

¹⁹⁸ Citado por Alejandro Pizarroso Quintero: *De la Gazeta a...* Op. cit., p. 184.

¹⁹⁹ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la...* Op. cit. p. 92.

corporaciones que disponen de más recursos económicos. El desarrollo técnico de la televisión no va a ser, a partir de ahora, un desarrollo racional y planificado”²⁰⁰.

La cobertura estatal de TVE se dio virtualmente por cerrada con la emisora de Alfabia, que desde mayo de 1963 cubría las Islas Baleares. Desde ese momento, se planteó seriamente la cobertura de las Islas Canarias, ya que se consideraba políticamente importante para el Régimen a fin de evitar tentaciones independentistas. Este proyecto finalizó en febrero de 1964, tras la construcción de una emisora en el Teide que serviría de imágenes el archipiélago.

A finales de 1962 se planteó la necesidad de construir unos nuevos estudios específicamente destinados a este nuevo medio de comunicación, y de esta forma, se inició la construcción del nuevo complejo de la emisora, en el término municipal de Pozuelo de Alarcón. Los estudios del Paseo de la Habana se habían quedado pequeños y aumentaban las horas de programación. En la inauguración de estos nuevos estudios no estará presente Roque Pro Alonso, que fue sustituido por Jesús Aparicio Bernal en marzo de 1964.

Estos nuevos estudios entraron en funcionamiento el 18 de julio de 1964, en un acto al que asistió el jefe del Estado y que se inscribía dentro de las celebraciones propagandísticas de los “XV años de paz”. El Nuevo Centro de Producción de Programas en Prado del Rey significaba el inicio de una etapa de consolidación empresarial y renovación de métodos de trabajo. Baget Herms considera que a partir de este momento se empieza a imponer la idea de una emisora de televisión como empresa, en la que la publicidad es el motor y va anulando el viejo sistema de venta de espacios a firmas comerciales.

A finales de 1964 entró en funcionamiento el nuevo centro de producción de Hospitalet, que complementaba los platós de Miramar y se creó un circuito de TVE que emitía únicamente para Cataluña y en lengua catalana.

Unas de las decisiones más importantes de Fraga por su carácter popular fue la creación de los “tele-clubs”. Los aparatos receptores eran todavía muy caros para la capacidad adquisitiva de muchos españoles y para facilitar que el nuevo medio de comunicación llegara a la mayoría de la población, Fraga inició una política de creación de “tele-clubs”, particularmente en zonas rurales. Manuel Palacio señala que según sus promotores, “los teleclubs se conciben como asociaciones de interés público con un carácter que trasciende del consumo televisivo y cuyo ánimo político se centra en estimular y orientar los cambios culturales”²⁰¹. El primero de ellos se inauguró el 10 de febrero de 1964 y diez años más tarde se estima que existían unos 4.500 en toda España.

La creación de la Segunda cadena de TVE es una de las realizaciones más importantes del periodo ministerial de Fraga Iribarne, que significaba un reforzamiento de la centralización de la

²⁰⁰ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la...* Op. cit., p. 107.

²⁰¹ PALACIO, Manuel: *Historia de la...* Op. cit., p. 59.

producción. La emisión en pruebas empieza el 1 de enero de 1965 para Madrid y se extendería con motivo de las fiestas de la Merced del mismo año a Barcelona y, algo más tarde, a Zaragoza.

Desde enero de 1965 era obligatorio que todos los receptores del mercado español estuviesen capacitados para captar las emisiones de la Segunda cadena, se vendían con una nueva tecla que incluía las letras UHF (porque se emitía en *Ultra High Frequency*). Las emisiones regulares se iniciaron en noviembre de 1966 aunque desde la temporada anterior ya se emitían tres horas diarias. El encargado de dirigir esta Segunda cadena fue Salvador Pons.

Durante el mandato de Fraga, la Segunda cadena se va extendiendo y se intensificaron las obras de construcción de los enlaces. Después de Barcelona y Zaragoza, se inauguró la emisora de Navacerrada que cubría a las dos Castillas y un año más tarde las de Archanda (Bilbao) y Jaizkibel (San Sebastián) que llevaron el UHF al País Vasco. De esta forma, quedaban cubiertas las principales capitales españolas por las emisiones del segundo canal, y a partir de ahí el avance fue mucho más lento. Hasta finales de 1967 no entraron en funcionamiento las emisoras de Valenciana (Sevilla), El Pedroso (Santiago de Compostela) o Aitana (Alicante).

Salvador Pons dio acogida en la Segunda cadena a nuevos profesionales procedentes de la Escuela Oficial de Cinematografía, así como a otros que venían de grupos teatrales independientes. Para Lorenzo Díaz, este nuevo canal fue “durante varios años, un depósito de imaginación, vanguardia y ruptura de moldes anquilosados; en ella tomaron asiento contenidos e informaciones impensables en el primer canal, sujeto férreamente, en los aspectos ideológicos e informativos, a la recién publicada ley de Prensa de Fraga”²⁰².

Otro hecho importante durante la época de gobierno de Manuel Fraga fue la anulación del impuesto de lujo sobre la tenencia de receptores de televisión. Esta tarifa desapareció por expresa derogación en la Ley 103/1965 publicada en el BOE el 23 de diciembre de 1965, y con aplicación inmediata a partir del 1 de enero del año siguiente. Las motivaciones para la supresión se referían a su escaso rendimiento “el impuesto producía rendimientos no proporcionales a las molestias que su exacción causaba” y sobre todo, al carácter cultural del nuevo medio de comunicación: “la televisión es un medio eficaz para la difusión de la cultura entre las masas”²⁰³.

La citada ley determinaba en su artículo 2º que “no podrá exigirse tributo alguno, cualquiera que fuese su forma o denominación, por el uso, tenencia o disfrute de aparatos de televisión”. De esta forma, la publicidad se convertía en la única fuente de ingresos de Televisión

²⁰² DÍAZ, Lorenzo: *La televisión en...* Op. cit., p. 371.

²⁰³ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la...* Op. cit. p. 152.

Española, que además debía financiar los servicios de Radio Nacional – la cual no disponía de publicidad- y de la recién creada orquesta Sinfónica de RTVE.

En diciembre de 1965 se hacen las primeras pruebas de televisión en color, en circuito cerrado, a los estudios de Madrid y Barcelona. Para estas pruebas se utilizan los laboratorios de color de la ORTF francesa, y por tanto el sistema SECAM, diseñado por el ingeniero Henri de France. TVE y el Gobierno, en última instancia, mostraron su preferencia por este sistema con respecto al otro en litigio, el PAL, producido por la firma alemana Telefunken y por el que había optado Europa Occidental. Además, en la Conferencia de Viena, celebrada en 1965, España se pronunció a favor del SECAM.

Jesús Aparicio Bernal estuvo al frente de la dirección general de RTVE hasta el cambio ministerial en Información y Turismo. Pero antes de este relevo, y aún bajo el mandato de Fraga, se crean los “centros regionales” de producción en Santiago de Compostela, Bilbao, Valencia, Sevilla y Oviedo, que cubren respectivamente las regiones de Galicia, País Vasco, Levante, Andalucía y Asturias. Asimismo, mediante un decreto del BOE, publicado el 21 de mayo de 1969, se creó la gerencia de publicidad de Televisión Española.

Para Josep-Francesc Valls esta etapa de la televisión está marcada por el signo de la contradicción: “Por una parte, se introduce un latente inconformismo que busca libertad de expresión de todas las maneras posibles, pero, por otra parte, se multiplican los controles. Consecuencia de lo primero son los premios internacionales que se van a conseguir en justa lid (*La cabina*, *Juan Soldado*, *Juan Español*), y que tendrán ciertas dificultades en ser emitidos en nuestro país (...). Consecuencia de la multiplicación de controles aludida son las claras consignas en el tratamiento de los temas de política interior, y la filtración por todos los poros de la ideología franquista”²⁰⁴.

Para este autor, durante esta época se deja a la Segunda cadena la experimentación, la inquietud artística, cultural y hasta social, para descargar sobre la Primera todo el peso de la configuración política. TVE se convierte, de esta manera, en el medio masivo a través del cual se pretende configurar el nuevo Estado.

Esta segunda etapa que llega a su fin con el cambio ministerial de 1969 y el relevo de Manuel Fraga Iribarne, se caracteriza por un desarrollo espectacular del nuevo medio. En 1964 existían un millón de receptores y cuatro años más tarde, pasaban de tres millones. Además, la expansión fue muy rápida, tanto de TVE que en 1963 llegaba al 80 por ciento del territorio, como de la Segunda cadena que fue extendiendo su cobertura, sobre todo, en las grandes capitales. Durante esta fase, la televisión se consolida definitivamente como fenómeno de masas.

²⁰⁴ VALLS, Josep-Francesc: *La jungla comunicativa...* Op. cit. pp. 73-76.

3.3. Tercera etapa: de Adolfo Suárez al final del franquismo (1969-1975)

Esta tercera y última etapa de la televisión franquista se inicia con un cambio ministerial. Alfredo Sánchez Bella es nombrado Ministro de Información y Turismo a finales de octubre de 1969, y poco tiempo después, Adolfo Suárez González asume la dirección general de TVE en sustitución de Jesús Aparicio Bernal.

Durante este periodo la expansión de la Segunda cadena sufrió un parón y la televisión es fiel reflejo de la situación que atraviesa el país, unos años de incertidumbre en los que apenas se aporta nada relevante a la historia de la televisión.

Recién llegado Sánchez Bella al ministerio y tras largas discusiones en torno al PAL y el SECAM, el Consejo de Ministros del Gobierno adopta el PAL como formato técnico de televisión en color. Los franceses insistieron en promocionar su formato pero el hecho de que todos los países de Europa Occidental adoptaran el PAL, a excepción de Francia, hizo que el Gobierno español se decidiera por experimentar con éste último método. Además, el PAL era el único creado especial y expresamente para la emisión norma G, de 625 líneas, con separación entre portadores de 5,5 MHz, norma utilizada en España desde 1965 en su transmisión en UHF.

Durante el mandato de Adolfo Suárez son tres las decisiones importantes que se toman en torno a la televisión, aunque no todas llegan a realizarse. En primer lugar, el nuevo Gobierno aprobó la extensión del monopolio de TVE a las emisiones vía cable mediante una orden publicada en el BOE el 8 de abril de 1970. En ella se establecían “las condiciones y normas relativas a la instalación y explotación de cualquier sistema para la distribución de la señal de TV por cable y TV por circuito cerrado”. La explotación de un sistema de cable para las emisiones de TVE había de ser directamente gestionada por ésta.

Para llevar a cabo esta decisión, TVE entró en negociaciones con la Compañía Telefónica Nacional de España (CTNE) para la implantación de un sistema de cable. Este acuerdo se suscribe el 10 de agosto de 1972 y la CTNE se comprometía a la instalación en Madrid y Barcelona y a continuación en otras capitales. Su infraestructura técnica debía de estar finalizada en un plazo de un año y medio y TVE tenía la competencia en exclusiva sobre los contenidos de los programas, así como su hora de difusión, número de emisiones, etc.

Sin embargo, este proyecto no llegó a realizarse debido a las reticencias y celos de TVE. Para Baget Herms, “se trataba de impedir que la iniciativa privada o los movimientos sociales ya en marcha pudieran operar libremente en este nuevo sector de la tecnología que permitía el acceso al medio, aunque por cauces limitados, a nuevos sectores sociales de ámbito local o municipal vinculados, por ejemplo, a las entonces muy activas asociaciones de vecinos”²⁰⁵.

²⁰⁵ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la...* Op. cit. p. 246.

En segundo lugar, y gracias a un satélite INTELSAT IV, se estableció la conexión permanente entre TVE y las Islas Canarias. A partir de aquel abril de 1970, se emitió íntegramente para Canarias la programación de la primera cadena y fue complementada por espacios procedentes de la segunda cadena y de producción propia.

Finalmente, dentro de la etapa de Suárez, se constituía en México en 1971 la OIT (Organización de Televisión Iberoamericana) con la finalidad de “estimular los lazos entre las televisiones latinoamericanas, tanto privadas como estatales, a fin de ofrecer un mejor servicio público”. Esta organización, que se iría consolidando en los años siguientes, supuso el primer puente audiovisual entre España y América Latina.

Adolfo Suárez finaliza su mandato en junio de 1973, cuando es sustituido en la dirección general de TVE por Rafael Orbe Cano, un técnico del ministerio de Información y Turismo que a principios de los años sesenta formaba parte del llamado “grupo aperturista” del SEU de Madrid. Durante su breve periodo, Rafael Orbe puso cierto orden institucional en TVE y la convirtió en un “servicio público centralizado”.

Para Rafael Orbe Cano, TVE había vivido en la “alegalidad” administrativa y jurídica hasta que el 11 de octubre de 1973, fecha en la que se publica en el BOE un decreto por el que la red de emisoras de Radio Nacional de España y Televisión Española pasaba a convertirse en Radiotelevisión Española (RTVE), un servicio público centralizado regido por las disposiciones del régimen de entidades autónomas del Estado. Sin embargo, estas reformas solo se aplicaron muy parcialmente a causa de la confusa situación política que vivió el país a partir del atentado a Carrero Blanco, que se produjo unas semanas después de la publicación en el BOE del citado decreto.

Con Arias Navarro como Presidente del Gobierno llegó al Ministerio de Información y Turismo, Pío Cabanillas quien eligió a Juan José Rosón para la dirección general de TVE. Esta etapa, que fue calificada de apertura o renovación, se frustró pese a contar con profesionales prestigiosos como el realizador Narciso Ibáñez Serrador.

Aunque Pío Cabanillas anunció una extensión de la red de reemisores de la Segunda cadena de TVE, ésta no llegó a traducirse en hechos concretos. Tampoco se avanzó en el cable y se seguía discutiendo sobre la televisión en color. En esta última cuestión, el Grupo Sindical de Fabricantes reclamó en agosto de 1974, la implantación con carácter inmediato del sistema PAL. Esto se debía a que el sector de la industria había entrado en una crisis ante el estancamiento de la venta de televisores en blanco y negro y la incertidumbre a la hora de arriesgarse a comprar un televisor en color.

A pesar de que se adquirían unidades móviles y equipos de plató para la producción en color y de que se emitían unas diez horas semanales en color, la decisión oficial del Gobierno seguía

aparcada desde 1969, fecha en la que se adoptó el sistema PAL en Consejo de Ministros pero que no llegó a aparecer en el BOE.

A mediados de 1974, Pío Cabanillas se ve obligado a dimitir y con él lo hacían Juan José Rosón y la plana mayor de su equipo. A pesar de ello, TVE obtuvo unos ingresos estimados en 7.187 millones de pesetas (43,19 millones de euros), lo que significaba un aumento de más de mil millones (6 millones de euros) sobre el ejercicio anterior.

Finalmente, Jesús Sánchez Rof sería el último director general de RTVE en el periodo final del franquismo. Fue nombrado el 22 de noviembre de 1974 y estuvo en su cargo trece meses, ya que fue sustituido el 22 de diciembre de 1975 por Gabriel Peña Aranda.

Durante este breve periodo final, TVE se adhirió en mayo de 1975 a la Agencia Espacial Europea y en diciembre del mismo año se publicó en el BOE un decreto por el que España se integraba oficialmente en el sistema internacional de comunicaciones por satélite. TVE contrató un panel de circuitos en el satélite INTELSAT IV que le permitía completar su red de enlaces en el propio territorio y poder emitir directamente a Canarias, así como establecer un contacto permanente con los países hispanoamericanos a través del SIN (Servicio Iberoamericano de Noticias).

Cuando Franco muere el 20 de noviembre de 1975, la Segunda Cadena de TVE seguía sin llegar a todo el territorio nacional, y su cobertura se estimaba en un 60% según las pautas de recepción establecidas por organismos internacionales²⁰⁶. Después de un periodo inicial de rápida expansión disminuyó la implantación de nuevas emisoras y a principios de 1976 ciudades como Santander, Burgos, Lérida, Córdoba, Cáceres, Jaén y Albacete – citando sólo capitales de provincia- seguían sin recibir las emisiones del segundo canal.

Asimismo, y por lo que respecta a la tecnología e infraestructura, TVE mantenía parada la puesta en marcha de la televisión por cable, seguía con el monopolio sobre la red de emisoras y el sistema de televisión en color continuaba en incertidumbre. Por otro lado, desde el punto de vista estructural o empresarial, permanecía la indeterminación de TVE a pesar de haberse calificado de servicio público un par de años antes.

Durante estas primeras décadas, la televisión estuvo al servicio del Régimen. La manipulación de la información y la confusión entre opinión e información fueron el rasgo dominante en los programas periodísticos de TVE. Una muestra de esta manipulación fue la utilización de la información internacional, llena de conflictos, violencia, corrupción..., en contraste con el panorama idílico de la información nacional²⁰⁷.

²⁰⁶ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la...* Op. cit. p. 292.

²⁰⁷ BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la...* Op. cit p.303.

En el resto de la programación se incluían dramáticos de producción propia, películas norteamericanas, grandes programas concursos (*Un millón para el mejor*; *Reina por un día*; *Un, dos, tres...*) series (*Bonanza*, *La casa de la pradera...*), pero los únicos intentos de una televisión autóctona partieron de Narciso Ibáñez Serrador. Además, no será hasta el final del periodo cuando se comience a reflexionar sobre la historia española, aunque con tratamientos sectoriales²⁰⁸.

Por último, otra característica fundamental de este periodo de la televisión fue el centralismo. Una muestra de esto es el hecho de que hasta 1975 sólo hubiera tres horas mensuales de programación del circuito catalán, que, además, era el único circuito regional existente en funcionamiento.

Todos estos rasgos definen la televisión que dejó en herencia el franquismo a los nuevos gobiernos de la Transición y la Democracia. Una televisión, que nacía apenas veinte años antes y que ya había conseguido cambiar los hábitos de los españoles y convertirse en un medio de comunicación de masas y un instrumento al servicio del poder político.

4. La televisión durante la Transición y la Democracia

La televisión en España celebraba sus veinte años de historia cuando se inició la etapa de Transición y Democracia. A partir de ese momento, comenzó un periodo caracterizado por el cambio en todos los aspectos y que llevaría a la ruptura del monopolio y la centralización que hasta entonces definían a TVE, y por tanto, a la televisión en España.

Desde 1976 hasta 2003, año en el que finaliza esta investigación, la televisión ha ido evolucionando y adaptándose al contexto internacional y las nuevas tecnologías. Para analizar este periodo de la televisión, en el que empieza a configurarse su estructura actual, se pueden distinguir varias etapas. La primera correspondería a los años de Transición y culminaría con la aprobación del Estatuto de Radio Televisión Española. La segunda etapa abarca desde 1981 hasta 1988 y supone el inicio de la descentralización con la aparición de las primeras televisiones locales y autonómicas. Sin embargo, la ruptura del monopolio audiovisual español no se produce hasta la tercera fase con la aprobación de la Ley de Televisión Privada y la puesta en marcha de estas televisiones.

Posteriormente, hemos definido una cuarta etapa que abarca desde 1993 hasta 1996 y que se caracteriza por la aprobación de las legislaciones sobre televisión por cable y por satélite y que permiten la llegada de la televisión digital. Finalmente, la quinta y última etapa se prolongaría desde 1996 a 2003, periodo que coincide con el análisis de esta tesis doctoral, y que está

²⁰⁸ VALLS, Josep-Francesc: *La jungla comunicativa...* Op. cit. pp.75-76.

marcado por la llegada del Partido Popular al Gobierno, un periodo que supuso importantes cambios en el sector audiovisual y que se caracterizó por el aumento exponencial de la deuda de RTVE y el intento por crear un importante grupo mediático afín a la ideología liberal del Ejecutivo.

4.1. La Transición: hacia el Estatuto de RTVE (1975-1980)

Adolfo Suárez llegó a la Presidencia del Gobierno en julio de 1976. A partir de esa fecha comenzaría la etapa de Transición, una etapa de cambios políticos, institucionales, sociales y tecnológicos que afectarían y cambiarían el concepto de televisión. El hombre elegido para estar al frente del país, conocía muy bien la televisión, en ella había trabajado durante años, primero como Secretario General de las Comisiones Asesoras, luego como jefe de programas y por último, como Director General.

Para Josep-Francesc Valls este periodo se caracterizó por el interés del Gobierno de UCD por controlar la televisión y utilizarla para su política, mientras intentaban liberalizarla incorporando a nuevos profesionales no comprometidos con el régimen anterior. Asimismo, comenzaba a surgir la necesidad de disfrutar de televisiones privadas en España como reacción al monopolio de TVE.

Bajo la presidencia de Adolfo Suárez fue designado Ministro de Información y Turismo, Andrés Reguera Guajardo, y Director General de RTVE, Rafael Ansón Oliart. “El nuevo director general desde Prado del Rey y su hermano Luis María, desde la Agencia EFE, fueron las dos columnas de comunicación e imagen en que se apoyó, con perfecta sintonía, el presidente del Gobierno para ‘vender democracia’”²⁰⁹. Manuel Palacio señala que la estrategia comunicativa de Rafael Ansón estaba articulada sobre la reestructuración de los espacios informativos en general y más específicamente de los *Telediaros*²¹⁰.

Cuando Rafael Ansón llegó a la Dirección General, se contaban en España 8.200.000 receptores de televisión, de los que 800.000 eran en color. Desde ese momento y hasta las elecciones de 1977, la televisión reflejó el interminable camino de obstáculos, dificultades y triunfos que se iban logrando en esos primeros años de Transición. Sin embargo, consiguió un éxito espectacular con figuras como: Lalo Azcona, Eduardo Sotillos, Pedro Maciá... El director de Televisión era Ramos Losada.

El 28 de octubre de 1977, por Real Decreto, RTVE se convertía en un “organismo autónomo de carácter comercial”, habían pasado 21 años desde la inauguración oficial de Televisión Española. En noviembre de ese mismo año, cesó el primer director general de la Televisión de

²⁰⁹ OROSA, José Luis: “La época dorada de ‘la mejor TV de España’”, en *Historia de la Democracia. La aventura de la libertad*, Madrid, *El Mundo*, 1995.

²¹⁰ PALACIO, Manuel: *Historia de la...Op. cit.* p. 103.

la democracia. Durante su etapa se dieron los primeros pasos para llevar a cabo en TVE la transición a un sistema democrático.

El relevo en la dirección general de RTVE le correspondió a Fernando Arias Salgado, hijo del ministro que inauguró TVE. Para el periodista José Luis Orosa²¹¹, su gestión introvertida, trajo de nuevo el inmovilismo, en un escenario interno de conflictos laborales y externo, de confrontación política entre Gobierno y oposición social-comunista.

Recién llegado a su cargo Arias Salgado, se constituyó el Consejo Rector Provisional de RTVE, primer órgano democrático de control y paso previo en la elaboración del Estatuto de Radio y Televisión. A partir de la Constitución Española de 1978 se reguló el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y se garantizaba 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.

Un año más tarde, en 1979, el pleno del Congreso de los Diputados aprobó el Estatuto de la Radio y la Televisión. Fue el resultado de unas largas negociaciones entre Abril Martorell y Alfonso Guerra y su espíritu se orientaba a preservar a la radio y la televisión públicas de la influencia del poder público. Todo ello, a través del Consejo de Administración, con representación proporcional de los distintos partidos políticos, y de una Comisión Parlamentaria de Control de RTVE. Unos meses después, RTVE pasó a depender administrativamente del Ministerio de la Presidencia a través de la Secretaría de Estado para la Información.

Como consecuencia del Estatuto (Ley 4/ 1980, de 10 de enero), RTVE se convertiría en un Ente Público: “la gestión directa de los Servicios Públicos de radiodifusión y televisión se ejercerá a través del Ente Público RTVE”. Esta legislación indicaba que “el ente público es una institución de carácter público con personalidad jurídica propia. Ejerce las funciones que le corresponden al Estado como titular de los servicios públicos de radiodifusión y televisión. Su naturaleza administrativa se caracteriza por la descentralización de sus funciones, y su gestión está sometida a las normas del derecho privado. Del Ente Público RTVE, pero con funcionamiento autónomo, dependen las sociedades RNE S.A. y TVE, S.A, cada una de las cuales está inscrita como sociedad anónima”.

El Estatuto de la Radio y la Televisión también definía las líneas y principios que debía seguir RTVE: “la radiodifusión y la televisión se conciben como vehículo esencial de información y participación política de los ciudadanos, de formación de la opinión pública, de cooperación con el sistema educativo, de difusión de la cultura española y sus nacionalidades y regiones, así como medio capital para contribuir a que la libertad y la igualdad sean reales y efectivas, con especial atención a la protección de los marginados y a la no discriminación de la mujer”.

²¹¹ OROSA, José Luis: “La época dorada...” Op. cit.

Sin embargo, y a pesar de los avances que poco a poco se iban consiguiendo en TVE, sus cuentas evidenciaban su caos interno e impedían a la televisión mayores cambios. Este déficit salió a la luz pública “con una auditoría encargada por el ministro de Hacienda, Fernández Ordóñez, al parecer sin el conocimiento de Suárez”²¹². En ella, se demostró el caos financiero y contable de esta sociedad.

Mientras tanto, el tema de las televisiones privadas comenzaba a adquirir relevancia en aquellos primeros años de la Transición. Para Josep-Francesc Valls, la necesidad de televisiones privadas comenzó a fraguarse “como respuesta a la incapacidad de cambiar la estructura de poder en Prado del Rey. Desde entonces, la televisión se convierte en el tema más nombrado de la transición, por encima incluso de los protagonistas de la misma y los populares de turno. En los orígenes de la polémica se mezclan muchos conceptos, entre los cuales, los terceros canales o la creencia de que la televisión privada es igual a pluralismo informativo”²¹³.

Sin embargo, y a pesar de que ni la letra ni el espíritu de la Constitución ponían límite alguno a la posibilidad de crear emisoras privadas de televisión, durante esta etapa no pasó de ser un tema de polémica. Pizarroso Quintero señala que ni el Gobierno quería renunciar al monopolio de un medio tan poderoso, ni la oposición socialista y comunista apoyaba, por razones ideológicas, el nacimiento de televisiones de propiedad privada, argumentando que ésta era un servicio que podía ser democráticamente administrada por el Estado para todos los ciudadanos²¹⁴.

Fue este primer periodo de Transición, una etapa para la televisión en la que a pesar de las acusaciones repetidas hacia los gobiernos de Suárez por abusar de TVE como medio de propaganda, es innegable el esfuerzo de estos primeros gobiernos democráticos por modernizarla e independizarla del poder.

4.2. El inicio de la descentralización: televisión local y autonómica (1981-1988)

El comienzo de esta etapa estuvo marcado por los numerosos cambios al frente de TVE, que conoció a tres directores generales durante el año 1982; la multiplicidad de líneas programáticas enhebradas e inconclusas y las dificultades con que tropezaban los directores generales para desarrollar una política comunicativa. Sin embargo, el rasgo principal que define esta fase de la historia de la televisión es la aparición, también en los primeros años de la

²¹² PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *De la Gazeta a...* Op. cit. p. 215.

²¹³ VALLS, Josep-Francesc: *La jungla comunicativa...* Op. cit. pp.77-90.

²¹⁴ PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *De la Gazeta a...* Op. cit. p.216.

década, de las televisiones locales y autonómicas, sin marco legal inicial y que significaron el inicio de la descentralización de la televisión. Y por supuesto, seguía debatiéndose el tema de las televisiones privadas que iban adquiriendo cada vez más posibilidades en el contexto audiovisual de España.

Recién comenzado el año 1981, ya podía hablarse del Ente de Radiotelevisión Española, pues desde el 12 de enero había un Estatuto de la Radio y la Televisión, aprobado por las Cortes. Tres días antes, el Consejo de Ministros había nombrado al primer director general del Ente, Fernando Castedo.

La etapa de Castedo ha sido considerada como la más democrática de la historia de Televisión Española y en la que se alcanzaron los mayores techos de libertad, a pesar de los difíciles momentos a los que tuvo que hacer frente. Durante su mandato se produce la dimisión de Adolfo Suárez, el 29 de enero de 1981 y un mes más tarde, el golpe de Estado.

Sin embargo, Fernando Castedo tan sólo estuvo en su cargo nueve meses, ya que fue destituido, oficialmente dimitido, acusado de favorecer a la entonces oposición socialista. Similar suerte corrió su sucesor en la Dirección General del Ente, Carlos Robles Piquer, acusado de apoyar desde los medios a AP, el partido que presidía su cuñado Manuel Fraga y en el que él mismo ingresaría poco después de dejar RTVE. Le sucedió Eugenio Nasarre como director general, quien trató de apaciguar los ánimos en el medio y gestionó neutralmente las elecciones generales de octubre de 1982.

Durante el año 1982, y sólo como consecuencia de los campeonatos del mundo de fútbol, la Segunda cadena llegaría a la mayor parte del territorio peninsular. Por lo que respecta al color, la decisión de adoptar finalmente el sistema PAL se produjo más por la vía de los hechos consumados que por la voluntad expresa del Gobierno o de la propia TVE. Asimismo, durante el Gobierno de Calvo Sotelo, se bautizaron las nuevas instalaciones de RTVE como Torrespaña aunque el público le colocó el apelativo de “El Piruli”.

Mientras se sucedían los cambios al frente de TVE, comienza el fenómeno de las televisiones locales, con la aparición pionera en 1982 de Televisión Cardedeu. La puesta en marcha de estas televisiones es especialmente intensa en Cataluña, donde se constituyeron en asociación nada más comenzar los ochenta y donde llegarán a sumar medio centenar de emisoras con periodos diversos de emisión, a finales de la década²¹⁵.

Ramón Reig indica que las televisiones locales surgieron generalmente, a partir de iniciativas privadas (asociaciones culturales y de otras índoles), públicas (ayuntamientos) o mixtas (ayuntamientos más asociaciones). Asimismo, en algunas ocasiones, estas televisiones locales

²¹⁵ BUSTAMANTE, Enrique: “El sector audiovisual. Grandes expectativas, profundas incertidumbres” en *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, nº 41, marzo-mayo 1995.

surgen a partir de los llamados vídeos comunitarios²¹⁶. Además de Cataluña, Andalucía y el País Vasco fueron las otras dos comunidades pioneras en la constitución de este tipo de red de medios de comunicación.

A pesar de que TVE se seguía considerando un instrumento de poder para el gobierno correspondiente, no se demostró como un medio tan formidable en las elecciones generales de 1982. En ellas, la UCD encabezada por Calvo Sotelo perdió estrepitosamente las elecciones a pesar de controlar el Ente Público.

Con la victoria de los socialistas, llega a la dirección general de RTVE José M^a Calviño, cargo que mantendría durante cuatro años, hasta agotarse la legislatura en 1986. Esta continuidad al frente del Ente Público le otorgó una estabilidad que había desconocido durante los últimos años de gobierno de UCD.

Según indica Josep-Francesc Valls, cuando la nueva administración socialista llegó a TVE se desconocía el número de trabajadores existente y el coste real de cada hora de producción, fruto de numerosas e insuficientes políticas de personal y conceptos retributivos distintos. Durante estos cuatro años, se llevó a cabo un esfuerzo de saneamiento económico del ente, de manera que no dependiera en nada su presupuesto del erario público, un esfuerzo de racionalización de funciones y recursos²¹⁷.

Enrique Bustamante señala que entre 1983 y 1987, con Miguel Boyer de Ministro de Hacienda y sin debate alguno, RTVE fue privada de toda subvención pública y obligada por tanto a vivir casi en exclusiva de la publicidad, una situación atípica en Europa y que no supondría problemas financieros por su práctico monopolio del mercado publicitario hasta 1990, con la llegada de la competencia privada, y especialmente hasta 1992 con la crisis publicitaria. En 1993 “se restauraron las subvenciones, pero a un nivel casi simbólico y con justificaciones vergonzantes para financiar actividades marginales de “servicio público” (Radio Nacional, televisión internacional, orquesta y coros de RNE...) y no sobre su programación esencial”²¹⁸.

Unos meses antes de la victoria socialista en las elecciones generales y anticipándose a la ley de terceros canales, se constituyó el Ente Público Radio Televisión Vasca. Todo se hizo aplicando el Estatuto de Autonomía del País Vasco que facultaba al gobierno vasco para poner en marcha dos canales de televisión. Esta nueva televisión comenzó a emitir el 1 de enero de 1983 sin licencia del gobierno de Madrid y sin que se hubiese promulgado la ley de terceros canales. Como indica Pizarroso Quintero, con esta actitud se rompía por primera vez en España el monopolio de la televisión estatal aunque dentro del sector público.

²¹⁶ REIG, Ramón: *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*, Ed. Paidós, Barcelona, 1998, p. 50.

²¹⁷ VALLS, Josep-Francesc: *La jungla comunicativa...* Op. cit. p. 76.

²¹⁸ BUSTAMANTE, Enrique: *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002, pp. 216-217.

La ley reguladora de los terceros canales fue aprobada por el Parlamento el 26 de diciembre de 1983. Tres meses antes, en septiembre, comenzó a emitir, en carácter de pruebas, el canal de televisión administrado por el gobierno de Cataluña: TV3. Este canal comenzaría a emitir con regularidad el día 16 de enero de 1984, aún sin licencia del gobierno central, una licencia que no llegó hasta diciembre de ese mismo año.

La tercera televisión autonómica en aparecer fue TVG, canal perteneciente a la Comunidad Autónoma de Galicia y que estaba bajo el control de lo que entonces se denominaba Coalición Popular, un conglomerado de partidos de derecha y centro derecha. Esta televisión comenzó a emitir en pruebas el 25 de julio de 1985 y unos meses más tarde, el 1 de septiembre, inició sus emisiones regulares en gallego.

De esta forma, fueron naciendo las televisiones autonómicas en las llamadas nacionalidades “históricas”. Como señala el profesor Pizarroso Quintero, es curioso que los tres nuevos canales que rompen el monopolio de TVE estaban administrados por gobiernos regionales de tres partidos distintos al del gobierno central. Así las cosas, fue el mismo gobierno del PSOE el que bloqueó los proyectos de otros gobiernos autónomos (Valencia, Madrid, Aragón, Andalucía), todos ellos, en manos socialistas. Esta situación se mantendrá hasta abril de 1986, momento en que el Gobierno presenta al Parlamento el Proyecto de Ley de Televisión Privada.

A partir de ese momento, comienzan a surgir el resto de televisiones autonómicas. En 1987, el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) legisló la creación del Ente Público Radio Televisión de Andalucía (RTVA) que comenzó a emitir el 27 de febrero de 1989. En mayo de ese mismo año, lo haría Telemadrid y en octubre Canal 9, perteneciente a la Comunidad Valenciana. Junto a ello, las primeras comunidades en crear los canales autonómicos abrían segundos canales. Este fue el caso del gobierno vasco que puso en funcionamiento una segunda cadena el 31 de mayo de 1986 con carácter bilingüe, pero con predominio del castellano, y que superó muy pronto en audiencia a la primera cadena vasca de televisión que sólo emitía en euskera.

Para Juan José Fernández es evidente que:

“La multiplicación de los canales autonómicos creó una especie de ficción de pluralidad y que, si bien en algunos casos, contribuyó a favorecer lo que por entonces se denominaba ‘normalización lingüística’, no llevó pareja un aumento de la calidad ni incluso de la variedad. Antes bien al contrario, en sobradas ocasiones, a pesar de –o, debido a– la mezcla de generosidad y falta de control con la que las administraciones autonómicas los tratan, contribuye en su momento, entre otras duplicidades y aberraciones, a una elevación de los precios de los programas en las compras realizadas a productoras norteamericanas o, tierra adentro, en lo relativo al aumento de

*los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol, como una contribución más al endeudamiento progresivo*²¹⁹.

A pesar de todo ello, los canales autonómicos significaron el gran paso que llevaría a la descentralización de la televisión en España, ya que podían no estar necesariamente administradas por el mismo partido que ocupaba el gobierno en la capital del Estado. Por ello, indica Ramón Reig, que fue lógico que ese deseo de descentralización se iniciara en el País Vasco y Cataluña ya que poseían en sus administraciones respectivas a dos formaciones políticas de carácter nacionalista, con una clara intención de distanciarse paulatinamente de Madrid. Cataluña incluso llegó a construir una infraestructura de telecomunicaciones para poder poner en funcionamiento su propia televisión autonómica²²⁰.

Por lo que respecta a la televisión privada, en esta etapa pasó de ser un tema de polémica a promulgarse en mayo de 1988 la Ley de la Televisión Privada, un camino lleno de obstáculos y opiniones encontradas. Un recorrido que se iniciaba con UCD dispuesta a legislar a favor de la televisión privada antes de finalizar su legislatura y que finalizó con los socialistas, opuestos a esta televisión en la oposición, admitiendo su existencia.

Antes de desaparecer del escenario político, UCD elaboró dos proyectos de Ley en 1982 sobre la televisión, siendo los dos desechados. Uno de los proyectos regulaba el ejercicio de la libre expresión en radio y televisión y el otro, la gestión indirecta del servicio público de dichos medios, siguiendo el modelo británico. El adelanto de las elecciones generales a finales de 1982, dejó en vía muerta ambos proyectos. Según señala Josep-Francesc Valls, el modelo de UCD consistía en dejar para la televisión estatal el primero y el segundo canal; el tercero, para las televisiones autonómicas, y el cuarto, para las seis o siete cadenas privadas que por las fechas andaban en liza, primando los grupos de medios de comunicación preexistentes²²¹.

Este mismo autor señala que a pesar de los intentos de UCD, los primeros esfuerzos para solicitar la televisión privada los realizaron los grupos de comunicación Zeta y Antena 3. Este último inició un proceso de legalización de su emisora de televisión y presentó la petición en 1980 amparándose en el artículo 20 de la Constitución, que define la libre expresión, la libre difusión y la libre recepción de las ideas. El recurso va del Ministerio de Cultura al de la Presidencia, de éste a la Audiencia Nacional y de allí al Tribunal Supremo. El 31 de marzo de 1982, el Tribunal Constitucional falló a favor de Antena 3, afirmando que, si bien la televisión privada “no está necesariamente impuesta ni es una derivación necesaria del artículo 20 de la Constitución” reconoce que estas televisiones “no está constitucionalmente impedidas”, aunque

²¹⁹ FERNÁNDEZ SANZ, Juan José: *¡Qué informen ellos! De cómo el sector de la comunicación va siendo copado por los grandes grupos multimedia internacionales*, Urgoa&Cierro Editores, Madrid, 2000.

²²⁰ REIG, Ramón: *Medios de comunicación...* Op. cit. p. 173.

²²¹ VALLS, Josp-Francesc: *La jungla comunicativa...* Op. cit. pp 77-80.

deja su implantación en manos del poder político. Esta sentencia fue el inicio del proceso legislativo que permitió a España poseer canales privados de televisión.

Aunque el PSOE no desarrolló el aparato jurídico en torno a los medios audiovisuales, sí elaboró lentamente un proyecto de Ley de Ordenación de las Comunicaciones (LOC), que el primer ministro de Transportes, Comunicaciones y Turismo, Enrique Barón, presentó en mayo de 1985 al Consejo de Ministros. Se trataba del primer gran texto jurídico moderno sobre las comunicaciones audiovisuales y que abarcaba desde el servicio de Correos a las telecomunicaciones pasando por el régimen de los servicios de la radiodifusión sonora y televisión. En este aspecto, el proyecto de Barón contempla como servicio público todo lo que se abriese al “espectro radioeléctrico o cable, mediante satélite o cualquier otro medio”, a la vez que dejaba abierta la vía a la gestión indirecta de estos medios por la iniciativa privada, dentro de unas normas de rigurosos control de las ondas.

La caída del ministro Barón y la llegada de Abel Caballero variaron la trayectoria de la LOC, ya en la mesa del Consejo de Ministros. Las intenciones de Caballero consistían en mantener el esquema general de la LOC, pero dividido en tres textos legales: Correos, Telecomunicaciones, Radiodifusión sonora y Televisión.

A principios de abril de 1985, mientras quedaba “aparcada” la futura Ley de Ordenación de las Comunicaciones el gobierno socialista envió a las Cortes un proyecto de Ley sobre Televisión Privada, llamado a ser la carta magna que permitiría constituir cadenas a la iniciativa privada. A pesar de que el proyecto quedó frenado unos cuantos meses, como consecuencia del adelanto de las elecciones, el texto asentaba los criterios fundamentales en torno al número de cadenas y demás especificaciones.

El proyecto de 4 de abril de 1985 establecía el número de concesiones y constituía asimismo el Instituto Nacional para la Televisión Privada, como organismo autónomo adscrito al Ministerio de Transportes, Comunicaciones y Turismo, el cual se responsabilizaría de elaborar el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada; conceder las licencias de emisión; gestionar el transporte y difusión de las señales; repartir las bandas, canales, frecuencias y potencias, y hacer cumplir las normas a los concesionarios.

La Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones se aprobó el 18 de diciembre de 1987 (Ley Orgánica 31/1987) y con ella, se establecía por primera vez en España un marco jurídico básico que contenía las líneas maestras con las que había de ajustarse

la prestación de las diversas modalidades de telecomunicación, a la vez definía con nitidez las funciones y responsabilidades de la administración pública y de los sectores público y privado.

Pocos meses más tarde, en mayo de 1988, nacía la Ley de Televisión Privada. Esta ley (Ley Orgánica 10/1988) establecía tres concesiones de televisión privada, otorgados, en concurso público, a sociedades anónimas, compuestas por españoles, con la salvedad de lo que se explicitaba para los europeos en el Tratado de Adhesión a las Comunidades Europeas. Las autorizaciones se concederían por un tiempo limitado, 10 años, renovables por periodos iguales. Además, se indicaba que el 40% de la producción debe ser propia y un 50% de las películas comerciales, de origen europeo, y quedaba establecido que la publicidad no superaría el 10% y nunca más de diez minutos de mensajes por hora ni más de cuatro interrupciones publicitarias en ese espacio de tiempo. Asimismo, se afirmaba en la Ley que RTVE mantenía su concepción de servicio público con lo que se seguía considerando el espectro electromagnético de emisión un bien del Estado.

Unos meses antes de que fuera aprobada esta ley orgánica sobre televisión privada, comenzó a funcionar una televisión de este tipo en España, que evitó los impedimentos legales emitiendo por satélite desde Londres, fue el caso de *Canal 10*. Era una sociedad anónima controlada por Enrique Talarewitz, empresario de nacionalidad italiana con residencia en Andorra, y que contaba entre sus asesores con el ex director general de RTVE, José M^a Calviño, quien en su mandato se opuso a esta televisión, y otros colaboradores del Ente Público. Además, en la sociedad estaban representados personajes importantes del mundo de la comunicación, así como grandes empresas: Maxwell, Hachuel y el francés Canal Plus. El profesor Pizarroso Quintero señala que aunque sus emisiones comenzaron el 25 de enero de 1988, nunca lograron una campaña de promoción que llevase a los españoles a instalar las costosas antenas parabólicas capaces de captar su señal.

Asimismo, el citado autor señala, que la propiedad de *Canal 10* terminó siendo discutida ante los tribunales ocho meses después del inicio de sus emisiones, debido a las querellas presentadas por algunos accionistas y muchos acreedores que no llegaron nunca a cobrar sus deudas. Esta emisora pretendió ser solamente una televisión de espectáculo y entretenimiento que no incluía servicios informativos²²².

²²² PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *De la Gazeta a...* Op. cit. p. 218.

De esta forma, se cierra esta segunda etapa democrática en la historia de la televisión en España. En ella, TVE perdió el monopolio de la televisión, y la aparición de las televisiones locales, y sobre todo, las autonómicas significaron el fin de la centralización televisual que había caracterizado toda la etapa franquista. Además, había quedado configurada la base jurídica sobre la que se iría formando la estructura informativa de la televisión privada en España.

4.3. La ruptura del monopolio: la televisión privada (1989-1994)

Esta tercera etapa está definida por la creación de los grupos empresariales, la concesión de las licencias y la puesta en marcha de la televisión privada en España. Esta televisión significaba la ruptura real del monopolio de TVE, que a partir de ese momento va a sufrir una alteración esencial: su audiencia baja paulatinamente, al mismo tiempo que, de un superávit que llegó a alcanzar los 27.000 millones de pesetas (162,27 millones de euros) en 1987, pasó a ser deficitaria en 1990.

Como consecuencia del proceso legislativo que se debía llevar a cabo antes de poner en marcha la televisión privada, a principios de 1989 se constituyó y entró en funcionamiento el Ente Público Retevisión, encargado de gestionar la red de transmisiones que haría posible las emisiones de televisión privada utilizando la infraestructura de TVE. Esto significó para RTVE la pérdida, sin contraprestación alguna, de una de las partes fundamentales de su patrimonio, formado por las instalaciones de la red de difusión y que estaba valorado en más de 20.000 millones de pesetas (120,2 millones de euros).

Los grupos empresariales que pretendían aspirar a la concesión gubernamental de un canal privado de televisión se perfilaron durante los años 1988 y 1989. Los aspirantes fueron seis proyectos, si bien el que presentaba el Grupo 16 decidió retirarse del concurso público. Los otros cinco proyectos y las estructuras societarias de estos grupos son descritas por el profesor Ramón Reig en su libro *Medios de comunicación y poder en España*. Son los siguientes²²³:

- Univisión: este proyecto estaba respaldado por la unión entre el Grupo Zeta de Antonio Asensio y el Grupo *News International* de Rupert Murdoch, cada uno con un 25% del capital. Además, participaban sociedades vinculadas a Banesto y al Banco Central (aún no se había producido la fusión con el Banco Hispano Americano) que tenían un 8%. También estaban Freixenet y Nutrexpá, profesionales vinculados al periodismo como Ladislao Azcona y la televisión de Francia TF1 (Maxwell). La participación extranjera, se completaba con la Radio Televisión de Luxemburgo (RTL), Pathé Cinéma (Francia) y Bertelsmann (Alemania).

²²³ REIG, Ramón: *Medios de comunicación...* Op. cit. pp. 176-181.

- Canal C: proyecto presentado por un grupo de 25 empresarios catalanes considerados cercanos a la Generalitat y a la Banca Catalana.
- Antena 3 Televisión: proyecto encabezado por el Grupo Godó con un 25% del capital (18% de *La Vanguardia*, 7% de Antena 3 Radio). El resto de la sociedad estaba participada por: 20% de doce diarios españoles (*ABC*, *El Correo de Andalucía Español/ El Pueblo Vasco*, *La Voz de Galicia*, *Las Provincias*, *Diario de Navarra*, *El Norte de Castilla*, *Diario de Cádiz*, *Última hora*, *Canarias 7*, *Mallorca Daily Bulletin*, *El Día*, *Jornada*, *Hola*, *Semana*, *Diez Minutos y Lecturas*); 35% de empresas diversas españolas (Lladró, Unipapel, Abengoa, Zara, Orlando, Conservas Ecuris, Calvo, Metalúrgicas Galaicas, Caja de Ahorros de Zaragoza y Asfin); 17% de empresas financieras extranjeras (Rotschild, Dillon Red Ltd., Scottish Equitable Stein y Radobank Fidelity International) y el 3% en manos de los trabajadores del Grupo Godó.
- Tele Futuro o Tele 5: proyecto integrado por Editorial Anaya, ONCE y Fininvest (Berlusconi) cada uno con una participación del 25%. El resto de la sociedad se completaba con el 15% de Chocolates Trapa (Juan Fernández Montreal) y 10% Promociones Calle Mayor (Ángel Medrano).
- Canal Plus: proyecto encabezado por el Grupo Prisa en unión con Canal Plus Francia y una serie de entidades financieras. Su estructura era: 25% Grupo Prisa, 25% Canal Plus Francia, 15% BBV, 15% Grupo March, 5% Caja Madrid, 5% Bankinter, 5% Grucysa (Construcciones y Contratas) y 5% Eventos (grupo de inversores privados).

El 25 de agosto de 1989 se otorgaron las concesiones de frecuencia que permitían por primera vez en la historia de España emitir en todo el territorio español a una serie de cadenas de televisión privadas. Tras el Consejo de Ministros de aquel viernes, se desveló la incógnita. Las licencias para emitir fueron concedidas a Tele 5, Antena 3 Televisión y Canal Plus, quedando fuera el proyecto de Canal C y el de Antonio Asensio, Univisión. Además, se fijaba la fecha de finales de año para el comienzo de las emisiones.

Estas concesiones no estuvieron exentas de polémica y de reacciones en contra, entre las que destacó la de Antonio Asensio, aspirante a una de esas licencias. Asensio tras quedarse fuera su proyecto inició una aireada protesta que culminó con la presentación ante los tribunales de la concesión de Canal Plus por considerarla anticonstitucional. El propio Asensio declaraba el 27 de agosto de 1989 para el diario *El Independiente*: "El Grupo Zeta cumple los requisitos de la ley para haber conseguido un canal. Quien no los cumple es Canal Plus porque exige pago, y la ONCE, que tiene un régimen fiscal diferenciado y está constituida por un patronato interministerial con la ministra de Asuntos Sociales, Matilde Fernández, al frente. El gobierno ha actuado en las concesiones con amiguismo político y con miedo"²²⁴.

²²⁴ Citado por Ramón Reig en: *Medios de comunicación...* Op. cit., p. 184.

La primera televisión en constituirse y salir al aire fue Antena 3 Televisión que cumpliendo la fecha establecida, inició sus emisiones el 25 de diciembre de 1989. En segundo lugar, comenzó a emitir Tele 5 unos meses más tarde, el 3 de marzo de 1990. Por último, Canal Plus empezó sus emisiones en el verano ya que debido a dificultades técnicas, según la empresa, la administración le otorgó una prórroga de tres meses. Además, Canal Plus presentaba la particularidad de ser televisión de pago. En principio, estas emisiones fueron restringidas a las grandes áreas de población.

El profesor José Carlos Laguna de la Paz señala como característica importante de esta televisión privada el hecho de que naciera, de forma similar al resto de Europa, “bajo el impulso y la responsabilidad directa de los poderes públicos” y no fuese confiada al libre juego de las fuerzas del mercado. Por ello, señala que la televisión privada apareció tarde y de forma muy controlada²²⁵.

A partir del momento en el que comenzaron sus emisiones, se produjeron importantes cambios en el accionariado de Antena 3 y Tele 5, mientras que Canal Plus se caracterizó por una estructura estable con una continua presencia bancaria siempre de forma explícita y clara. Por lo que respecta a Tele 5, el Grupo Anaya fue desbancado de la presidencia debido a una alianza entre los otros dos socios importantes, el italiano Silvio Berlusconi y la ONCE. La razón principal fue la definición del modelo de televisión. También salieron del accionariado la empresa Trappa y la ONCE que fue vendiendo progresivamente sus acciones. Asimismo, entraron a formar parte de la estructura de Tele 5 entre otros, la Radio Televisión de Luxemburgo (RTL) y el magnate alemán, Leo Kirch.

Por su parte, en Antena 3 el cambio más destacable fue la llegada, en mayo de 1992, como propietario mayoritario de Antonio Asensio, quien había aspirado infructuosamente a una cadena de televisión. Para ello, contó con el apoyo de algunas entidades financieras como el Banco Central Hispano y el Grupo Santander. La llegada del Grupo Zeta a esta televisión privada se produjo en perjuicio del Grupo Godó.

Las líneas de programación iniciales de las tres televisiones privadas presentaban importantes diferencias. Antena 3 dio prioridad a las películas y los deportes, así como a los informativos. Tele 5 definió una televisión espectáculo con la inexistencia de información y Canal Plus se decantó por la presencia masiva de películas de calidad sin cortes publicitarios, los documentales y los informativos.

Así, se pone fin a estos cinco años de historia de la televisión, en la que nace y se va consolidando la televisión privada, al tiempo, que TVE debe reorganizarse y hacer frente a una competencia que había desconocido en sus más de treinta años de vida.

²²⁵ Citado por Ramón Reig en: *Medios de comunicación...* Op. cit., p. 178.

4.4. Incorporación de nuevas tecnologías: la televisión por cable y la televisión por satélite (1993-1996)

Esta etapa de la televisión en España está marcada por las legislaciones sobre televisión por cable y por satélite, que permiten la llegada de la televisión digital. Además, se reorganiza TVE para hacer frente al nuevo mapa audiovisual y continúan los cambios accionariales en las estructuras de las televisiones privadas.

Al principio de esta etapa el panorama audiovisual en España contaba con una televisión pública de dos canales, las televisiones autonómicas agrupadas en la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA), tres canales de televisión privadas cuya cobertura no cubría aún la totalidad de la geografía nacional y las televisiones locales. Además, comenzaba a definirse el futuro de la televisión digital con la aprobación de varias leyes y el interés despertado por este nuevo modelo de televisión.

Ante los nuevos cambios audiovisuales, en 1994, RTVE decidió financiarse a cargo de los presupuestos del Estado a cambio de reducir su cota de participación en el mercado publicitario. Además, ese mismo año, se presentó un Plan Estratégico para el período 1996-1999 en el que se definía un nuevo modelo organizativo del Ente Público. Entre los principales puntos de ese Plan destacaban: la financiación mixta del grupo, la deuda asumida por el Estado, reducción del gasto de personal y la contención de los gastos generales.

Asimismo, y para mejorar su situación económica, deficitaria desde la implantación de las televisiones privadas, RTVE firmó contratos con el Ministerio de Cultura y acuerdos con el Instituto de Crédito Oficial (ICO). Los primeros para favorecer la producción de contenidos y espacios culturales en TVE y los segundos para contar con 2.000 millones de pesetas anuales (12 millones de euros anuales) en créditos blancos dirigidos a proyectos cinematográficos sobre los que TVE adquiriría los derechos de antena.

La administración socialista en sus últimos años de gobierno aprobó varias leyes que afectaban directamente a la televisión. En primer lugar, se incorporó al ordenamiento jurídico español la Directiva Televisión Sin Fronteras (95/47/CE) mediante la Ley 25/1994 del 12 de julio. En ella, se adoptaban las recomendaciones sobre publicidad y programación en el medio televisivo. Sin embargo, las medidas más importantes del Gobierno en televisión afectaron al cable y al satélite.

4.4.1. *Televisión por cable*

Las primeras iniciativas de la televisión por cable que se producen dentro de la legalidad se remontan a comienzos de 1970, en concreto al acuerdo ya reseñado anteriormente, entre la Compañía Telefónica Nacional de España y el Gobierno en agosto de 1972. Sin embargo, este

proyecto no llegó a realizarse y todo se quedó en un tendido de varios kilómetros de cable coaxial que no entraron en funcionamiento.

Otra de las experiencias por cable que se desarrolló con anterioridad a la década de los noventa y al margen de la ley, fue la de los denominados “vídeos comunitarios” que surgieron en los 80 en la zona de Levante y el sur de España. Se trataba de sistemas que distribuían a través del cable coaxial la señal procedente de un magnetoscopio a todo un edificio. A través de ellos se ofrecían a los abonados películas de vídeo, cuyos derechos de emisión no se pagaban.

El Tribunal Supremo sentenció, a favor del vídeo comunitario, que éste no afectaba a los intereses públicos ni estaba legislativamente regulado, por lo que la Administración no podía impedir su actividad. En 1987, con la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT), el vídeo comunitario quedó definido como las “instalaciones que, sin conexión a redes exteriores y sin utilizar el dominio público, prestan servicio en un vehículo, en un inmueble, en una comunidad de propietarios o en una manzana urbana de fincas colindantes”²²⁶.

Asimismo, en la LOT se precisaba que para el inicio de la actividad de una televisión por cable, era necesario obtener previamente una concesión administrativa. Gema Alcolea²²⁷ señala que esta concesión no podía solicitarse mientras el Estado no regulase este sistema de distribución, lo cual impidió la existencia legal de la televisión por cable en España en aquellos años.

En 1994, el Tribunal Constitucional legalizó la televisión por cable hasta que el Estado no aprobase la ley sectorial, puesto que, ante la ausencia de ésta, no se podían impedir tales actividades que suponían el ejercicio público de derechos constitucionales. Desde esa fecha, fue posible establecer legalmente empresas de televisión por cable a partir de la obtención de una licencia municipal. A mediados de 1994, Gema Alcolea señala que se contabilizaban unos 600 sistemas de cable en España con aproximadamente 150.000 abonados.

Un año más tarde, a finales de 1995, el Congreso de los Diputados aprobó la ley reguladora del cable, aunque su objeto iba más allá de los servicios de difusión de televisión al quedar referida a las telecomunicaciones (Ley de Telecomunicaciones por Cable y de Televisión Local, Ley 42/1995). Esta ley que se aprobó con la oposición del Partido Popular, definía el servicio de telecomunicaciones como un servicio público de titularidad estatal que se presta por demarcaciones territoriales. Otras características de esta ley eran:

²²⁶ Artículo 25.3 de la Ley de Ordenación de Telecomunicaciones de 1987.

²²⁷ ALCOLEA, Gema: *La televisión digital en España*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2003.

- Las redes de cable no podían rebasar el millón y medio de abonados, lo que pretendía garantizar que ninguna persona física o jurídica ejerza monopolísticamente el control del sector.
- Los límites de demarcación se fijaron en 50.000 habitantes el mínimo y 2 millones de personas el máximo.
- Los contenidos serían regulados por las comunidades autónomas.
- Telefónica tenía una moratoria de nueve meses para poder ofrecer sus servicios de cable a partir de la convocatoria de los concursos habilitantes, con lo que se imposibilitaba la libre competencia del sector en beneficio de Telefónica.
- Existiría una mesa tripartita (administración estatal, autonómica y local) encargada de adjudicar las licencias de explotación.

El Partido Popular argumentó para su oposición que esta ley era inconstitucional al coartar la libertad de la iniciativa privada para acudir a los concursos de adjudicación de demarcaciones por cable y también al restringir en exceso la propiedad de la televisión local en España. Por ello, cuando alcanzó el gobierno en las elecciones de marzo de 1996, una de sus primeras decisiones sobre televisión fue modificar la ley.

En Consejo de Ministros se aprobó el Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Telecomunicaciones por Cable, que aumentó el plazo de nueve a 24 meses en que la Compañía Telefónica no podía ofrecer servicios por cable en las demarcaciones donde se constituyesen segundos operadores. Asimismo, se aprobó un real decreto que regulaba el funcionamiento del segundo operador de telecomunicaciones. Para ello, Retevisión constituiría una sociedad anónima a la que aportaría la totalidad de los activos pertenecientes al Estado que hasta ese momento eran gestionados por este Ente Público.

Sin embargo, el hecho que marcó la televisión por cable, antes incluso de que el gobierno la legislara, fue la alianza entre el Grupo Prisa y la Compañía Telefónica a mediados de 1995 y que condujo a la creación de la empresa Cablevisión. El objetivo del convenio era ofrecer servicios por cable en Madrid y Barcelona, a partir del mes de septiembre y después extenderlo al resto de ciudades. Era un trabajo conjunto en el que Prisa ofrecía sus servicios televisuales y Telefónica, la red para llevar esos servicios hasta los hogares.

A pesar de que Cablevisión había iniciado su fase de pruebas en 20.000 hogares de Barcelona, las reacciones en contra no cesaron y tras la aprobación de la Ley de Telecomunicaciones por cable el pacto quedó en suspenso. Fue un conflicto que llegó hasta la Comisión Europea que estudió si atentaba contra el reglamento comunitario de fusiones y asociación de empresas. Pero, tras la llegada del Partido Popular al Gobierno y la privatización

de Telefónica, este pacto se rompió, en noviembre de 1996, con la salida de Telefónica. De esta forma, las dos empresas pusieron sus expectativas en la televisión digital por satélite.

4.4.2. *Televisión por satélite*

Enrique Bustamante²²⁸ señala que la historia de la televisión por satélite en España hasta los primeros años 90 había sido una historia mayoritariamente ajena. En principio, estudios y decisiones políticas fueron postergando el lanzamiento de un sistema español de satélite. Hay que esperar al 7 de abril de 1989 para que se apruebe el sistema Hispasat, cuyo primer lanzamiento tuvo lugar en septiembre de 1992 con la puesta en órbita del segundo satélite en julio de 1993.

En cuanto a las emisiones y dejando a un lado el proyecto fracasado de *Canal 10*, antes de los 90 sólo merecen destacarse la emisión desde 1987 del canal europeo simultáneamente con Canal América, de TVE, que se transforma, desde el 1 de diciembre de 1989, en Canal Internacional de TVE emitido por satélite para Europa y América y el Norte de África, así como las emisiones desde el exterior pero en español de Galavisión, que comenzaron el 5 de diciembre de 1988 desde Londres.

Para Enrique Bustamante este retraso en la televisión digital se debe a la oferta predominante de canales en idiomas extranjeros (más de cuarenta en 1993) y probablemente, a la abundancia de la oferta por ondas hertzianas. Todo ello, determinó un desarrollo muy limitado del equipamiento de recepción y de la audiencia de la televisión por satélite que situaba a España en los últimos puestos de la Europa comunitaria.

En 1992 se estimaba que existían unas 250.000 antenas individuales y unas 35.000 antenas colectivas con conexión a 650.000 hogares. Aún sumando la posibilidad de conexión de los canales por satélite con una parte de las redes de cable, en ese año apenas 1.400.000 hogares españoles componían la audiencia potencial de los canales por satélite.

La primera ley que autoriza el uso del satélite español para televisión data de 1992, la Ley de Telecomunicaciones por Satélite (Ley 35/1992 de 22 de diciembre). En ella, la televisión por satélite se definió como un servicio público estatal. En ese mismo año el Canal Internacional de TVE formalizaba un acuerdo con la empresa mexicana Televisa para emitir conjuntamente vía satélite la llamada Cadena de las Américas, proyecto en conmemoración del Quinto Centenario y en el que participaron cerca de 20 países latinoamericanos.

En octubre de 1993 el gobierno concedió cinco canales de difusión directa de televisión vía Hispasat. Estos eran: Teledeporte y Canal Clásico (especializado en cine clásico), adjudicados

²²⁸ BUSTAMANTE, Enrique, "El sector audiovisual. Grandes expectativas, profundas incertidumbres" en *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, nº 41, marzo-mayo 1995.

a RTVE; Telesat 5 (dirigido al público infantil y juvenil) a Tele 5; Antena 3 Satélite (destinado a la mujer) a Antena 3 TV y Canal 31 (dedicado al cine de estreno) a Canal +. Todos estos canales se agruparon en una oferta multicanal por abono y para su explotación se constituyó la sociedad Cotelsat (Comercializadora de Televisión por Satélite), participada al 25% por las cuatro televisiones.

El paquete Cotelsat se podía recibir de forma individual y por difusión directa (con una antena de 40 centímetros), o bien a través de redes de cable. Comenzó a comercializarse a un precio de 2.500 pesetas mensuales (15 euros), cantidad a la que había que añadir un depósito de 15.000 pesetas (90 euros) por el descodificador. Sus emisiones comenzaron el 5 de septiembre de 1994 y durante los primeros meses de 1995, el número de abonados al paquete fue incrementándose de forma muy lenta hasta alcanzar un valor máximo de 4.000 suscriptores a finales de año.

El director general de Cotelsat, Ramón Villot, reconoció el gran fracaso que había supuesto el paquete y el escaso número de abonados conseguido ya que ellos esperaban más de 10.000 para 1995. Esta sociedad se disolvió el 30 de junio, un año después de su constitución. Gema Alcolea considera que a pesar de que la oferta, en principio, era diferenciada no lo suficientemente atractiva para fomentar el abono, a lo que se añade una mediocre campaña de promoción y una coyuntura económica desfavorable²²⁹.

La primera oferta importante de televisión privada vía satélite en castellano que se consolida procedió del Grupo Prisa, que a comienzos de 1994 lanzó cuatro canales de televisión de pago en castellano a través del sistema de satélites Astra, bajo la designación de CanalSatélite: dos canales dedicados al cine (Cinemanía y Cineclassic), uno de documentales (Documanía) y otro para el público infantil (Minimax).

Estos cuatro canales se comercializaron por el precio inicial de 1.500 pesetas (9 euros) y para abonarse era preciso la utilización del descodificador Syster de Canal +. Cineclassic emitía a través del canal 36 de Astra 1C y Minimax a través del 40 del mismo satélite. Por su parte, Cinemanía y Documanía ocupaban los canales 30 y 32, respectivamente, de Astra 1B, el satélite de emisión directa que más se recibía en España.

Además, ese mismo año se iniciaron las emisiones del satélite Hispasat. Con todo ello, se abría un nuevo capítulo de la televisión en España, con un nuevo concepto tanto en términos de programación como de consumo y que tenían como referente inmediato en España la experiencia de Canal Plus.

²²⁹ ALCOLEA, Gema: *La televisión digital...* Op. cit.

Todos estos acontecimientos influyen en la normativa española sobre televisión digital por satélite y telecomunicaciones que se modifica con la Ley 37/1995 que deroga expresamente la anterior Ley 35/1992. El propósito de esta nueva ley es la liberalización de todos los servicios de telecomunicación que utilicen satélites de comunicaciones, incluidos los servicios portadores. Sin embargo, se excluye de la liberalización el servicio portador de la televisión hertziana o terrenal, así como los servicios de telefonía básica.

La importancia de esta ley radica en que, con el fin de liberalizar los servicios de telecomunicaciones por satélite, desaparece su consideración de servicio público esencial, de titularidad estatal, reservado al sector público (artículo 1º con las excepciones del capítulo 4º) y el hecho de sustituir las anteriores concesiones para prestar el servicio por autorizaciones. Desde entonces, para la prestación de estos servicios no es necesaria la concesión administrativa, sino una autorización otorgada por el Ministerio de Fomento. Enrique Bustamante considera que la nueva ley evidenciaba la inutilidad de una regulación anterior construida de espaldas a la realidad técnica y económica y que impidió el desarrollo de la televisión por satélite²³⁰.

Javier Cremades señala que los motivos que impulsan a la adopción de esta ley son: “en primer lugar, el rápido desarrollo de la televisión digital por satélite asociada a las técnicas de compresión de la imagen, el cambio de las condiciones del mercado con la aparición de una oferta creciente de televisión en español desde fuera de nuestras fronteras y la puesta en servicio de satélites de comunicaciones con cobertura sobre el territorio español”²³¹.

Durante todo este tiempo, la televisión por satélite en España se mantuvo en un notable infradesarrollo, con unos 883.000 conectados en 1995, aunque en su mayoría por antenas colectivas y gratuitamente. A pesar de este escaso desarrollo, el mercado de parabólicas no dejaba de aumentar. Gema Alcolea recoge que entre 1992 y 1995, el índice de penetración de la televisión por satélite se incrementó en un 69%. Un aumento que según esta autora se debía a la popularidad de canales como MTV, Eurosport o la oferta de Canalsatélite analógico²³².

²³⁰ BUSTAMANTE, Enrique: *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002, p. 239.

²³¹ CREMADES, Javier: “Marco regulatorio de la televisión digital en España”, en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO: *Presente y futuro...* Op. cit., p.78.

²³² ALCOLEA, Gema: *La televisión digital...* Op. cit., p. 36.

A pesar de la evolución de la televisión por satélite, en 1995 se pensaba que el futuro de la televisión digital en España pasaba por el cable y el mayor ejemplo de esta apuesta fue la sociedad Cablevisión. Sin embargo, tras el rechazo de Bruselas a permitir la constitución de la empresa común en 1996, tanto el grupo Prisa como Telefónica se ven ante la necesidad de buscar nuevas oportunidades de negocio en las que emplear las inversiones que tenían programadas y a partir de ese momento, comienzan a apostar por la televisión digital por satélite.

Durante el año 1996 se inician las conversaciones y comienzan a formarse los grupos empresariales que más tarde desembocarán en el nacimiento de las dos plataformas digitales en España: Canal Satélite Digital, impulsada por el Grupo Prisa, y Vía Digital, encabezada por Telefónica. Es entonces, a partir de la segunda mitad de los años noventa, cuando la televisión por satélite, que ya existía desde hacía más de una década en España, alcanzará un desarrollo de auténtico segmento de negocio.

Las negociaciones, configuración y evolución de ambas plataformas, hasta su posterior fusión, así como la puesta en marcha de esta nueva oferta audiovisual, que modificó la concepción de la televisión y que introdujo importantes cambios y alianzas en el panorama audiovisual del momento, son el objeto de análisis de este trabajo y se verá de manera pormenorizada posteriormente, por lo que no tiene cabida dentro de este contexto.

4.5. La victoria del PP y la ascensión de las privadas (1996-2003)

Con la victoria del Partido Popular en las elecciones generales celebradas el 3 de mayo de 1996, comenzaba una nueva etapa política en España que dejaba atrás doce años de gobierno socialista y que supuso importantes cambios en el sector audiovisual. En este sentido Lorenzo Díaz señala: “Si el mandato del PSOE entre 1982 y 1996 supuso la puesta en marcha de las nuevas televisiones privadas y la quiebra técnica del ente, la gestión del PP se caracterizó por el aumento exponencial de la deuda en RTVE y una lucha desahogada por crear un grupo mediático capaz de enfrentarse al imperio audiovisual de Polanco”²³³.

A continuación se describen los principales hitos que marcaron esta nueva etapa de la televisión, desde 1996 hasta 2003, y que permitirán conocer cómo se encontraba el sector audiovisual en estos años: RTVE, las televisiones autonómicas, las televisiones privadas, la televisión por cable y la apuesta por la TDT. Además, en este periodo se produce el nacimiento y evolución de las plataformas de televisión digital por satélite, objeto de análisis de esta tesis doctoral, por lo que no se describirá en este apartado, aunque fue posiblemente el hecho más significativo de toda esta etapa.

²³³ DÍAZ, Lorenzo: *50 años de TVE*, Alianza editorial, Madrid, 2006, p. 361.

4.5.1. *La televisión pública: aumento exponencial de la deuda*

Hasta 1996, en unas ocasiones las subvenciones y en otras las quitas de deuda realizadas por los gobiernos socialistas, mantuvieron siempre en cotas limitadas el déficit entre ingresos publicitarios y gastos en RTVE. Sin embargo, a partir de esa fecha “la insignificancia del dinero estatal (menos del 5% de los gastos) se sumó a la crisis publicitaria para agigantar los números rojos, colmados por créditos y obligaciones inevitablemente avalados por el Estado”²³⁴. Como resultado de todo ello se produce un endeudamiento progresivo durante esta nueva etapa de la televisión pública.

Tras su llegada al Gobierno, José María Aznar apuesta por Mónica Ridruejo como directora general de RTVE, y tan sólo cuatro meses después de tomar posesión de su cargo, el Consejo de Administración da luz verde a su proyecto de televisión digital el 10 de septiembre de 1996. Poco tiempo después, Ridruejo entrega al vicepresidente del gobierno, Francisco Álvarez Cascos, un informe en el que expone que el ente público necesitaba urgentemente 60.000 millones de pesetas (360 millones de euros) para realizar inversiones, modernizar su gestión y reducir su plantilla para hacer frente a la televisión digital. Ante la ausencia de respuesta de Cascos, Mónica Ridruejo envió una carta a Aznar con sus quejas y peticiones el 21 de enero de 1997 y tan sólo dos días después, el 23 de enero, presentó oficialmente su dimisión tras una tensa reunión en Moncloa.

En octubre de 1997, López-Amor quien sustituyó a Ridruejo en febrero de ese año, presentó los presupuestos para 1998 al Consejo de Administración del ente, con una deuda acumulada prevista de 593.000 millones de pesetas (3.564 millones de euros), y una petición de ayuda al Estado de 149.246 millones de pesetas (897 millones de euros). El autor Lorenzo Díaz señala que:

“López-Amor proyectó gastos e inversiones por valor de 236.795 millones de pesetas (1.423 millones de euros), pero sólo contó con obtener ingresos por valor de 79.000 millones (475 millones de euros) –incluida la subvención estatal–, lo cual suponían un 33% de todo el presupuesto. Concibió un endeudamiento de 149.246 millones (897 millones de euros) que disparaba la deuda hasta los 593.000 millones (3.564 millones de euros). Durante su gestión en RTVE, López-Amor jugó la baza del mantenimiento de unos altos niveles de audiencia. Pero esa política le llevó a presentar unos presupuestos para 1999 con unos gastos previstos de 266.000 millones de pesetas (1.598 millones de euros), frente a unos ingresos de 84.000 millones (505 millones de euros)”²³⁵.

²³⁴ BUSTAMANTE, Enrique: *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Editorial Gedisa. Barcelona 2002, pp. 217 y 218.

²³⁵ DÍAZ, Lorenzo: *50 años...*, Op. cit. p. 363.

En noviembre de 1998, Aznar nombra a Pío Cabanillas como nuevo director general de RTVE, una decisión que respondía a una nueva estrategia de comunicación en el PP. Esta nueva etapa en el ente público se caracterizó porque se logró frenar, y hasta reducir, el déficit acumulado gracias a tres operaciones que se interpretaron como la preparación ante una posible privatización. Estas tres operaciones fueron:

- Una inyección de 95.000 millones de pesetas (571 millones de euros) a título de compensación por el desgajamiento de RTVE de la red de difusión y su cesión a Retevisión.
- La devolución a RTVE de 46.000 millones de pesetas (276,4 millones de euros) procedentes del IVA.
- La autorización que recibió Pío Cabanillas para vender las acciones de TVE en Vía Digital²³⁶ por 13.350 millones de pesetas (80 millones de euros).

Sin embargo, estas medidas son insuficientes y la deuda sigue aumentando lo que conduce a RTVE a ingresar, en enero de 2001, en la SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales), organismo dependiente del Ministerio de Hacienda.

A pesar de los datos económicos, TVE fue la única cadena generalista que incrementó su audiencia en 2001, distanciándose aún más de las privadas. En concreto, la cadena pública se situó a más de 5,7 puntos de Telecinco y a 5 de Antena 3.

El 12 de mayo de 2002, el Consejo de Ministros nombraba director general de RTVE a Javier González Ferrari, relevo que se produjo el 18 de julio de ese mismo año.

Una característica básica que define a RTVE es su doble vía financiación: subvenciones del Estado e ingresos publicitarios, un modelo que comparte con las televisiones autonómicas:

- El importe de las subvenciones del Estado ascendió en el año 2003 a 757 millones de euros para RTVE y a 698 millones de euros para el conjunto de televisiones autonómicas agrupadas en la FORTA. Sin embargo, hasta el año 2003, el recurso a las subvenciones por parte de RTVE ha sido relativamente pequeño, lo que ha provocado un déficit financiero de 6.000 millones de euros que ha sido sostenido mediante endeudamiento bancario con el aval del Estado.
- Los ingresos publicitarios de la televisión pública en España no están sometidos a limitaciones, como las establecidas en otros países europeos. La participación en el mercado publicitario en 2003 ascendió en RTVE a 30,6%²³⁷.

²³⁶ TVE se incorpora como accionista en la plataforma de televisión digital por satélite Vía Digital, promovida por Telefónica, unos hechos que se describirán más detalladamente en el análisis de esta tesis doctoral, la séptima parte de la misma.

4.5.2. Televisiones privadas: la apuesta del PP

Mientras se definía la legislación de la televisión por cable y por satélite y surgían las primeras ofertas de esta televisión, los canales privados reflejaban ya una cierta madurez y conseguían beneficios tras unos primeros años de pérdidas. Según recoge Bernardo Díaz Nosty en el Informe Anual de Fundesco de 1996, el sector de las televisiones privadas no consiguió en su conjunto beneficios contables hasta el año 1995. En estos resultados, hay que dejar al margen a Canal Plus que operaba sobre una longitud de negocio distinta al resto de las cadenas ya que basaba el 95% de sus ingresos en el pago de sus abonados. A finales de 1994, esta televisión de pago había superado la cifra de 850.000 abonados, situándose como tercera televisión de este tipo en Europa.

Por su parte, Antena 3 después de un lustro de pérdidas continuadas, declaró en 1995 beneficios antes de impuestos por valor de 5.546 millones de pesetas (33,33 millones de euros). Asimismo, Tele 5 presentó ese año unos resultados positivos de 328 millones (casi 2 millones de euros) tras un ejercicio de pérdidas por valor de 2.396 millones de pesetas (14,4 millones de euros)²³⁸. Así, comenzaba una fase de estabilidad económica para este tipo de televisiones.

Sin embargo, en las televisiones privadas no cesan los cambios estructurales durante estos años, sobre todo en Tele 5 y Antena 3. De la primera de ellas, destacó la entrada del Grupo Correo en 1996 que se hizo con un 25% de Gestevisión/Tele 5 y de Prensa Española que, además de un 4% que obtuvo por participar en la sociedad Sotelcin con el grupo Correo, adquirió a Invermedios (Banesto) el 10% que poseía, con lo que alcanzó el 14% de Tele 5. Antes de formalizarse estas operaciones, Prensa Española se desprendió del 1,62 % que tenía en Antena 3. Díaz Nosty señala que con la entrada de Correo en Tele 5, todos los grandes grupos asentados en el sector de la prensa adquirirían una presencia central en la propiedad y control de la gestión de los canales privados²³⁹.

El hecho más destacado en el cambio de accionariado de Antena 3 se produjo en 1997 con la llegada de Telefónica que adquirió las acciones del propio Antonio Asensio. Telefónica penetró en Antena 3 respaldada por un accionariado estable formado por el BBV, Argentaria y La Caixa. A finales de ese año, se creó Telefónica Medios de Comunicación, S.A. destinada a agrupar las empresas del sector en las que participaba Telefónica.

Por último, Canal Plus, que no presentó ningún cambio importante en su estructura empresarial, fue noticia en 1997 por la querrela que había presentado en su contra Antonio

²³⁷ DELOITTE: *Estudio comparativo sobre el número de operadores y canales de televisión comercial en Europa*, Technology, Media & Telecommunications, 2004, pp. 39-40.

²³⁸ DÍAZ NOSTY, Bernardo: *Comunicación social /Tendencias 1996*, Informe anual de Fundesco, Fundesco, 1996, p. 187.

²³⁹ DÍAZ NOSTY, Bernardo: *Comunicación social...*Op. cit. p.29.

Asensio, tras la concesión de una licencia de televisión privada. El Tribunal Constitucional falló a favor de Canal Plus y reconocía que esta cadena estaba dentro del ordenamiento jurídico español.

Durante estos años, las televisiones privadas habían experimentado cambios importantes en sus líneas de programación, sobre todo Tele 5 que pasó de ser una televisión espectáculo a dar primacía a sus informativos y apostar por las series de producción propia y el cine, así como dejar a un lado la “guerra del fútbol” (TVE, Antena 3 y las plataformas digitales). Por su parte, Antena 3 daba prioridad a las series de producción propia, de las que fue pionera, y acentuó la importancia de sus informativos. Finalmente, Canal Plus aumentó sus emisiones deportivas en general y futbolísticas, en particular, junto con las retransmisiones taurinas.

En la recta final de los diez años otorgados por el Gobierno en las licencias, estas televisiones, que ya cubrían todo el territorio nacional, habían conseguido unos índices de audiencia en torno al 23% para Antena 3 y el 20% para Tele 5. Asimismo, Canal Plus, había incrementado el número de abonados y se situaba como la tercera televisión de pago en Europa.

Además, económicamente se observa una clara recuperación desde 1997-1998, con el crecimiento de las inversiones publicitarias por la bonanza económica. Así las tres cadenas privadas habrían conseguido en 1999 una cifra neta de negocio de 245.498 millones de pesetas (1.475,4 millones de euros) y un beneficio neto de 34.165 millones de pesetas (205 millones de euros) con la única salvedad de las pérdidas de Sogecable por el lanzamiento de Canal Satélite Digital.

Los años posteriores a esta recuperación económica estarán marcados por los cambios estructurales en cada una de estas televisiones, caracterizados por la entrada de capital extranjero, así como por su consolidación en el mercado audiovisual español.

Enrique Bustamante señala que “la apertura a los canales privados ha implicado también un fenómeno de penetración del capital multinacional que no se daba lógicamente en este sector con anterioridad y que afecta a todos los concesionarios privados, aunque se produzca con especial intensidad en Telecinco, en donde además cobraba una destacada singularidad política, reveladora de la potencial pérdida de soberanía nacional de la privatización televisiva”. Y continúa este autor con el ejemplo de Telecinco: “Más allá de la presunta violación de las limitaciones legales españolas, la conversión del socio dominante de Mediaset, Berlusconi, en primer ministro italiano en 1994 y, especialmente, a partir de 2001, mostraba abruptamente las contradicciones potenciales de esta internacionalización, y su control mayoritario de Gestevisión, la empresa concesionaria, no sería puesto en cuestión ni siquiera por la venta de acciones del Grupo Kirch tras su bancarrota en 2002”²⁴⁰.

²⁴⁰ BUSTAMANTE, Enrique: *Comunicación y cultura...* Op. cit. p. 220.

En contraposición a esta penetración multinacional, ninguna cadena analógica española ni su grupo empresarial poseía intereses en cadenas televisivas extranjeras con la única excepción de Telefónica Media en Latinoamérica a través de Telefónica Media (después bautizada Admira).

Tras la entrada de capital internacional en las televisiones privadas y la consolidación entre la audiencia, en 2003, año en que finaliza el periodo de investigación de esta tesis doctoral, este sector presentaba la siguiente configuración:

- Telecinco: sus principales accionistas eran el Grupo Meidaset (52%) y Vocento (13%), y su share de audiencia ascendió al 21,7%, situándose en el segundo lugar del ranking de audiencias. Por último, su cuota de participación en el mercado publicitario se situaba en un 28,3% en el año 2003.
- Antena 3: sus principales accionistas eran Kort Geding, S.L (33,52%), RTL Group Communications S.L. (17,27%) y Macame- SCH (10%). El share de audiencia de Antena 3 en el año 2003 fue del 19,1%, mientras que su participación en el mercado publicitario de la televisión fue el 24,3% en ese mismo año.
- Canal Plus: sus principales accionistas eran el Grupo Telefónica (23,82%), Prisa (23%) y Vivendi (5,48%). Continúa con ciertas restricciones a la emisión de publicidad y está obligado a la emisión de parte de la programación en abierto. Al cierre del ejercicio 2003 contaba con 548.000 abonados, con una cuota mensual de 25 euros. En ese año, su share de audiencia es del 2,1%, mientras que su participación en el mercado publicitario se limita a un 1,5%.

4.5.3. *Televisión por cable*

Con la llegada del PP al Gobierno se introducen importantes modificaciones en la legislación que regulaba hasta esa fecha la televisión por cable. Tan sólo varios meses después de la victoria del Partido Popular en las elecciones generales, el 13 de septiembre de 1996, se aprobó en Consejo de Ministros el Reglamento Técnico y de Prestación de Servicio de Telecomunicaciones por Cable. La principal modificación que introducía este Reglamento fue aumentar el plazo de nueve a veinticuatro meses en que la Compañía Telefónica no podía ofrecer servicios por cable en las demarcaciones donde se constituyesen segundos operadores.

Asimismo, este Gobierno aprobó un real decreto que regulaba el funcionamiento del segundo operador de telecomunicaciones. Para ello, Retevisión constituiría una sociedad anónima a la que apostaría la totalidad de los activos pertenecientes al estado que hasta ese momento eran gestionados por el Ente Público.

A finales de febrero de 1997, el Ministerio de Fomento comenzó la convocatoria de los concursos para la adjudicación de los servicios de telecomunicaciones por cable, tal y como había quedado estipulado en la ley. Para presentarse a estos concursos, Telefónica, bajo la marca Imagenio, creó sociedades en cada demarcación con socios locales de los mercados financieros y medios de comunicación, con diferentes combinaciones accionariales pero conservando siempre una mayoría del capital.

Enrique Bustamante señala que:

“En las concesiones para ese presunto competidor, resueltas en 43 demarcaciones a lo largo de 1998 y 1999 a favor de empresas aparentemente muy diversas, se decantaron inmediatamente dos polos activos desiguales: el holding AOC (Agrupación de Operadores de Cable), liderado por el Grupo AUNA-Retevisión (con Endesa y Telecom Italia como socios dominantes) con un 83% del mercado potencial de hogares, mientras que Cableeuropa, dominada accionarialmente por SpainCom (General Electric y Bank of America, sobre todo) ganó en demarcaciones que apenas significaban un mercado potencial del 13% de los hogares (especialmente tras su expulsión de la red Menta, de Cataluña). Se dibujaba así en la televisión por cable un duopolio nítido (Telefónica-Retevisión), aunque ligeramente imperfecto (Cableeuropa), pero los movimientos accionariales posteriores (con presencia destacada en ambas del BSCH) apuntaban a una probable fusión o alianza AOC-Cableeuropa”²⁴¹.

Sin embargo, la televisión por cable no logra despegar y convertirse en un auténtico segmento de negocio en los siguientes años. En este sentido, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones constataba que en el año 2000 las operadoras concesionarias apenas habían realizado una pequeña parte de las inversiones comprometidas en el despliegue de la red y de sus provisiones, con unos 298.000 clientes de televisión de pago (un 10% del total de abonados) y un ingreso estimado para la televisión de tan sólo 3.553 millones de pesetas (21,3 millones de euros), lo que representa un 1,9% del total de la TV de pago²⁴².

Por otro lado, desde su privatización y posterior salida de Cablevisión, Telefónica nunca apostó seriamente por este tipo de televisión. Enrique Bustamante especifica “que su estrategia se decantaba claramente por la tecnología ADSL, por razones imaginables muy diversas, que venía a ser refrendada en 2001 por el Gobierno (Ministerio de Ciencia y Tecnología) con la liberalización de sus obligaciones en el cable alegando razones de “neutralidad tecnológica”. Esta situación podía ser leída como la reserva de un verdadero monopolio de futuro sobre el

²⁴¹ BUSTAMANTE, Enrique: Comunicación y cultura... Op. cit. p. 242.

²⁴² Véase el Informe anual 2000 de la CMT:

http://www.cmt.es/cmt_ptl_ext/SelectOption.do?nav=publi_anuales&detalles=0900271980017a98&pagina=1

cable para AOC y minoritariamente para ONO pero, en la práctica significaba un revés importante para el desarrollo del cable y para su estímulo competitivo”²⁴³.

En el año 2003, la televisión por cable no ha logrado despegar definitivamente en España, aunque existen varios operadores de cable, entre los que destacan:

- Auna Cable: propiedad del Grupo Auna, uno de los principales operadores de telecomunicaciones de España (cable, telefonía móvil). Comenzó a operar en diciembre de 1998 y hasta el año 2003 ha conseguido 300.000 abonados, con una cuota mensual media de 18 euros y una oferta de 100 canales. Entre sus accionistas se encuentran Endesa (28,89%), SCH (23,49%) y Unión Fenosa (18,17%).
- Ono: comenzó a emitir en 1998, y cuenta en el año 2003 con una cifra de 360.000 abonados, con una cuota mensual de 11 euros para el paquete de 100 canales o de 23 euros para la oferta que engloba a 150 canales. Entre sus accionistas se encuentran SCH (18%), Grupo Ferrovial (9,6%) y Sapincom (45%) que aglutina a General Electric (49,7%), Bank of America (25,3%) y GDP (25%)²⁴⁴.

4.5.4. TDT: el fracaso de Quiero TV

El nacimiento de la televisión digital terrestre en España fue pionero en el mundo, siendo el tercer país en abordar su regulación. Sin embargo, su implantación ha sido lenta y los resultados poco satisfactorios. En concreto, en 1998 se elabora el Plan Tecnológico Nacional para la Televisión Digital Terrestre, que establece las pautas para la repartición del espectro y los plazos para la implantación de la TDT a nivel nacional, regional y local, fijando como fecha límite para el “apagón analógico” el año 2012.

De acuerdo con la redacción del texto legal, la televisión convencional estaba obligada a introducirse en el mundo digital. Por eso, cada canal público o privado recibió la concesión de una sola licencia digital pero podría recibir más cuando hubiese más competencia y más capacidad de banda. Por exigencia directa gubernamental en el caso de TVE y por el contrato de la prórroga de concesión en el caso de los canales privados, estas cinco licencias debían emitir en simulcast (igual programación que en analógico) desde la primavera de 2002. De esta manera, los espectadores podrían optar por seguir Antena 3, Telecinco, Canal + y los dos canales de TVE a través de calidad analógica o digital.

La primera licencia de TDT en España se concedió en 1999. El Gobierno realizó un concurso para la concesión de 14 canales digitales por ondas codificadas (dos multiplex y medio), con 32 horas en abierto obligatoriamente por semana. Dada la incompatibilidad de las empresas

²⁴³ BUSTAMANTE, Enrique: *Comunicación y cultura...* Op. cit. p. 243.

²⁴⁴ DELOITTE: *Estudio comparativo...* Op. cit. p. 40.

concesionarias ya existentes y de sus socios, esta primera licencia se adjudicó al único aspirante, Onda Digital, luego denominada Quiero TV, en donde Retevisión, ya privatizada, aparecía como socio dominante, con Endesa y Telecom Italia como accionistas básicos.

Pero el gran año de la TDT en España fue el año 2000. En abril, Quiero TV inició sus emisiones con el reclamo comercial del acceso a Internet a través de la televisión y una tarifa única de abono. Y unos meses más tarde, en noviembre de ese mismo año, se realizó el concurso y adjudicación de dos licencias nacionales de televisión a dos grandes mediáticos relacionados con la prensa: Net TV, liderada por el grupo periodístico Prensa Española, y Veo TV, controlada mayoritariamente por el grupo Recoletos-Unedisa, con Pearson como propietario total de Recoletos y que controla la mayoría de Unedisa junto con el grupo Agnelli.

Además, la regulación de la televisión digital terrestre había previsto que cada Gobierno regional contase con dos canales para la televisión autonómica y pudiesen conceder otros dos a la gestión privada, vía que siguió la Comunidad de Madrid al concedérselos a aspirantes liderados por Retevisión y por Prensa Española. Así, en octubre de 2000 surge en Madrid el primer canal autonómico privado que opera a través del nuevo sistema digital, Onda 6.

Aunque aparentemente las nuevas concesiones de TV digital, en codificado o en abierto, aumentan el pluralismo del sistema televisivo, en la práctica no es exactamente así. A pesar de prohibirse la presentación en los concursos de las nuevas concesionarias de canales anteriores o de sus accionistas, numerosas empresas o grupos participan directa o indirectamente, en televisiones analógicas y digitales terrestres. Es el caso del grupo Correo, partícipe en Telecinco pero presente, a través de la productora Grupo Árbol en Net TV y, tras su compra de ABC, en Veo TV y en Onda 6. Otro ejemplo es el de Telefónica Media que posee directamente un 47% de Antena 3 TV y un 49% en Vía Digital, pero que a través de Pearson-Recoletos del que es socio y de su participación en Unedisa está también presente en Veo TV con el 50% de las acciones.

A finales de 2000, Quiero TV sólo había conseguido 113.000 abonados, un 3,6% del mercado de la televisión de pago, y un 0,4% de la facturación de este modelo de televisión en España. Enrique Bustamante señala que “pese a las reorientaciones estratégicas lanzadas (creación de portales propios en Internet y mayor interactividad), Quiero TV perdió más de 40.000 millones de pesetas en dos años (204 millones de euros) con sucesivas ampliaciones de capital que abortaron finalmente en 2001, y hubieron de ser sustituidas por créditos”²⁴⁵. Además, en apenas dos años y como consecuencia de los resultados negativos, socios importantes como Planeta o Carlton bajaron su participación y su socio de referencia Auna (49%) proclamó su deseo de vender tras la marcha de Telecom Italia.

²⁴⁵ BUSTAMANTE, Enrique: *Comunicación y cultura...* Op. cit. pp. 244 y 245.

Tan solo dos años después de sus inicios, en la primavera de 2002, Quiero TV hubo de cerrar sus puertas sin encontrar comprador, manifestándose dispuesta a devolver sus licencias nacionales. Los días 16 y 17 de abril de ese año, los diarios *El País* y *El Mundo* titulaban respectivamente: “Quiero se prepara para liquidar la empresa tras perder casi 400 millones” y “Anschultz retira su oferta por Quiero TV, que devolverá su licencia el 25 de abril”. Además, *El País* explicaba que “Auna, el principal accionista de la plataforma de televisión digital terrestre, dio ayer por agotado el plazo marcado por el fondo de inversión estadounidense Aunschutz para comprar la compañía” y añadía: “Los socios de Quiero no están dispuestos a mantener el actual ritmo de pérdidas (24 millones de euros al mes), que se une a los 216 millones del año pasado y a los 85 acumulados el anterior. En dos años de actividad, los accionistas cifran sus pérdidas en alrededor de 400 millones de euros. (...) En este contexto, los socios creen, según las citadas fuentes, que “el negocio es inviable económicamente””.

Por su parte, el diario *El Mundo* señalaba en esta misma línea que “las fuertes pérdidas financieras, el alto número de desconexiones (en lo que va de año han sido unas 40.000, dejando en 90.000 el número real de abonados) y la falta de unidad de criterio de los accionistas han acelerado el proceso de cierre de la compañía”²⁴⁶.

El fracaso de Quiero TV se traduce en un fracaso del modelo de televisión digital terrestre de pago y por otro lado, a ello se añade la inexistencia de un parque de televisores preparados para recibir la señal digital lo que supone una importante limitación al desarrollo de los planes de negocio de los operadores Net TV y Veo TV.

Con todo ello, a finales de 2003 la cobertura de televisión digital terrestre es aproximadamente un 25% de la población, y la TDT se sitúa en una situación de estancamiento, que lleva a España de ser pionera en el mundo a una posición de retraso frente a otros países europeos. FIDECA, Foro para la Investigación y el Desarrollo de la Cultura Audiovisual, señala como principales factores de este retraso: “una enorme dispersión normativa bien corregida y aumentada durante los Gobiernos del PP y una desincentivación desde el plano institucional para la industria, los operadores y demás agentes involucrados en la transición a la televisión digital”²⁴⁷.

4.5.5. *La televisión en Internet: inicios difíciles*

Aunque se apostaba por la interactividad y la televisión en Internet como la gran apuesta de futuro de la televisión, este modelo no consiguió una cuota de mercado importante. A finales de

²⁴⁶ Véanse los diarios *El País* y *El Mundo* correspondientes a los días 16 y 17 de abril de 2002, respectivamente.

²⁴⁷ FIDECA, Foro para la Investigación y el Desarrollo de la Cultura Audiovisual: *Los desafíos de la televisión digital terrestre*. (<http://www.auc.es/Documentos/Documentos%20AUC/Docum2004/docu22.pdf>).

la década de los noventa, todas las cadenas de televisión comienzan a instalarse en sitios web, pero con un notable retraso respecto a otros medios como la prensa o la radio.

Enrique Bustamante señala que “los esfuerzos se han orientado más bien hacia la información complementaria a la programación (enhanced TV) y a explotar el éxito de ciertos programas, infantiles y juveniles sobre todo, incluso más allá de su desaparición en antena, con páginas vinculadas a ellos y a sus públicos y, en ocasiones realizadas con las respectivas productoras. Divisiones especializadas de las cadenas (como Antena 3 Interactiva) o filiales mixtas (como Boca o Boca Interactiva, con inversión del grupo Correo) han trabajado así en páginas sobre “Al salir de clase”, “Gran Hermano”, “Supervivientes”, “Operación Triunfo”, etc., contribuyendo a veces a amplificar su éxito”²⁴⁸.

Como indica este mismo autor, aunque ha habido alguna iniciativa orientada a una información permanente y actualizable a través de la red, se ha tratado de proyectos con una escasa inversión y con poca explotación de la descentralización informativa que ha cimentado la estrategia de las televisiones estadounidenses en la web.

La principal apuesta de acceso a Internet a través del receptor de televisión en España ha sido Quiero TV, pero tras su fracaso y hasta 2003, las televisiones públicas y privadas no han demostrado la posibilidad del medio televisivo como proveedor de contenido para Internet y la opción de interactividad no ha pasado de ser un elemento de marketing para atraer al público.

A finales de 2003, a pesar de los cambios y la apuesta por las nuevas tecnologías, el modelo de televisión en España está dominado por la televisión comercial, tanto pública como privada, que emite en analógico terrestre. Y en esas fechas, poco antes de cumplir sus cincuenta años de vida, el mercado está dominado por cuatro grandes operadores, considerando a las televisiones autonómicas como un único operador, que aglutinan el 90% de la audiencia total de televisión y tienen una cuota de participación del 98% en el mercado publicitario. Además, tanto el mercado de las audiencias como el mercado publicitario están divididos al 50% entre los operadores públicos (RTVE y Forta) y los operadores privados (Telecinco y Antena 3)²⁴⁹.

Desde su nacimiento, la televisión en España ha ido evolucionando, adaptándose a las nuevas tecnologías y ofreciendo nuevos modelos de televisión, a la vez que se ha ido complicando el concepto bajo el que nació este medio de comunicación en 1956. Ahora priman las audiencias, los resultados económicos, las alianzas en busca de mayores beneficios, los conglomerados, la televisión a la carta, la posibilidad de interactividad... Los principales hitos que resumen la historia de este medio y la configuración de la estructura audiovisual hasta 2003 quedan recogidos en el siguiente cuadro adjunto:

²⁴⁸ BUSTAMANTE, Enrique: *Comunicación y cultura...* Op. cit. p. 245.

²⁴⁹ DELOITTE: *Estudio comparativo...* Op. cit. p. 37.

HISTORIA Y ESTRUCTURA DE LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA. PRINCIPALES HITOS		
FECHA	ACONTECIMIENTO	SIGNIFICADO
PREHISTORIA DE LA TELEVISIÓN (1920-1948)		
1920-1940	Experiencias desconectadas e individuales sobre transmisión de imágenes (belinógrafo, fonovisión, telefotografía...) y una amplia reflexión sobre la TV en prensa y revistas especializadas.	Interés hacia las nuevas tecnologías de telecomunicación y desarrollo de los precedentes de la TV (frenados durante la Guerra Civil).
1948	Demostración de la TV en la "Feria Internacional de Muestras de Barcelona".	
HISTORIA DE LA TELEVISIÓN: EL FRANQUISMO (1949-1975)		
1949-1956	Período de pruebas de TVE y primeros ensayos de emisión a partir de 1953.	
28/10/1956	Inauguración oficial de TVE.	Nace como instrumento al servicio del Régimen y marcado carácter centralista.
1959-1961	Llegada de TVE a Barcelona, Castilla, Valencia, País Vasco y Andalucía.	Expansión y desarrollo de la televisión.
1960	Ingreso de TVE en Eurovisión y transmisión en directo de la boda de Fabiola de Mora y el rey Balduino.	Apertura al exterior y primera retransmisión masiva (cambio de hábitos, la TV se va convirtiendo en un nuevo electrodoméstico).
Febrero, 1964	Cobertura total (incluidas las islas) y creación de los tele-clubs.	Se quiere popularizar la televisión y que llegue a toda la población.
1965	Creación de la Segunda Cadena (UHF), que comienza sus emisiones regulares al año siguiente.	Un intento de televisión para "la inmensa minoría".
23/12/1965	Anulación del impuesto de lujo sobre la tenencia de receptores de TV (ley 103/1965).	La publicidad única fuente de ingresos. Carácter cultural.
Diciembre, 1965	Primeras pruebas de TV en color, se opta por el PAL aunque no de forma oficial.	Consolidación de la televisión como fenómeno de masas.
1971	Fundación y consolidación de la OIT (Organización de Televisión Iberoamericanas).	Puente audiovisual entre España y América Latina.
1973	Nace el grupo RTVE.	Se constituye como servicio público centralizado.
1975	TVE se adhiere a la Agencia Espacial Europea y España ingresa en INTELSAT.	Apertura al exterior y apuesta por los satélites de comunicación.
HISTORIA DE LA TELEVISIÓN: TRANSICIÓN Y DEMOCRACIA (1976-2003)		
1980	Estatuto de RTVE (Ley 4/1980), se convierte en Ente Público.	Intento de modernización e independencia del poder.
1982	Primeras televisiones locales que surgen en la ilegalidad (Cataluña, Andalucía y País Vasco).	El audiovisual se acerca a su entorno más inmediato.
01/01/1983	Surge el Ente Público de Radio Televisión Vasca, anticipándose a la ley.	Ruptura del monopolio de TVE, aunque dentro del sector público. Mayor complejidad del audiovisual. Intensificación de las "señas de identidad" de las zonas españolas y también de la politización-manipulación.
26/12/1983	Ley reguladora de terceros canales.	
1983 - 1989	Otras televisiones autonómicas: TV3 (Cataluña, 1983, se adelanta a la ley), TVG (Galicia, 1985), Canal Sur (Andalucía, 1987), Telemadrid y Canal 9 (Madrid y Valencia, 1989).	
31/03/1982	Fallo del Tribunal Constitucional a favor de la TV privada: "no está constitucionalmente impedida".	Inicio del proceso legislativo que permitirá los canales privados.
1989 -1990	Nace la televisión privada. Se aprueba la Ley de Televisión Privada y se otorgan las licencias. Comienzan las emisiones: Antena 3 (Godó/Prensa Española), Tele 5 (Mediaset-Berlousconi, Once y Anaya) y Canal Plus (Grupo Prisa, codificado).	Ruptura del monopolio. Nacen bajo el impulso y la responsabilidad de los poderes públicos y no al libre juego de las fuerzas del mercado.

HISTORIA DE LA TELEVISIÓN: TRANSICIÓN Y DEMOCRACIA (1976-2003)		
1992	España lanza el satélite Hispasat.	Se intensifican las emisiones para América Latina.
1995	Se aprueban leyes de telecomunicaciones para los servicios de televisión por cable y satélite.	Configuración del marco jurídico para la adopción de las nuevas tecnologías y la ampliación de la oferta.
1995	Telefónica y Prisa constituyen Cablevisión.	Apuesta por la televisión digital por cable.
1996	Bruselas prohíbe la constitución de Cablevisión. El Partido Popular llega al Gobierno y modifica la normativa de la televisión por cable. Además, se privatiza Telefónica.	Se rompe Cablevisión. Telefónica y Prisa buscan nuevos segmentos de negocio: la tv digital por satélite.
1997	Telefónica compra las acciones de Asensio en Antena 3.	
1996-1997	Las televisiones privadas consiguen beneficios. Penetración de capital multinacional.	Ninguna cadena española tiene intereses en televisiones extranjeras.
1998 - 1999	Concesiones de TV digital por cable, 43 demarcaciones.	Auna y Cableeuropa consiguen la mayoría de los concursos.
1999	Primera licencia de televisión digital terrestre: Quiero TV.	
2000	Comienzan las emisiones de Quiero TV. Nuevas licencias de TDT para Net TV (Prensa Española) y Veo TV (Recoletos-Unedisa). Comienzan las emisiones de Onda 6.	España pionera en la regulación de TDT. Las nuevas licencias no aumentan el pluralismo.
2001	RTVE ingresa en la SEPI.	
2002	Quiero TV devuelve su licencia ante las pérdidas económicas y el escaso número de abonados.	Fracaso y estancamiento de la TDT
2003	Televisión pública (RTVE y FORTA) doble financiación: publicidad y subvenciones. Televisión privada: capital internacional, consolidación en la audiencia. Televisión digital por cable: no logra despegar, destacan dos operadores (AUNA y ONO). TDT: estancamiento, cobertura del 25% de la población. Televisión digital por satélite: fusión e inicio de emisiones de Digital +.	Modelo de televisión dominado por la televisión comercial, tanto pública como privada, que emite en analógico terrestre.

Tabla 1. Fuente: Elaboración propia

| *Quinta parte*

**LA TELEVISIÓN DIGITAL POR
SATÉLITE EN EL CONTEXTO
INTERNACIONAL: ESTADOS UNIDOS,
EUROPA Y JAPÓN**

1. Introducción

La televisión digital no es un proceso nuevo. Tomás Bethencourt, profesor del Instituto Europeo de la Empresa Audiovisual asegura que “fue precisamente en 1983 cuando se aprobó la norma de producción digital de vídeo popularmente conocida como 4.2.2. Desde entonces, un conjunto de equipos: operadores de efectos, sincronizadores de cuadro, paletas gráficas, cámaras digitales, etc., se han introducido en forma de islas en un entorno analógico que ha ido cediendo terreno a la digitalización. Pero en el ámbito de las comunicaciones, es en la década de los noventa cuando la digitalización penetra fuertemente en la distribución y en la contribución de señales, para afectar después a las propias emisiones al público”²⁵⁰.

La televisión digital consiste básicamente en la conversión de la señal de televisión convencional en una secuencia de bits (unos y ceros, que son las unidades mínimas de información con la que trabajan todos los operadores). Debido a la gran cantidad de información que aparece en una imagen en movimiento, toda esa inmensa secuencia de bits se comprime en una más pequeña a través de programas especializados que utilizan el estándar MPEG-2. Una vez digitalizada, la señal se transmite a los hogares a través de la televisión terrestre, el satélite o el cable. Cuando llega la señal a los hogares se decodifica, descomprime y se convierte en formato analógico mediante un IRD (decodificador receptor integrado).

Para el objeto de estudio de esta investigación, interesa la televisión digital por satélite: su origen, desarrollo y evolución internacional hasta 2003, fecha final de esta investigación. Esta aproximación histórica permitirá una mejor contextualización y ayudará al análisis posterior de este tipo de televisión en España. La televisión digital fue lanzada a partir de 1994 en Estados Unidos, país pionero, desde 1996 en Europa y desde 1998 en América Latina.

La cadena norteamericana Direct TV fue, en 1994, el primer canal que transmitió señal de TV digital. A principios de 1996, Astra –propietaria del principal sistema de satélites de Europa– contaba ya con 40 transpondedores digitales frente a 64 analógicos, proporción que se igualaría en 1997 con la puesta en funcionamiento de los satélites 1G y 1F. Por otro lado, la cadena mexicana Televisa ofrece, antes de octubre de 1996, una programación digital compuesta por 150 canales y el canal británico BSkyB pone en marcha en el otoño de 1997, una programación digital compuesta por casi 500 canales diferenciados. Todos estos datos ponen de relieve la importancia y el desarrollo de la televisión digital por satélite a partir de mediados de la década de los noventa.

El análisis de la televisión digital y su desarrollo quedaría sin embargo descontextualizado si no se tienen en cuenta, por un lado, la historia de los satélites aplicados a la difusión de televisión y, por otro, la televisión de pago, un negocio en el que se encuentra inmersa la televisión digital

²⁵⁰ Citado por Diego Antonio Velázquez Mallofret en su tesis doctoral: *Principales transformaciones del mercado audiovisual español en el periodo 1989-1996: El fin del monopolio y la aparición de nuevas ofertas audiovisuales*, director Juan Luis Manfredi Mayoral. Universidad de Sevilla, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo y Literatura, Sevilla, 1998.

y que supuso una transformación profunda de la televisión, tal y como era concebida hasta ese momento. Por ello, se van a desarrollar a continuación ambos aspectos, antes de entrar a describir el origen y evolución de la televisión digital por satélite en el contexto internacional.

2. Los satélites: la tecnología de las telecomunicaciones aplicada a la difusión de televisión

El inicio de la era espacial estuvo marcado por el lanzamiento del satélite artificial Sputnik-1 en 1957. Un año después, Estados Unidos puso en órbita el satélite Store, un proyecto de tan sólo trece días, lanzado por el ejército y destinado a experimentar transmisiones de información de un punto a otro del globo. Al Store, le siguieron diversos proyectos entre ellos, el Eco1, con el que se realizaron las primeras pruebas de televisión. Sin embargo, no fue hasta 1962 cuando se realizó la primera transmisión de televisión por satélite entre Estados Unidos y Europa gracias al Telstar, diseñado por la Compañía Americana del Teléfono y el Telégrafo, la AT&T.

El Telstar fue el primer satélite comercial de comunicaciones y permitió tanto las primeras conversaciones telefónicas a través del Atlántico como las primeras imágenes de televisión. Este acontecimiento significó el inicio de una comunicación regular utilizando este medio de transmisión. Gracias al satélite se superó la limitación de cobertura de las señales hertzianas (150 kilómetros), ya que los satélites ofrecen anchuras de banda muy amplias y con uno sólo se puede cubrir gran parte de la superficie terrestre. Además, otra consideración adicional de orden económico que favorecía el satélite frente a otras técnicas es que “la comunicación por satélite es insensible al factor costo-distancia”²⁵¹. Con ellos se pueden recibir programas procedentes del exterior y enviar los programas nacionales a otros países, utilizando satélites nacionales e incluso extranjeros.

A partir de este momento, comienzan a crearse las grandes organizaciones internacionales para gestionar los servicios de comunicación por satélite.

2.1. Intelsat

En el Congreso estadounidense se acordó que para desarrollar las aplicaciones de las comunicaciones vía satélite la manera más eficaz de alcanzar resultados positivos consistía en implicar a los grandes grupos privados que operaban en las comunicaciones electrónicas. De

²⁵¹ ALCOLEA, Gema: *La televisión digital en España*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2003, p.31.

esta manera, se creó en 1963 la Communication Satellite Corporation (COMSAT), participada en un 61% por compañías estadounidenses y el resto por varios países. El objetivo de esta empresa era crear una red comercial de comunicaciones por satélite a escala mundial.

Promovido por COMSAT, nació en 1964 la Organización Internacional de Telecomunicaciones Vía Satélite, INTELSAT. El 20 de agosto de ese año, 11 países firmaron el documento por el que se creaba este consorcio cuyo fin era desarrollar la primera red de comunicación vía satélite y en el que participaban 75 países²⁵². El autor José M^a Álvarez Monzoncillo, señala que esta organización nació por la iniciativa de Estados Unidos en el momento en que tenían una posición de monopolio en materia de actividades espaciales, fuera de la Unión Soviética.

Por esta razón, en los inicios del sistema, Estados Unidos se reservó el 53% de las cuotas de Intelsat y con ellas, la gestión y el control del consorcio vía COMSAT, propietaria de un 50% de los cuatro grandes conglomerados de la comunicación y la electrónica: AT&T, ITT, RCA y Western Union. En 1973, cuando los estados miembros de la Intelsat eran 83, entró en vigor un nuevo acuerdo que reconsideraba el poder absoluto de Estados Unidos y que fijó en un 40% su nueva cuota de participación en el capital. Cuota que con el tiempo fue sufriendo nuevas disminuciones²⁵³.

Esta organización lanzó su primer satélite en el año 1965, llamado Intelsat 1, también conocido como Early Bird, que fue el primer satélite comercial puesto en el espacio, situado en órbita geostacionaria sobre el océano Atlántico. El Early Bird proporcionó el primer enlace transatlántico continuado vía satélite y era el primero de los que se irían poniendo en órbita y que en veinte años, alcanzaría ya su quinta generación (Intelsat V) y dieciséis servicios arrendados en satélite y dedicados a la transmisión continuada de servicios de TV.

A pesar de estas cifras, en 1986, el auténtico paquete de Intelsat no lo constituye aún la transmisión de servicios de televisión, sino que el verdadero e importante tráfico son las comunicaciones en general, y dependen de él las dos terceras partes de todas las llamadas transoceánicas del mundo.

La revolución de los satélites aplicados a la difusión de televisión la aportarían los llamados satélites de difusión directa (DBS), cuya modalidad de transmisión fue autorizada en 1977 por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) en la Conferencia de Ginebra. La radiodifusión directa por satélite se caracteriza por su capacidad de servir programas a vastas zonas supranacionales a un costo relativamente reducido, ofreciendo así importantes ventajas para la cobertura de zonas de sombra, sobre todo a partir del abaratamiento de la instalación de las antenas de recepción. El lanzamiento de estos satélites estaba previsto a partir de la segunda mitad de 1987.

²⁵² *Recepción de televisión por satélite. Manual del profesional*, Ediciones Aura, Barcelona, 1986, p.54.

²⁵³ ÁLVAREZ MONZONCILLO, José M^a e IWENS: *El futuro del audiovisual en España: las transformaciones ante el nuevo marco europeo*, Fundesco, Madrid, 1992, pp. 143-144.

Con anterioridad a la Conferencia de Ginebra ya se habían producido importantes debates sobre este tipo de satélites, pero fue aquí, en esta conferencia administrativa mundial para la radiodifusión vía satélite, donde se fijaron las principales reglas a las que los satélites de difusión directa debían atenerse. En el Plan de Ginebra se definieron los parámetros técnicos que la difusión televisiva directa por satélite debía respetar: las posiciones orbitales, la potencia, la banda de frecuencias de emisión y las dimensiones de los aparatos de recepción. Giuseppe Richeri señala que el objetivo del Plan de Ginebra era salvaguardar la soberanía nacional de cada Estado sobre su espacio televisivo preservándolo de la penetración de canales de televisión que, para diversas regiones, podrían ser “indeseables”²⁵⁴.

Hasta mediados de la década de los 80, Intelsat operó en las comunicaciones a escala internacional disfrutando de una posición de monopolio que se rompió con la creación de nuevos sistemas regionales como Eutelsat, que pertenece a operadores de telecomunicación europeos, o Arabat, en los países árabes.

2.2. Eutelsat

Gema Alcolea señala que el primer intento de Europa para conseguir una mejor posición en las comunicaciones a escala internacional fue aumentar su participación en COMSAT, pero no tuvo éxito. Por ello, se hizo necesario fomentar entre los principales países europeos la cooperación. Con este motivo, se crearon dos entes que promovieron la cooperación y coordinaron la investigación aeroespacial. Uno se ocupó de la fabricación de satélites y el otro, del desarrollo de un cohete capaz de poner en órbita los satélites europeos, sin tener que recurrir en este campo a Estados Unidos ni a la Unión Soviética.

En 1970 nació la European Space Research Organization (ESRO), pero, esta misma autora resalta que pronto se reveló ineficaz debido a la fuerte burocracia que se impuso a su organización y procesos de decisión. Así, en 1975, con planteamientos radicalmente diferentes, quedó convertida en la European Space Agency (ESA). Esta organización pretendió agrupar la investigación espacial de los países europeos para repartir costes, evitar duplicidades y limitar los riesgos de cada socio. Uno de los principales objetivos fue la construcción de cohetes. Para explotar comercialmente sus avances científicos, la Agencia Espacial Europea creó Arianspace, que se ocupó de la construcción de los cohetes y de los aspectos comerciales de su lanzamiento. En 1979, el cohete Ariane 1 colocó en órbita un satélite de comunicaciones. Actualmente, la ESA está integrada por 20 países, entre los que se encuentra España, aunque

²⁵⁴ RICHERI, Giuseppe: *La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*, Bosch, Barcelona, 1994, p.150.

no todos participan de la misma forma ya que los proyectos se dividen en dos grupos: obligatorios y opcionales²⁵⁵.

Por otro lado, en 1977 se funda EUTELSAT (Organización Europea de Telecomunicaciones por Satélite), un consorcio de 17 entes y administraciones europeas de telecomunicación, con el objetivo general de crear un sistema europeo de telecomunicación vía satélite, encargándose de la construcción y explotación de satélites comerciales. Giuseppe Richeri destaca que el propósito original era el de alcanzar con los satélites de Eutelsat tres resultados distintos: reforzar la red terrestre en previsión de un fuerte aumento de las comunicaciones telefónicas, telegráficas, por telex y de transmisiones de datos; suministrar a las empresas una gama de servicios como la videoconferencia, la transmisión de datos a alta velocidad y la impresión de periódicos a distancia; y el tercero y más limitado de los objetivos era el de proporcionar un apoyo a la Unión Europea de Radiodifusión para el intercambio de informaciones y noticias entre las televisiones públicas.

Un año más tarde, en 1978 Eutelsat empieza a utilizar el satélite experimental OTS (Orbital Test Satellite) de la Agencia Espacial Europea, a la espera de que entrase en funcionamiento el sistema operativo constituido por cinco satélites, el primero de los cuales debería ser operativo en 1983. Richeri describe que éstos pertenecen a la categoría de los satélites de telecomunicación de menor potencia y son, por tanto, más ligeros y, en conjunto, menos costosos que los necesarios para la difusión televisiva directa, y están reglamentados también de una manera más flexible. Su limitación es que requieren aparatos de recepción de dimensiones superiores a las definidas para la recepción individual (antenas parabólicas inferiores a 90 centímetros de diámetro)²⁵⁶.

Sin embargo, cuando entra en funcionamiento el primer satélite del sistema Eutelsat (Ecs1) se produce un hecho imprevisto ya que el consorcio constata que falta demanda para los servicios previstos originariamente, pero había aumentado la demanda para la transmisión de señales de televisión con objeto de alimentar las redes de cable ya presentes en distintos países europeos. Por ello, Eutelsat que nació como una iniciativa dirigida a otros servicios de telecomunicación, acaba proporcionando el primer y principal apoyo de la televisión vía satélite en Europa.

El éxito televisivo del primer satélite Eutelsat es inmediato y muchos operadores televisivos prefieren frente a la incertidumbre y la expectativa de los satélites de difusión directa, la certeza y la disponibilidad más inmediata de los satélites de comunicación que tienen menos limitaciones y son también más económicos.

²⁵⁵ http://www.esa.int/esaCP/SEMN29W4QWD_Spain_0.html.

²⁵⁶ RICHERI, Giuseppe: *La transición de la...* Op. cit. p.153.

En cuanto al desarrollo de los servicios de satélites de difusión directa, en Europa se remontan a principios de los años setenta cuando la Agencia Espacial Europea comenzó con el programa H-Sat. Gema Alcolea señala que con este proyecto “se trataba de experimentar todos juntos el impacto de la televisión directa por satélite sobre los sistemas televisivos tradicionales valorando sus consecuencias políticas y culturales en el ámbito nacional e internacional antes de hacer elecciones definitivas”²⁵⁷.

En 1979, Francia y la República Federal de Alemania abandonaron el proyecto H-Sat. Debido a que estos dos países corrían con el 62% de los gastos de este proyecto, al dejarlo, la Agencia Espacial Europea tuvo que cambiar este proyecto por el L-Sat, que posteriormente se llamó Olympus y que estaba financiado principalmente por el Reino Unido e Italia.

A partir de los años 80, con la entrada en funcionamiento de los satélites de distribución televisiva, nacen nuevos canales de televisión deliberadamente destinados a un público internacional. El primero de estos canales es el que surge en 1982 con el nombre de Sky Channel por iniciativa de Rupert Murdoch.

Eutelsat comenzó a emitir cadenas por el sistema digital a partir de sus satélites coposicionados en 13 grados Este (Eutelsat II F1 y Hot Bird 1). Diego Antonio Velázquez señala que en un espacio de dos años, de 1993 a 1995, la capacidad de emisión por satélite sobre Europa se vio aumentada en más de un 30%. En ese periodo, se pusieron en órbita geostacionaria seis nuevos satélites, poniendo de ese modo, 64 nuevos repetidores a disposición de los operadores de televisión. Por esta razón, 49 nuevas cadenas, esencialmente privadas, accedieron a la emisión por satélite, por lo que el número de cadenas emitidas por satélite pasó de 138 a 187²⁵⁸.

Durante los años 1996 y 1997, la organización europea desarrolló su estrategia de coposicionamiento orbital con el lanzamiento de los satélites digitales Hot Bird 2, 3 y 4, que poseían una capacidad unitaria de 20 repetidores, lo que sumado a los 32 existentes (sin contar con Eutelsat II F2, II F3, II F4) fijó la capacidad de Eutelsat en 92 repetidores, que cubrían la totalidad de Europa y la cuenca mediterránea y que permitían la emisión potencial de 1.500 programas para Europa.

Desde comienzos de 1996 son varios los países europeos en los que se han lanzado plataformas de televisión digital: Alemania, Francia, Grecia, Holanda e Italia, entre otros. “Las plataformas de TPS y ABSat en Francia; Telepiù/D+ y Mediaset de Italia; FilmNet Hellas de

²⁵⁷ ALCOLEA, Gema: *La televisión digital...* Op. cit., pp. 33-34.

²⁵⁸ VELÁZQUEZ MALLOFRET, Diego Antonio: *Principales transformaciones...* Op. cit.

Grecia; Discovery Viacom, Arabsat, Arabesque y Globecast son todas transmitidas desde la posición 13° Este de Eutelsat²⁵⁹.

2.3. Satélites de mediana potencia: Proyecto Astra

La difusión de programas de televisión a través de satélites de comunicación y la relativa incertidumbre ante el futuro de los satélites de difusión directa (DBS) propició, en el caso europeo, la aparición de iniciativas privadas que tendían a ofrecer servicios de difusión directa al usuario con fines estrictamente comerciales. Es el caso del proyecto Astra de la SES (Sociedad privada de derecho luxemburgués cuyas siglas son las iniciales de Société Européenne de Satellite) constituida el 1 de marzo de 1985, y en la que participan capitales luxemburgueses, belgas, ingleses, alemanes y suecos.

La intención de la SES es lanzar el primer satélite privado europeo, denominado Astra, aprovechando los recursos (frecuencia y posición orbital) obtenidos en concesión del Gran Ducado de Luxemburgo, obligado por presiones políticas a anular la concesión de un proyecto anterior, el Coronet, muy similar al Astra pero apoyado por capitales norteamericanos.

En el mismo año en que se constituye, la SES solicita a la RCA estadounidense, la construcción del satélite Astra 1A, equipado con 16 repetidores de 45 watios, más 6 de reserva, capaces de difundir cada uno un programa de televisión y cuatro programas de radio. De estos canales, 14 transmitirían con la norma clásica PAC y los otros dos, en D2 MAC, la norma intermedia hacia la Televisión de Alta Definición (TVAD).

El Astra 1A, lanzado en diciembre de 1988 y operativo desde febrero de 1989, constituye el primer sistema de televisión directa de Europa. A mediados de 1990, transmitía una veintena de programas de televisión, de los que 8 eran en alemán y 7 en inglés, que llegaban a 15 millones de hogares europeos. Para Pedro Orive, el lanzamiento de Astra “inaugura la esperanzadora era de la televisión directa vía satélite”²⁶⁰.

Juan Carlos Miguel de Bustos destaca el hecho de que ya antes de su lanzamiento, la SES había firmado su primer contrato con Sky Television para el alquiler de cuatro repetidores para las cadenas: Sky One, Sky Movies, Sky News y Eurosport, al que rápidamente siguió otro contrato con el grupo británico WH Smith Television, mediante el cual alquilaba dos canales para TV Sport –que explotaba en colaboración con la Générale des Eaux y con Canal Plus– y para Lifestyle –dirigido a un público femenino– que ocupa un canal compartido con The Children’s Channel.

²⁵⁹ GONZÁLEZ-NUÑEZ, José Ignacio: “Eutelsat y el desarrollo de la TV digital en Europa”, en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO, José M^a: *Presente y futuro de la televisión digital*, Edipo, Madrid, 1999, p. 130.

²⁶⁰ ORIVE, Pedro: *Europa guerra “audiovisual”*, Eudema, Madrid, 1990, p. 125.

Asimismo, alquila otro canal MTV Europe, cadena explotada por Maxwell (51%) y por Viacom (49%), propietaria de MTV en Estados Unidos. A esta cadena le siguen dos grupos suecos de cadenas financiadas mediante abono: Kinnevik (TV 1000) y Esselte (Filmnet) y la Compañía Luxemburguesa de Televisión (CLT), con RTL Veronique, que comparte con la cadena educativa europea Channel E.

Las últimas en llegar son las cadenas privadas alemanas, las generalistas Sat 1, RTL Plus, Pro 7 y la cadena especializada en cine y financiada por abono, Teleclub. En 1990, Astra 1A alquila el último canal disponible a la cadena germana 3 Sat, a la sazón primera cadena de TV pública que emite a través de Astra²⁶¹.

El Astra es un satélite construido en Estados Unidos que, aunque entra en la categoría de los satélites de telecomunicación, emite con una potencia superior a los de Intelsat y Eutelsat. Giuseppe Richeri señala que la mayor potencia del Astra, junto con el hecho de que la capacidad de las antenas de recepción había aumentado progresivamente, hacían que los canales emitidos por el satélite pudieran ser recibidos en buena parte de Europa incluso, con antenas de pequeñas dimensiones.

Así pues, las funciones de este satélite son similares a las de los futuros satélites de difusión televisiva directa, aunque escapan a las rígidas normas del Plan de Ginebra y de la directiva comunitaria sobre el estándar de emisión D2MAC. Pero, respecto de lo demás, este satélite ofrece, “además de las reducidas dimensiones de las antenas de recepción, dos ventajas sustanciales derivadas del hecho de que puede emitir dieciséis canales, cada uno de los cuales es alquilado a un canon más moderado; y la segunda es que cada vivienda con una única antena puede acceder simultáneamente a dieciséis canales”²⁶².

En febrero de 1991 se lanzaba el segundo satélite, Astra 1B, y al igual que ocurrió con el Astra 1A, ya antes de su lanzamiento se habían firmado contratos para el alquiler de cinco canales. Habrían de pasar cuatro años para que la SES (Sociedad Europea de Satélites) lanzara el primer satélite totalmente dedicado a las transmisiones digitales, hecho que tuvo lugar el 19 de octubre de 1995. A principios de 1996, Astra contaba ya con 40 transpondedores digitales frente a los 64 analógicos, proporción que se igualaría en 1997 con la puesta en funcionamiento de los satélites 1F y 1G.

2.4. Los satélites nacionales: Francia y Alemania

En la década de los ochenta se ponen en marcha diversos proyectos nacionales de satélites de difusión directa de televisión, que sin embargo, tendrán una evolución incierta, contradictoria y

²⁶¹ MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos: *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*, Editorial Bosch, Barcelona, 1993, p.58.

²⁶² RICHERI, Giuseppe: *La transición de la...* Op. cit., p. 173.

llena de obstáculos. Para Giuseppe Richeri, “el hecho es que los proyectos enmarcados en el Plan de Ginebra, quizás demasiado rígido y un poco prematuro, encuentran grandes dificultades técnicas y económicas. Surgen dudas sobre el tipo de satélites más adecuado para la difusión televisiva que hacen más lenta la construcción de los que están en proyecto, mientras crecen las inversiones necesarias para los previstos en principio. A esto se añaden algunas sorpresas. En efecto, el primero en proporcionar canales de televisión “desde el cielo” es un satélite originariamente destinado a otro tipo de servicio (Eutelsat)”²⁶³.

Tras abandonar el proyecto H-Sat, Francia y la República Federal de Alemania firmaron un acuerdo bilateral de cooperación por el que meses más tarde nació el consorcio franco-alemán Eurosatellite. Ambos países construyeron y comercializaron los sistemas de satélites de difusión directa (DBS): TDF y TV-SAT, respectivamente.

Con anterioridad a estos sistemas DBS, Francia en 1984 pone en órbita el primer satélite de comunicación nacional (Telecom 1) y poco tiempo después, será el turno de la Alemania occidental (Kopernicus). Se trata de familias de satélites mixtos destinados tanto a servicios de telecomunicación como a la transmisión de canales de televisión, por lo que ambas iniciativas tienen una amplia franja de actividades, que entra en competición con Eutelsat.

En 1987, Alemania fue la primera en poner en órbita el TV-SAT, el primer satélite europeo para la difusión directa de la televisión, pero no logró transmitir debido a un fallo técnico. Un año más tarde, sería el turno de Francia con el satélite TDF 1, al que siguió en 1990 el TDF 2.

De esta forma, a principios de los 90, dos países europeos habían desarrollado sistemas nacionales de satélites de televisión. Por una parte, Francia que disponía de los satélites de contribución de la serie Telecom y de dos satélites de difusión directa: TDF 1 y 2 —cuatro de los doce transpondedores de estos dos satélites han fallecido desde su lanzamiento—. Por otra parte, Alemania que contaba con dos satélites de contribución, Kopernicus 1 y 2, y de un satélite de difusión directa TV-SAT 2.

Llegados a este punto, y antes de describir el origen y la evolución del primer satélite español de comunicaciones, es necesario exponer varias ideas que reflejan la importancia del satélite y su rápida implantación y que resumen lo expuesto hasta este momento.

Enrique Bustamante destaca que el satélite ha desempeñado un papel clave en los Estados Unidos en la creación de mercados y economías de escala de la televisión por cable, al permitir desde 1974 la alimentación de los cableoperadores por “supercanales” con publicidad o sin ella, aunque los satélites de difusión directa tienen un largo periplo sin mucha repercusión. Por su parte, en Europa, este mismo autor señala que, la historia del satélite es en primer lugar, un envite industrial y de prestigio nacional, con enrevesados episodios de encuentros y desencuentros entre países europeos por su construcción y lanzamiento; pero es también una

²⁶³ RICHERI, Giuseppe: *La transición de la...* Op. cit., pp. 162-163.

historia televisiva, en donde este medio va a ir ganando cada vez más capacidad de uso en los sistemas instalados, apoyando el lanzamiento de televisiones nacionales con ambiciones de influencia internacional para centrar finalmente las estrategias y los sueños de la construcción europea²⁶⁴.

En este último sentido, Giuseppe Richeri señala que a principios de los 90 en Europa se cuentan casi setenta programaciones distintas distribuidas o difundidas vía satélite. De éstas, al menos una decena tienen vocación paneuropea y otras cincuenta se reciben en dos o más países. Además, aunque en principio se trataba de programaciones televisivas destinadas preferentemente a alimentar las redes de teledistribución por cable, los satélites de alta potencia como el francés TDF 1 y de mediana potencia como el luxemburgués Astra, puestos en órbita a finales de 1988 permitieron a los espectadores recibir los programas vía satélite en sus hogares mediante antenas de pequeñas dimensiones y económicamente accesibles²⁶⁵.

El mercado europeo del satélite está dominado por el duopolio constituido por la Sociedad Europea de Satélites (SES) y Eutelsat, que poseen, respectivamente, el 31% y el 26% de los canales (destinados al cable y a la recepción directa individual o colectiva). Los canales restantes se reparten entre Intelsat, France Telecom y otros operadores. Además, en Europa existen tres sistemas diferentes de satélite de televisión en Europa: los satélites multinacionales, los satélites nacionales y los satélites privados. Según los datos de 1995, el número de hogares en Europa Occidental que poseen una antena parabólica individual o que comparten un sistema de recepción de satélite colectivo puede estimarse en 19 millones frente a los 12'6 millones en 1993 y los 750.000 en 1989²⁶⁶.

Por último, Enrique Bustamante, señala que el satélite en paralelo a la televisión misma se ha ido haciendo cada vez un asunto más comercial: "Un proceso cuyo hito en Europa reside en el lanzamiento por la Sociedad Europea de Satélites del sistema Astra en 1988, o quizás más simbólicamente todavía, en el traslado de Sky Channel de Eutelsat a Astra en 1989"²⁶⁷.

2.5. Hispasat, primer satélite español de comunicaciones

Para Enrique Bustamante y Ramón Zallo, la posibilidad de un satélite de difusión directa para España se movió en la indefinición y el retraso permanente por parte de la Administración, que emprendía un estudio tras otro sin tomar más determinación que la de seguir analizando el

²⁶⁴ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2003, pp. 173-174.

²⁶⁵ RICHERI, Giuseppe: *La transición de la...* Op. cit., pp. 42-43.

²⁶⁶ Datos aportados por Diego Antonio Velásquez Mallofret en su tesis doctoral.

²⁶⁷ BUSTAMANTE, Enrique: *Hacia un nuevo...* Op. cit., p.174.

problema²⁶⁸. La historia de Hispasat se remonta al año 1982 y la idea surgió de RTVE, que entendía que el futuro en el terreno de las telecomunicaciones debía pasar necesariamente por el satélite. Así, en ese año, el Ente Público encargó un estudio al INTA (Instituto Nacional de Técnicas Aeroespaciales) en el que se debía analizar la posible viabilidad de construir un satélite de comunicaciones. El estudio es entregado a mediados de 1984 sin que sus conclusiones se difundan.

En ese mismo año se crea en la Junta Nacional de Telecomunicaciones, la Comisión Especial para las Comunicaciones Espaciales (CECE). Este órgano, formado por doce altos cargos, en su mayor parte de la Administración, entregó a principios de 1985 un informe en el que recomendaba aplazar toda decisión sobre satélites de televisión directa para España, por considerar que no existía a corto plazo demanda clara y que el retorno industrial y tecnológico sería insuficiente. Al mismo tiempo, esta Comisión recomendaba establecer una normativa que regulase legalmente la recepción de señales de televisión vía satélite y que se continuara estudiando el problema, mientras se profundizaba en la política de cooperación con las organizaciones internacionales –Intelsat y Eutelsat– y, con especial énfasis en el Satélite Europeo de Comunicaciones (ECS) en el que España participaba a través de Eutelsat.

El autor José M^a Álvarez Monzoncillo señala que las razones esgrimidas por la CECE sobre la inconveniencia de impulsar un sistema español fueron discutidas en diversos ámbitos y foros. “Algunos autores, en aquellos años, veían la ausencia de un satélite español como una ‘privación a la industria electrónica de consumo de un campo de actividad prometedor’. Estos mismos autores, consideraban que la inexistencia real de la demanda de servicios era una situación coyuntural, a la vez que vaticinaban una gran demanda de servicios para los años 90 y ponían en tela de juicio el papel de Telefónica como motor de las telecomunicaciones dentro de una vocación claramente multinacional”²⁶⁹.

Sin embargo, en el año 1987, Telefónica se unió al primitivo proyecto de RTVE y, conjuntamente, encargan a la Dirección General de Telecomunicaciones y al INTA un nuevo estudio de viabilidad. Entonces las circunstancias habían cambiado y se llegó a la conclusión de que el satélite podía ser rentable y aconsejable si se construía un ingenio multimisión, es decir, que cubriera diferentes necesidades españolas de telecomunicaciones, como podían ser las telefónicas, las televisivas, las derivadas de la celebración en 1992 del V Centenario y que además, poseyera una carga gubernamental para los servicios oficiales, militares, etc. José M^a Álvarez Monzoncillo destaca que la puesta en marcha de Hispasat se decidió tomando como base estudios que demostraban la potencial viabilidad económica del sistema y la conveniencia de dotarse de una tecnología punta con grandes expectativas.

²⁶⁸ BUSTAMANTE, Enrique y ZALLO, Ramón (coord.): *Las industrias culturales en España. Grupos multimedia y transnacionales: Prensa, radio, televisión, libro, cine, disco, publicidad*, Akal Comunicación, Madrid, 1988, p.158.

²⁶⁹ ÁLVAREZ MONZONCILLO, José M^a e IWENS: *El futuro del audiovisual...* Op. cit., p. 249.

Este nuevo informe llegó al Consejo de Ministros, que dio luz verde al proyecto el 7 de abril de 1989, fecha en que se aprueba el Programa Hispasat. Para la explotación de este sistema se creó la sociedad mercantil, Hispasat S.A., con un capital social de 20.000 millones de pesetas (120,20 millones de euros) que suscribieron: Telefónica (25%), Retevisión (25%), Caja Postal (22'5%), INTA (15%), INI (10%) y CDTI (2'5%).

El consorcio MATRA S.A. Satcom Internacional ganó la batalla al grupo MBB y a Hughes Aircraft en la consecución del contrato para la construcción de los dos satélites del sistema Hispasat, cuyo coste total era de 56.000 millones de pesetas (336,56 millones de euros), aunque fue valorado en el primer proyecto presentado públicamente en unos 46.000 millones (276,46 millones de euros). José M^a Álvarez Monzoncillo describe las partidas del Hispasat en 1992, según las cuales: 23.000 millones de pesetas (138,23 millones de euros) tendrían como finalidad la fabricación y el mantenimiento de los satélites, 4.000 millones (24,04 millones de euros) se dedicarían al área de estimaciones de control del satélite y la carga útil, y 18.000 millones (108,18 millones de euros) abordarían los gastos de la lanzadera, que fue asignada a Ariane. A ello hay que añadirle, las pólizas de seguros que ascendieron a 5.000 millones de pesetas (unos 30 millones de euros) y el resto, destinado a cubrir el coste de otros apartados.

El lanzamiento de este primer satélite estaba previsto para diciembre de 1991, sin embargo tuvo que ser aplazado por impedimentos técnicos hasta el año siguiente. Finalmente, el Hispasat 1A fue lanzado desde la base de Kourou en la Guayana Francesa el 8 de septiembre de 1992 y era el primer satélite que agrupaba en una única plataforma las misiones de “difusión directa” y “servicios fijos”. Este satélite comenzó sus emisiones el 1 de enero de 1993 aunque, ya lo hacía en pruebas desde el 12 de diciembre del año anterior enviando a la audiencia iberoamericana la programación del Canal Internacional de TVE.

El autor José M^a Álvarez Monzoncillo describe las misiones y capacidades que finalmente fueron aplicadas al primer satélite de comunicaciones español y que son las siguientes:

- Misión FSS: entre 8 y 16 canales para el transporte de la imagen de TV, red telefónica, programas radiofónicas, transferencia e información y comunicaciones de emergencia.
- Misión gubernamental: dos transpondedores para comunicaciones fijas y móviles según las necesidades de la defensa nacional.
- Misión DBS: cinco canales experimentales para la difusión directa de TV, que permiten una gran calidad de recepción a bajo coste, compatible con la norma HD-MAC de alta definición,
- Misión TV-América: dos canales para la difusión en América de programas de TV de habla hispana²⁷⁰.

²⁷⁰ ÁLVAREZ MONZONCILLO, José M^a e IWENS: *El futuro del audiovisual...* Op. cit., p. 250.

Entre marzo y abril de 1993 fue puesto en órbita el segundo satélite (Hispasat 1B) que inició su servicio varios meses después, en julio de ese mismo año. Sin embargo, desde el punto de vista económico Hispasat seguía en números rojos pese a aumentar su facturación en 1994, el primer año que operó a pleno rendimiento. Diego Antonio Velázquez Mallofret señala que “la deuda por servicios prestados a 31 de diciembre de 1994 ascendía a 4.290 millones de pesetas. De esta cifra, durante los dos primeros meses del ejercicio 1995 fueron cobrados 1.475 millones, según los datos del Gobierno”²⁷¹.

A los sistemas transnacionales de satélites Eutelsat, para distribución colectiva de grandes antenas, y Astra, que permitía la recepción directa en los hogares con antenas de menor tamaño, se une desde 1993 el sistema español Hispasat. En conjunto, los telespectadores españoles podían acceder a una oferta potencial superior a cincuenta señales diferentes.

En el año 1997, la sociedad Hispasat comienza a plantearse la posibilidad de lanzar un tercer satélite para cubrir las demandas de la TV digital ya que hasta ese momento, tenía prácticamente cubierta su capacidad espacial. Esta capacidad permitía la transmisión de 58 canales, a corto plazo y con una reconfiguración del servicio se podría llegar a 90, y con los transpondedores DBS (de difusión directa) se llegaría a 117 canales.

3. La televisión de pago

La televisión de pago significa una transformación profunda en la televisión, y autores como Enrique Bustamante, consideran que está sólo muy relativamente relacionada con la innovación tecnológica. Es el cambio económico-financiero de esta televisión el que supone el cambio radical en el medio y el que arrastra un impacto general en el sector audiovisual. Entre los aspectos más destacables de esta transformación en el modelo de configuración de la televisión, el propio Bustamante destaca los siguientes:

- Cambios profundos en la relación oferta-demanda, se pasa de una lógica de la oferta a una lógica de la demanda: una televisión orientada al consumidor que rompe la dinámica anterior de oferta y su preferencia sistemática por la lógica publicitaria.
- Cambios en la estructura financiera: acortando el prolongado ciclo financiero de la televisión convencional, incrementando su rentabilidad, permitiendo una mejor remuneración de la producción y, en consecuencia, posibilitando una industria audiovisual más estable.

²⁷¹ VELÁZQUEZ MALLOFRET, Diego Antonio: *Principales transformaciones...* Op. cit.

- Cambios notables en el consumo: con rehabilitación del espectador como cliente, en paralelo a un debilitamiento o desaparición de la función coactiva de la programación televisiva y, por tanto, con una mayor posibilidad de elección y de especialización del consumo²⁷².

La televisión de pago en soportes analógicos se inicia a mitad de los setenta en los Estados Unidos (articulación satélite-cable) y a partir de 1984 en Europa (por ondas codificadas en Francia, por satélite en Reino Unido), aunque pequeños países europeos contaban con este tipo de televisión desde los años 60 (el cable en Bélgica, Holanda y Suiza). Enrique Bustamante considera que pese a que las infraestructuras y los modelos de desarrollo son diferentes en Estados Unidos y Europa, la televisión de pago ha recorrido un largo camino y fundamenta una rica experiencia que marca inevitablemente el camino de la televisión digital. Además de recurrir a una nueva y poderosa fuente de financiación, de más rápido crecimiento y mayor estabilidad que la publicidad, el abono por espectador cambiará completamente la dinámica económica de la televisión.

3.1. La televisión de pago en Estados Unidos: HBO

Giuseppe Richeri señala que algunos hacen remontar a 1949 la primera solicitud de concesión a la Federal Communication Comision. En los años 50 se presentan otras iniciativas como Telemeter, Subscriber Vision y Phonevision que se distinguen tanto por el medio de distribución de la señal como por el método de facturación. Sin embargo, la experiencia más significativa es la de Subscription TV Inc (STV), nacida en California en 1964 para emitir al principio deportes y documentales y, poco tiempo después, películas. Pero este mismo autor explica que la oposición conjunta de los gestores de las salas cinematográficas, de las grandes cadenas de televisión y de algunas asociaciones de consumidores, que defendían los principios de gratuidad de la televisión, es tan fuerte, que consigue, tras un referéndum popular, que se declare ilegal la televisión de pago con una sentencia confirmada en 1966 por el Tribunal Supremo de los Estados Unidos.

En pocos años, las normas de la televisión por cable varían, haciéndose más elásticas, y a principios de los setenta, vuelve a intentarlo Time Inc, el gran grupo editorial norteamericano, que en aquella época ya había iniciado su política de diversificación multimedia. Dentro de esta política de diversificación, entra también en el campo de la televisión por cable y decide incrementar los ingresos de sus cadenas de televisión creando Home Box Office (HBO).

Richeri destaca que HBO tiene la función de rompehielos y libera a la televisión de pago de las diferentes limitaciones que hasta aquel momento impedían su verdadero despegue a escala

²⁷² BUSTAMANTE, Enrique: "La televisión digital: referencias básicas" en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO, José M^a: *Presente y futuro...* Op. cit., pp. 24-25.

nacional. Home Box Office se convierte en la televisión de pago que obtiene en Estados Unidos los mayores éxitos del sector.

Cinco años después, en 1975, es el turno de otro gran grupo norteamericano, la Warner Communication que apuesta por la televisión de pago y lanza The Movie Channel y, un año más tarde, en 1976, empieza sus emisiones Showtime, de la sociedad Viacom. Sin embargo, estas dos cadenas no pueden competir por separado con HBO y se ven obligadas a fusionarse en 1983²⁷³.

En Estados Unidos, todos los canales de pago utilizan como medio de distribución la pareja satélite-cable, con la excepción de Select TV que emite vía terrestre desde Los Ángeles. Por lo que respecta a los modelos de desarrollo se ofrece el paquete y la tarifa mínima con canales publicitarios y los canales Premium como complemento. Una oferta que alcanzó más de 38 millones de abonados en Estados Unidos a finales de la década de los noventa.

Tras el éxito de Home Box Office (HBO) y la liberalización del cable, este modelo de televisión experimenta un rápido crecimiento en los años 80 y 90 en Estados Unidos. A finales de los 80, este mercado alcanza en Estados Unidos su madurez, es decir, se muestra una sensible disminución de las tasas de crecimiento. En este momento, se pone en evidencia otro tipo de empresa de televisión aún más perfilada sobre los comportamientos de consumo de los teleespectadores: el *pay per view*. En este caso no se ofrece una programación, sino distintos programas que el teleespectador paga sólo si en cada caso solicita verlos. Giuseppe Richeri señala que esta fórmula, que anula la función central de la parrilla, completa la acción de desmembramiento del modelo tradicional de empresa de televisión ya iniciado con la televisión de pago²⁷⁴.

3.2. La televisión de pago en Europa: Canal Plus

A Europa la televisión de pago llega durante los años ochenta. La primera iniciativa y también la que ha tenido mayor éxito, corresponde a Canal Plus y tuvo lugar en Francia. Esta primera cadena de pago apareció el 4 de noviembre de 1984 en régimen de monopolio en el mercado francés y con una cartera de abonados en ese primer día en torno a los 200.000 suscriptores. Desde el punto de vista de la programación, su principal novedad consistía en que incorporaba una banda codificada y otra en abierto.

Los autores José Miguel Contreras y Manuel Palacio destacan que desde sus inicios, "Canal Plus Francia intentó desmarcarse de los modelos de televisión generalista y por ello, se presentó a la audiencia como si de un club exclusivo se tratara; uno de los corolarios de esa

²⁷³ RICHERI, Giuseppe: *La transición de la...* Op. cit., pp.95-96.

²⁷⁴ RICHERI, Giuseppe: *La transición de la...* Op. cit., p.132.

estrategia consistió en enseñar a los espectadores lo que habitualmente no se ven en las transmisiones deportivas o simplemente emitir corridas de toros, inhabituales para los televidentes franceses²⁷⁵.

La otra cadena de pago protagonista en Europa se desarrolla en Reino Unido. Se trata de la BSB que comienza a emitir en 1989. Sin embargo, el enorme compromiso económico y las difíciles condiciones de mercado llevarán a esta cadena a fusionarse un año después con su principal competidora, Sky Channel, dando lugar a una nueva empresa: BSKyB. La aportación más notable de esta cadena se refiere a que sus programadores comprobaron la eficacia que poseía el fútbol para conseguir abonados a la televisión de pago.

Con estas dos cadenas se inicia el camino de la televisión de pago en Europa al que se irán añadiendo otras iniciativas aunque no alcancen al principio el equilibrio económico. Canal Plus desarrolla en otros países el mismo modelo que en el mercado francés: Bélgica, España y Alemania. Por ejemplo, la RLT, primer canal privado alemán vía terrestre, creado por Bertelsmann con la Compagnie Luxembourgeoise de Télévision (CLT), que en alianza con Canal Plus Francia, ponen en marcha el primer canal de televisión de pago destinado al mercado alemán: Premiere.

Giuseppe Richeri destaca que tras la fase de despegue que fue difícil para muchas empresas, la televisión de pago se encontró con buenas perspectivas de éxito. Este autor señala que a principios de los noventa y entre las doce principales empresas europeas, tres ya daban beneficios (Canal+, Filmnet y TV 1000) y otras cinco estaban cerca del punto de equilibrio de gestión (Canal+ TVCF, Canal+ España, Sky Movies, Movie Channel y Premiere)²⁷⁶. A pesar de todas las televisiones de pago desarrolladas en Europa, lo que fue HBO para el sistema televisivo de pago en Estados Unidos lo ha representado Canal+ para la Europa continental y BSKyB para el Reino Unido.

En Europa la televisión de pago nació ligada al satélite en la zona de influencia anglosajona, a las ondas hertzianas en el sur del continente y al cable en Alemania. Y otro rasgo, de la televisión de pago en este continente, que señala Gema Alcolea, es que en cada uno de los grandes mercados televisivos europeos se consolidó un operador privado con posición dominante, en algunos casos con cuotas de mercado cercanas al 100%. Y en aquellos otros países en los que no se daba esta situación de monopolio, la competitividad entre empresas supuso una inflación de los costes que favoreció la fusión entre cadenas enfrentadas (BSKyB), con lo que se conseguía una situación dominante.

²⁷⁵ CONTRERAS, José Miguel y PALACIO, Manuel: *La programación de televisión*, ed. Síntesis, Madrid, 2001, p. 79.

²⁷⁶ RICHERI, Giuseppe: *La transición de la...* Op. cit., p.110.

Para el autor José M^a Álvarez Monzoncillo, las razones que explican el desarrollo de la televisión por abono en Europa son las siguientes²⁷⁷:

- La homogeneidad de la oferta de las televisiones abiertas, al tiempo que la sociedad se segmenta culturalmente por la previa diferenciación económica.
- Un incremento de la flexibilidad en el consumo por las multidifusiones de los programas, que, con diferentes horarios, los miembros de la familia pueden organizar más óptimamente su consumo.
- Una adecuada oferta plurigénero que ha sabido complementar y diferenciar la programación de los canales en abierto.
- Los bajos precios de los derechos de emisión en Europa para su explotación en el mercado de pago por la existencia de monopolio en la televisión por abono y los altos precios del abono, que han provocado una alta tasa de rentabilidad por espectador.

En cuanto a las diferencias entre la televisión de pago en Estados Unidos y Europa, destaca en primer lugar, la rentabilidad. Para Giuseppe Richeri, una primera explicación de la diferencia está en las sustanciales condiciones de monopolio que cada empresa europea puede disfrutar en su propio mercado de referencia contra la situación fuertemente competitiva del mercado estadounidense. Asimismo, este autor señala que otra ventaja que ofrece Europa es la reducida penetración que en esos momentos tenían la televisión por cable y vía satélite, que impuso la vía terrestre como el mayor medio de difusión de los canales de pago.

Esta última característica también permite llegar a la mayoría del público potencial desde el principio, y por otro lado, elimina cualquier intermediario entre el programador y el usuario final. Además, la favorable situación europea permitía que las empresas de televisión de pago tuvieran una relación directa con sus abonados, que tuvieran mayores recursos para invertir en la promoción y con ello, obtener índices de fidelidad de los abonados muy altos: cada año el 30% de los abonados no renueva su compromiso con HBO, mientras que sólo el 4% renuncia a Canal+²⁷⁸.

²⁷⁷ ÁLVAREZ MONZONCILLO, José M^a: “Sopores y servicios: en busca del *middleware* de automatización perfecto” en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO, José M^a: *Presente y futuro...* Op. cit., pp. 35-36.

²⁷⁸ RICHERI, Giuseppe: *La transición de la...* Op. cit., pp.113-114.

4. La televisión digital por satélite en el contexto internacional: Estados Unidos, Europa y Japón

La televisión digital supone la última transformación importante en el sector audiovisual, inmersa en la dinámica general de negocio de la televisión de pago. Su principal novedad radica en primer lugar, en su efecto económico, el abaratamiento de los soportes y la multiplicación consiguiente de la oferta.

Tecnológicamente, esta televisión puede distribuirse a través de diferentes redes –satélite, cable, ondas hertzianas digitales, ADSL- que si bien pueden ser complementarias, han competido duramente entre si por los mismos mercados con el objetivo de ocupar en primer lugar el terreno.

Esta aproximación al contexto internacional se va a centrar en la televisión digital por satélite, en concreto en las plataformas que se crearon para desarrollar este modelo de televisión y en sus ofertas. Asimismo, se describirá con más detalle el origen y la evolución de la televisión digital por satélite en Europa, desde 1996 hasta el año 2003, ya que influiría más directamente en la televisión que se desarrolló en España y que corresponde con el periodo de análisis de esta tesis doctoral.

4.1. Estados Unidos, país pionero

La revolución digital por satélite se inició en Estados Unidos en 1994. En septiembre de ese año, la empresa Hughes Communication, constructora de satélites, ofreció para el territorio norteamericano Direct TV, un paquete digital formado por 175 canales, emitido a través de parabólicas con un diámetro de 18 pulgadas.

En concreto, Direct TV pertenecía a Hughes Electronics, una filial de General Motors y AT&T. Se trataba de una compañía electrónica y de defensa que aprovechó su pericia en la tecnología militar por satélite para sacar partido al auge de la televisión digital por satélite. Además, esta empresa compró PamAmSat, lo que le proporcionó catorce satélites que podían suministrar contenidos a 100 países.

Diego Antonio Velázquez Mallofret describe las principales características de esta televisión en su tesis doctoral. Según señala este autor, la oferta básica de este paquete digital estaba constituido por 50-60 canales de televisión y el precio del paquete, en el que se incluía la parabólica y el descodificador, en régimen de alquiler era de 30.000 pesetas (180,30 €). El precio mínimo de la oferta estándar era de 750 pesetas (4,50 €) y se podían llegar a contratar hasta doscientos canales. En su primer año, el número de abonados fue de más de 800.000.

Un año después de la puesta en marcha de Direct TV, en 1995, se lanza en Estados Unidos la segunda televisión digital: USSB Primestar, a la que seguirá Echostar, en 1996. A mediados de

1997, el número de abonados de estos operadores era de: 2'5 millones para Direct TV, primero en el mercado estadounidense; 1'8 millones para Primestar y en tercer lugar, Echostar con algo más de 400.000 abonados.

Según publicaba *El Mundo*²⁷⁹ el vertiginoso crecimiento de Direct TV se debía precisamente a su gran oferta: 198 canales de todo tipo, a los que había que añadir un sistema de transmisión de servicios interactivos de datos para ordenadores personales que la compañía desarrolló con Microsoft. La mensualidad de este operador era de unas 3.000 pesetas al mes (18,03 €), con lo que los abonados tenían derecho a unos 60 canales –los principales del cable, desde CNN a TVFood–, otros 40 de música, especializados en cualquier estilo, y 60 más de *pay-per-view*. Además, la carta de Direct TV ofrecía la posibilidad de abonarse a paquetes especializados por unas 20.000 pesetas al mes (120,20 €), o que sea el propio cliente quien organice su menú.

En febrero de 1997, el holding de televisiones, periódicos, productoras de cine y editoriales del magnate Rupert Murdoch, News Corporation, firmó un acuerdo con Echostar para crear una ambiciosa plataforma de programación por satélite cuyo capital inicial equivalía a unos 280.000 millones de pesetas (1.682'83 millones de euros). Esta nueva empresa, que se llamaría American Sky Broadcasting planeaba ofrecer hasta 500 canales cuando la media en los operadores del sector de televisión digital por satélite en Estados Unidos era de 200. Además, aseguraba que podría ofrecer programación local en su parrilla, algo que hasta ese momento les estaba prohibido al resto de los operadores.

American Sky Broadcasting planeaba emitir desde 1998. Según este acuerdo, News Corporation pondría mil millones de dólares en capital e infraestructura y tendría un 40% de la nueva empresa. Echostar se quedaría con el 50% y el 10% restante estaría a nombre de la compañía telefónica MCI. Sin embargo, este acuerdo se rompió a finales de abril cuando el grupo de Murdoch quiso imponer su sistema de descodificación. Por esta razón, Murdoch se vio obligado a buscar otro socio si quería continuar con su proyecto de televisión digital en Estados Unidos.

Finalmente, Murdoch se alía con Time Warner y su televisión digital, Primestar. Ted Turner, vicepresidente de Time Warner, aceptó finalmente los argumentos del principal accionista de Primestar, el grupo Tele-Communications Inc. (TCI), deseoso de reforzar dicho operador para poder hacer frente a su principal competidor: Direct TV²⁸⁰.

Unos años más tarde, en el 2001, se producen diferentes movimientos que van a modificar el mapa de la televisión digital por satélite en Estados Unidos. En febrero de ese año, News Corporation comienza las negociaciones con General Motors para la adquisición de Direct TV, el mayor operador televisivo de Estados Unidos. Como señalaba *El País*, el día 8 de febrero de

²⁷⁹ Véase *El Mundo*, 9 de julio de 1996.

²⁸⁰ Véase *El País*: 26 de febrero de 1997; 15 de mayo de 1997 y 12 de junio de 1997.

ese año: “El acuerdo, en el que Microsoft participa como socio minoritario, supondrá la creación de una nueva compañía valorada en unos 70.000 millones de dólares (unos 12 billones de pesetas), que aspira a liderar la futura televisión interactiva”.

Con estas negociaciones, la firma automovilística General Motors pretendía desprenderse de su filial Hugues, a la que pertenecía Direct TV, una filial muy rentable de la que podría obtener liquidez y, con ello, concentrarse en la automoción. Tal y como se explicaba en *El País*, “el plan por el que Murdoch se convertirá en la fuerza hegemónica de la televisión por satélite es complejo. Comienza con una fusión entre Sky Global Networks, que agrupa a las empresas digitales de Murdoch y Hugues. En ese momento, Murdoch se haría cargo de la gestión, aunque la mayoría del capital (65%) correspondería a General Motors. En un segundo paso entrarán en el accionariado Microsoft, con unos 5.000 millones de dólares (85.000 millones de pesetas) y Liberty Media, con una cantidad bastante menor”. A continuación, y como tercer paso, “la compañía fusionada encuentra un comprador para Panamsat, el operador de satélites comerciales propiedad también de Hugues, por unos 7.000 millones de dólares (1,2 billones de pesetas). Acto seguido, General Motors vende a Murdoch toda o casi toda su participación en la compañía por 8.000 millones de dólares (1,4 billones de pesetas) y se retira a su actividad convencional”²⁸¹.

Direct TV era la pieza que le faltaba a Murdoch para hacer planetaria su cobertura europea (British Sky Broadcasting) y asiática (Star TV), ya que dominaba el mercado norteamericano, con 10 millones de abonados en Estados Unidos y cantidades significativas en México y Canadá. La futura expansión de Direct TV y del imperio Murdoch dependería en gran parte de la aportación tecnológica de Microsoft.

Sin embargo, pese a las negociaciones que Rupert Murdoch inició a principios de 2001, finalmente fue EchoStar quien compra Direct TV por unos 25.800 millones de dólares²⁸². De esta forma, EchoStar se convierte en la mayor plataforma de TV digital de EEUU al comprar a General Motors su filial Hughes Electronics, propietaria del servicio de satélite Direct TV (10 millones de suscriptores). En total, con 17 millones de abonados, la nueva empresa acaparará el mercado de la televisión digital pero no el de los servicios de pago, ya que un 80% de los estadounidenses prefieren aún el cable.

A pesar de la penetración del cable en EEUU, desde 1994 la televisión por satélite se transforma en un sector emergente, ofreciendo una gran variedad de canales televisivos digitales de contrato y transformándose en una fuerte competencia del cable ya que su oferta cuenta con mayor número de canales y mejor calidad de audio y vídeo.

²⁸¹ Véase *El País*, 8 de febrero de 2001.

²⁸² Véase *El Mundo*, 30 de octubre de 2001.

En Estados Unidos el estándar que funciona para la transmisión de la televisión digital por satélite es el DSS, que no es compatible con el estándar europeo DVB, aunque ambos utilizan el formato MPEG-2 e idénticos esquemas de modulación y corrección de errores.

4.2. Europa

Los años 1994 y 1995 estuvieron dedicados en Europa a consensuar todo un conjunto de aspectos fundamentales para el desarrollo de un mercado único en televisión digital, y que iban más allá de los procesos de codificación de la imagen. Se trataba de un conjunto de normas para la codificación de canal que permitiera la difusión de las señales sobre los diversos sistemas físicos: satélite, cable y terrestre.

Esta actividad la desarrolló el grupo DVB (Digital Video Broadcasting) que estaba constituido por organizaciones de países diferentes, con el fin común de estandarizar a nivel mundial los mecanismos de difusión de televisión y servicios asociados. Los integrantes del proyecto eran departamentos gubernamentales, operadores, difusores, órganos reguladores y fabricantes.

Las características básicas del DVB en lo referido a la televisión digital por satélite, viene especificado por la norma DVB-S, que utiliza el MPEG-2. Este estándar es el que va a ser utilizado en la Unión Europea y como tal, fue adoptado oficialmente por el Instituto Europeo para la Normalización de las Telecomunicaciones (European Telecommunication Standards Institute, ETSI), el organismo normalizador en materia de telecomunicaciones.

Gabriel Barrasa²⁸³ señala que el área en que la actividad del DVB encontró más dificultades para lograr el consenso generalizado fue la relativa a la normalización de un único sistema de Acceso Condicional, a pesar de ser vital para la actividad de los operadores y el desarrollo del negocio. Los diferentes puntos de vista y las variadas posiciones e intereses de los diversos actores impidieron alcanzar la unanimidad en la decisión de un único mecanismo de control de Acceso Condicional.

Ante esta situación y a fin de permitir que los receptores de los usuarios, tuvieran acceso a todos los proveedores de servicio, y que los proveedores de servicio incorporasen en sus sistemas de Acceso Condicional mecanismos independientes de protección de sus productos, el DVB normalizó el algoritmo común europeo de codificación (ACEC) y una Interfaz Común que permitía la comercialización del equipo receptor con independencia del control de acceso, que se realiza mediante tarjetas proporcionadas por los proveedores de servicios, las cuales son enchufables en las Interfaces así normalizados.

²⁸³ BARRASA, Gabriel: "El futuro de la televisión por satélite en España" en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO: *Presente y futuro...* Op. cit., p.123.

Desafortunadamente, Gabriel Barrasa explica que los intereses de algunos operadores, que consideraron que el acceso a través de la Interfaz Común no se ajustaba a sus objetivos estratégicos, obligó al DVB a avalar una solución alternativa, que permitía el despliegue de soluciones de Acceso Condicional exclusivas, manteniendo una teórica provisión abierta de servicios a partir de un hipotético acuerdo según el cual cada operador de servicios permitía el acceso a su parque de receptores a los operadores de servicios rivales con los que hubiera alcanzado tal acuerdo a ese efecto.

De esta forma, los sistemas de acceso reconocidos por el DVB son los sistemas estandarizados, es decir, aquellos abiertos de forma limitada a la entrada de nuevos difusores. Entre estos sistemas destacan el simulcrypt y el multicrypt. En cuanto al primero, Javier Cremades explica que al tratarse de una plataforma propietaria se establecen acuerdos entre los diferentes sistemas de acceso condicional de forma que es posible utilizar un cierto número limitado de tarjetas con accesos condicionales válidos en esa plataforma. Los sistemas de acceso condicional “invitados” pueden pagar un canon por el uso de la plataforma básica.

La otra modalidad de sistema estandarizado son los abiertos totalmente a la entrada de nuevos difusores, sin previas negociaciones técnicas, como es el caso del esquema Interfaz Común mediante multicrypt. Con esta modalidad, el usuario puede acceder a todos los servicios condicionales a través de una única plataforma, tan sólo conectando la correspondiente tarjeta inteligente de acceso condicional, o varias de ellas, si el descodificador lo permite físicamente. Uno de los problemas que tuvo este sistema es que comenzó a comercializarse posteriormente. La diferencia que existe entre ambos sistemas de acceso radica en que multicrypt no requiere acuerdos técnicos entre operadores, mientras que simulcrypt exige que se llegue a acuerdos técnicos entre los mismos²⁸⁴.

Durante el año 1996, la televisión digital por satélite en Europa fue protagonista de una lucha de proporciones multimillonarias por establecer el sistema descodificador que se iba a emplear. Los dos principales proyectos eran el encabezado por el magnate alemán Leo Kirch y, por otro lado, el propuesto por Bertelsmann y Canal Plus Francia. La Unión Europea se vio obligada a intermediar en el asunto e intentar que ambos proyectos pudieran ser tecnológicamente compatibles para evitar lo que ocurrió con la implantación del vídeo en las versiones Beta y VHS, que dejó obsoleta la primera de ellas. Este conflicto se verá más detalladamente cuando se describa la evolución de la televisión digital por satélite en Alemania.

Juan Carlos Miguel de Bustos señala que en 1997 existían cuatro tipos de descodificadores en Europa: el Seca, desarrollado por Canal Plus; el Irdeto, desarrollado por Nethold; el Viaccess,

²⁸⁴ CREMADES, Javier: “Marco regulatorio de la televisión digital en España”, en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO: *Presente y futuro...* Op. cit., pp. 82-83.

desarrollado en Estados Unidos por Nesdatacom y el Thomson Multimedia que fue adoptado por BSKyB²⁸⁵.

Por lo que respecta a la normativa europea sobre televisión digital por satélite, ésta se concreta en la Directiva 95/47/CE, del 24 de octubre de 1995, del Parlamento Europeo y el Consejo, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y que establece el marco jurídico para la introducción progresiva en Europa de los servicios de televisión avanzada y de alta definición.

Esta Directiva pretende salvaguardar los derechos de los ciudadanos en orden a la recepción de información y garantizar la pluralidad de ofertas de servicios en régimen de libre competencia, reconociendo, al mismo tiempo, la especial importancia de la regulación de los sistemas de acceso condicional para los operadores de TV de pago y los usuarios.

Javier Cremades destaca que otro de los objetivos de la Directiva es el de evitar posiciones dominantes y de integración vertical en el mercado, mediante la introducción de la figura del operador de servicios de acceso condicional. Su función es la de ejercer como intermediario entre los difusores y los usuarios, proporcionando a éstos los llamados “descodificadores” y debiendo además, proporcionar a los difusores en condiciones equitativas razonables y no discriminatorias los servicios técnicos que permitan que los servicios de televisión digital sean captados por televidentes autorizados mediante descodificadores gestionados por los operadores de servicio.

Asimismo, esta Directiva obliga a utilizar el algoritmo común europeo de desenmascaramiento en los equipos que se proporcionan a los usuarios, de modo que se garantice que todos los proveedores de servicios de televisión de pago puedan ofrecer sus programas a todos los consumidores de televisión de pago en la Comunidad Europea²⁸⁶.

Finalmente, en la televisión digital europea no existe un modelo único de alianzas, ni en cuanto al número de partícipes, ni al porcentaje, ni a su oficio de origen. Sin embargo, Juan Carlos Miguel de Bustos afirma que sí se pueden identificar tres tipos principales de partícipes en las alianzas de televisión digital en Europa: operadores de telecomunicaciones (Italia Telecom, France Telecom,...), organismos de radiotelevisión pública (RAI, France Television) y grupos de comunicación especializados en la televisión (Canal Plus-Nethold, Televisa, Direct TV, CLT-Ufa). Este mismo autor establece que el liderazgo de las plataformas recae o en un grupo de televisión o en uno de telecomunicaciones²⁸⁷. Todo esto se verá con más detalle a continuación

²⁸⁵ MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos: “Alianzas digitales” en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO: *Presente y futuro...* Op. cit., p. 249.

²⁸⁶ CREMADES, Javier: “Marco regulatorio de la televisión digital en España” en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO: *Presente y futuro...* Op. cit., pp.76-77.

²⁸⁷ MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos: “Alianzas digitales” en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO: *Presente y futuro...* Op. cit., p. 255.

ya que se van a exponer las plataformas de televisión digital en los principales países europeos.

4.2.1. Francia

El primer país europeo en lanzar una plataforma de televisión digital fue Francia. En abril de 1996, Canal Plus puso en marcha Canal Satellite Numérique, el primer paquete digital europeo de canales y servicios difundidos por satélite. Gema Alcolea señala que este grupo ya llevaba unos años preparando su posición en el futuro mercado digital, para depender de sí mismo, a través de una estrategia empresarial de integración vertical. Por ello, había invertido en la fabricación de antenas y descodificadores y se alió con los grupos europeos de comunicación más importantes para hacer frente a la amenaza que suponía el nuevo mercado digital y adquirir fuerza negociadora con el fin de comprar películas norteamericanas en exclusiva para el mercado europeo, así como los grandes eventos deportivos de interés internacional.

Por esta misma razón, firmó en 1994 un protocolo de acuerdo con el grupo Bertelsmann para futuros desarrollos en Europa en el campo de la televisión digital y una alianza con Murdoch, ya entonces accionista mayoritario de BSKyB y propietario, entre otras, de la Twenty Century Fox, una de las mayores empresas cinematográficas y televisivas de Estados Unidos. Gema Alcolea considera que “el objetivo estratégico que se encontraba detrás de estas operaciones era tratar de ser los primeros en llegar al mercado digital, bien para que la competencia no pudiera desarrollarse, bien para que al menos se elevaran barreras de entrada”²⁸⁸.

La oferta básica digital de Canal Plus, que entró en funcionamiento el 27 de abril de 1996, estaba formada por 10 programas temáticos (deportes, documentales, infantiles, cine, locales, viajes, información...) más 20 canales de audio, por los que el abonado pagaba casi 2.500 pesetas al mes (unos 15 €). A esto se sumaba un alquiler mensual de unas 1.000 pesetas (6 €) por el descodificador. Esta oferta se amplió a partir de septiembre con el sistema *pay-per-view*, por el que un partido de fútbol costaba unas 750 pesetas (4,50 €). En tan sólo dos meses, esta plataforma consiguió 70.000 abonados y un año después, llegó a los 300.000.

A partir de septiembre de 1996, este grupo comenzó una fase acelerada de crecimiento, momento que coincidió con su fusión con el grupo suizo-holandés-sudafricano Nethold, propietario de distintas cadenas de televisión de pago en el norte de Europa, Suiza e Italia. Además, llegó a un acuerdo con el grupo alemán Kirch para difundir seis canales en alemán.

Esta primera plataforma entra en funcionamiento meses antes de que lo haga su competencia. Por un lado, el Gobierno francés se involucró en una alianza al aceptar la participación de la televisión pública en una nueva empresa. En esta alianza participaban además de la empresa pública France Television –con sus dos cadenas France 2 y France 3–, el canal privado TF1, el

²⁸⁸ ALCOLEA, Gema: *La televisión digital...* Op. cit., pp. 104-105.

canal M6, la CLT (Compañía Luxemburguesa de Televisión) y una importante empresa de agua. Este grupo pone en marcha a finales de año TPS (Télévision Par Satellite). En tan sólo seis meses, había alcanzado los 140.000 suscriptores. Pero esta no fue la única competencia de Canal Plus, ya que por la misma fecha, AB Productions lanza ABSat, una oferta de treinta canales especializados en público juvenil.

A finales de 1997, Canal Plus Francia presentaba en Bruselas un terminal digital con todo tipo de aplicaciones multimedia que permitiría al usuario desde enganchar su videocámara, ordenador o teléfono portátil hasta navegar por Internet a través de la pantalla del televisor. Con este terminal, el consumidor podría abonarse a más de una plataforma simplemente introduciendo en el aparato la tarjeta de abonado correspondiente. Estos descodificadores preveían instalarse a finales de 1998. Y los trabajos para este terminal fueron coordinados por el Digital Video Broadcasting (DVB)²⁸⁹.

Por esas mismas fechas, Canal Plus firmó un acuerdo con la plataforma ABSat de reciprocidad a partir del empleo de un descodificador común, el simulcrypt. A partir de ese momento, los abonados a una de las dos plataformas podían recibir las emisiones de la otra.

El 27 de julio de 2000, *El País* titula “Visto bueno a la fusión entre Vivendi, Canal + Francia y Seagram”. Con ello, ya no existía inconveniente legal para que en otoño se pusiera en marcha lo que iba a ser el segundo grupo mundial de comunicación, de iniciativa franco-canadiense.

Un par de años más tarde, en junio de 2002, el anuncio de fusión de Vía Digital y Canal Satélite en España alimenta las especulaciones sobre un acercamiento entre las dos principales plataformas francesas: CanalSatellite y TPS. Las dificultades económicas del grupo franco canadiense Vivendi Universal, presidido por Jean-Marie Messier, contribuyen a atizar la incertidumbre sobre el sector. CanalSatellite, con 1.750.000 abonados, está controlada al 66% por el grupo Canal Plus, filial de Vivendi Universal.

El día 3 de julio de ese mismo año se confirma la salida de Jean-Marie Messier del grupo Vivendi después de que registrara pérdidas del 25,52%²⁹⁰ y tan sólo diez días más tarde, *El País* titulaba: “Canal Plus Francia admite que Vivendi puede vender la cadena”²⁹¹. En esta información el diario explicaba: “Desde hace varias semanas, se especula con la pronta venta de Canal Plus. Son varios los posibles compradores: los empresarios Jérôme Seydoux (Pathé) y Vicent Bolloré, por ejemplo, pero entre ellos destaca el grupo Lagardère, que ya posee el 34% restante de CanalSatellite”.

El grupo presidido por Jean-Luc Lagardère tenía tres ejes de actividades: Lagardère Medias (Internet, televisión, radio, producción, cinematográfica, revistas, libros), Aerospatiale Matra

²⁸⁹ Véase *El País*, 4 de diciembre de 1997.

²⁹⁰ Véase *El Mundo*, 3 de julio de 2002.

²⁹¹ Véase *El País*, 13 de julio de 2002.

(aeronáutica, defensa, espacio, telecomunicaciones) y Matra Automobile (automóvil). Antes de los rumores de compra, el 21 de mayo de ese mismo año, Lagardère procedió a una emisión de obligaciones por valor de 767,58 millones de euros, lo que podría permitirle adquirir Canal Plus y hacerse de rebote con el 10% de CanalSatellite.

Sin embargo, a pesar de las especulaciones, a finales de 2002 sigue sin haberse producido la fusión entre las dos plataformas principales aunque vuelven a reavivarse los rumores tras conseguir Canal Plus la exclusividad de los derechos de retransmisión de los partidos de la Liga de fútbol francesa. En concreto, *El Mundo* titulaba "Canal Plus pagará 480 millones de euros a la Liga francesa" y en la noticia explicaba que "La Liga de Fútbol profesional francesa acaba de conceder la exclusividad de la retransmisión de los partidos de primera división a Canal Plus para las temporadas 2004-2007. La decisión está pendiente de un recurso de TPS, la plataforma digital rival de CanalSatellite, pero el precio récord ofrecido por Canal Plus -480 millones de euros al año- ha reavivado el interés de una fusión de las dos plataformas"²⁹².

A finales de 2003, último año de este análisis, sigue sin haberse producido la fusión entre las dos principales plataformas francesas. La estructura y características de cada una de estas plataformas son las siguientes²⁹³:

- CanalSatellite: sus principales accionistas son Canal Plus (grupo Vivendi-Universal) que posee el 66% del capital, y el grupo Lagardère-Hachette Filipacchi, que controla el 34%. A finales de 2003 cuenta con un total de 2.750.000 abonados. Su oferta abarca más de 230 canales y su fuente principal de ingresos son las cuotas de sus abonados, que alcanzan como media 18 euros mensuales.
- Télévision Par Satellite (TPS): a finales de 2003 cuenta con 1.527.000 abonados, con una cuota mensual media de 11 euros con la que se financia junto a la publicidad. Entre sus accionistas se encuentran: TF1 (50%), M6 (25%) y Suez Lyonnaise des Eaux (25%). Su oferta televisiva se basa en ofrecer a sus abonados más de 200 canales temáticos.

Una característica del mercado francés de la televisión por satélite es que está dominado por los cuatro principales grupos de comunicación multimedia del país: TF1, M6, Canal + y Lagardère, por su presencia en el accionariado y en la gestión de los principales operadores de televisión.

Desde el lanzamiento en 1996 de CanalSatellite y TPS, el satélite ha sido el vector de crecimiento más dinámico en Francia, con una penetración del 22,8% de los hogares, mientras el cable tenía una presencia más limitada con un 15,9%. Sin embargo, a finales de 2003 el mercado de la televisión digital por satélite se encuentra estancado en el número de abonados,

²⁹² Véase *El Mundo*, 20 de diciembre de 2002.

²⁹³ DELOITTE: *Estudio comparativo sobre el número de operadores y canales de televisión comercial en Europa*, 2004, p. 24.

derivado principalmente al número de hogares que alcanza, donde probablemente ha llegado a su techo máximo posible²⁹⁴.

4.2.2. Alemania²⁹⁵

El origen y desarrollo de la televisión digital por satélite en Alemania se apoya sobre los dos grandes grupos de este país: el grupo Kirch y el grupo Bertelsmann, y es una historia llena de complejidades y enfrentamientos por acceder primero al mercado digital. El punto de partida es la cadena de televisión de pago Premiere creada en 1990 y participada por Bertelsmann (37,5%), Canal Plus Francia (37,5%) y el grupo Kirch (25%) y que era el trampolín de Bertelsmann para dar el salto a la televisión digital.

Por otro lado, se había creado la sociedad MMBG con el objetivo de lanzar un descodificador unitario, una sociedad que aglutinaba a Bertelsmann, Kirch, la luxemburguesa CLT, además de las tres principales cadenas alemanas y Canal Plus. Tras varios meses de luchas y tensiones por hacerse con una parcela en el MMBG y tras conseguir un 9% de la sociedad, Leo Kirch rompió las negociaciones por considerar que jugaba con desventaja.

En su salida de MMBG, Kirch arrastró a la operadora de telecomunicaciones Vebacom, segundo socio mayoritario de la sociedad tras Telekom, y al grupo de grandes superficies Metro. Estos tres consorcios unirían sus fuerzas para lanzar un decodificador digital unitario, el D-Box. Por otro lado, el grupo Bertelsmann, tras la ruptura de negociaciones, se alía con Canal Plus, Havas y BSKyB, de Rupert Murdoch, y creaba un nuevo grupo europeo de televisión, denominado Newco en los documentos de trabajo, y en el que se invertirían cerca de 1.000 millones de marcos (unos 480 millones de euros). De esta forma, se pasó de una única sociedad para lanzar un descodificador común en Alemania a dos bloques rivales.

El primero en adelantarse en la lucha por la televisión digital fue el grupo Kirch que lanzó a primeros de abril de 1996 su descodificador, D-Box fabricado por la compañía Nokia, como experiencia piloto en cien hogares bávaros posibilitando la emisión de doce programas, prelude de lo que sería su oferta de televisión digital. En esas fechas, Bertelsmann y sus socios seguían limitándose a anunciar que tenían a punto su descodificador, Seca. La rivalidad entre ambos grupos llega a tal punto que el comisario alemán de la Comisión Europea, Martín Bangemann, se ve obligado a mediar entre ellos y en una reunión a mediados de junio, ambos grupos, sin renunciar a su descodificador, aceptaron que los dos fueran compatibles a través de un adaptador.

²⁹⁴ DELOITTE: *Estudio...*, Op. cit, p.24.

²⁹⁵ Para la elaboración de este apartado se han utilizado todas las noticias publicadas en *El País* y *El Mundo* en 1996 y 2003 sobre la televisión digital alemana.

Tras la fusión de la división de televisión de Bertelsmann, Ufa, con el grupo luxemburgués CLT, las relaciones se hicieron mucho más difíciles entre el grupo alemán y sus socios, Rupert Murdoch y Canal Plus. Finalmente, en junio de 1996, Murdoch se retira de esta alianza y se asocia con el grupo Kirch para llevar adelante proyectos en la televisión digital. Con esta nueva alianza, BSKyB participará con un 49% en la empresa que lanzaría Kirch poco tiempo después.

A finales de julio de 1996, se pone en marcha DF1, un paquete básico de entre 15 y 20 canales, que se ampliarían posteriormente a 50. El abono al paquete básico era de 1.700 pesetas al mes (10,20 €), cifra que se aumentaría hasta 2.500 pesetas (15 €) si el usuario se apuntaba a una oferta deportiva. Además, había que adquirir el descodificador a un precio de unas 75.000 pesetas (unos 450 euros) y la parabólica, con lo que la suma podía ascender a unas 125.000 pesetas (más de 750 €) cantidad que, además, se debía abonar en un único pago. El lanzamiento de DF1 supuso la creación de más tensiones entre Kirch y Bertelsmann ya que DF1 había intentado atraer a telespectadores ofreciéndoles filmes antes de que fuesen difundidos por Premiere. Esto supuso que Bertelsmann llevase a los tribunales a Kirch, declarando éstos la prohibición de que DF1 hiciera competencia a Premiere, ya que ésta tenía la exclusividad de difusión de filmes recientes.

Sin embargo, y a pesar de las tensiones, a ambos grupos les interesaba establecer un pacto. A Kirch le interesaba Premiere, en la que era socio minoritario, porque era la piedra angular de su plataforma digital, DF1, para poder difundir películas en exclusividad. Por otra parte, a Bertelsmann le interesaba Kirch por la cantidad de derechos audiovisuales que poseía y que resultaban fundamentales para que Premiere funcionara bien.

Un mes y medio después de su lanzamiento, el paquete DF1 sólo contaba con 5.000 abonados en todo el país. Al mismo tiempo, el grupo Bertelsmann anunciaba la congelación de sus proyectos en un negocio que en medios financieros se consideraba de alto riesgo. Juan Carlos Miguel de Bustos, describe que Kirch atravesó un duro periodo de dificultades, como consecuencia de la ralentización del crecimiento de su plataforma numérica, ya que según señalaban las estimaciones suponía una pérdida de un millón de dólares al día durante 1996. Por ello, tuvo que negociar importantes créditos. El 30 de mayo de 1997, diez meses después de su lanzamiento, tenía 30.000 abonados. Para este autor, una de las razones que explican el escaso éxito de esta plataforma era el elevado precio al que Kirch propuso adquirir el descodificador. Por otro lado, el hecho de que DF1 no fuera difundida a través del cable le impedía crecer²⁹⁶.

En marzo de 1997, Rupert Murdoch abandona la televisión digital de Kirch en la que participaba con un 49%. Esto unido a la mala situación que atravesaba esta plataforma, obliga a Kirch a dar un giro radical en su estrategia, renunciando a la venta de los descodificadores y ofreciéndolo a los suscriptores en alquiler. Por 50 marcos al mes (25,25 €) durante los tres

²⁹⁶ MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos: "Alianzas digitales"... Op. cit., p.249.

primeros meses los que se suscribiesen a la DF1 recibirían el descodificador en alquiler y 30 canales de televisión digital. Tras esos meses iniciales, los abonados pagarán 20 marcos (10,10 €) por el alquiler del descodificador y el abono a los programas.

Unos meses más tarde y debido que a no mejoraban sus resultados, Kirch anunció que a partir del 1 de enero de 1998 dejaría de existir DF1. Además, Canal Plus Francia abandonó sus inversiones en la televisión digital alemana, diversificando su negocio hacia el mercado italiano. En esa misma fecha, Kirch y la televisión del grupo Bertelsmann, CLT-Ufa, decidieron fusionar sus actividades en la televisión digital, en una sola entidad y con una dirección común. Ello significaba que se fusionaban las actividades de Premiere y de DF1 y que a partir de enero de 1998, DF1 se comercializaría bajo la marca de Premiere, propiedad de los dos grupos.

Tras el abandono de Canal Plus Francia y el anuncio de Kirch y Bertelsmann, como propietarios al 50% de la cadena Premiere, la Oficina de Carteles alemana anunció el propósito de examinar el acuerdo que estos dos grupos alemanes habían suscrito con el objetivo de comercializar un ramillete de programas digitales ya que podría significar una posición dominante en el mercado de compra de programas audiovisuales y en general, una posición que podría impedir o dificultar la entrada de otros competidores. Dicho ramillete estaría constituido por los canales de TV que componían DF1 y por la única cadena de televisión codificada de pago alemana, Premiere, y sería regido por las redes de cable de Deutsche Telekom, a las que estaban abonados 17 millones de hogares. Además, el hecho de que ambos grupos quedasen como propietarios de Premiere al 50% había sido vetado por las autoridades encargadas de la competencia en Bruselas.

En relación al acuerdo por el que decidían fusionar sus actividades de televisión digital, el comisario europeo de la competencia, Van Miert, denunciaba el comportamiento ilegal de estos grupos, ya que habían decidido comercializar únicamente el descodificador D-Box, señalando que era una “aplicación parcial de la fusión”, es decir, que significaba una aplicación anticipada de la fusión que aún estaba bajo vigilancia y sin que hubiera sido definitivamente aprobada. Juan Carlos Miguel de Bustos señala que resultaban curiosos los argumentos de Van Miert ya que los discursos de Bruselas recomendaban la unicidad de sistemas de acceso.

A finales de 1997 la Comisión Europea había comunicado a Kirch y Bertelsmann que debían paralizar la comercialización en común del descodificador D-Box, amenazando a ambos grupos con sanciones económicas de hasta el 10% de su volumen de negocio en caso de que continuaran sin que Bruselas hubiese dado el visto bueno sobre la fusión.

A principios de 1998, ambas plataformas anuncian una fusión que la CE estima que vulnera la ley. Bruselas considera que esa fusión atenta, en principio, contra la competencia europea, al amenazar con crear un monopolio televisivo en Alemania. Tras haber finalizado la fase informativa del expediente, el comisario de la Competencia, Karel van Miert, ha llegado a la conclusión de que la fusión presenta “indicios muy serios” de atentar contra la competencia. De

manera que su sola existencia “impediría el desarrollo de cualquier nueva plataforma de difusión y comercialización” en el mercado alemán audiovisual de pago. Premiere adquiriría, en suma, “una posición de monopolio” en el subsector.²⁹⁷

Un par de meses después, el 18 de marzo, *El País* titulaba: “Muy pocas posibilidades para la fusión intentada entre Kirch y Bertelsmann” y explicaba que “las autoridades alemanas, que han enviado sus conclusiones a Bruselas, temen que el fortalecimiento de la posición de Premiere pueda desembocar en un oligopolio. Bertelsmann está presente en el mercado alemán mediante su participación en las cadenas RTL, RTL 2, Super RTL y Vox. Kirch participa, a su vez, en Sat-1, Pro Sieben y Kabel 1, además de DSF”.

Un mes más tarde, el 4 de abril, era el diario *El Mundo* el que recogía una posibilidad de sacar adelante la fusión de las plataformas alemanas “Los operadores de cable pueden salvar a Kirch y Bertelsmann” y detallaba que “la federación alemana propone que Bertelsmann y Kirch no transmitan directamente sus programas a los telespectadores, sino que pasen por una sociedad que crearían los operadores de cable y que se llamaría Cable Service Organisation, según indicó la portavoz de esta Federación, Claudia Fassbender”.

En mayo de 1998, la Comisión Europea paraliza por unanimidad la alianza digital de los grupos Kirch y Bertelsmann. Se había propuesto que la fusión se aprobaría si Deutsche Telekom se comprometía a ceder sus redes de cable a futuros competidores, Kirch debía hacer lo mismo con sus descodificadores y Bertelsmann y el propio Kirch tendrían que vender a buen precio parte de los contratos en exclusiva de que disponían en cine y deportes. Esta solución, aceptada por Deutsche Telekom y por el magnate Leo Kirch, fue rechazada por Bertelsmann.

Ante la paralización de la fusión por Bruselas, Leo Kirch atraviesa por difíciles momentos y se especula con un pacto entre el magnate alemán y Rupert Murdoch. Unos rumores que se convierten en realidad el 7 de diciembre de 1999, cuando el diario *El Mundo* titula “Murdoch compra el 24% de la TV de pago de Kirch por 247.000 millones de pesetas”. Con esta operación Murdoch adquiere el 24% de la cadena de televisión de pago, Premiere World, mientras que el grupo alemán participará con el 3,4% en la sociedad de Murdoch (BSKyB). El grupo Kirch que había perdido cerca de 5.000 millones de marcos (más de 425.000 millones de pesetas o unos 2.554 millones de euros) en su apuesta por la televisión de pago, esperaba que esta alianza le permitiera imponer su hegemonía en el mercado alemán.

Sin embargo, la situación del grupo Kirch no mejora y la televisión digital, que se había propuesto alcanzar los cuatro millones de abonados, tan sólo contaba en junio del año 2002 con 2,4 millones. Y aunque se inicia una campaña agresiva de captación de clientes, al ofrecer el paquete básico más el Mundial por 18 euros, siempre que se contratase durante dos años, este grupo sigue acumulando deudas.

²⁹⁷ Véase *El País*, 26 de enero de 1998.

El grupo Kirch estaba controlado hasta el año 2002 por el empresario alemán Leo Kirch, que poseía el 72,5% del capital total del grupo. Sin embargo, resultado de las deudas contraídas por la compra de los derechos de emisión del Mundial de Fútbol de Japón y Corea de 2002 y de Alemania 2006 y de los derechos adquiridos con anterioridad de la Fórmula 1, el Grupo Kirch entró en el ejercicio 2002 en suspensión de pagos con una deuda de 6.500 millones de euros, la mayor suspensión de pagos de la historia de Alemania. Esta situación sólo podía resolverse mediante la desmembración del grupo y la venta del mismo en diversos paquetes y compañías, fundamentalmente, a los principales acreedores del Grupo²⁹⁸.

A partir de la suspensión de pagos del Grupo Kirch, esta empresa está controlada, desde febrero de 2003, por el fondo de inversión Permira tras una operación de management-buy-out. Dentro de los paquetes de pago de esta plataforma destaca Premiere World, única televisión de pago del mercado audiovisual alemán y que emite tanto en analógico como en digital. En esas fechas, cuenta con más de 30 canales temáticos financiándose fundamentalmente con las ofertas mensuales que pagan sus abonados, un total de 2.908.000 hogares alemanes.

El modelo de televisión alemana, a diferencia del resto de los principales países europeos, tiene como principal característica el que los sistemas de distribución mayoritarios son el cable, con una penetración sobre el total de hogares que reciben televisión del 56% y el satélite con una penetración del 37,1%. El cable alemán ha sido tradicionalmente el sistema predominante de distribución de señal televisiva y guarda cierta semejanza con el modelo de cable norteamericano.

4.2.3. Italia

La primera oferta digital que se lanzó en Italia fue Telepiù en septiembre de 1996, controlada en un primer momento por Fininvest de Berlusconi y los grupos Kirch y Nethold. Sin embargo, en sus primeros meses los resultados no son buenos ya que a finales de febrero de 1997 tan sólo había alcanzado 60.000 abonados y las pérdidas se elevaban a 10.000 millones de pesetas (60 millones de euros).

En un principio, la oferta básica de este operador estaba constituida por unos 50 canales de televisión y su propuesta implicaba la compra de un equipo compuesto por antena parabólica y descodificador que ascendía a unas 170.000 pesetas (1.022 €). Además, había que añadir la tarifa para abonarse que era de unas 45.000 pesetas anuales (270,46 €) y se preveía introducir el *pay-per-view* para las transmisiones deportivas. El escaso éxito de esta plataforma se debía, por un lado, a la escasa oferta que ofrecía en un país que contaba con más de 20 canales en régimen abierto y, por otro, al alto costo del equipo de antena y el descodificador que se requería para ver las transmisiones.

²⁹⁸ DELOITTE: *Estudio....*, Op. cit, p.7.

En enero de 1997, Canal Plus Francia entra como nuevo accionista de Telepiù y adquiere el 45% que le correspondía a Nethold. El resto de acciones se reparten con otro 45% para el grupo Kirch y el 10% restante para el italiano Berlusconi. Con esta entrada en el accionariado se producen cambios en la dirección, se replantea la oferta y se estudia poner en práctica la fórmula del alquiler del equipo. Meses más tarde, en el verano de ese mismo año, Canal + se hace con el 90% del accionariado de la plataforma italiana que en ese momento cuenta con más de 900.000 abonados. Esto se debe a que el grupo francés modifica su estrategia internacional y tras abandonar el mercado alemán decide potenciar su presencia en Italia.

Además de Telepiù, en Italia se lanza otra plataforma digital en 1997 participada por Telecom Italia, en un 85% y la RAI, el 15% restante y llamada Stream. Mariano Cebrián Herreros señala que la legislación italiana obliga a que las diversas plataformas dispongan de un descodificador único, lo que lleva a Telepiù y Stream a ponerse de acuerdo e implantar como sistema único el simulcrypt²⁹⁹.

Ya desde antes del nacimiento de Stream, en Italia se apostaba por una única plataforma digital que incluyese a todos los interesados, una opción apoyada desde el Partido Democrático de la Izquierda, fuerza mayoritaria del Gobierno italiano. A mediados de año, en julio de 1997, se firmó un acuerdo entre Canal Plus, altos responsables de la radiotelevisión pública (RAI), Telecom Italia, el grupo Mediaset/Fininvest y Cecchi Gori, poseedor de derechos de cine y algunos deportivos, para el desarrollo de la televisión digital de pago en Italia, por satélite y vía cable.

En el documento suscrito se preveía definir, antes del 30 de septiembre de ese año, los detalles de un proyecto de trabajo conjunto en el que participaban Telepiù y Stream. Además, estaba prevista la entrada de la radiotelevisión pública y la empresa de telecomunicaciones en el capital de Telepiù. Asimismo, en este acuerdo se afirmaba que la plataforma italiana estaba abierta al uso de terceros operadores y los descodificadores serían adaptados a las normas nacionales y comunitarias³⁰⁰. Sin embargo, deberían pasar aún algunos años para que la oferta digital por satélite en Italia se ofreciese bajo una única plataforma.

Durante 1998, se produjeron diferentes intentos de Rupert Murdoch por incorporarse al proyecto de televisión digital italiana. Según señalaba *El País*, el 24 de julio de 1998, “la incorporación de Murdoch se haría mediante su entrada en la empresa Stream, formada por todos los socios de la plataforma digital estatal, con un porcentaje no especificado”.

Pero no sólo en la plataforma Stream se producen cambios ya que a finales de 1998 también *El País* titulaba: “Acuerdo de la RAI con Canal + para televisión digital en Italia” y especifica que “la RAI tomará un 10% de Telepiù y se contempla la posibilidad de una ampliación posterior de

²⁹⁹ CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Los modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*, Paidós, Barcelona, 2004, p.295.

³⁰⁰ Véase *El Mundo*: 27 de febrero de 1997 y *El País*: 5 de marzo, 10 de abril, 11 y 29 de julio de 1997.

su participación hasta el 35% en una entrada conjunta con Wind, un grupo formado por la eléctrica italiana Enel, Deutsche Telekom y France Telecom³⁰¹.

Al año siguiente, en 1999, se producen en el mercado italiano diferentes movimientos con el fin de controlar los derechos del fútbol italiano, como la oferta propuesta por Murdoch según la cual se proponía un contrato exclusivo de seis años por un valor de 400.000 millones de pesetas (2.404 millones de euros) y que fue rechazada porque los presidentes de Primera y Segunda División consideraban que los derechos televisivos debían compartirse con las dos plataformas.

Mientras Murdoch se plantea tomar el 80% de Stream, surgen especulaciones sobre la influencia de otros hipotéticos accionistas. En principio, la cadena francesa TF-1 y Telecom se contentarían con un 10% cada una mientras que el Grupo Rizzoli-Corriere della Sera estaría dispuesto a mediar en la operación con un significativo 20%.

El 29 de enero de 1999 el Consejo de Ministros italiano aprobó un decreto-ley que rechazaba el monopolio y regulaba la competencia de las plataformas televisivas en litigio, ya que ninguna de las plataformas existentes ni de las que surgieran después podrían controlar más del 60% del mercado futbolístico. Además, también establecía este decreto que en el año 2000 sólo puede existir un descodificador común a todas las plataformas.

Las primeras noticias sobre el acuerdo de las dos plataformas italianas no se producen hasta febrero de 2002, cuando *El País* publica que Vivendi Universal y el grupo Canal Plus, accionista de la plataforma italiana Telepiú han anunciado un pacto con News Corporation, la empresa de Rupert Murdoch para adquirir a este último la televisión digital Stream. Según explicaba este diario³⁰², la operación se desarrollaría de la siguiente forma: “en primer lugar, el grupo de Murdoch se hará con el 50% de la plataforma Stream, hasta ahora en poder de la operadora Telecom Italia, y lo sumará a su propia participación. Posteriormente, Murdoch venderá todas las acciones de Stream”. Esta decisión quedaba pendiente del visto bueno de las autoridades italianas competentes.

Las condiciones de las autoridades al acuerdo de las plataformas llegarían varios meses más tarde, unas condiciones que en principio parecían paralizar esta fusión. *El Mundo* publicaba en portada el 16 de mayo: “Las duras condiciones antimonopolio hacen fracasar la fusión de la TV digital en Italia” y explicaba que “El grupo Vivendi Universal ha renunciado a la fusión de su filial televisiva italiana (Telepiú) con la cadena Stream –perteneciente a News Corporation, del australiano Rupert Murdoch- por considerar inaceptable las condiciones que había establecido la Autoridad Antimonopolio”.

³⁰¹ Véase *El País* 16 de diciembre de 1998.

³⁰² Véase *El País*, 14 de febrero de 2002.

Tras la decisión del grupo Vivendi de renunciar al acuerdo, “Murdoch lleva a los tribunales a Vivendi para evitar la quiebra de la TV Stream”³⁰³. Según informaba *El Mundo* “la compañía Vivendi Universal atribuye la retirada a las condiciones leoninas que ha establecido la autoridad antimonopolio italiana, pero los *números rojos* también ha adquirido un peso determinante en la intrahistoria de la operación”.

La plataforma saliente de la fusión entre Telepiú y Stream estaba obligada a contratar los derechos futbolísticos por un periodo máximo de dos años. Además, los equipos podrían renegociarlos en caso de que surgiera una cadena de pago alternativa. La Autoridad Antimonopolio establece una línea de moderación en las cuotas de abono y en los servicios de pago, impone un periodo de caducidad a los derechos cinematográficos (un año) e impide que la plataforma saliente pueda desarrollarse en otros ámbitos de la comunicación -el cable, el satélite terrestre, Internet y la telefonía UMTS- hasta el año 2010.

Sin embargo, unas semanas más tarde de que Murdoch emplazara a Jean-Marie Messier en los tribunales, el propio magnate australiano da un vuelco a la fusión de las plataformas al quedarse con Telepiú a cambio de 1.500 millones de euros y erigirse como el único operador de pago en Italia. *El Mundo* titulaba el 9 de junio “Murdoch se hace con el control de la televisión de pago italiana”, y en el subtítulo explicaba “Vivendi y Canal Plus venden la plataforma Telepiú, con 1,5 millones de abonados, al magnate australiano por 1.500 millones de euros”. Entre las normas que determinan este acuerdo, y que Rupert Murdoch acepta, se encuentran la limitación de los contratos de fútbol a dos años, renuncia a la TV digital terrenal y a comprar derechos de partidos o películas para el cable u otros soportes.

En el comunicado emitido por Vivendi sobre el acuerdo de venta de Telepiú se señalaba que ahora Canal Plus “se concentrará sobre los mercados de televisión de pago francés, español (a través de su participación en Sogecable), Polonia, Benelux y países nórdicos, y continuar su crecimiento en la edición de contenidos cinematográficos y audiovisuales”³⁰⁴.

Antes del anuncio de fusión, Telepiú pertenecía en un 98% a Vivendi y el 2% restante era de la RAI. Contaba con 1,6 millones de abonados y disfrutaba de los derechos de la Juve, Inter y Milán. Por su parte, Stream estaba controlada al 50% por Rupert Murdoch y Telecom Italia, tenía 700.000 abonados y poseía la exclusiva de algunos equipos (Roma, Lazio y Nápoles) y de la Champions League. El objetivo principal de la fusión era evitar las pérdidas incurridas por ambos operadores.

El acuerdo de fusión de las dos plataformas italianas se materializó en el año 2003 con el nacimiento de una nueva plataforma de televisión digital por satélite, SKy Italia, que comenzó sus operaciones en julio de ese año. Esta nueva plataforma estaba participada por News

³⁰³ Véase *El Mundo*, 17 de mayo de 2002.

³⁰⁴ Véase *El Mundo*, 10 de junio de 2002.

Corporation (80%) y Telecom Italia (20%), contaba con 2.872.000 abonados y una penetración del 13% aproximadamente. Su principal fuente de financiación son las cuotas de abonados que se sitúan entre 22 y 55 euros mensuales. Su oferta es aproximadamente de 80 canales a través de 4 paquetes básicos con diversas ofertas adicionales³⁰⁵.

4.2.4. Reino Unido

Los servicios de televisión por satélite en el Reino Unido se inician a finales de 1989 cuando se conceden cuatro canales al consorcio *British Satellite Broadcasting* (BSB) que reunía algunas de las más conocidas empresas de comunicación como Pearson, Granada, Anglia TV y Virgin. El organismo encargado de otorgar esta concesión fue la IBA, al que el Gobierno había atribuido el poder de promover los servicios de televisión por satélite. Para no caer en errores anteriores, la IBA decidió que los satélites no debían ser necesariamente de producción inglesa, sino que podían ser adquiridos al mejor precio en el mercado internacional; los canales podían limitarse a cubrir el territorio nacional; el satélite podía ser de mediana potencia y el periodo de concesión era de quince años.

En 1990, debido al enorme compromiso económico y a las difíciles condiciones de mercado, la BSB se fusionó con su principal antagonista, *Sky Channel*, el decano europeo de los operadores televisivos vía satélite. El nuevo grupo, BSKyB desarrollará la televisión de pago por satélite en este país y será el precursor años más tarde de la televisión digital entendida como plataforma y oferta multicanal.

Para Javier Cremades, Reino Unido es la referencia más clara de una regulación consensuada del servicio de acceso condicional. Este país inició desde junio de 1996 un debate, en el seno de su autoridad reguladora: la Office of Telecommunications (OFTEL) y a través del Department of Trade and Industry (DTI), con los agentes interesados sobre los aspectos a regular, mediante consultas públicas reflejadas en distintos documentos (DTI, 1996).

Este proceso culmina el 7 de enero de 1997, con la entrada en vigor de la licencia de operación para los operadores de servicios de acceso condicional, (LICENCE, 1997). El objetivo más importante de todo este proceso era, según este mismo autor, que el consumidor se viera beneficiado por la presencia de competencia en el mercado. Apoyándose en estos argumentos, la regulación británica no consideró necesario imponer ningún esquema de acceso condicional³⁰⁶.

En mayo de 1997, el grupo BSKyB anuncia el encargo de la fabricación de un millón de descodificadores que permitirían a los usuarios británicos el acceso a 200 canales de televisión

³⁰⁵ DELOITTE: *Estudio...*, Op. cit., p. 32.

³⁰⁶ CREMADES, Javier: "Marco regulatorio de la televisión digital en España", en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO: *Presente y futuro...* Op. cit., p. 83.

digital que se disponía a emitir a partir de la primavera de 1998. A esta oferta se añadirán, algunos meses después otra de servicios interactivos que permitirá a quienes se abonen a ellos hacer compras y operaciones bancarias sin moverse de casa, además de hacer consultas a través de Internet³⁰⁷.

A diferencia de otros países como Francia o España, en los que la televisión digital se encuentra en 1998 en pleno desarrollo, en Reino Unido el lanzamiento de esta modalidad ha sufrido algunos aplazamientos hasta configurar los operadores que finalmente iban a dar este servicio. En febrero de 1998, se anuncia la elección del sistema “simulcrypt” que permitirá la compatibilidad entre plataformas. En concreto, el sistema escogido es propiedad de SECA, una sociedad participada por Canal + Francia y el grupo alemán Bertelsmann. Unos meses más tarde, en septiembre de ese año, BSKyB Sky Digital inauguró la primera plataforma de televisión digital por satélite.

Posteriormente, se producen acontecimientos repetidos en otros países tras el nacimiento de las plataformas de televisión digital por satélite, como son los acuerdos sobre los derechos televisivos del fútbol. *El País*, el 8 de enero de 1999, titulaba: “El Gobierno británico cuestiona el contrato entre Murdoch y la liga de fútbol” y en la información se explica que se investigarán “los acuerdos de BSKyB y la BBC con la Premier League, la liga profesional inglesa de fútbol. En concreto, las autoridades cuestionan que la liga pueda vender en bloque sus derechos”.

En ese mismo año, se rumorean contactos entre la plataforma BSKyB y Canal + Francia que no llegan a fructificar ante las condiciones previas al acuerdo, entre ellas el reconocimiento de “una posición dominante” del grupo francés en esa alianza y la aceptación de los compromisos adquiridos por este último con el sector audiovisual de Francia y, en general, de Europa³⁰⁸.

A pesar de las primeras noticias sobre la ruptura del acuerdo, finalmente en junio de 1999, Vivendi, el conglomerado empresarial francés cerró una operación con la compañía gala Pathé por la que la Vivendi, la principal accionista de Canal + Francia, se hace con el 17% de BSKyB. Tan sólo una semana después de este acuerdo, Murdoch se hace con la presidencia de BSKyB.

El mercado de la televisión del Reino Unido es el que ha avanzado más en Europa en la digitalización de la red. A finales de 2003, el 28% de los hogares está suscrito a la televisión digital por satélite, el 10% a la televisión digital por cable y el 8% a la televisión digital terrestre³⁰⁹.

El líder indiscutible en televisión de pago en el Reino Unido es Sky Digital, operador de televisión digital por satélite que se creó en el año 1990. El principal accionista es News

³⁰⁷ Véase *El País*, 8 de mayo de 1997.

³⁰⁸ Véase *El País*, 5 de marzo de 1999.

³⁰⁹ DELOITTE: *Estudio...*, Op. cit, p. 13.

Corporation (Rupert Murdoch). A finales de 2003 cuenta con más de 7 millones de abonados y una oferta de más de 200 canales y con una cuota de suscripción mensual que se sitúa entre 20 y 57 euros. Su relevancia dentro del modelo televisivo del Reino Unido no se centra sólo en el número de abonados y en la amplia oferta televisiva que presenta, sino que se sitúa en el tercer lugar en términos de audiencia total y también en participación en el mercado publicitario del conjunto de la televisión inglesa. Sky Digital es la principal plataforma de televisión digital de pago en toda Europa, a una gran distancia de los similares operadores del resto de países europeos.

El rápido crecimiento de abonados, inédito en el resto de países europeos fue, en parte, como apunta Sagrario Beceiro, “el resultado de una agresiva campaña de marketing (...) basada principalmente, en sufragar el coste de los descodificadores digitales, denominados *Digibox*, con dos objetivos: el primero, y muy importante en ese momento histórico para evitar la pérdida de clientes, lograr una rápida transferencia de los abonados en analógico al entorno digital, ofreciéndoles el acceso a nuevos servicios, sin que, inicialmente, creciese su gasto; el segundo, aumentar su base de nuevos clientes lo más rápidamente posible, bajando las barreras económicas de entrada”³¹⁰. De esta forma, Sky Digital, a pesar de un fortísimo endeudamiento a corto plazo, se garantizó el dominio del mercado y se hizo con el 80% del mercado británico de la televisión digital en tan sólo dos años.

El Reino Unido no fue el primer país en decidir el lanzamiento de la televisión digital, hecho que se produjo en el año 1998, dos años después que en países como Francia e Italia. Pero el crecimiento de la televisión digital ha sido mucho más importante en el Reino Unido que en el resto de países, siendo el líder indiscutible en el mercado de la televisión digital en Europa y la primera plataforma que alcanzaba su punto de equilibrio económico en 2003, derivado fundamentalmente de los esfuerzos realizados por Sky Digital y los operadores de cable en transformar sus abonados analógicos a abonados digitales³¹¹.

4.3. Japón

La televisión digital en Japón inicia su desarrollo con la plataforma Perfect TV a partir de octubre de 1996 con una oferta de unos 100 canales. Este operador fue fundado por un consorcio de 28 empresas, cuyo principal accionista es el Grupo Itochu. En un principio esta plataforma tuvo que retrasar su lanzamiento por deficiencias en sus descodificadores. Además, durante el primer semestre del año 1997 no llegó alcanzar la cifra prevista de 300.000 hogares. Todo ello, supuso unas pérdidas cercanas a los 60 millones de dólares (54 millones de euros) en su primer año de emisión.

³¹⁰ BECEIRO RIBELA, Sagrario: “Televisión digital en Europa: las plataformas digitales vía satélite (1996-2003)” en *Global Media Journal*, vol. 7, nº 13, 2010, p. 48.

³¹¹ DELOITTE: *Estudio...*, Op. cit., p. 16.

En mayo de 1997, la compañía electrónica y de entretenimiento Sony y la compañía de televisión Fuji se encontraban entre los poderosos socios industriales que estaban dispuestos a adquirir una participación en Japón Sky Broadcasting (JSkyB), la plataforma digital vinculada al grupo Murdoch, que esperaba iniciar sus emisiones en abril de 1998, con una oferta de 150 canales y un capital de 170 millones de dólares.

Con esta operación, Sony equipararía su presencia en esa compañía a la del propio Murdoch y a la compañía de medios de comunicaciones Softbank Corporation. Además, de este modo, Sony avanzaría en el terreno de la televisión digital en Japón ya que participa en la plataforma Perfect TV³¹².

Uno de los problemas a los que se enfrentaban las plataformas era la escasez de contenidos originales en japonés y el escaso interés que despertaban los programas tradicionales. Con la irrupción de la plataforma JSkyB, donde figuraban empresas como Fox, Sony, Fuji Television y Softbank Corporation, “se esperaba que la televisión japonesa se llenara de programación de mayor calidad, si por ello se entiende contenidos más americanados”³¹³.

Después del verano de 1997, las dos plataformas de televisión digital japonesas firmaron un acuerdo por el que compartirían un mismo descodificador que usaba el sistema simulcrypt combinado con una tarjeta de circuitos integrados para llegar conjuntamente al público casi 250 canales de televisión. Además, con este acuerdo ambas plataformas se garantizaban su supervivencia económica en un mercado muy amplio.

En Japón, los servicios televisivos vía satélite se transmiten tanto en formato analógico vía BS (Broadcasting Satellite) como digital vía CS (Communications Satellite). Los programas televisivos vía CS eran ofrecidos, en sus comienzos, por dos plataformas: Sky PerfectTV y Direct TV. En octubre de 2000, Direct TV fue absorbido por la competencia Sky Perfect TV, que emite 192 canales de paquete básico y Premium y que en junio de 2001 alcanzó a 2.700.000 abonados³¹⁴.

³¹² Véase *El País*, 15 de mayo de 1997.

³¹³ Véase *El País*, 30 de agosto de 1997.

³¹⁴ CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN: *Situación de la televisión digital en el mundo e implicancias en Chile*, 2006 p.49 (http://www.paisdigital.org/files/TVDigital_mundo_05_2006.pdf).

5. Características comunes y divergencias en la evolución de la televisión digital por satélite en el contexto internacional

La televisión digital por satélite presenta características comunes que definen su evolución en los principales países analizados, pero también existen importantes diferencias que han determinado su nivel de desarrollo y éxito. Conocer estos rasgos permitirá valorar adecuadamente el origen y evolución de este tipo de televisión en España, tema central de esta tesis doctoral.

La implantación de la tecnología digital en el contexto internacional optó por diferentes modelos en función de los servicios que privilegiaban. De esta forma, se pueden distinguir tres aproximaciones diferentes: el modelo estadounidense (ATSC), que privilegia la alta definición; el modelo europeo (DVB) que favorece el multicasting y el modelo japonés (ISDB) que se plantea como una combinación de los anteriores, atendiendo a los requisitos de la alta definición, pero también ofreciendo la posibilidad de transmitir con una definición estándar, con calidad inferior, para transmitir una programación múltiple.

En el estudio realizado por la CNTV, se indica que la diferencia de los enfoques para el desarrollo de la televisión digital encuentra su raíz en los distintos niveles de desarrollo de la TV multicanal (por cable o satélite) e Internet en Estados Unidos y Europa. “La penetración de ambos servicios es significativamente inferior en la mayoría de los países de Europa que en Estados Unidos, donde más del 70% de la población está suscrita a algún operador de TV pagada y cerca del 40% de la población accede a Internet. Además, también existen diferencias de carácter social, político y cultural que permiten explicar las diferentes aproximaciones a la TV digital en las distintas regiones del mundo”³¹⁵.

Además de los diferentes modelos de aproximación a la televisión digital, las realidades del sector audiovisual en Europa y en los EEUU difieren en otros aspectos como el grado de desarrollo de las distintas redes, la competencia entre operadores o la variedad de contenidos. Pedro Antonio Rojo Villada señala como principales características de valor del audiovisual en Estados Unidos: “la existencia de una poderosa industria de contenidos, la diversidad de redes de distribución de TV como satélite, cable, terrestre o por MMDS, en un contexto de libre competencia entre ellas, y los hogares potenciales con TV son 97 millones, un factor de economía de escala importante”³¹⁶.

Este mismo autor, resalta que en EEUU se puede apreciar la diversidad de proveedores que venden sus contenidos a una multiplicidad de operadores de servicios de TV, quienes disponen de diversas redes en competencia. En EEUU los distintos agentes de la cadena de valor de la

³¹⁵ CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN: *Situación de la televisión...*, Op. cit., p. 50.

³¹⁶ ROJO VILLADA, Pedro Antonio: *Génesis y evolución de la TV digital por satélite en la Unión Europea*, Universidad de Murcia (<http://www.eca.usp.br/alaic/boletin17/Pedro%20Rojo.htm>)

TV multicanal están completamente identificados y separados, sin que se den situaciones notorias de integración vertical entre proveedor de contenidos y operador de servicios de TV y además, dada la diversidad de empresas, el riesgo de posiciones dominantes en toda la cadena en la oferta es bajo.

En Europa el sector audiovisual presenta características muy diferentes a las realidades del sector en Estados Unidos. Según Rojo Villada, sus principales rasgos definitorios son:

- Diferentes estadios de la regulación de las telecomunicaciones y del audiovisual, que explica el predominio amplio de unas redes de distribución de TV sobre el resto y que esta situación varíe con los países. Cada país, mediante su regulación, ha favorecido que una red esté significativamente más desarrollada que otras.
- La economía de escala a nivel de países está como máximo en Alemania con 32,3 millones de hogares con TV seguidos por Francia y Reino Unido con 20,5 millones.
- Existen posiciones dominantes sobre los derechos nacionales de emisión del fútbol. En Europa, aquel proveedor de contenidos que tiene el fútbol nacional tiene el cuasi-monopolio de los contenidos propios del país. Sin embargo, como la oferta de redes de distribución es poco variada, el proveedor se convierte en operador de servicios de TV que explota sus propios derechos, repitiéndose el esquema de integración vertical. Además, el operador de TV amplía su volumen de negocio mediante otros ingresos como la publicidad y los abonos, optimizando de esta manera su inversión en la compra de los derechos audiovisuales de los deportes y otros contenidos.

El interés por controlar los derechos nacionales del fútbol hace que diferentes operadores de distintos países intenten alianzas para adquirir los derechos deportivos. De esta forma, *El País* publicaba el 15 de marzo de 2001 “Bertelsmann y Vivendi negocian una alianza sobre derechos deportivos” y tan sólo un par de meses después *El Mundo* titulaba “Canal Plus y RTL se alían para gestionar los derechos deportivos”³¹⁷.

Otra diferencia radical entre el enfoque del sector audiovisual europeo y el estadounidense ha sido el punto de partida de ambos. En Europa, los gobiernos han reconocido siempre la naturaleza específica del sector y su función social, nunca se ha considerado el medio audiovisual como un sector económico más. “La finalidad informativa y educativa de la televisión se comenzará a cuestionar a raíz del problema de la financiación y la importancia que fue adquiriendo la inversión publicitaria”³¹⁸.

Por otro lado, y a diferencia de Estados Unidos, la evolución del mercado televisivo en Europa ha sido diferente en cada país. Por ejemplo, en Alemania el sistema de distribución que ha

³¹⁷ Véase *El Mundo*, 23 de mayo de 2001.

³¹⁸ AGUADO GUADALUPE, Guadalupe: “Retos de la televisión en Europa: viabilidad y tendencias de mercado”, Módulo europeo Jean Monnet de la Universidad Antonio de Lebrija.

imperado ha sido el cable con una penetración del 56% y el satélite con una penetración del 37,1%; sin embargo, en Francia los tres grandes operadores que dominan el mercado de la televisión (France Television, TF1 y M6) operan a través de señal terrestre y con tecnología analógica, aunque existe una notable presencia de la televisión digital por satélite con una penetración del 22,8% de los hogares. La implantación de un sistema u otro ha dependido en los diferentes países de factores como: decisiones políticas, regulación, disponibilidad del espectro, infraestructuras, oferta de proveedores de contenidos y fecha propuesta de comienzo.

La televisión digital en Europa se consolidó en pocos años. En febrero de 1998, dos años después del lanzamiento de la primera plataforma de televisión digital por satélite en Europa, “más de dos millones de europeos están abonados ya a la TV digital”. “De esos dos millones de abonados a alguna plataforma digital europea, la mayor parte corresponde al Canal Satélite Numérique, de Canal + Francia, que inició sus emisiones en abril de 1996 y contaba dos años después con 820.000 suscriptores. Detrás de ellos se sitúan la segunda plataforma francesa, TPS, con 360.000 abonados; la primera plataforma española, Canal Satélite Digital, con más de 310.000, y la italiana Telepiú con 190.000”³¹⁹. Además, según los datos de SES, 1.390.000 europeos reciben televisión digital a través de Astra y otros 680.000 a través de sus competidores, Eutelsat e Hispasat.

Sin embargo, y a pesar de la buena acogida que la televisión digital tuvo entre los hogares europeos, los operadores no obtienen los beneficios esperados. Por ello, el 14 abril de 2002, *El Mundo* publicaba “Televisión en fuera de juego” y explicaba que en dos semanas han suspendido pagos tres empresas audiovisuales, “la caída de los ingresos por publicidad y por la dificultad de hacer una masa crítica importante que rentabilice las ingentes inversiones está obligando a algunas cadenas a fusionarse”.

Para buscar soluciones a las pérdidas de los operados, las fusiones y los acuerdos entre diferentes empresas traspasa las fronteras nacionales y la televisión de pago queda en manos de pocos grupos. *El Mundo* publicaba el día 10 de junio de 2002: “La TV de pago en Europa, un tour para tres” y en el reportaje señala que “la carrera por hacer fortuna con la TV de pago vía satélite se ha convertido en un coto demasiado pequeño. Históricamente, en el tour europeo del pay per view sólo existía un pelotón de cabeza conformado por cinco hombres: el presidente de KirchMedia, Leo Kirch; el magnate australiano Rupert Murdoch (News Corporation); el responsable de Vivendi Universal (Canal Plus y Canal Satélite), Jean-Marie Messier; el presidente de Prisa, Jesús de Polanco –de la mano de Messier- y el presidente de turno en Telefónica, César Alierta. Ahora, ese número se ha reducido peligrosamente a sólo tres hombres tras la suspensión de pagos de Kirch y la fusión de las plataformas españolas”.

³¹⁹ Véase *El País*, 12 de febrero de 1998.

Para completar el contexto internacional sobre la televisión digital por satélite se expone a continuación un cuadro en el que se recogen los diferentes operadores, el año de inicio de sus emisiones y los grupos que lanzaron estas plataformas, así como los principales cambios estructurales que se produjeron en el periodo comprendido desde su nacimiento hasta el año 2003, fecha final del análisis de esta tesis doctoral. Todo ello, con el objetivo de resumir y exponer de manera más clara las diferencias entre unos países y otros.

LA TELEVISIÓN DIGITAL POR SATELITE EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL (1994-2003)							
PAÍS	1er OPERADOR	AÑO	ACCIONISTAS	OFERTA	OTROS OPERADORES	AÑO	PRINCIPALES CAMBIOS ESTRUCTURALES
ESTADOS UNIDOS	Direct TV	1994	Hughes Electronics, filial de General Motors y AT&T	Paquete de 175 canales Cuota: 18€/mes Parabólica y descodificador (alquiler): 180€ Paquetes especializados: 120€	USSB Primestar	1995	<ul style="list-style-type: none"> New s Corporation negocia con Direct TV (2000/01) Echostar compra Direct TV (2001). Echostar se convierte en la principal plataforma con 10 millones de abonados.
					Echostar	1996	
FRANCIA	Canal Satellite Numérique	1996	Canal Plus	Paquete inicial: 10 programas de TV y 20 de audio Cuota: 15€/mes Alquiler descodificador: 6€/mes PFV: 4,50 €	TPS	1996	<ul style="list-style-type: none"> Fusión entre Vivendi, Canal Plus y Seagram (2000). Especulaciones de fusión entre Canal Satellite y TPS, las dos plataformas principales (2002/03). Jean-Marie Messier abandona el grupo Vivendi (2002).
					ABSat	1996	
ALEMANIA	DF1	1996	Kirch y BSKyB	Paquete inicial: 25 canales de TV Cuota: 10,20 €/mes o 15 €/mes (oferta deportiva) Venta descodificador: 750 €			<ul style="list-style-type: none"> Murdoch abandona la TV digital de Kirch (1997). Kirch y Bertelsmann (CLT-Ufa) deciden fusionarse y DF1 pasa a comercializarse bajo la marca de Premiere. La Comisión Europea paraliza la fusión digital (1998). Murdoch adquiere el 24% de la TV de pago (1999). Kirch entra en suspensión de pagos (2002). Grupo Kirhdh pasa a estar controlado por el Grupo de Inversión Permira (2003).
ITALIA	Telepiù	1996	Fininvest (Berlusconi), Kirch y Nethold	Paquete inicial: 50 canales de TV Cuota: 22 €/mes Venta descodificador + antena: 1.022 €	Stream	1997	<ul style="list-style-type: none"> Canal Plus adquiere el 45% correspondiente a Nethold y más tarde se hace con el 90% (1997). Murdoch adquiere el 80% de Stream (1999). Vivendi (Telepiù) y Murdoch (Stream) anuncian un acuerdo, pero Vivendi renuncia más tarde por las duras condiciones antimonopolio (2002). Murdoch compra Telepiù por 1.500 millones de euros y se erige como único operador italiano (Sky Italia, 2003).
REINO UNIDO	BSKyB Sky Digital	1998	BSKyB, Murdoch	Paquete inicial: 200 canales de TV y otros servicios			<ul style="list-style-type: none"> Regulación consensuada (1996). BSKyB encarga un millón de descodificadores (1997). Se elige el sistema "simulcrypt" (1998). Canal Plus Francia se hace con el 17% de BSKyB (1999)
JAPÓN	Perfect TV	1996	Grupo Itochu	Oferta: 100 canales de TV	JSKyB	1997	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdo para compartir un mismo descodificador (1998) Escasez de contenidos originales en japones.

| *Sexta parte*

EL PAÍS Y EL MUNDO:
DESCRIPCIÓN HISTÓRICA Y
ESTRUCTURAL

1. Introducción

El conocimiento del origen y evolución de ambos diarios hasta el año 2003, su estructura empresarial y las sinergias con otros medios o grupos empresariales, así como su posicionamiento ideológico son imprescindibles como paso previo al análisis de sus mensajes. La comparación entre ambos medios, sus rasgos comunes y sus diferencias permitirán un análisis más contextualizado y correcto.

Son varias las características que definen a ambos diarios, entre la que destaca el hecho de que tanto el diario *El País* como *El Mundo* se engloban dentro de la llamada prensa de referencia en España. Con esta expresión se denomina, tal y como señala Ramón Reig, a cabeceras que por su especial implantación y carisma en el mercado español, producen lo que se conoce como un efecto de arrastre en relación con el resto de los medios de comunicación, sean escritos o audiovisuales. Asimismo, añade que los diarios de referencia suelen pertenecer a grandes grupos de prensa o grandes grupos de comunicación en general y presentan un estado financiero generalmente muy saneado³²⁰.

Por otro lado, ambos diarios son el origen del grupo comunicacional al que pertenecen. A partir de *El País*, fundado en 1976, va a nacer el que después será Grupo Prisa; y a partir de *El Mundo*, creado en 1989, surge el Grupo Unidad Editorial. Son ejemplos de grupos de comunicación que surgen a partir de una publicación impresa y que posteriormente, diversificarán su actividad empresarial hacia lo audiovisual y lo multimedia.

Para las autoras Sara Núñez de Prado y María Antonia Martín Díez existen tres categorías diferentes para clasificar los grupos comunicacionales en España. Una primera formada por los grupos denominados “familiares” con una trayectoria muy dilatada en el tiempo; una segunda, en la que engloban grupos de creación más reciente y en tercer lugar, un bloque formado por aquellos grupos de comunicación que han nacido bajo el paraguas protector de una entidad tradicionalmente ajena al mundo de la comunicación³²¹. Atendiendo a esta clasificación, *El País* y *El Mundo* forman parte de la segunda categoría ya que surgieron al amparo de la nueva coyuntura política que trajo el cambio de régimen.

En cuanto a su difusión ambos diarios se encuentran en los tres primeros puestos del ranking de información general, con pequeñas diferencias a lo largo de los años que abarca esta investigación. En 1996, año en que comienza el análisis de esta tesis doctoral, *El País* ocupaba el primer lugar en el ranking con una tirada de 413.543 ejemplares y una audiencia de 1.419.000 lectores, mientras que *El Mundo*, con una tirada de 260.616 ejemplares y una audiencia de 1.014.000 lectores, se consolidaba como uno de los tres grandes diarios

³²⁰ REIG, Ramón: *Medios de comunicación y poder en España: prensa, radio, televisión y mundo editorial*, Paidós, Barcelona, 1998, p.154.

³²¹ NÚÑEZ DE PRADO Y CLAVELL, Sara, y MARTÍN DÍEZ, M^a Antonia: *Estructura de la Comunicación mundial*, Editorial Universitas, Madrid, 1996, pp.155-156.

nacionales detrás de *El País* y a muy corta distancia de *ABC*. Una distancia que se reducirá años más tarde pasando a ocupar *El Mundo* el segundo lugar en el ranking de difusión de información general. En la siguiente tabla se recoge la evolución de estos diarios en cuanto a difusión y audiencia desde 1996 a 2003, periodo de investigación de esta tesis doctoral.

	DIFUSIÓN		AUDIENCIA*	
	EL PAÍS	EL MUNDO	EL PAÍS	EL MUNDO
1996	413.543	260.616	1.419	1.014
1997	440.628	284.519	1.461	1.020
1998	450.176	272.299	1.570	922
1999	435.433	285.303	1.449	931
2000	436.302	291.063	1.459	1.007
2001	433.617	312.366	1.511	948
2002	435.298	300.297	1.603	1.075
2003	440.226	286.685	1.941	1.169

*Número de lectores en miles

Tabla 3. Fuente: datos extraídos de la OJD y del EGM

A continuación se describen los principales hitos que conforman la historia y estructura de ambos diarios hasta el año 2003, fecha en que finaliza el periodo de investigación de esta tesis doctoral, así como sus principales diferencias, haciendo especial hincapié en el enfoque que han adoptado ante diversos acontecimientos.

2. *El País*: grupo PRISA (1971-2003)

La gestación del diario *El País* comienza un lustro antes de su nacimiento oficial, a principios de los años setenta, cuando se inician las conversaciones y los contactos entre los que un tiempo más tarde serían los fundadores de Prisa. En aquellos años, el prestigioso editor José Ortega Spottorno y los periodistas Darío Valcárcel y Carlos Mendo concibieron la idea de lanzar “un diario liberal, europeísta y moderno, un periódico serio, de gran calidad y gran calado intelectual”³²².

El 1 de agosto de 1971 aparece publicada en el Boletín Oficial de la Propiedad la solicitud de inscripción en el Registro de la Propiedad Industrial de la marca “El País”. En ese mismo tiempo, se suman a este proyecto inicial Juan José de Carlos, amigo y colaborador de José Ortega y Ramón Jordán de Urríes, amigo de Valcárcel y también monárquico del círculo de don Juan de Borbón.

³²² SEOANE, M^a Cruz y SUEIRO, Susana: *Una historia de El País y el Grupo Prisa. De una aventura incierta a una gran industria cultural*, Editorial Plaza & Janés, Barcelona, 2004, p. 18.

Estas cinco personas constituyeron la entidad Promotora de Informaciones Sociedad Anónima, PRISA, el 18 de enero de 1972 con un capital de 500.000 pesetas (unos 3.000 euros) suscritas y desembolsadas a partes iguales. En ese momento los cargos directivos quedaron repartidos del siguiente modo: José Ortega, presidente de la sociedad; Carlos Mendo, el consejero delegado, director gerente y, según el proyecto, director de *El País*; Darío Valcárcel, secretario del Consejo de Administración y subdirector del diario y finalmente, Jordán de Urries y Juan José de Carlos como vocales.

Unos meses después de la constitución de PRISA, en mayo de 1972, se produce una ampliación de capital de la sociedad para proveer a los primeros gastos de instalación en 14.500.000 pesetas (unos 87.000 euros), mediante la emisión de 145 acciones nominativas de 100.000 pesetas (600 euros). M^a Cruz Seoane y Susana Suerio destacan que los promotores buscaron a los nuevos accionistas en su respectivo entorno familiar, amistoso, profesional y de afinidad ideológica: liberalismo orteguiano, monarquismo democrático y reformismo desde el régimen.

Es precisamente en esta ampliación de capital cuando se incorpora Jesús de Polanco como accionista al equipo fundacional de *El País*, tras la invitación de José Ortega Spottorno y Manuel Fraga, que apoyaban el proyecto. Polanco, que hasta ese momento se había dedicado al mundo editorial con Santillana, era visto como un ejecutivo que podía servir de gran ayuda. El empresario cántabro invirtió 300.000 pesetas (1.800 euros) con las que adquirió tres acciones de Prisa.

Tras estos inicios, pasarían más de tres años hasta que las autoridades dieron su autorización a que Prisa pudiera ser incluida en el Registro Oficial de Empresas Periodísticas, requisito imprescindible para poder trabajar en el mundo de la información. El 19 de marzo de 1975 se publicó en el BOE, la solicitud de inscripción, paso previo a la autorización que se obtendría seis meses después.

Para Sara Núñez de Prado y M^a Antonia Martín Díez, estos años de espera sirvieron para levantar una sólida empresa (hubo sucesivas ampliaciones de capital, se empezó a formar la infraestructura...) y para que el periódico saliese a la calle sin ningún tipo de rémora franquista, ya que Franco murió escasamente dos meses después de haber sido concedido el permiso gubernamental³²³.

El País publicó su primer número el 4 de mayo de 1976, un ejemplar de cuarenta y ocho páginas, con predominio del texto sobre el elemento gráfico. En ese momento, Jesús de Polanco, era consejero delegado de Prisa. La salida de este diario estuvo precedida por una fuerte expectación pública como consecuencia de las circunstancias políticas existentes y los impedimentos planteados por la Administración a la aparición del nuevo periódico así como por

³²³ NÚÑEZ DE PRADO Y CLAVELL, Sara, y MARTÍN DÍEZ, M^a Antonia: *Estructura de la...* Op. cit., p. 136.

la personalidad conocida de los fundadores y accionistas iniciales y la propia estructura del accionariado.

Para Gérard Imbert, este último elemento jugó un papel clave en la imagen que el nuevo diario adquiriría ante la sociedad española. El propio diario resaltó estas características del accionariado, inéditas en España en el suplemento “Quiénes hacen *El País*”, publicado el 4 de mayo de 1977 y en el que se enumeraba la lista completa de nombres del accionariado existente precedida por la siguiente introducción:

“Mil noventa y seis accionistas son los propietarios de PRISA, editora de El País. Ninguno de ellos posee el 10 por 100 del capital social (...) Muchas veces los lectores se preguntan sobre los dueños de la prensa y quién está detrás de los periódicos. Pues aquí están los dueños de El País. No es difícil encontrar en ellos gente de diferente y contrapuesta ideología, pero todos concurren a suscribir el capital con el sólo deseo de sostener un diario independiente”³²⁴.

El mismo Gerard Imbert señala que esta multiplicidad y diversidad político-ideológica del accionariado cobraba un nuevo valor simbólico: no sólo era la garantía de la independencia del periódico sino también la prueba misma de que el consenso entre ideas e intereses era posible.

Tan sólo unos meses después de su aparición, en octubre de 1976, el diario *El País* era ya un negocio rentable y tras las primeras elecciones democráticas en junio de 1977 se consolidó como uno de los órganos con mayor influencia en la opinión pública española.

Para Sara Núñez de Prado y M^a Antonio Martín Díez, existen varias claves que explican el éxito de este diario. Por un lado, la total ausencia de impronta ideológica alguna emparentada con el régimen anterior. Por otro, vino a llenar un hueco que estaba vacío en el mundo del periodismo impreso español. *El País* se presentó como un periódico típico de la llamada prensa de elite, aunque hacía amplias concesiones a públicos más amplios de los considerados como receptores tradicionales del periodismo de prestigio. Además, no sólo ocupó un espacio libre, sino que lo hizo en un momento muy oportuno, en el que el cambio de estructuras políticas demandaba un tipo de prensa totalmente nuevo y apartado del pasado inmediato.

Estas mismas autoras, señalan como otro elemento fundamental coadyuvante al éxito del periódico la tecnología avanzada con que se imprimía, lo que le permitía presentar al lector un ejemplar moderno, atractivo, cómodo para quien lo leía y muy en la línea con lo que se estaba haciendo en otros países europeos³²⁵.

³²⁴ IMBERT, Gérard y VIDAL BENEYTO, José (coord.): *El País o la referencia dominante*, Editorial Mitre, Barcelona, 1986, p. 56-57.

³²⁵ NÚÑEZ DE PRADO Y CLAVELL, Sara y MARTÍN DíEZ, M^a Antonia: *Estructura de la...* Op. cit., pp. 156-157.

A pesar de los buenos resultados y de la acogida que entre el público tuvo este diario, pronto comenzaron las desavenencias internas entre los accionistas. Diez meses después de su aparición se iniciaron los problemas en la Junta General, tras la dimisión de los veintinueve miembros del Consejo de Administración para permitir unas elecciones más acordes con el capital social y con su distribución. La Junta de Fundadores propuso setenta y tres nombres divididos en ternas de entre las cuales debían de elegir los accionistas. Este sistema se intentó impugnar por su carácter cerrado y el desconocimiento de los candidatos.

Además, se iniciaron las críticas hacia la línea informativa del diario: como prólogo a la Junta General ordinaria de 1978, un grupo de catorce accionistas dirigieron una carta al presidente criticando la marcha de la empresa y, sobre todo, reclamando la supresión de la Junta de Fundadores. Entre los firmantes destacaban hombres de claro talante conservador, cercanos al grupo político de Fraga.

Ramón Reig señala que otro hecho que aumenta la tensión entre los accionistas, fue la compra de acciones por parte de Polanco ya que se consideraba que uno de los propósitos fundacionales de la empresa era mantener fragmentado el capital para garantizar su independencia. Sin embargo, en pleno verano de 1983, los propios accionistas de la oposición interna venden sus participaciones, en un intento por recuperar su dinero ante la imposibilidad de conseguir una mayoría relativa. De esta forma, finalizan las luchas por el poder en el seno del periódico, un periodo conocido como la “guerra de los seis años”, de la que salió como vencedor indiscutible el empresario Jesús de Polanco que se convirtió en accionista mayoritario de Prisa³²⁶.

Un año más tarde, Jesús de Polanco es nombrado presidente de Prisa por el Consejo de Administración, desplazando a José Ortega Spottorno al cargo de Presidente Honorario. En estas fechas, el diario había ya lanzado la edición barcelonesa y la internacional y Prisa comenzaba a ser concebida como una empresa multimedia.

Estos son esbozados los orígenes del que durante muchos años ha sido el diario de mayor difusión en España y el “buque insignia” del Grupo Prisa. A partir de este momento y una vez consolidado *El País*, comenzaría la diversificación empresarial del grupo en el campo de las industrias culturales: prensa, radio, televisión, multimedia, distribución, etc.

Los inicios de esta diversificación se remontan a 1982, año en que el Grupo Prisa se convierte en accionista minoritario de la Cadena SER. Nueve años más tarde, acabaría absorbiendo esta cadena de radio para posteriormente, redondear su penetración en el mundo de las ondas adquiriendo Antena 3 Radio. En 1994, Antena 3 Radio y la Cadena SER constituyeron Unión Radio, una empresa de servicios en la que Prisa participaba con un 80%.

³²⁶ REIG, Ramón: *Medios de comunicación...* Op. cit., p. 61.

Por lo que respecta a la televisión, el grupo optó y consiguió una de las licencias que otorgó el Gobierno para la televisión privada y puso en marcha Canal +, una televisión que además presentaba la peculiaridad de ser de pago y que comenzó sus emisiones en 1990. Posteriormente, apostaría por las nuevas tecnologías, con la televisión por cable y por satélite.

La diversificación del grupo en el campo audiovisual, radio y televisión, constituyen tan sólo un ejemplo de la actividad empresarial de Prisa, que se extendió incluso a otros sectores ajenos a la comunicación, además de contar con vínculos financieros importantes y vínculos internacionales que aumentaban su proyección fuera de España. El siguiente cuadro resume algunos de los principales campos en los que participaba el grupo Prisa a finales de 1997.

GRUPO PRISA (Finales de 1997)
ACCIONISTA PRINCIPAL: Jesús de Polanco
PODER INFORMATIVO: <ul style="list-style-type: none"> • PRENSA: Diarios: <i>El País</i>, <i>Cinco Días</i>, <i>As</i>, <i>El País Internacional</i>, <i>El País Digital</i>. Revistas: <i>Claves de la Razón Práctica</i>, <i>Cinemanía</i>, <i>Canal Plus</i>, <i>Crisol</i>, <i>Sogepaq</i>, <i>Estrella</i> (La Caixa). • RADIO: Unión Radio, Cadena 40, Cadena Dial, M-80 Radio; SER OM, Sinfo Radio Antena 3, Antena 3 Aspe, Antena 3 León, Antena 3 Melilla. • TV: Canal Plus, Canalsatélite (Cinemanía, Documanía, Cineclasic, Sportmanía, Minimax...).
VÍNCULOS FINANCIEROS: Grupo March, BBV, Bankinter (Grupo Banco de Santander), Caja Madrid, Banco Zaragozano.
VÍNCULOS INTERNACIONALES: Francia (Canal Plus); Estados Unidos (Poligram, Dow Jones, Galaxy Latin America TV); Reino Unido (Bertelsmann); Portugal (a través del diario <i>Público</i>); Italia (a través del diario <i>La República</i>)...
OTRAS EMPRESAS DEL GRUPO: <ul style="list-style-type: none"> • CINE: Más de 200 pantallas; Sogetel (productora); Sogepaq (distribución); Idea (compra-venta, exhibición y financiación). • SONDEOS: Demoscopia. • LIBROS: Grupos Timón y Santillana (ésta última engloba varias editoriales como Alfagurar, Aguilar, Taurus...). • EXPORTACIÓN: Eductrade. • PUBLICIDAD: Gerencia de Medios. • DISTRIBUCIÓN: Red Prensa. • ARTES GRÁFICAS: Mateu Cromo; Imprentas Bidasoa (Valencia), Distansa (Sevilla), Eurohueco (Barcelona). • SERVICIOS: Tropical HOTELES; Egido Centro Comercial; Crisol Viajes, Crisol Librerías, Marketing Directo, Canal Club.

Tabla 4. Fuente: Ramón Reig, *Medios de comunicación y poder en España*³²⁷

A partir de 1997, la principal apuesta y el hecho más noticioso del grupo Prisa será la plataforma de televisión digital por satélite, Canal Satélite Digital, que nace en enero de ese mismo año y que es objeto de estudio de esta tesis doctoral. No obstante, Prisa continúa aumentando las participaciones del grupo y reorganizando su estructura empresarial en unidades de negocio (El País, Radio, Medios Impresos, Música, Internet, Internacional y

³²⁷ Este cuadro es un resumen del que aparece publicado en el libro de Ramón Reig: *Medios de comunicación y poder en España...* Op. cit., p. 143.

Sogecable). Por ejemplo, en 1999 adquirió la sociedad Espacio Editorial Andaluza Holding, S.L. y crea la sociedad Grupo Empresarial de Medios Impresos, S.L, filial 100% de Promotora de Informaciones, que agrupa todas las compañías del sector de medios impresos exceptuando el diario *El País*. Además, ese mismo año se abre un establecimiento permanente del diario *El País* en Argentina para gestionar su nueva edición en América.

Dos años después, en 2001 Gestora de Medios Impresos, S.L. adquiere el 57,5% de Box News Comunicación, ampliando su actividad en el sector de publicaciones gratuitas y se comienza a publicar una edición en inglés, bajo el título *El País English Edition* que se distribuye conjuntamente en España con el diario *The International Herald Tribune*.

Asimismo, Prisa suscribe un acuerdo con Grupo Televisa que representa una alianza estratégica para el desarrollo de la radio en México y otro acuerdo con Amena para el desarrollo de servicios y contenidos interactivos. Y en el año 2002, firma un acuerdo con el Banco Santander Central Hispano para el desarrollo de proyectos de educación y formación en Internet.

Todas estas nuevas participaciones del grupo y los acuerdos suscritos hasta 2003 son tan sólo un ejemplo de la actividad de este grupo que abarca numerosos sectores y que teje una enmarañada red de sinergias empresariales. Un grupo cada vez más global y globalizado que dista mucho de sus inicios, con el nacimiento del diario *El País*, veinticinco años atrás.

3. *El Mundo*: grupo Unidad Editorial (Unedisa) (1989-2003)

La historia del diario *El Mundo* se inicia el 8 de marzo de 1989. En esa fecha y después de estar casi nueve años al frente de *Diario 16*, Pedro J. Ramírez fue destituido por el editor del grupo, Juan Tomás de Salas. El motivo de esta destitución, según señala Carlos Barrera, fue el aumento de las desavenencias entre ambos a propósito del modelo de periódico deseado y de ciertas estridencias informativas (como el caso GAL)³²⁸. Con anterioridad, Juan Tomás de Salas había hecho algunos ofrecimientos de venta del periódico a Pedro J., Balbino Fraga y Alfonso de Salas pero pese a ello, al final el máximo responsable del Grupo 16 optó por quedarse con el diario.

A finales de la década de los ochenta, se vivía en España un periodo de prosperidad y auge publicitario lo que fomentaba el interés por iniciar nuevas andaduras. Aprovechando esta situación y tras la salida de *Diario 16*, Pedro J. Ramírez junto a más de cuarenta trabajadores (incluidos algunos directivos) que se marcharon con él, decidió crear su propio diario. Para esta

³²⁸ BARRERA, Carlos: *Sin mordaza. Veinte años de prensa en democracia*, Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 1995, p.120.

operación contaba con la experiencia en la gestión comercial y publicitaria de algunos directivos de *Diario 16* que se marcharon con Pedro J.: Alfonso de Salas, director general, Balbino Fraga, gerente y Juan González, director de Publicidad en el anterior periódico y con las promesas más o menos explícitas, por parte de miembros de la redacción de *Diario 16* de incorporarse al proyecto.

Este grupo se encargaría de dar a luz a *El Mundo* tan sólo siete meses después, un tiempo realmente corto tratándose de un diario de ámbito nacional. El primer número de este diario salió por primera vez a la calle el día 23 de octubre de 1989 y la aparición de este rotativo está considerada como uno de los procesos de gestación de un periódico más rápidos de la historia de la comunicación. Desde ese momento y hasta febrero de 2014, casi veinticinco años después, la dirección del periódico recaería en Pedro J. Ramírez.

Unidad Editorial fue el nombre de la sociedad formada para el lanzamiento del diario. Carlos Barrera señala que el capital inicial fue de 500 millones de pesetas (3 millones de euros), mínimo que se consideraba imprescindible para comenzar. Sin embargo, pronto se amplió a 1.500 millones (nueve millones de euros) dado el interés mostrado por distintos socios. Entre los principales accionistas fundacionales de *El Mundo* cabe destacar al empresario Francisco Gayá que llegó a controlar un 15% del capital y también el prestigioso periódico inglés *The Guardian*, con aproximadamente un 5%. Otros renombrados profesionales del periodismo como Manuel Martín Ferrand, Luis Ángel de la Viuda, Antonio Herrero o José María García (todos ellos vinculados a Antena 3 Radio), decidieron también participar con modestas aportaciones para facilitar el nacimiento de una nueva voz en el periodismo escrito de España.

Una de las condiciones impuestas a los accionistas era la de destinar el 25% de su inversión a pagar las acciones liberadas que debían tener los profesionales, como garantía de independencia del periódico. En relación con ello, Pedro J. Ramírez escribía en el artículo de presentación del diario: "*Este periódico no será nunca de nadie sino de sus lectores. El Mundo no tiene amo y por eso jamás utilizará la información como elemento de trueque u objeto de compraventa en el turbio mercado de los favores políticos y económicos*"³²⁹.

A pesar de que los primeros años del diario fueron difíciles, *El Mundo* consiguió abrirse camino en el mercado nacional haciendo frente al coste que supone editar un rotativo de difusión nacional y al bajo índice de lectura de periódicos existente en España. En 1990 consiguió una media de casi 101.000 ejemplares, cifra que se elevó a 132.000 al año siguiente, a unos 180.000 en el segundo semestre de 1992 y a casi 225.000 en 1993, según la OJD (Oficina de Justificación de la Difusión). Unas cifras que le permitieron desplazar del tercer lugar a su competidor *Diario 16*.

³²⁹ Citado por Carlos Barrera en *Sin mordaza...* Op. cit., pp. 121-122.

Sin embargo, estas cifras de difusión se tradujeron en pérdidas en los primeros ejercicios económicos de Unidad Editorial: 698 millones de pesetas (algo más de cuatro millones de euros) en 1990 y 741 millones (4,45 millones de euros) en 1991. Fue en mayo de 1992 cuando por primera vez *El Mundo* arrojaba beneficios, aproximadamente unos 62 millones de pesetas (casi 375.000 euros), lo cual reflejaba el inicio de una cierta tendencia positiva, que se confirmó con el resultado global de 50 millones de pesetas (300.000 euros) de beneficios declarados en el ejercicio completo de 1992 y 747 millones (4,48 millones de euros) en 1993. Y sería en 1994 cuando alcanza su consolidación económica y empresarial con unos beneficios de más de 1.200 millones de pesetas (7,20 millones de euros)³³⁰.

Las dificultades económicas que atravesó el diario en sus primeros años, obligaron al accionariado a plantearse ampliaciones de capital, necesarias para mantenerse en los primeros puestos de la oferta periodística española. Entre estos procesos destaca el acuerdo en julio de 1991 con el grupo italiano de comunicación Rizzoli-*Corriere della Sera*. Esta operación se realizó mediante una ampliación de capital suscrita íntegramente por el grupo italiano que pasó a dominar el 45% de la empresa tras una aportación de 4.300 millones de pesetas (casi 26 millones de euros).

Para Sara Núñez de Prado y M^a Antonia Martín Díez³³¹ la entrada de este grupo italiano supuso un empuje económico y la posibilidad de servirse de un bagaje aportado por muchos años de tradicional información de calidad así como de soportes técnicos informáticos. Sin embargo, este acuerdo también significó la pérdida del espíritu fundacional ya que el propósito inicial de la empresa era que no hubiera un accionista mayoritario.

En los primeros años, en un continuo intento de crecimiento y diversificación, *El Mundo* lanzó sus primeras ediciones regionales. La primera en salir fue la del País Vasco en 1991 y que posteriormente daría lugar a ediciones en cada provincia. En ese mismo año, se publicó la edición de Valladolid y un par de años después la de Baleares y Castilla y León. En 1995, se continuarían lanzando ediciones regionales como la de Galicia y unos meses después la de Cataluña. Dentro de esta oferta a sus lectores, también debe mencionarse la publicación de un dominical, Magazine, que por tamaño, utilización del color, la fotografía y el diseño vanguardista revolucionó el panorama de los dominicales en España.

Precisamente, este último aspecto fue reconocido en 1993, cuando la Society of Newspaper Design (SND) premió este diario con un total de 64 galardones, convirtiéndose en el primer diario no estadounidense que encabezaba la lista de las publicaciones mejor diseñadas.

En cuanto a su trayectoria periodística, Sara Núñez de Prado y María Antonia Martín Díez destacan que este diario se ha caracterizado “por la realización de una información que está a

³³⁰ Datos publicados por Carlos Barrera en su obra *Sin mordaza...* Op. cit., p.128.

³³¹ NÚÑEZ DE PRADO Y CLAVELL, Sara y MARTÍN DÍEZ, M^a Antonia: Estructura de la... Op. cit., p.149.

caballo entre las más refinadas técnicas sensacionalistas y el rigor informativo. Célebres han sido las investigaciones llevadas a cabo por este periódico para desentrañar tramas como la del 'asunto Roldán', el 'caso Rubio' o Filesa. En todas ellas, junto al aporte investigador y documental, la valentía de la presentación o el rigor informativo, estaban presentes los titulares cercanos al sensacionalismo y la explotación de la información³³².

Por lo que respecta a la tecnología, este diario ha sido uno de los destacados. Merece citarse su sistema de documentación electrónico para la prensa mundial, uno de los más avanzados desde 1993. Además, fue el primer periódico español que se ofrecía en CD-Rom y el primero disponible *on line*. Este último hecho tuvo lugar en 1997 cuando Unedisa lanza *elmundo.es* (www.elmundo.es), el primer periódico electrónico.

Será precisamente a finales de 1997, cuando Unidad Editorial pone en marcha su División Audiovisual como parte de su estrategia de diversificación. Desde ese momento, comenzará a desarrollar ampliamente sus actividades en el ámbito del sector multimedia para materializarse unos años después como un auténtico grupo multimedia con presencia y actividades de prensa, revistas, libros, radio, televisión, Internet y telecomunicaciones.

Dos años después, en 1999 el grupo adquiere acciones de Impresiones de Catalunya, S.A., aumentando su participación hasta el 61,55% así como un 33,33% de La Ciudad Interactiva, S.A., portal especializado en ocio urbano, esta última adquisición junto al Grupo Correo y al Grupo Godó. Además, constituye junto a Antena 3 Televisión al 50% la compañía Megamundi que lanza la revista *Megatrix*, y junto al grupo Godó, también al 50%, Promeoedi, S.A., que en marzo de 2000 lanza la revista *Interiores*. También en 1999 el grupo Recoletos, controlado mayoritariamente por Pearson, adquiere el 30% de Unedisa.

Por otro lado, en el último trimestre del año 1999 se constituye Unedisa Comunicaciones S.L. para la participación en el concurso de radio digital, a la que en marzo de 2000 se le concede una licencia, además de otra para operar en telefonía de acceso vía radio, a la que optaba Unedisa Telecomunicaciones, S.L. a través del consorcio Skypoint.

Además, en estos años *El Mundo* lanza una edición específica para Sevilla (*El Mundo de Andalucía*), llega a un acuerdo para coeditar *La Crónica de León* que pasa a denominarse *La Crónica El Mundo de León*, edita una nueva publicación potenciando la información de la Comunidad de Madrid denominado *Crónica de Madrid* y lanza una edición específica para Ibiza y Formentera. Asimismo, renueva su oferta dominical con el lanzamiento de nuevos suplementos y junto a *Expansión* lanza un nuevo suplemento sobre trabajo denominado *Expansión & Empleo*, distribuido gratuitamente con ambos periódicos.

En el año 2001 el hecho más significativo de Unedisa es su entrada en el diario francés *Libération*, en cuyo capital participa con un 2% y pasa a tener un representante en su consejo

³³² NÚÑEZ DE PRADO Y CLAVELL, Sara y MARTÍN DÍEZ, M^a Antonia: Estructura de la... Op. cit., p.150.

de administración. Pedro J. Ramírez definía esta participación “como la mejor manera de estrechar vínculos profesionales y poder acometer proyectos comunes”³³³.

Un año después, en 2002, Unedisa firma varias alianzas estratégicas de impresión y distribución del diario junto con *El Correo Burgos*, *La Gaceta de Canarias* y *Huelva Noticias*.

Por último, en 2003, año en que finaliza el periodo de investigación de esta tesis doctoral, Recoletos vende su 30% de participación en Unidad Editorial a Rizzoli (RCS Editori-Gruppo Hdp) por 80 millones de euros. Asimismo, el grupo italiano adquiere otro 5% de Unidad Editorial que estaba en manos de pequeños accionistas por 13,3 millones de euros, especialmente periodistas y promotores de *El Mundo*. La edición digital de *El País* señalaba que “entre los principales beneficiarios de esta operación se encuentra un grupo de profesionales encabezados por el propio Pedro J. Ramírez, que reconoció la venta de una parte de sus participaciones aunque sin precisar cuánto, y Alfonso de Salas, presidente de Unedisa”³³⁴. Con estas dos operaciones, la editora italiana Rizzoli pasa a controlar el 89% del rotativo español.

En 2003, catorce años después de su nacimiento, *El Mundo* no sólo había logrado consolidarse como diario de información general y convertirse en medio de referencia para muchos miles de lectores, sino que ha creado a partir de su origen un importante grupo de comunicación, Unedisa, cada vez más diversificado hacia otras áreas como lo audiovisual y lo multimedia.

4. *El País* vs. *El Mundo*: dos diarios, dos enfoques

Trece años separan el nacimiento de ambos diarios, pero tanto *El País* como *El Mundo* surgen como abanderados de una prensa independiente y ambos destacan en sus primeros números ese carácter justificándolo con el mismo argumento: exponiendo públicamente a sus accionistas, como se ha descrito anteriormente. Sin embargo, con el paso de los años, y fundamentalmente a partir de 1989, fecha en que comienza su trayectoria *El Mundo*, cada periódico ha adoptado un posicionamiento distinto que los ha llevado en numerosas ocasiones hasta el propio enfrentamiento dialéctico.

El autor José Luis Sánchez Noriega señala que antes de 1989 existían “dos grupos prosocialistas –el grupo Once (Telecinco, Onda Cero y El Independiente) y Prisa- que, unidos a RTVE, y con la oposición no agresiva de Zeta, mantienen una ventaja evidente de liderazgo de la opinión pública. Sin embargo, esa hegemonía comienza a quebrarse, cuando a partir del

³³³ Véase *El Mundo*, 11 de octubre de 2000.

³³⁴ Véase *El País* del día 5 de marzo de 2003, recuperado el 18 de junio de 2009 de la edición on line: http://www.elpais.com/articulo/economia/Recoletos/vende/Rizzoli/Mundo/millones/elpepieco/20030305elpieco_8/Tes/

tratamiento tibio del caso GAL y de otros escándalos políticos que dan esos grupos, surge el periódico *El Mundo* como vehículo de descontento antifelipista³³⁵.

Las primeras informaciones sobre el caso GAL surgen entre 1985 y 1989, destacando las que firmaron Ricardo Arques y Melchor Miralles el 24 de agosto de 1987 en *Diario 16* y en la que se revelaba la existencia de un zulo de los GAL en la frontera vasco-francesa. Javier Chicote explica que “las investigaciones era más que comprometedoras para el Gobierno de Felipe González, por lo que el editor de *Diario 16*, Luis Tomás de Salas, presionado por La Moncloa, obligó en 1989 al director de la cabecera, Pedro José Ramírez, a detener las indagaciones. Pedro J. se negó y Salas lo despidió, pero el director se llevó consigo parte de los redactores, entre ellos los que se dedicaban a investigar”³³⁶.

En estas circunstancias y con ese equipo nació *El Mundo*, en noviembre de 1989. Desde estos inicios y a partir de 1993, que se unieron al equipo de investigación Antonio Rubio y Manuel Cerdán, hasta esa fecha periodistas que seguían el tema de los GAL para *Cambio 16*, el diario se caracterizó por el tratamiento de temas destacados y por el logro de grandes exclusivas.

Carlos Barrera señala que *El Mundo*:

“Desde los primeros días adoptó una línea agresivamente crítica contra el socialismo en el poder, acrecentada por los diversos escándalos de presunta corrupción en que se ha visto envueltas significativas personalidades del PSOE. Hasta tal punto que llegó a crear una especie de subsección dentro de la información nacional titulada “Corrupción política” e identificada con un logotipo gráfico alusivo (una mano recibiendo dinero de la mano de otra persona)”. Y este mismo autor añade que sin embargo “sería injusto calificar como antisocialista a El Mundo, mucho más exacto resulta decir que es un diario antifelipista”³³⁷.

Entre los casos más destacados del diario *El Mundo* destacan el caso Juan Guerra, el caso Filesa, el caso Ibercorp, el caso Roldán y el ya explicado caso GAL. Además, también resaltan los casos de la cultura del pelotazo y el enriquecimiento de los Albertos, De la Rosa y Sarasola. Aunque muchos de ellos son ejemplo del triunfo del periodismo de investigación, no es menos cierto que junto a ellos, *El Mundo* también ha cosechado deslices por no contrastar debidamente algunas informaciones o por presentar otras con excesivos alardes que no correspondían a la entidad del suceso, entre los que Carlos Barrera destaca el affaire del “gratis total” de Solchaga o ciertos episodios semigansteriles relacionados con la seguridad de Amedo.

³³⁵ SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis (1999): “El verdadero poder de los medios de masas” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 13. Recuperado el 7 de junio de 2009 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/143noriega.htm>

³³⁶ CHICOTE, Javier: *El Periodismo de Investigación en España. Causas y efectos de su marginación*. Editorial Fragua, Madrid, 2006.

³³⁷ BARRERA, Carlos: *Sin mordaza. Veinte años...* Op. cit., pp. 122-123.

Otro aspecto que destaca Carlos Barrera es que el estilo radical del diario *El Mundo* a la hora de enjuiciar hechos o comportamientos es criticado por otros medios, “que le acusan de dejarse guiar por el “todo vale” con tal punto de sumar más lectores y más beneficios”. Especialmente destacables fueron las polémicas con *Diario 16*, en su lucha por conseguir ser el tercer diario de la capital y con el diario *El País* y el grupo Prisa, en su lucha contra la concentración de medios.

Por su parte, *El País* mantuvo durante todo este tiempo una postura afin al gobierno socialista, lo que le supuso numerosas críticas y que se le tachara desde otros medios, como *El Mundo*, de “periódico gubernamental”, de poner sus páginas al servicio del Partido Socialista. Sin embargo, también vertería críticas *El País* sobre *El Mundo* y los medios afines a los que calificaría peyorativamente como “sindicato del crimen”.

Para la autora Lara Prieto Alvela:

“El País ha sufrido una clara evolución política. Antes se le podía considerar un periódico que reflejaba la opinión de la burguesía progresista española y hoy se ha convertido en un periódico de derechas, la nueva derecha española que representa el PSOE (...) El País ha evolucionado paralelamente al PSOE. Ha experimentado la misma decadencia y la misma ruptura con su propio ideario político. Ha adoptado modelos e ideas más propias de la derecha liberal que de un diario supuestamente progresista”³³⁸.

Una de las iniciativas más destacables y que pone de manifiesto este enfrentamiento fue la creación de la Asociación de Escritores y Periodistas Independientes en 1994, una iniciativa alentada y muy divulgada por *ABC* y *El Mundo* y silenciada por el diario *El País*. Esta asociación reunía a escritores y periodistas identificados con la lucha contra la corrupción y contra la concentración de medios de comunicación en torno al poder político y económico vigente. Carlos Barrera describe que:

“El consejo fundador de la AEPI integraba a ilustres “sindicalistas”, la crème de la crème del “crimen organizado”: ahí estaban Ansón, Balbín, Burgos, Cela, Cerón, Gala, José María García, García-Trevijano, José Luis Gutiérrez, Antonio Herrero, Jiménez Losantos, Lago, Martín Ferrand, Martín Prieto, Del Olmo, Pedro J. Ramírez, Pablo Sebastián y Umbral, en definitiva, ABC, El Mundo, Diario 16, la COPE y Onda Cero unidos peligrosamente contubernio. Diez de ellos posaron en inmortal fotografía marbellí, que recuerda aquella otra- pero en versión contraria y sin las poderosas

³³⁸ PRIETO ALVELA, Lara: “El País, dependencia y desinformación”, en *Revista Latina de Comunicación Social* 57, enero-junio 2004, año 7, vol. 57. Recuperado el 18 de junio de 2009 de: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/819/81975708.pdf>

fuerzas que a los otros acompañaban- de sus “enemigos”: la fotografía también llamada del régimen, en la presentación oficial de Canal Plus”³³⁹.

Dos años después de la creación de esta asociación, se produce un hecho significativo que modificará la postura de ambas cabeceras. En 1996 el Partido Popular gana las elecciones generales y llega al Gobierno. Hasta ese momento, los medios de comunicación estaban divididos en dos grandes grupos cuyas posturas se habían radicalizado en los últimos años. Por un lado, los medios afines al poder político y al *establishment* socialista, entre los que destacaba el grupo Prisa con el diario *El País* y la cadena SER y junto a ellos se alinearon en lo más sustancial los grupos ZETA y Godó y RTVE. En el otro lado se situaban los medios críticos, aquellos que desvelaron los casos de corrupción y con ello afectaron a la credibilidad de los últimos gobiernos de Felipe González, destacando principalmente *El Mundo* junto a otros como la COPE, *ABC*, *Diario 16* y la revista *Época*.

Con la victoria del Partido Popular, los medios que hasta entonces apoyaban al primer partido de la oposición pasan a apoyar al Gobierno y al contrario, aquellos que habían mantenido una postura afín al Gobierno y habían sido criticados como medios gubernamentales pasan a la oposición.

Esta nueva posición de los medios quedó reflejada en el espacio dedicado por *El Mundo* para la llegada de José María Aznar a la Moncloa, diario al que también concede la primera entrevista el nuevo presidente. Este cambio coincide también en el diario *El Mundo* con el nacimiento de elmundo.es.

Por su parte *El País* y con él todo el grupo Prisa comienzan una nueva etapa crítica con el Gobierno que desembocará entre otros en el caso Sogecable que obligará a Polanco y Cebrián a declarar ante los tribunales, acusados de utilizar de manera ilegal las fianzas que los abonados de Canal + depositaban a cambio del aparato de conexión. Años después ambos quedarían absueltos.

Uno de los principales hechos que marcan esta nueva etapa en el gobierno del Partido Popular será el nacimiento de las plataformas de televisión digital por satélite, lo que supondrá importantes modificaciones en el sector audiovisual y normativo. Todos estos hechos, desembocarán en la llamada “guerra digital” y el enfrentamiento de los medios entre sí y del grupo Prisa con el Gobierno. Todo ello, es objeto de análisis en esta tesis doctoral y por ello, no cabe su descripción en este apartado.

³³⁹ BARRERA, Carlos: Sin mordaza. Veinte años... Op. cit., pp.372.

Desde 1989 y hasta 1996, año en que comienza el periodo de investigación de esta tesis doctoral, tanto el diario *El País* como el diario *El Mundo* han mantenido posturas diametralmente opuestas, siempre con el objetivo de convertirse en punto de referencia periodística, política y sociológica. Uno a la izquierda, el otro a la derecha, uno junto al PSOE, el otro frente al Partido Socialista y fundamentalmente, frente a Felipe González, y apoyando al Partido Popular.

| *Séptima parte*

**ANÁLISIS: LAS PLATAFORMAS
DIGITALES DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA
A TRAVÉS DE *EL PAÍS* Y *EL MUNDO*
(1996-2003)**

1. Metodología de análisis

Como se ha avanzado en capítulos anteriores de esta tesis doctoral, el Análisis de Contenido será la herramienta metodológica que nos permita profundizar en los mensajes periodísticos, pero entendida desde la Economía Política de la Comunicación, es decir, desde una perspectiva estructural, un planteamiento crítico y una lógica discursiva. Sin embargo, antes de comenzar propiamente el análisis, hemos considerado necesario describir el procedimiento que se va a utilizar y los pasos y decisiones adoptados en nuestro proceso científico: desde la selección de la muestra y la elección de los hitos principales a la definición de nuestras unidades y categorías para el análisis. Todo ello nos permitirá fundamentar esta investigación sobre unas reglas adecuadas y pertinentes que proporcionarán homogeneidad al análisis y nos conducirá a sólidas conclusiones sobre el tratamiento informativo que los medios elegidos realizaron sobre el origen y la evolución de la televisión digital por satélite en España.

En primer lugar, tras la elección y definición de nuestro objeto de estudio, se delimitó y acotó la muestra temporalmente, eligiendo para ellos dos fechas significativas: enero de 1996 y julio de 2003. Por un lado, el inicio de esta investigación está motivado por la aprobación de la Ley 37/1995 de Telecomunicaciones por Satélite en diciembre de 1995 con la cual se crea el marco regulatorio que iba a condicionar el nacimiento de la televisión digital por satélite y permitiría, a partir de 1996, la creación de las dos plataformas de televisión digital: Canal Satélite Digital y Vía Digital. Mientras que será julio de 2003 la fecha final de esta investigación, ya que es el 21 de julio de ese año cuando comenzaron las emisiones de Digital +, la plataforma resultante de la integración de Canal Satélite Digital y Vía Digital.

El siguiente paso de nuestro cometido metodológico consistió en la selección hemerográfica de los textos objeto de estudio para su posterior investigación. Para ello, se realizó un trabajo de varios meses en el que se revisaron las secciones de Nacional, Sociedad, Comunicación, Economía, Opinión y Televisión/Radio, así como los suplementos especiales de los fines de semana, de todos los ejemplares de *El País* y *El Mundo* publicados en la delimitación cronológica seleccionada, es decir, desde enero de 1996 a julio de 2003. En total, más de 5.480 ejemplares de los que se fotocopiaron todos los textos relacionados con el objeto de estudio, directa o indirectamente, para su análisis posterior. En esta etapa, ha sido fundamental el trabajo y la colaboración del personal de la Hemeroteca Municipal de Sevilla. Con todo ello, quedó formado el corpus de nuestra investigación, constituido por 2.104 textos periodísticos³⁴⁰,

³⁴⁰ Dentro de este corpus no se han incluido los textos publicados por ambos medios que hacían referencia a otros temas como el caso Sogecable, las stock-options de Telefónica, el indulto al juez Gómez de Liaño o el caso Alierta porque entendemos que tienen entidad propia y no afectaron directamente al origen y evolución de la televisión digital por satélite en España, aunque los medios sí los utilizaron para verter acusaciones entre unos y otros. Para entender esta exclusión, resumimos brevemente estos asuntos:

- Caso Sogecable: En mayo de 1997, el director del semanario *Época*, Jaime Campmany, presentó en la Audiencia Nacional una denuncia contra los responsables de Canal+ por supuestas irregularidades en la gestión de esta empresa. El juez Javier Gómez de Liaño admitió la denuncia y procesó a Polanco, a Juan Luis Cebrián, consejero delegado y a otros directivos de Sogecable, por falsedad

y que cumple las reglas definidas por Bardin: exhaustividad, representatividad, homogeneidad y pertinencia³⁴¹.

A continuación, realizamos una primera lectura de toda la muestra hemerográfica o fase de lectura superficial, tal y como lo denomina Bardin, que nos permitió conocer la cronología de los hechos, qué ocurrió y qué se contó. Debido al amplio volumen de información, cada acontecimiento relevante se fue reflejando en una tabla en la que se indicaba la fecha para ir ordenando cronológicamente toda la evolución de los hechos y agrupándolos por años, desde 1996 a 2003³⁴². Además, esta cronología se completó con lo aportado por otras fuentes bibliográficas y con aquellos acontecimientos relacionados con este proceso que permiten conocer con más detalle el contexto económico, social y legislativo en el que se produjeron.

A partir de este momento, diseñamos nuestra técnica de análisis adecuándola al corpus hemerográfico y a los resultados que pretendemos conseguir. Y es precisamente en este nivel donde interviene la primera fase de la selección. Debido al amplio volumen del corpus, decidimos fragmentarlo y agruparlo de acuerdo con los hitos principales, aquellos acontecimientos o sucesión de acontecimientos que marcaron un punto de inflexión en la evolución de la televisión digital por satélite en España. Esta clasificación nos permitirá organizar de manera más ordenada nuestras unidades de análisis, es decir, los textos

documental y apropiación indebida de los fondos de los abonados. Durante la instrucción, el juez le impuso a Polanco una fianza de 200 millones de pesetas y le retiró el pasaporte. Sin embargo, finalmente la denuncia fue sobreseída en noviembre de 1997 y unos meses más tarde, fue Polanco quien denunció al juez por prevaricación en la instrucción del caso, siendo condenado por este delito y apartado de la carrera judicial en 1999. En el año 2000, el Gobierno del PP presidido por José M^a Aznar concedió el indulto al juez Gómez de Liaño para volver a la carrera judicial con la condición de no incorporarse a la Audiencia Nacional durante 25 años.

- Stock options. En junio de 2000, el diario *El Mundo* desveló el caso de información privilegiada por parte de Juan Villalonga en la compra de opciones sobre acciones de Telefónica. En concreto, se afirmaba que en enero de 1998, Villalonga adquirió 264.224 opciones sobre acciones de Telefónica gracias a un crédito de Argentaria Bolsa por valor de 200 millones (1,20 millones de euros). La información destacaba que la compra se realizó mientras el presidente de Telefónica negociaba con la compañía estadounidense MCI WorldCom la creación de un gigante de las telecomunicaciones a nivel mundial. Tanto Villalonga como su socio en la operación, Alberto Cortina Alcocer, por entonces consejero independiente de Telefónica, fijaron en el contrato con Argentaria la obligación del banco de abonar, el 30 de junio de ese año, las acciones a un precio de 4.620 pesetas (27,76 euros). Lógicamente, Villalonga jugaba con ventaja porque sabía que al anunciar públicamente la operación con MCI WorldCom, los títulos de Telefónica se iban a disparar, obteniendo así pingües plusvalías. Este tema, que causó gran revuelo político y mediático, acabó mes y medio después, con la dimisión de Villalonga y la llegada de César Alierta a la presidencia de Telefónica.
- Caso Alierta: *El Mundo* publica en 2002 que un sobrino de César Alierta, presidente de Telefónica, ganó 309 millones de pesetas (1,86 millones de euros) en seis meses por los títulos de la empresa Tabacalera cuando esta empresa era presidida por su tío. En concreto, se acusaba a Alierta de haber ganado en 1997, junto con su mujer Ana Cristina Placer y su sobrino Luis Javier Placer, 1,86 millones de euros con la compra de acciones de la compañía estatal de tabaco Tabacalera y la pseudoventa de una empresa. Se hablaba de un caso de información confidencial, ya que habían comprado las acciones poco antes de que Tabacalera (que tras la privatización y fusión con Seita en 1999 pasó a llamarse Altadis) comprara la compañía de tabacos norteamericana Havatampa, lo que elevó el valor de las acciones.

³⁴¹ BARDIN, Laurence: *El análisis de contenido*, Akal, Madrid, 1996.

³⁴² Esta tabla se adjunta al final de este epígrafe y refleja el origen y la evolución de las plataformas de televisión digital por satélite en España. Además, consideramos que es muy útil para conocer los acontecimientos antes de iniciar propiamente el análisis.

periodísticos, y constituir nuestra muestra. En aquellos casos, en los que los hitos son más complejos y extensos, se ha decidido dividirlos en subtemas, de manera que permita un conocimiento global de lo sucedido y del mensaje que cada medio transmitió al respecto. En la siguiente tabla se pueden ver los hitos en los que se ha organizado el corpus, el periodo de tiempo en el que se producen y su división en subtemas en aquellos casos que ha sido necesario.

CLASIFICACIÓN DEL CORPUS HEMEROGRÁFICO SEGÚN LOS HITOS PRINCIPALES		
HITOS	FECHA	SUBHITOS
Primeros pasos de la televisión digital por satélite en España	Año 1996	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto de televisión digital de Sogecable - Proyecto de televisión digital de RTVE y Telefónica. (RTVE inicia su proyecto digital y de forma paralela, Telefónica anuncia también un proyecto de televisión digital por satélite. Más tarde, RTVE se une a Telefónica)
Los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol. Pacto de Nochebuena	Diciembre 1996 y enero 1997	
Constitución de la plataforma Distribuidora de Televisión por Satélite	Enero 1997	
Canal Satélite Digital inicia sus emisiones	Enero 1997	
Ley de televisión digital	De enero a octubre de 1997	<ul style="list-style-type: none"> - Anuncio de la nueva normativa y aprobación por el Consejo de Ministros - Reacciones políticas, sociales y mediáticas a la nueva normativa - Debate de la normativa en el Congreso y en el Senado - Aprobación definitiva de la ley en el Congreso de los Diputados - Apertura de procedimiento por la Comisión Europea - Reforma de la ley y archivo del procedimiento
Regulación de las emisiones deportivas: <i>ley del fútbol</i>	De febrero a julio de 1997	<ul style="list-style-type: none"> - Anuncio de un proyecto de ley sobre retransmisiones deportivas y aprobación por el Consejo de Ministros - Debate del proyecto en el Parlamento y aprobación de la "ley del fútbol" - Polémica Antonio Asensio - Miguel Ángel Rodríguez en la Comisión del Congreso
Telefónica compra Antena 3	Julio 1997	
Vía Digital inicia sus emisiones	Septiembre 1997	

Acuerdo para la retransmisión de partidos de fútbol en <i>pay per view</i> para la temporada 1997/1998	Noviembre 1997	
Primer anuncio de fusión y posterior ruptura del acuerdo	De julio a octubre 1998	
Sogecable y Telefónica acuerdan explotar conjuntamente los partidos de Liga y Copa del Rey hasta la temporada 2008/2009	De junio de 1999 a noviembre de 2000	<ul style="list-style-type: none"> - Anuncio del acuerdo entre Sogecable y Telefónica - Investigación de la Comisión Europea
Canal Satélite Digital y Vía Digital anuncian el acuerdo de integración de su oferta digital	Mayo 2002	
Informes, valoraciones y medidas de las autoridades de la competencia ante el acuerdo de fusión de las dos plataformas	De julio a noviembre de 2002	<ul style="list-style-type: none"> - La Comisión Europea estudia la fusión y la remite a las autoridades españolas - Estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones - Informe del Servicio de Defensa de la Competencia - Anuncio de modificación de la ley de TV privada - Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia - El Gobierno modifica la ley de TV privada y autoriza la fusión digital con 34 condiciones
Polanco y Alierta firman la unión pero recurren al Supremo 5 de las 34 condiciones impuestas por el Gobierno	Enero 2003	
El Servicio de Defensa de la Competencia da luz verde al acuerdo entre las plataformas	Abril 2003	
Las Juntas de Accionistas de Sogecable y Vía Digital aprueban la fusión	Mayo 2003	
Digital + inicia sus emisiones	Julio 2003	

Tabla 5. Fuente: Elaboración propia

La anterior clasificación de los textos en hitos nos permitirá delimitar mejor nuestra muestra de análisis, especificando a continuación qué textos se analizarán, cómo se define la importancia de éstos y los criterios para elegirlos y analizarlos.

De los textos publicados por ambos medios, se analizarán siempre todos aquellos que sean de opinión y sobre todo, los editoriales, ya que estos permiten saber qué posicionamiento adoptó

el medio. Con respecto a los textos informativos e interpretativos se describirán los textos publicados en los hitos indicados, atendiendo a las siguientes variables formales y objetivas³⁴³:

- Si aparece en portada.
- Si abre la sección.
- Si es página impar.
- Tamaño de la información en relación con el tamaño de la página (más de una página, página completa, tres cuartos de página, media página, menos de media página).
- Elementos gráficos: si la información incluye elementos gráficos como fotografías, esquemas o infografías.

A partir de estas cinco variables, determinaremos la importancia que cada medio concedió a estos hechos, asumiendo que una noticia es de máxima importancia si aparece en portada, abre la sección, se publica en página impar, ocupa tres cuartos de página o más e incluye elementos gráficos.

Como siguiente paso, a un nivel más pormenorizado e imprescindible en el análisis de contenido, nos interesó una nueva descomposición en categorías que constituyeron temas y agentes sociales en torno a cinco grandes ejes: empresarial, ejecutivo-legislativo, social, económico y mediático. En palabras de Bardin, las categorías son “cada uno de los elementos o dimensiones últimos y más simples de las variables investigadas y que nos van a servir para clasificar o agrupar según ellas las unidades de análisis del texto”³⁴⁴. Desde nuestro punto de vista, además esta clasificación nos permitirá tras el análisis conocer qué posición adoptó cada medio con respecto a estos temas y agentes: si se posicionan a favor, en contra o adoptan una posición neutra, y que argumentos utilizan para ello.

³⁴³ Estas pautas fueron definidas por Iguartua, Muniz y Cheng en un estudio realizado en 2005 sobre la cobertura y tratamiento de la inmigración en la prensa española. Puede ampliarse más en Iguartua Perosanz, Juan José: *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*, editorial Bosch Comunicación, Barcelona, 2006, pp. 1885-186.

³⁴⁴ BARDIN, L.: *El análisis...* Op. cit., p. 80.

CATEGORÍAS PARA EL ANÁLISIS: AGENTES Y TEMAS			
EJES	AGENTES	TEMAS	
EMPRESARIAL	Sogecable Canal Satélite Digital	<ul style="list-style-type: none"> - Jesús Polanco, presidente Grupo Prisa - Jaume Ferrús, director general de CSD hasta enero 1999 - Carlos Abad, director general de CSD y de Sogecable - Juan Luis Cebrián, consejero delegado de Prisa y de CSD - Javier Díez de Polanco, consejero delegado de Sogecable 	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto de televisión digital de Sogecable - Proyecto de televisión digital de RTVE - Proyecto de televisión digital de Telefónica - <i>El Mundo</i> se incorpora al proyecto de TV de Telefónica
	Telefónica Vía Digital Admira	<ul style="list-style-type: none"> - Juan Villalonga, presidente de Telefónica hasta julio de 2000 - César Alierta, sustituye a Villalonga como presidente de Telefónica - Pedro Pérez, presidente de Vía Digital hasta diciembre de 1999. - Juan José Nieto, presidente de Vía Digital y posteriormente presidente ejecutivo de Telefónica Media. - Luis Abril, presidente de Admira. A los 140 días es destituido y queda como responsable del área de Contenidos. - Pedro Antonio Martín Marín, presidente de Admira a partir de mayo de 2002. - Otros socios de la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> - Pacto de Nochebuena - Constitución Audiovisual Sport - Antena 3 se une a CSD - Constitución Plataforma DTS - Inicio emisiones CSD - Telefónica compra A3 - Inicio emisiones VD - Acuerdo para la explotación de los derechos del fútbol 97/98 / ppv
	RTVE	<ul style="list-style-type: none"> - Mónica Ridruejo, directora general de RTVE hasta enero de 1997 - Fernando López Amor, director general de RTVE hasta noviembre de 1998 - Pío Cabanillas Alonso, director general de RTVE hasta mayo de 2000 (pasa a ser Ministro Portavoz del segundo gobierno de Aznar). - Javier González Ferrari, director general de RTVE desde 2000 	<ul style="list-style-type: none"> - Primer acuerdo de fusión y ruptura de las negociaciones - Acuerdo para la explotación de los derechos del fútbol hasta 2008/09 / ppv
	Antena 3	<ul style="list-style-type: none"> - Antonio Asensio, presidente de A3 TV. 	<ul style="list-style-type: none"> - Anuncio de fusión de las dos plataformas 2002
	TV3	<ul style="list-style-type: none"> - Jordi Vilajoana, director general de TV3 	
	Audiovisual Sport	<ul style="list-style-type: none"> - Manuel Campo Vidal, presidente hasta julio de 1997 (antes era vicepresidente de Antena 3) 	<ul style="list-style-type: none"> - Canje de acciones - Inicio emisiones Digital+

EJECUTIVO-LEGISLATIVO	Gobierno del PP (1ª legislatura 1996-2000)	<ul style="list-style-type: none"> - José María Aznar, presidente - Francisco Álvarez Cascos, vicepresidente primero y ministro de la Presidencia - Miguel Ángel Rodríguez, portavoz del Gobierno hasta 1998 - Josep Piqué, ministro de Industria y Energía durante la legislatura y portavoz del Gobierno a partir de 1998 - Rafael Arias-Salgado, ministro de Fomento 	<ul style="list-style-type: none"> - Ley de televisión digital - Los descodificadores: simulcrypt vs multiscrypt - Procedimiento de la CE sobre la ley de tv digital - Proyecto y ley de regulación de las transmisiones deportivas
	Gobierno del PP (2ª legislatura 2000-2004)	<ul style="list-style-type: none"> - José María Aznar, presidente - Mariano Rajoy, vicepresidente primero hasta 2003 - Rodrigo Rato, vicepresidente segundo del Gobierno y a partir del 2003 vicepresidente primero - Pío Cabanillas, portavoz del Gobierno - Francisco Álvarez Cascos, ministro de Fomento - Anna Birulés, ministra de Ciencia y Tecnología hasta 2002 - Josep Piqué, ministro de Ciencia y Tecnología de 2002 a 2004 	<ul style="list-style-type: none"> - Procedimiento de la CE sobre los acuerdos de explotación del fútbol - La CE estudia la fusión y la remite a las autoridades españolas - Informe de la CMT - Dictamen del SDC
	Oposición (PSOE)	<ul style="list-style-type: none"> - Felipe González, secretario general del PSOE hasta 1997 - Joaquín Almunia, secretario general del PSOE hasta 1998 y de 1999 a 2000 - Josep Borrell, secretario general del PSOE hasta 1999 - José Luis Rodríguez Zapatero, secretario general del 2000 a 2004 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe del TDC - Modificación de la ley de TV privada (límite del 49% al 100%) - Anuncio de permitir que un mismo accionista participe en dos televisiones
	Otros grupos parlamentarios	<ul style="list-style-type: none"> - IU - CiU - PNV 	<ul style="list-style-type: none"> - Ley de TV privada: se prohíbe que una misma sociedad participe en televisiones estatales y locales
	Autoridades españolas	<ul style="list-style-type: none"> - Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones - Servicio de Defensa de la Competencia - Tribunal de Defensa de la Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> - El Gobierno autoriza la fusión de las plataformas, pero impone 34 condiciones
	Autoridades europeas	<ul style="list-style-type: none"> - Comisión Europea - Marcelino Oreja, comisario europeo de Política Audiovisual - Mario Monti, comisario europeo de la Competencia - Karen Van Miert, presidente europeo de la Competencia - Martin Bangemann, comisario europeo de Telecomunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso de 5 de las 34 condiciones - Aprobación definitiva de la fusión del SDC

SOCIAL		- Abonados	- Abonados VD - Abonados CSD - Ventajas e inconvenientes de dos plataformas - Abonados Digital+
ECONÓMICO	Bolsa	- Bolsa	- Reacción de los mercados
MEDIÁTICO		- Pedro J. Ramírez, director de <i>El Mundo</i>	- <i>El País</i> / Grupo Prisa - <i>El Mundo</i>

Tabla 6. Fuente: Elaboración propia

Por último, atendiendo a nuestros objetivos y categorías, hemos definido nuestra ficha de análisis, en la que se prestará atención tanto a aspectos de continente como de contenido: número de la unidad, diario, fecha, portada, sección, página, extensión, documentación icónica, titular, firma, género periodístico, fuentes, agentes, temas, intencionalidad (positiva, negativa, neutra), causas de la intencionalidad, relaciones estructurales (si se describen o explicitan).

Para el análisis de cada hito seleccionado, se procederá siempre del mismo modo algo que permitirá dar coherencia y cohesión a la investigación y que responderá a la siguiente estructura: contextualización y antecedentes del acontecimiento; descripción del tratamiento que ofrece cada diario, es decir, cómo contaron cada acontecimiento atendiendo a los resultados obtenidos en nuestras fichas de análisis, comenzando en primer lugar por *El País* y a continuación *El Mundo*, y por último se realizará una comparación entre ambos medios a través de gráficos y tablas. Todo ello, nos conducirá a reafirmar o refutar nuestras hipótesis en las conclusiones de esta investigación.

Antes de proceder al análisis propiamente dicho de los textos, y como punto final de este epígrafe, se expone la tabla con la evolución cronológica y completa del origen y desarrollo de las plataformas de televisión digital por satélite en España desde 1996 a 2003. Una cronología pormenorizada que nos aporta un conocimiento previo esencial para la contextualización y el análisis.

LAS PLATAFORMAS DE TV DIGITAL POR SATÉLITE EN ESPAÑA

1996	
FECHA	ACONTECIMIENTO
15/02/1996	La Liga convoca a los clubes para analizar el futuro contrato de televisión, que se pretende negociar de forma unitaria. El contrato en vigor, que da los derechos a las cadenas autonómicas y a Canal+, caduca en 1998. Los movimientos de Antena 3 para hacerse con el accionariado de algunos clubes son cada vez más evidentes, así como la reclamación de los grandes de un nuevo reparto del dinero de la televisión. Cobra fuerza la tendencia de que cada club negocie por separado sus derechos y no conjuntamente.
3/03/1996	Elecciones generales. El Partido Popular es el partido más votado. Con una participación de más del 78%, el PP consiguió el apoyo del 38,79% del censo y 156 diputados sobre un total de 350. Al no alcanzar la mayoría absoluta, el PP tuvo que entablar negociaciones con las principales formaciones nacionalistas de Cataluña (CiU), País Vasco (PNV) y Canarias.
10/04/1996	Antena 3 anuncia una oferta individualizada a los clubes de Primera y Segunda División por unos 27.000 millones de pesetas anuales (162,27 millones de euros) por cinco temporadas, a partir de la de 1998-1999, tras la conclusión del contrato en vigor.
12/04/1996	La asamblea de la Liga de Fútbol Profesional (LFP) acepta la negociación individual de los derechos de televisión.
16/04/1996	Se lanza con éxito el segundo satélite Astra para televisión digital.
21/04/1996	Canal+ ofrece a los clubes más de 220.000 millones de pesetas para las siete próximas temporadas (1.322,23 millones de euros). En concreto, ofrece 31.500 millones de pesetas por temporada (189,32 millones de euros), hasta 2002/2003, y la posibilidad de compartir el contrato con el resto de televisiones. Esta oferta supera en 4.500 millones anuales (27,04 millones de euros) la oferta de Antena 3 al conjunto de los clubes.
26/04/1996	Los clubes se muestran partidarios de romper el contrato en vigor. Los afines a Antena 3 (Real Madrid, Barcelona, a través de TV3, Atlético de Madrid y Betis y buena parte de Segunda División) logran imponer la potestad de contratar individualmente y que se respete los contratos que algunos de ellos tienen ya firmados. Antena 3 logra acuerdos multimillonarios con algunos clubes a través de una empresa, Gestora de Medios Audiovisuales, propiedad de Antonio Asensio.
04/05/1996	José María Aznar se convierte en el cuarto presidente de la democracia, al prometer su cargo como jefe del Gobierno español ante el rey Juan Carlos, tras ser investido con los apoyos de los partidos nacionalistas.
08/05/1996	El Athletic opta por vender sus derechos a Canal+ y ETB. En días sucesivos se le suman Zaragoza, Celta, Tenerife, Real Sociedad, Oviedo, Racing de Santander, Rayo Vallecano, Logroñés y Deportivo.
10/05/1996	El Gobierno nombra a Mónica Ridruejo Ostrowska directora general del Ente Público Radiotelevisión Española. Sustituye en el puesto a Jordi García Candau (1990-1996).
07/06/1996	Juan Villalonga, amigo íntimo del presidente del Gobierno, José María Aznar, es nombrado presidente de Telefónica.
20/07/1996	El consejo de Telecomunicaciones debate normas para cable y televisión.
26/07/1996	Telefónica negocia con el Grupo Kirch la puesta en marcha de la TV digital en España.
30/07/1996	Los clubes aprueban que Antena 3 emita partidos de Liga los lunes a partir de septiembre. El punto acordado no figura en el orden del día de la asamblea, por lo que ésta es considerada ilegal por los clubes que han cedido sus derechos a Canal+. El acuerdo es aprobado sólo con los votos de los equipos afines a Antena 3.

01/08/1996	Las televisiones autonómicas deciden "abrir" el contrato y permitir a Antena 3 ofrecer partidos los lunes lo que choca con los reglamentos de la Federación.
09/08/1996	Once clubes, los que han firmado con Canal+ y el Compostela, con TVG, abandonan la asamblea de la Liga porque los equipos de Antena 3 les imponen, al ser mayoría, la ruptura del contrato de televisión y ofrecer un partido los lunes. Doce clubes impugnan judicialmente la asamblea.
20/08/1996	Se publican diferentes opiniones sobre la conveniencia o no de dos plataformas de televisión digital: Hispasat cree inviable dos alianzas, Defensa de la Competencia ve mal una sola alianza digital y Tele 5 dice que sólo será rentable una plataforma digital.
21/08/1996	Principio de acuerdo entre los clubes y las televisiones. Las cadenas autonómicas seguirán emitiendo un partido los sábados; Canal+, los domingos en codificado, y Antena 3, los lunes de forma temporal hasta final de temporada.
24/08/1996	Telefónica empieza a realizar pruebas de televisión digital a través del satélite Hispasat.
29/08/1996	Antena 3 se niega a convertir el principio de acuerdo en un documento. Sus clubes afines deciden romper el contrato vigente y permitir a Antena 3 ofrecer partidos los lunes durante cinco jornadas.
05/09/1996	La Federación de Fútbol "vende" la autorización del partido de los lunes por 2.500 millones de pesetas (15,02 millones de euros) en los próximos cinco años.
05/09/1996	Acuerdo de Canal+ España con Hughes, de General Motors, para la televisión digital.
07/09/1996	Canal+ compra el 100% de Nethold y crea un grupo líder para la televisión digital europea.
04/09/1996	RTVE anuncia que ha alcanzado un acuerdo con importantes grupos del mundo de la comunicación nacionales y extranjeros para lanzar al mercado ocho canales de televisión digital que se difundirán vía satélite. Los grupos extranjeros son el mexicano Televisa, presidido por Emilio Azcárraga, quien fallecerá el 17/04/1997, el emporio multimedia capitaneado por Rupert Murdoch, el gigante brasileño O'Globo y el nuevo imperio de la comunicación americano surgido tras la fusión Time Warner.
10/09/1996	El Consejo de RTVE autoriza a Mónica Ridruejo, directora general del Ente, a negociar su proyecto de TV digital.
20/09/1996	Sogecable interpone una demanda contra Antena 3, su presidente, Antonio Asensio, y contra la sociedad Gestora de Medios Audiovisuales por práctica de competencia desleal. Se piden medidas cautelares para que Antena 3 "cese en la retransmisión de partidos de fútbol y para que deje de inducir a los clubes de fútbol, a la Liga y a la FORTA a que rompan los contratos actualmente en vigor con Canal+ hasta 1998. (La situación jurídica en vigor hasta 1998 es que nadie más que las televisiones autonómicas y Canal+ tienen derecho a televisar partidos de Liga de Primera División sin el consentimiento de los clubes y de los actuales titulares de la explotación televisiva).
15/10/1996	Sogecable anuncia el lanzamiento de una plataforma digital de servicios de televisión de pago, vía satélite directo al hogar, que emitirá en pruebas antes de finales de año y se comercializará a partir de enero de 1997. Los abonados podrán recibir al principio 20 canales de televisión. Jaume Ferrús es nombrado director general de Canal Satélite Digital. El plan de negocio aprobado implica una inversión adicional de 50.000 millones de pesetas (300,51 millones de euros) y siete repetidores en el sistema de satélites de Astra. Ese mismo día, Telefónica presenta su alternativa a la televisión digital, al margen de la propuesta lanzada unas semanas antes por RTVE (En principio, el Gobierno pretendía que Telefónica se sumase a la iniciativa de RTVE que contaba con el apoyo del grupo multimedia mexicano Televisa, del grupo capitaneado por Rupert Murdoch y del holding brasileño O'Globo).

23/10/1996	RTVE abandona su pretensión inicial de liderar una plataforma de televisión digital en España y decide volcarse en la iniciativa de Telefónica. Según explica, Mónica Ridruejo RTVE no debe liderar el proyecto debido a su estructuración financiera.
26/10/1996	Telefónica se propone lanzar una oferta de TV digital en la que la compañía tendría la mayoría minoritaria. El plan consiste en crear una empresa que integre los elementos tecnológicos y de programación para ofrecer un paquete básico de 15 a 20 canales.
7/11/1996	Telefónica y Sogecable anuncian la ruptura de su participación conjunta en Cablevisión, sociedad creada al 50% para la exportación de la televisión por cable, ante el temor a fuertes sanciones de la Comisión Europea.
28/11/1996	Se concreta la iniciativa de Telefónica con la constitución de una plataforma en la que esta compañía de telecomunicaciones poseerá el 35% de la sociedad que explotará la televisión digital. RTVE, Antena 3 TV y Televisa (Mexico) aparecen con el 17%, mientras que cuatro televisiones autonómicas se integran con participaciones menores: TV3 (6%), Telemadrid (4%), Canal 9 (2%) y TVG (1%). También se sumó Unidad Editorial (1%), empresa propietaria de <i>El Mundo</i> .
02/12/1996	Se inician las emisiones en pruebas de Canal Satélite Digital.
23/12/1996	Canal Satélite Digital encarga a Sony el suministro de descodificadores.
24/12/1996	Pacto de Nochebuena: Los titulares de los derechos de los clubes de fútbol (Grupo Prisa, Antena 3, presidida por Antonio Asensio, y TV3) alcanzan un acuerdo para explotar conjuntamente los derechos del fútbol desde una plataforma de televisión digital por satélite. Las tres citadas empresas crean Audiovisual Sport, compañía a la que se encomienda la gestión de los derechos de pago por visión (pay per view) del fútbol a través de Canal Satélite Digital.
1997	
FECHA	ACONTECIMIENTO
27/01/1997	Se constituye formalmente Audiovisual Sport integrada por las sociedades Gestora de Medios Audiovisuales de Fútbol (GMAF), por aquel entonces empresa filial al cien por cien de Antena 3, y Sogecable (Gestport), con el 40% cada una, y Televisió de Catalunya (TVC), con el 20% restante.
29/01/1997	El consejo de administración de Antena 3 decide unirse a Canal Satélite Digital con una participación del 15%.
30/01/1997	Se constituye la plataforma digital Distribuidora de Televisión Digital (DTS) con un capital social de 10.000 millones de pesetas (60,10 millones de euros). Está integrada por Telefónica (con un 35% de las acciones), Televisión Española (25,45%), Televisa (25,45%), Telemadrid (4%), Canal 9 (2%), TVG (2%), Grupo Recoletos (5%) y Unidad Editorial -editor del diario El Mundo- (0,25%), Promociones Periodísticas Leonesas (0,25%), Radio Popular -COPE- (0,25%), el periódico Las Provincias (0,25%), la revista Época (0,25%). Está prevista la incorporación del grupo electrónico japonés Itochu (5%) y la de la radiotelevisión catalana. No acudieron ni Antena 3 Televisión ni TV3.
30/01/1997	Mónica Ridruejo, directora general de RTVE, presenta su dimisión.
30/01/1997	Se presenta públicamente Canal Satélite Digital, la primera plataforma digital que se lanza en España, con una inversión de 50.000 millones de pesetas (300,52 millones de euros). El 85% de las acciones pertenece a Sogecable (Prisa tiene el 25% de Sogecable) y el 15% restante a Antena 3.

31/01/1997	Se inician las emisiones de Canal Satélite Digital con una oferta de 50 canales de televisión más 30 de música, junto a varios servicios interactivos como la telecarga de videojuegos y programas informáticos o el pay per view. Las emisiones se realizan desde las instalaciones de la Société Européenne des Satellites (SES), situadas en Luxemburgo, compañía que opera el conjunto de satélites Astra. El abonado a CSD debe desembolsar una cuota de inscripción de 32.500 pesetas (195,33 euros) por la antena parabólica, el descodificador y el telemando (los abonados a Canal+ y a Canal Satélite analógico tienen importantes descuentos). El paquete básico (1.995 pesetas mensuales -11,99 euros- más 1.000 pesetas mensuales -6,01 euros- de cuota de acceso al servicio-CAS-), al que es obligatorio abonarse para acceder a los opcionales, se compone de seis canales de televisión, veintiuno de música y cinco canales de radio del grupo Prisa. Una vez contratado el paquete básico, el telespectador puede abonarse a los canales opcionales.
31/01/1997	Legislación sobre la televisión digital: El Consejo de Ministros aprueba el Real Decreto-Ley 1/97 por el que se incorpora al Derecho español la Directiva Europea 95/47 sobre Transmisiones de Señales de Televisión y el Reglamento de la Ley de Telecomunicaciones por Satélite para las cuestiones técnicas.
07/02/1997	Fernando López Amor es nombrado Director General del Ente Público Radiotelevisión Española. Sustituye en el cargo a Mónica Ridruejo que presentó una semana antes su dimisión (1996-1997).
14/02/1997	Pedro Pérez, productor audiovisual, asume la presidencia de Vía Digital.
19/02/1997	El Ejecutivo presenta un proyecto de ley para garantizar las "retransmisiones de acontecimientos y competiciones deportivas de especial relevancia". En consonancia con el "indudable interés público" o "interés general" de estos eventos, se auspicia el derecho de acceso sin barreras de los telespectadores al fútbol. Se trata del anteproyecto de la Ley Orgánica Reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos (Ley del Fútbol).
09/03/1997	Se inaugura la oferta de pay per view de CSD con la retransmisión de los partidos FC Barcelona-Compostela y Atlético de Madrid-Betis.
11/03/1997	La Comisión de Infraestructuras del Congreso suaviza la redacción del Decreto-Ley 1/97, después de que CIU condicionara su apoyo a la introducción de una serie de enmiendas. Se decide eliminar la obligación de utilizar el sistema multicrypt y se admite el sistema simulcrypt, siempre que "exista previo acuerdo entre los operadores del sector".
15/03/1997	A mediados de este mes, la Mesa del Congreso de los Diputados paralizó la tramitación del proyecto de la ley del fútbol por dudar del carácter orgánico con que había sido remitido a la Cámara, por lo que se decidió solicitar un informe técnico sobre esta cuestión.
09/04/1997	Cuando el Real Decreto-Ley pasa por el Senado, se abandona la idea de autorizar los dos descodificadores y se retoma la idea de utilizar uno sólo.
09/04/1997	El comisario europeo de Telecomunicaciones, Martin Bangemann, advierte por carta al ministro de Fomento, Rafael Arias Salgado, que las medidas legislativas españolas "podrían ser objeto de acciones judiciales de la Comisión" y que podría incoarse "un procedimiento de infracción por su no notificación".

07/04/1997	El Parlamento aprueba la ley de la televisión digital por 170 votos a favor, del Partido Popular, Izquierda Unida y Partido Nacionalista Vasco; 133 en contra, del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y 19 abstenciones, de Convergència i Unió (CIU) y Coalición Canaria (CC). El nombre completo de esta ley es: "Ley 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el uso de normas para la retransmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector". Esta norma establece la obligación de utilizar descodificadores del sistema multcrypt en un plazo máximo de dos meses, en caso de que las plataformas no lleguen antes a un acuerdo para utilizar el simulcrypt.
29/05/1997	Los representantes de las plataformas españolas (Juan Luis Cebrián, consejero delegado de CSD y Juan Carlos Martínez Peinado, director general de Tecnología de Vía Digital) se reúnen en Bruselas para buscar una solución que posibilite que sus emisiones puedan ser recibidas por cualquier espectador, sea cual sea el descodificador que tenga en casa. Los representantes de las dos plataformas se comprometen a reunirse nuevamente en Madrid la semana siguiente.
29/05/1997	El Gobierno saca adelante en el Congreso de los Diputados la llamada "ley del fútbol". El PP cuenta con los votos de IU y del Partido Nacionalista Vasco (PNV).
13/05/1997	Distribuidora de Televisión Digital se presenta bajo el nombre comercial de Vía Digital.
03/06/1997	Se reanudan las conversaciones entre los representantes de las plataformas, que entran al poco tiempo en vía muerta.
12/06/1997	Se rompen las negociaciones entre las plataformas. Vía Digital considera que CSD plantea un ultimátum: que la plataforma liderada por Telefónica utilice el descodificador simulcrypt a un precio de 400 pesetas (2,40 euros) al mes. Por su parte, CSD asegura que VD insiste en imponer su modelo de descodificador, lo que impide toda posibilidad de entendimiento.
26/06/1997	A finales de este mes la Comisión Europea abre el procedimiento de infracción contra España al considerar que la ley de televisión digital viola los artículos 30 al 36 y 59 del Tratado de la UE sobre la circulación de bienes y servicios, la Directiva 83/189 sobre normas técnicas y la Directiva 95/47 sobre transmisión de señales de televisión. La primera fase del procedimiento consiste en una carta de apercibimiento que emplaza al Gobierno a presentar observaciones e iniciar, en su caso, cambios satisfactorios en la ley en un plazo de quince días.
01/07/1997	El Ministerio de Fomento rechaza la carta de emplazamiento de la Comisión Europea en su totalidad y considera que la Ley española se atiene a las normativas comunitarias correspondientes.
03/07/1997	La ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos es aprobada.
23/07/1997	La Comisión Europea emite un "dictamen motivado" en el que se exige al Gobierno español introducir los cambios pertinentes en la llamada ley de televisión digital.
24/07/1997	Telefónica adquiere, a sociedades controladas por Antonio Asensio, el 43,7% del capital de Antena 3 Televisión junto a bancos como BCH y Grupo Santander por un montante de 41.500 millones de pesetas (249,42 millones de euros). En paralelo, adquieren, el 51% de Gestora de Medios Audiovisuales (GMA). Telefónica adquiere el 49%, el BCH el 1% y el Banco Santander el 1% restante hasta completar el 51%. Una de las consecuencias de la entrada de Telefónica en Antena 3 es que la antigua empresa pública estará presente en las dos plataformas digitales enfrentadas: en Vía Digital como accionista mayoritario con un 30% y en CSD, indirectamente, a través del 15% que tienen Antena 3 y GMA en la plataforma Sogecable. Además, Telefónica logra mediante la compra de GMA participar con un 40% en Audiovisual Sport, la sociedad que gestiona la explotación de los derechos de retransmisión de fútbol.

29/07/1997	Vía Digital presenta los contenidos que integrarán su paquete básico: 35 canales a un precio de 2.500 pesetas (15,03 euros).
30/07/1997	Manuel Campo Vidal es destituido como presidente de Audiovisual Sport.
31/07/1997	El consejo de administración de la radiotelevisión catalana, TV3, aprueba participar en Vía Digital con un 5%.
12/09/1997	El Consejo de Ministros aprueba el Decreto Ley 16/1997, de 13 de septiembre, por el que se reforma la Ley de Televisión Digital. Este Decreto-Ley suprime la obligatoriedad de utilizar el multicrypt en el caso de que no hubiera acuerdo entre los operadores en el plazo de dos meses y otorga a la Comisión Nacional del Mercado de Telecomunicaciones competencias para establecer las condiciones técnicas que garanticen, entre otros aspectos, el carácter "abierto y compatible" de los descodificadores.
25/09/1997	Telefónica compra un 20% del grupo Recoletos, líder en prensa especializada (Telefónica adquirió su participación en Recoletos por un importe de 23.120 millones de pesetas -138,95 millones de euros-, mientras que la entrada de Recoletos en Antena 3 TV se fijó en 11.540 millones -69,36 millones de euros).
11/09/1997	Presentación de Vía Digital con un capital social de 10.000 millones de pesetas (60,10 millones de euros) y unas previsiones de inversión de 100.000 millones (601,01 millones de euros) en los tres primeros años. Este día se anuncia que los 50 canales de su plataforma se ofrecerán gratuitamente al abonado hasta el 1 de diciembre (la oferta promocional será gratuita hasta el 31 de diciembre). El abonado sólo tendrá que pagar hasta entonces las 5.000 pesetas (30,05 euros) de cuota de enganche.
15/09/1997	Inicio de las emisiones de Vía Digital. El paquete básico de esta plataforma incluye 35 canales, a un precio de 2.500 pesetas (15,03 euros). También se incorporan a la oferta dos opciones de pago suplementario, de pago por visión (pay per view). Vía Digital difunde su señal a través del sistema de satélites Hispasat, que cubre por completo la península y las Islas Canarias y alcanza el norte de África. También puede cubrir Centroamérica y Sudamérica, así como una amplia zona de América del Norte.
25/09/1997	El Decreto-Ley 16/1997 fue convalidado por el Parlamento. La Comisión Europea decidirá si suspende o prosigue con el proceso de infracción abierto contra España.
08/10/1997	La Comisión Europea archiva el procedimiento abierto contra el Gobierno español tras la modificación de la llamada <i>ley de televisión digital</i> .
27/10/1997	Canal Satélite Digital y Gestport presentan una querrela criminal contra Antonio Asensio y dos de sus colaboradores por presuntos delitos de estafa en relación con los derechos de fútbol. Según el texto de la denuncia, cuando se constituyó Audiovisual Sport, Asensio, entonces presidente de Antena 3 Televisión, cedió derechos, aduciendo que se hallaban libres de cargas y gravámenes, sin advertir que habían sido pignorados con anterioridad, en garantía de un préstamo de 12.500 millones de pesetas (75,13 millones de euros) concedido a GMA por Antena 3.
12/11/1997	El Consejo de Administración de Vía Digital aprueba la entrada en su accionariado de TV3 con un 5% del capital social.
17/11/1997	Acuerdo sobre el fútbol de pago en TV. Telefónica, TV3 y Sogecable, que participan en la empresa Audiovisual Sport, propietaria de los derechos de emisión del fútbol, llegan a un acuerdo según el cual las plataformas CSD y VD podrán ofrecer fútbol de "pago por visión" en "igualdad de condiciones" durante la Liga 1997-1998.

1998	
FECHA	ACONTECIMIENTO
30/01/1998	El Ministerio de Fomento quiere regular por decreto-ley las parabólicas.
30/01/1998	Antena 3 reorganizó la cadena en tres líneas de negocio para poner en marcha nuevos canales temáticos y desarrollar servicios interactivos, que eran: Cadena, Servicios Audiovisuales (estructurada en A3 Iniciativas Comerciales, A3 Temática, A3 Producciones y A3 Interactiva) y Antena 3 Internacional. Todo ello permitió su entrada en negocios audiovisuales complementarios a una cadena de televisión y susceptibles de aportar valor añadido a la compañía.
03/02/1998	Nueve bancos firman un crédito internacional de 60.000 millones de pesetas (360,61 millones de euros) con CSD por siete años. Se trata de un crédito sindicado y está destinado a financiar las operaciones y el desarrollo del operador de televisión digital por satélite.
12/02/1998	Las dos plataformas fueron autorizadas a inscribirse en el registro de operadores de televisión digital.
16/02/1998	La Audiencia Nacional suspende cautelarmente la resolución del Ministerio de Fomento que autorizaba en julio de 1997 a Telefónica la compra del 25% de las acciones de Antena 3. Esta resolución fue aprobada por dos votos a favor y un voto particular. Uno de los votos favorables fue el de la magistrada Margarita Robles, secretaria de Estado de Interior, en la etapa de Juan Alberto Belloch, ministro socialista. (Esta resolución se dictaba tras el recurso contencioso-administrativo que había interpuesto el grupo Prisa en septiembre de 1997). Telefónica presentó un día después recusación contra la magistrada Margarita Robles.
21/02/1998	Se comienzan a escuchar las primeras voces a favor de la fusión de las dos plataformas. Por ejemplo, el consejero de la Presidencia de la Generalitat catalana, Xavier Trias, quien aboga por la lógica de la empresa; o Elle Juárez, director general de Sogecable, quien apuesta por una próxima fusión en línea con lo que está sucediendo en otros mercados internacionales.
12/03/1998	Jesús de Polanco se querelló contra el juez Javier Gómez de Liaño por tres presuntos delitos de prevaricación, que habían sido cometidos durante la instrucción del caso Sogecable. El Supremo admitió a trámite esta querrela.
17/03/1998	En el ejercicio 1997, Canal Satélite Digital declara unas pérdidas de 13.574 millones de pesetas (81,58 millones de euros) y 310.000 abonados. Vía Digital declaraba cifra parecida de pérdidas: 13.743 millones de pesetas (82,60 millones de euros) y 171.000 suscriptores en marzo de 1998.
25/03/1998	Canal Satélite retira la querrela contra Asensio, presentada en octubre de 1997, por la cesión de los derechos de retransmisión del fútbol que incluían unas cargas no declaradas. Además el Gobierno elabora un proyecto de real-decreto para crear el Consejo para las Emisiones y Retransmisiones Deportivas, un organismo que contemplaba la llamada <i>ley del fútbol</i> , y que sería el encargado de elaborar cada temporada un catálogo de eventos deportivos que debían ser emitidos en abierto. Además, en el caso de que los operadores digitales no alcanzaran un acuerdo sobre los derechos de pago por visión, este Consejo sería el encargado de informar al respecto al Gobierno.
23/04/1998	El pleno de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional rechazó la recusación de Margarita Robles como miembro del tribunal encargado de juzgar el caso de Antena 3 y condenó a Telefónica al pago de las costas procesales.
04/06/1998	Fracasan las primeras conversaciones para compartir el fútbol en pago por visión. Según publica el diario <i>El Mundo</i> , Sogecable ha pedido más de 50.000 millones de pesetas (300,51 millones de euros) para compartir los derechos que posee en exclusiva, una cantidad difícil de asumir por Vía Digital que ha dado por rotas las negociaciones.
08/06/1998	Vía Digital aprueba una ampliación de capital por 30.000 millones de pesetas (180,30 millones de euros).

18/06/1998	Se emiten los últimos datos sobre el número de abonados efectivos, esto es excluyendo a quienes tenían solicitudes pendientes de conexión. Canal Satélite Digital declaraba 512.000 y Vía Digital hablaba de una cifra próxima a los 300.000.
25/06/1998	Bruselas limita a tres años la exclusiva de Canal Satélite Digital del fútbol en pago por visión. La Dirección de la Competencia de la Comisión Europea envía una carta en la que se cuestiona la exclusiva sobre los derechos audiovisuales del fútbol en la modalidad ppv y limita a tres años la exclusiva de CSD, hasta la temporada 2000/2001.
29/06/1998	Queda constituido el Consejo para las Emisiones y Retransmisiones Deportivas, presidido por el secretario de Estado para el Deporte, Pedro Antonio Martín Marín. El pleno está constituido por 52 representantes.
08/07/1998	Las dos plataformas mantienen abierto el diálogo para compartir el fútbol, ya que el acuerdo alcanzado en 1997 era únicamente para la temporada que estaba en marcha.
21/07/1998	Tras varias conversaciones inspiradas por las repetidas opiniones acerca de la falta de un mercado suficiente para la supervivencia de los dos operadores digitales, se hace público el acuerdo para la integración de las plataformas digitales. Según una nota de Telefónica se sellaba "bajo los principios de un acuerdo equilibrado y paritario en la gestión que será compartida entre Telefónica y Sogecable".
11/09/1998	Se rompen por primera vez las negociaciones de fusión, aunque esto no es óbice para que el 10 de octubre, Telefónica y Sogecable comuniquen al presidente europeo de la Competencia, Karen Van Miert, su intención de fusionar Vía Digital y Canal Satélite Digital.
15/09/1998	Vía Digital cumple el primer año de emisiones y cuenta con 330.000 abonados.
01/10/1998	A comienzos de este mes, Telefónica rompió las negociaciones con Sogecable. El motivo es el desacuerdo con la disparidad en las valoraciones de los activos de las dos plataformas realizadas por JPMorgan y Goldman Sachs. A raíz de esta ruptura, Audiovisual Sport comunicó a Vía Digital la imposibilidad de proporcionarle más encuentros de fútbol para ser emitidos en pago por visión.
18/10/1998	Tras las diferencias en relación con la exclusiva de los derechos de pago por visión, CSD y GMAF acordaron en 1997 abrir un procedimiento de arbitraje que dictaminara sobre la efectiva titularidad de los derechos. En octubre de 1998, el laudo arbitral dictaminó por unanimidad de los tres juristas designados por cada una de las partes representadas en Audiovisual Sport que Canal Satélite Digital adquirió de manera efectiva los derechos exclusivos de fútbol en pago por visión.
20/11/1998	Pío Cabanillas Alonso es nombrado director general del Ente Radiotelevisión Española. Su antecesor en el cargo, Fernando López Amor (1997-1998), es nombrado presidente de Hispasat.
21/11/1998	Vía Digital pidió medidas cautelares a principios de noviembre para que Audiovisual Sport le restituyera la señal de los encuentros televisados de la Liga de Fútbol y de la Copa del Rey. Sin embargo, el juez rechazó la medida el 20 de noviembre afirmando que no ha lugar.
16/12/1998	Sogecable nombra a Cebrián vicepresidente y consejero delegado a Díez Polanco.
16/12/1998	Pío Cabanillas, director general de RTVE, anuncia en el Parlamento la venta del 17% de RTVE en Vía Digital por razón de estrategia, orientando su actividad como una fábrica de contenidos para ser distribuidos por cualquier operador digital.

1999	
FECHA	ACONTECIMIENTO
21/01/1999	Telefónica vende el 25% que tenía en Sofres. La multinacional Taylor Nelson-Sofres pasa a controlar el 100% de esta compañía medidora de audiencias.
23/01/1999	Telefónica suspende las negociaciones con Prisa para la fusión digital. Había mantenido las conversaciones durante los últimos meses de 1998 y las primeras semanas de 1999.
28/01/1999	El Consejo de Administración de Vía Digital aprueba una ampliación de capital por 40.477 millones de pesetas (243,27 millones de euros), que se ratifica el 22 de febrero por la Junta General de accionistas.
05/03/1999	Vía Digital informa a la Comisión Europea de la "ruptura definitiva" de las conversaciones con Canal Satélite Digital.
11/03/1999	Vía Digital perdió el año anterior 21.273 millones de pesetas (127,85 millones de euros), según el informe de cuentas anuales presentado en estas fechas por Telefónica. Además, anuncia que en marzo el número de abonados asciende a 320.000.
24/03/1999	TVE vende el 17% de las acciones que, a través de TVE Temática, poseía en Vía Digital a Telefónica Media por 13.350 millones de pesetas (80,24 millones de euros). Además en el acuerdo, TVE cede los derechos para emitir la Liga de Campeones durante cuatro años, en concreto dos de los partidos que jueguen los equipos españoles cada jornada.
27/04/1999	Sogecable comunica a la CNMV que prevé sacar a Bolsa un 25% de la sociedad, valorada en 400.000 millones de pesetas (2.404,05 millones de euros).
04/05/1999	Tras la ampliación de capital aprobada en febrero, los cambios accionariales más significativos en Vía Digital son: la venta del 17% de las acciones que TVE; la reducción de la participación de Televisa en la plataforma de 17% al 8,7%; la incorporación de Media Park como nuevo socio con el 3,21% de las acciones y el aumento de la participación de Telefónica hasta alcanzar un 68,6%.
06/05/1999	Vía Digital adquiere los derechos para España del Mundial de Fútbol del 2002 por 27.000 millones de pesetas (162,27 millones de euros). Los partidos de la selección española se tendrán que emitir en abierto.
13/06/1999	Se celebra la Junta General del Prisa, donde se presentan los datos de Canal Satélite Digital durante el año anterior: 3.656 millones de pérdidas tras abonar Sogecable 20.000 millones de inversión. Además, se afirma que a fecha de 10 de junio de 1999 el número de abonados asciende a 704.009.
17/06/1999	Sogecable y Telefónica acuerdan explotar conjuntamente los derechos televisivos y audiovisuales de los partidos de fútbol del Campeonato Nacional de Liga y de la Copa de S.M. el Rey hasta la temporada 2008/2009. Este acuerdo también incluyó la explotación de los derechos de los partidos de la Champions League de las temporadas 2000/2003.
24/06/1999	Telefónica adquiere el 5% del grupo británico Pearson por 101.984 millones de pesetas (612,94 millones de euros). Por su parte, Pearson adquiere el 20% que Telefónica posee en Recoletos.
30/06/1999	Bruselas investigará el acuerdo sobre el fútbol televisado entre Vía Digital y Sogecable.
01/07/1999	Telefónica anuncia el fichaje de Martin Bangemann, comisario europeo de Telecomunicaciones.
03/07/1999	La Audiencia Nacional declara legal la entrada de Telefónica en Antena 3 Televisión y rechaza por tres votos a uno el recurso que había presentado el Grupo Prisa.
28/07/1999	El Tribunal Supremo rechaza el recurso contencioso administrativo que presentó Canal Satélite Digital en 1997 contra el reglamento técnico y de prestación de servicios de la televisión digital.
21/09/1999	Canal Satélite Digital y el grupo ONO firman un acuerdo por el que éste último podrá retransmitir los partidos de la Liga Nacional de Fútbol y de la Copa del Rey, en la modalidad de pago por visión durante cuatro años, por 3.000 millones de pesetas (18,03 millones de euros).

01/10/1999	El Consejo de Ministros autorizó a TVE a llevar a cabo la fusión por absorción de la sociedad TVE Temática, creada para Vía Digital, y se convierte en un área integrada en la televisión estatal.
13/12/1999	Vía Digital abre su segunda ampliación de capital del año por importe de 31.488,7 millones de pesetas (189,25 millones de euros).
15/12/1999	Pedro Pérez cesa como presidente de Vía Digital, cargo que ocupaba desde 1997. A partir de ese momento, Juan José Nieto concentra la gestión de Vía Digital y Antena 3 TV tras la salida de Pedro Pérez.
2000	
FECHA	ACONTECIMIENTO
19/01/2000	Santiago Tapia, nuevo director general de Canal Satélite Digital.
21/01/2000	Vía Digital comunica que ha cerrado la ampliación de capital, por importe de 31.488,7 millones de pesetas (189,25 millones de euros) que aprobó su junta de accionistas el 13 de diciembre de 1999. Con ella, Telefónica reduce en un 20% su participación, pasando del 68,6% al 48,6%. La mayor parte de ese paquete accionarial (15,59%) ha ido a parar a un fondo de inversión holandés denominado Strategic Money Management (SMM). El resto del paquete de acciones por Telefónica ha sido distribuido entre tres de los actuales socio que incrementan ligeramente sus participaciones: Televisa que se sitúa en el 10%, Media Park y TV3 que alcanzan el 5% cada una.
11/02/2000	Telefónica y BBVA sellan una alianza estratégica que supone la mayor concentración de poder económico con implicaciones en ámbitos tan diversos como el financiero, el industrial, el comercio electrónico, la telefonía móvil y los medios de comunicación. Con respecto a la televisión digital por satélite, ambos participan en las dos plataformas ya que el BBVA es accionista del 10,3% de Sogecable.
16/02/2000	Warner Bros entra en el accionariado de Canal Satélite Digital con el 10% del capital. Esta operación se hará mediante una ampliación de capital y tras ella, el accionariado de CSD queda así: Sogecable con el 83%, Warner Bros el 10%, Proarsa el 4,5% y Antena 3 TV el 2,5%.
02/03/2000	El Gobierno emite el primer informe sobre la alianza de Telefónica y BBVA en el cual propone que el banco salga de Sogecable o Telefónica de Antena 3 TV.
17/03/2000	Telefónica anuncia el lanzamiento de una Oferta Pública de Acciones (OPA) por valor de 915.000 millones de pesetas (5.499,26 millones de euros) para adquirir el 100% de la primera productora europea de programas, la compañía holandesa Endemol.
20/03/2000	BBVA se desprende del 3,89% de Sogecable y se queda con un 6% con el objetivo de ir reducción su presencia por debajo del límite del 3%, condición que el Gobierno impuso a la entidad cuando dio luz verde a la fusión del grupo financiero con Telefónica.
30/03/2000	Vía Digital alcanza los 500.000 abonados.
12/04/2000	La Unión Europea considera que el acuerdo entre Telefónica y Sogecable sobre la explotación del fútbol en televisión vulnera la competencia.
13/04/2000	Junta General de Prisa: el número de abonados de Canal Satélite Digital se acerca a los 900.000 y las pérdidas en 1998 ascendieron a 6.872 millones de pesetas (41,30 millones de euros).
04/05/2000	Sogecable ejerce una opción prevista en los acuerdos suscritos con Telefónica en 1999 y compra los derechos de emisión de la Liga de Campeones por 4.500 millones de pesetas (27,05 millones de euros).
05/05/2000	Inicia sus emisiones Quiero TV, la primera plataforma de TDT, participada en su mayoría por la empresa Retevisión (Grupo Auna 49%). Entre los otros accionistas destacan Mediapark con un 18%, Planeta con un 12%, Carlton con un 6% e InverCataluña con un 3,4%.
12/05/2000	Javier González Ferrari es nombrado director general del Ente Público Radiotelevisión Española. Su antecesor en el cargo, Pío Cabanillas (1998-2000), es nombrado Ministro Portavoz del segundo Gobierno de José María Aznar.

22/05/2000	Canal 9 anuncia su salida de Vía Digital ante la negativa de la plataforma de permitir que la cadena autonómica retransmitiera en directo, en abierto y en la Comunidad Valenciana varios partidos del Valencia en la actual edición de la Liga de Campeones.
02/06/2000	Telefónica compra a TV3 el 25% de Media Park por 10.500 millones de pesetas (63,11 millones de euros).
27/06/2000	Canal Satélite Digital y Quiero Televisión alcanzan un acuerdo por los derechos del fútbol televisado de la Liga y de la Copa del Rey en pago por visión durante tres años por 11.250 millones de pesetas (67,61 millones de euros). Además acuerdan la liberalización de los precios y Quiero se compromete a retirar la denuncia presentada en la Comisión Europea basada en que no se les abría el contrato para emitir fútbol y en que Telefónica y Sogecable se habían puesto de acuerdo para fijar precios únicos.
18/07/2000	Canal Satélite Digital y la Agrupación de Operadores de Cable (AOC) firman un acuerdo por el que CSD, como propietaria de los derechos de emisión de los partidos de Liga y Copa, abre ese contrato a los operadores de la agrupación del cable por 8.212 millones de pesetas (49,36 millones de euros). Además, la AOC se compromete a retirar la denuncia presentada en la Comisión Europea contra CSD por abuso de posición dominante.
26/07/2000	César Alierta llega a la presidencia de Telefónica tras la dimisión de Juan Villalonga por un escándalo de abuso de información privilegiada por la compra de opciones sobre acciones cuando era presidente (<i>stock options</i>).
21/09/2000	Vía Digital y Canal Satélite Digital anuncian nuevos descodificadores para poder prestar el servicio de Internet a través del televisor.
30/09/2000	Juan José Nieto, nombrado presidente ejecutivo de Telefónica Media un mes antes, el 31 de agosto, inicia la reorganización en tres áreas de negocio: de televisión en abierto y radio, con Antena 3, Telefé y Onda Cero como referencias; de contenidos, que gira en torno a Endemol; y de televisión de pago, con Vía Digital como primer activo.
27/10/2000	Canal Satélite Digital alcanza el millón de abonados.
24/11/2000	Bruselas retira la amenaza de multa a Telefónica y Sogecable por el acuerdo sobre la explotación del fútbol.
2001	
FECHA	ACONTECIMIENTO
01/01/2001	RTVE pasa a depender de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI).
12/01/2001	Vía Digital nombra a Pedro Urieta nuevo director general de la compañía.
20/02/2001	Canal Satélite Digital presenta sus datos de abonados y canales: ofrece 150 programaciones y cuenta con 1.113.000 abonados.
24/02/2001	Audiovisual Sport perdió 12.043 millones de pesetas (72,38 millones de euros) en el año 2000 y 25.900 millones de pesetas (155,66 millones de euros) desde 1997, año desde su fundación.
15/03/2001	Telemadrid compra las acciones de Itochu en Vía Digital.
05/04/2001	La televisión por satélite llega a 1'8 millones de hogares en España.
22/05/2001	Quiero TV aprueba una ampliación de capital de 12.000 millones de pesetas (72,12 millones de euros) y estima que requiere unos 40.000 millones de pesetas (240,40 millones de euros) para esta temporada.
10/06/2001	Vía Digital admite unas pérdidas en el año 2000 de 42.222 millones de pesetas (253,76 millones de euros) con 674.000 abonados.
21/07/2001	Bruselas investiga el sistema de la UEFA de venta de los derechos para televisión de la Liga de Campeones porque puede ser incompatible con las reglas de la competencia. La investigación se refiere a la venta en conjunto de todos los derechos, la adjudicación de esos derechos en exclusiva a un solo operador en cada país y que esa concesión sea por tres o cuatro años.

17/10/2001	La crisis de Quiero TV impulsa la fusión entre las plataformas digitales: Canal Satélite Digital y Vía Digital están a la expectativa de lo que ocurra con la plataforma de televisión terrestre que celebra una próxima junta de accionista en la que se propondrá una ampliación de capital de 107,1 millones de euros (17.800 millones de pesetas) y que prevé cerrar el año con unas pérdidas superiores a 132 millones de euros (22.000 millones de pesetas). Además. En Europa el sector está viviendo un proceso de concentración.
06/11/2001	Telefónica Media cambia de nombre, constituyéndose Corporación Admira Media. Antena 3 TV, Vía Digital y Onda Cero son las principales empresas que se agrupan bajo la marca Admira, que engloba también a Endemol, Lola Films, Telefónica Sport o las argentinas Telefé y Azul TV.
2002	
FECHA	ACONTECIMIENTO
09/01/2002	Caso Alierta: <i>El Mundo</i> publica que un sobrino de César Alierta ganó 309 millones de pesetas (1,86 millones de euros) en seis meses por los títulos de la empresa Tabacalera cuando esta empresa era presidida por su tío.
11/01/2002	Juan Ruiz Gauna, presidente de Vía Digital es destituido por César Alierta. El nuevo consejero delegado de Vía Digital es Carlos Lavilla.
22/01/2002	El fiscal Anticorrupción abre una investigación sobre el "caso Alierta".
22/01/2002	El Tribunal de Justicia de la Unión Europea falla en contra del Gobierno español por exigir una certificación a CSD para comercializar sus descodificadores y obligar a la empresa española a inscribirse en un registro. Según recoge la sentencia, que no se puede recurrir, las normas recogidas en el RD 136/1997 "restringen la libre circulación de mercancías y la libre prestación de servicios que garantiza el Tratado". La sentencia responde al recurso contra la citada legislación que presentó CSD en el Tribunal Supremo y que éste a su vez remitió al Tribunal de Justicia de la UE para que evaluara la normativa española.
28/02/2002	Xavier Molins Sans, nuevo director general de Audiovisual Sport.
06/04/2002	Luis Abril asume la presidencia de la plataforma Vía Digital. Es también presidente de Admira y director general y secretario de la presidencia de Telefónica.
7/04/2002	Se anuncia la liquidación de Quiero TV, la plataforma de televisión digital terrestre, tan solo dos años después de comenzar sus emisiones, con 900 millones de euros invertidos y otros 400 millones de euros perdidos.
08/04/2002	En el contexto internacional, se anuncia la suspensión de pagos del grupo alemán Kirch Media, con una deuda global de 6.500 millones de euros debido fundamentalmente a la desmesurada compra de derechos deportivos. Trece días antes, la cadena británica ITV Digital toma una decisión similar.
08/05/2002	Las dos plataformas anuncian el acuerdo para la integración de su oferta digital por satélite. El acuerdo prevé una ampliación de capital de Sogecable destinada a los accionistas de Vía Digital, que aportan sus propios títulos, y la igualación de las participaciones de los tres socios mayoritarios: Telefónica, Sogecable y Groupe Canal+.
10/05/2002	Sogecable aumenta un 15% su cotización en Bolsa tras anunciarse su integración con Vía Digital.
13/05/2002	Los consejos de administración de Sogecable y Admira, presididos por Jesús de Polanco y César Alierta ratifican la alianza. Se inicia una fase del proceso difícil. La participación de Vivendi en el accionariado de Sogecable, así como de otros operadores europeos, lleva la unión de CSD y VD ante la Dirección General de la Competencia de la Comisión Europea.
14/05/2002	El comisario europeo para la Competencia, Mario Monti, afirma que la fusión de las plataformas Canal Satélite Digital y Vía Digital "parece que cumple" las condiciones para ser estudiada por la Comisión Europea.

30/05/2002	Telefónica nombra a Pedro Antonio Martín Marín presidente de Admira. Hasta esa fecha, Martín Marín era presidente de Hispasat y fue secretario de Estado de Comunicación en la Moncloa en la anterior legislatura. Luis Abril se ve obligado a dejar su cargo a los 140 días de su nombramiento, aunque continúa como responsable del área de contenidos que agrupa Endemol, Admira Sport o Vía Digital.
04/06/2002	La Comisión Europea y la UEFA pactan nuevas normas sobre los derechos de emisión de los partidos correspondientes a la Liga de Campeones. A partir de este momento, estos derechos se explotarán fragmentados en paquetes para distintos medios (televisión, Internet y telefonía móvil).
30/06/2002	Finalizan las emisiones de Quiero TV.
03/07/2002	La Comisión Europea recibe notificación relativa al proyecto de operación consistente en la integración de DTS, Distribuidora de Televisión por Satélite (Vía Digital) en Sogecable.
09/07/2002	José Antonio Sánchez Domínguez es nombrado director general del Ente Público Radio Televisión Española. Por primera vez en la historia de Televisión española una sentencia judicial determina la existencia de manipulación informativa por parte del ente público. Fue con motivo de la cobertura de la huelga general de 20 de junio de 2002. Tan sólo dos semanas después de la huelga, el 9 de julio, Javier González Ferrari fue relevado de su cargo, a petición propia.
12/07/2002	España solicita a la Comisión Europea la devolución del expediente de fusión al considerar que el área geográfica afectada por la operación es el Estado español.
26/07/2002	El Consejo de Ministros aprueba que la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, máximo órgano regulador del sector, pase a depender del Ministerio de Ciencia y Tecnología, cuyo titular es Josep Piqué. Anteriormente dependía del Ministerio de Economía desde el año 2000 y previamente, desde su creación en 1996, del Ministerio de Fomento.
16/08/2002	El expediente de fusión vuelve a España al considerar el organismo europeo que la operación afecta fundamentalmente al mercado nacional. La devolución se acompaña de una advertencia sobre la amenaza que para los competidores puede suponer la compra de derechos de las películas y la adquisición y explotación de los partidos de fútbol por parte de la nueva plataforma. La institución europea estima que la nueva empresa digital podría llegar a alcanzar una cuota de mercado superior al 80%, lo que dejaría a sus rivales en serias condiciones de inferioridad.
28/08/2002	La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones indica en su informe al respecto de la fusión que la integración crearía un monopolio de hecho en el mercado de la televisión de pago, pero que "si la operación no se realizara, hay probabilidades de que al final quedase un único operador"
19/09/2002	El Servicio de Defensa de la Competencia, órgano consultivo del Ministerio de Economía, emite un informe sobre la fusión en el que admite la falta de rentabilidad en la coexistencia y competencia de las dos plataformas de televisión digital, al tiempo que enmarca su unión en el fuerte proceso de concentración del sector que tiene lugar en Europa. No olvida tampoco destacar las consecuencias derivadas de la operación: el posible refuerzo de Sogecable en la televisión de pago y de Telefónica en la comercialización de servicios de telecomunicaciones. Este informe, no vinculante, es remitido al Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) que tiene dos meses de plazo para emitir su propio dictamen en cualquiera de estos tres sentidos: la aprobación, el rechazo o la autorización con condiciones.

04/10/2002	El Gobierno aprueba la supresión de la medida que impedía a un mismo accionista tener más del 49% de una televisión privada y autoriza que pueda tener el 100%. Esta disposición se incluye en la Ley de Acompañamiento a los Presupuestos para 2003 y es la segunda modificación que se hace de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada (la anterior modificación se realizó en 1998, al permitir rebasar el 25% del límite permitido a un accionista para elevarlo hasta el 49%). El Gobierno no modificó la norma que prohibía a un mismo accionista participar a la vez en dos cadenas.
14/10/2002	El Gobierno estudia modificar la Ley de Televisión Privada para permitir que un mismo accionista pueda estar presente en dos o más TV. El PSOE lo tacha de "impresentable" e IU de "golpe de Estado audiovisual".
13/11/2002	El TDC emite su dictamen: autorización con 10 condiciones. Lo hace en una apretada votación, que termina en empate y se decide con el voto de su presidente, Gonzalo Solana González. Advierte de la necesidad de arbitrar medidas para evitar el monopolio, sobre todo, en las películas de estreno de pago por visión (debido a que los contratos a largo plazo firmados en exclusiva por CSD y VD con las majors) y apuesta por el desarrollo de una manera neutral de acceso a los contenidos en igualdad para todos los operadores, incluidos los de cable y otras cadenas de televisión. Las condiciones más estrictas se refieren a la limitación de los derechos del cine a un año y a tres los del fútbol. En definitiva, se impide la posibilidad de cualquier tipo de alianza de ambas empresas en el ámbito de los medios de comunicación y se obliga a CSD y VD a no aumentar su coste a los abonados con motivo de la integración y a mantener una política única de precios en todo el territorio nacional. El Tribunal de Defensa de la Competencia entrega el informe con su decálogo de condiciones, con vistas al dictamen del Consejo de Ministros, que dispone de un mes para su elaboración.
29/11/2002	El Gobierno del PP tras el Consejo de Ministros da el visto bueno a la fusión, pero incrementa a 34 el número total de condiciones para el cierre de la operación. Asume, de forma desglosada, los requerimientos señalados por el TDC, e introduce matices tanto en el apartado de condiciones generales, compuesto por un total de 24 requisitos, como en el dedicado de forma exclusiva al ámbito de la distribución y comercialización de los derechos del fútbol, integrado por otras 10 exigencias. Entre los requerimientos del Ejecutivo sobresale el control de las tarifas. El Gobierno se reserva durante cuatro años (hasta 2006) la posibilidad de establecerlos, congelarlos o bajarlos en función del IPC. En relación con el fútbol, el Ejecutivo mantiene la condición impuesta por los órganos de la Competencia respecto a la duración de los derechos de emisión por tres años pero respeta los contratos de exclusividad firmados por Sogecable con el Real Madrid y por Vía Digital con el FC Barcelona. Además, el Consejo de Ministros obliga a mantener un sistema de transmisión similar al que se ha venido operando y que contempla la emisión de un partido en abierto el sábado, otro codificado el domingo en Canal+ y el resto en pago por visión.
10/12/2002	La Sala Tercera del Tribunal Supremo dictó el 10 de diciembre de 2002 la sentencia que desestimaba, y en su totalidad, el recurso contencioso administrativo 246/1997 interpuesto en marzo de 1997 por CSD contra el artículo 2 del Real Decreto 136/1997, de 31 de enero, que impedía, en la práctica, el lanzamiento masivo de la plataforma digital de Sogecable. Dicho artículo precisaba el Real Decreto Ley 1/1997 e imponía a los operadores de acceso condicional en tecnología digital su inscripción previa en un registro específico, así como la de sus equipos de descodificación. Basándose en este texto y en la inicial exigencia de utilizar determinado tipo de descodificadores, la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) denegó, mediante resolución del 6 de mayo de 1997, la inscripción de CSD en el mencionado registro de operadores.

2003	
FECHA	ACONTECIMIENTO
14/01/2003	Los acuerdos del Consejo de Ministros de 29 de noviembre de 2002 adquieren rango normativo el día 14 de enero al insertarse en el Boletín Oficial del Estado, número 12, las órdenes del Ministerio de Economía ECO/19/2003, de 8 de enero y la ECO/ 20/2003, de 8 de enero.
29/01/2003	Polanco y Alierta firma la unión pero recurren al Supremo 5 de las 34 condiciones impuestas por el Gobierno. Solicitan la anulación de las exigencias relacionadas con la fijación de precios, la distribución, la comercialización, los acuerdos estratégicos y la duración de las limitaciones de la nueva plataforma. En el recurso se alega que la política de establecimiento de precios desde el Ejecutivo dificulta la viabilidad de la compañía, se pide que se restrinja la obligación de ceder un 20% del espacio de la nueva plataforma a canales de terceras empresas, se recurre el impedimento de comercialización conjunta de la oferta televisiva con la de acceso a Internet de Telefónica, así como la imposibilidad de suscribir acuerdos entre Sogecable y la empresa de telefonía en el ámbito de los medios de comunicación. De igual modo, se pide la reducción de los cinco años de vigencia para las condiciones no explícitamente sometidas a acotaciones temporales por el Consejo de Ministros, como las relacionadas con los derechos de emisión del fútbol y el cine o la permanencia de Telefónica en el accionariado de la nueva plataforma durante, al menos, tres años.
03/04/2003	El Servicio de Defensa de la Competencia, dependiente del Ministerio de Economía, da luz verde al Plan de Actuaciones para la integración de Sogecable y Vía Digital. Con este trámite culmina el proceso ante las autoridades administrativas para llevar a cabo la fusión y comienza una intensa labor en el seno de ambas empresas de cara a la definición de la nueva plataforma.
04/04/2003	La Comisión Europea acuerda archivar el expediente Audiovisual Sport II que examinaba los contratos televisivos del fútbol en España. De esta forma, la entidad tenedora de los derechos podía seguir explotando la fórmula de comercialización del fútbol en pago por visión como hasta ese momento. El archivo es fruto de la adquisición por parte de Sogecable del 40% de Audiovisual Sport que estaba en manos de Telefónica como consecuencia del acuerdo de integración de las dos televisiones de pago. Además, influyeron las limitaciones impuestas por el Consejo de Ministros en noviembre de 2002 y que limitaban a un periodo máximo de tres años los derechos de adquisición y comercialización de los derechos de fútbol y que obligaba a mantener un sistema similar de transmisiones al que existía en ese momento (un partido de liga en abierto cada jornada, uno codificado en Canal + y el resto en pago por visión).
30/04/2003	Telefónica vende el 25% de Antena 3 al Grupo Planeta por 364 millones de euros. Además, el Grupo Planeta toma el control de Antena 3 con el apoyo del Banco Santander Central Hispano (SCH). Tras la compra, Planeta posee el 25,1%, el Banco Santander Central Hispano el 18,48% (juntas 43,58%), Telefónica el 30%, RTL Group el 17,26%, OPV el 4,1% y un grupo de accionistas menores con el 5,03%. El principal cambio accionarial es de Admira Media (Telefónica) que pasa del 59,23% al 30% y deja de tener el control.
13/05/2003	Se aprueba la fusión en la Junta de Accionista de Sogecable y Vía Digital. Se anuncia el inicio de las emisiones para julio y se decide el nombre: Digital +.

10/06/2003	Sogecable firma un acuerdo con la UEFA para la adquisición en exclusiva de los derechos de retransmisión para España de la Liga de Campeones en el sistema de pago por visión. Según el acuerdo, Sogecable tendrá prioridad para elegir la emisión en directo de los partidos que se disputen el martes y la segunda opción para los que se juegan el miércoles. Además, podrá emitir los restantes en directo y ofrecer amplios resúmenes, ya que el contrato permite la emisión de un programa con conexiones con los distintos estadios en los que se desarrollen los partidos de la jornada. Sogecable podrá también difundir los partidos de las semifinales y, simultáneamente con la emisión en abierto, la final.
11/06/2003	Se lleva a cabo el canje de acciones, con la ampliación de capital aprobada un mes antes por Sogecable y destinada a los accionistas de Vía Digital. De este modo, Telefónica pasa a controlar el 23% de los títulos de la nueva sociedad, mientras que Prisa y Groupe Canal + se quedan con un 16,38% cada uno. La valoración de la nueva compañía se estima en 1.400 millones de euros, superior a la capitalización bursátil de Sogecable, calculada en 1.100 millones.
12/06/2003	El Tribunal Supremo resuelve el recurso contencioso-administrativo 46/1999 que interpuso por el lucro cesante que suponía la prohibición de su descodificador en pérdida de clientes y retraso en las contrataciones de contenidos, reclamando una indemnización de 100 millones de euros. El Tribunal da la razón a Sogecable y fija una indemnización de 26,4 millones de euros, sin costas.
21/07/2003	Digital + inicia sus emisiones (7:00 horas) para un panel de aproximadamente dos millones de abonados, con unos ingresos agregados de más de 1.300 millones de euros en el último ejercicio y una oferta que aglutina 150 canales y servicios audiovisuales, entre los que destacan 75 canales de televisión, una veintena de productos interactivos y medio centenar de señales de audio y vídeo. El paquete básico, puerta de entrada a 90 canales, se cifra en 20 euros al mes, mientras que el precio del paquete premium se fija en 47 euros mensuales.

Tabla 7. Fuente: elaboración propia

2. Análisis de los hitos principales

A continuación, se describirá el origen y evolución de la televisión digital por satélite en España a través de los mensajes publicados por los diarios *El País* y *El Mundo*. Para ello, se irá avanzando a través de los hitos seleccionados y descritos en el epígrafe anterior. En cada uno de ellos, se contextualizarán los acontecimientos para permitir una mejor comprensión del discurso de ambos medios y se expondrá el mensaje de cada diario por separado para después poder realizar una comparación que permita extraer nuestras conclusiones.

2.1. Primeros pasos de la televisión digital por satélite en España

2.1.1. Contextualización

Los antecedentes de la televisión digital en España se remontan a 1992, fecha en la que se empieza a creer en las posibilidades del cable para el desarrollo de la televisión digital y se constituye la sociedad Cablevisión, formada por Telefónica (empresa pública en aquellos momentos bajo el Gobierno socialista) y el grupo Prisa, a través de Sogecable. Ambas compañías iniciaron entonces las conversaciones para la explotación conjunta de la televisión por cable, unas conversaciones que fructificaron el 26 de julio de 1995 cuando ambas entidades alcanzaron un acuerdo para la creación, distribución y operación de servicios de televisión de pago.

Este hecho provocó reacciones encontradas en diferentes sectores mediáticos y políticos. Por ejemplo, Eugenio Galdón (ex colaborador de Polanco y presidente de Cableuropa) y Antonio Asensio (presidente del Grupo Zeta y Antena 3 TV) criticaron la operación al entender que se entregaba el control casi monopolístico del cable a Cablevisión y paralelamente, Asensio inició un proceso legal contra Cablevisión en España y la Unión Europea. Además, durante los meses siguientes, el Partido Popular, con mayoría en los principales ayuntamientos, convocó rápidamente concursos municipales para cablear las ciudades en las que gobernaba y cerrar así el paso a Cablevisión³⁴⁵.

Por otro lado, y en lo que respecta al marco legislativo, a finales de 1995 se aprueba la Ley 37/1995 de Telecomunicaciones por Satélite con la cual se crea el marco regulatorio que iba a favorecer el posterior nacimiento de la televisión digital por satélite y, que unido a otras circunstancias que se explican a continuación, significó el final del mercado audiovisual del cable.

³⁴⁵ Estos antecedentes están explicados en el artículo de DURÁN MÁÑEZ, Ángeles y FERNÁNDEZ BÉLTRÁN, Francisco: "El papel de los medios de comunicación en procesos negociadores. Análisis de los modelos desarrollados en el conflicto entre Canal Satélite Digital y Vía Digital" en *Forum de Recerca*. Número 5. V Jornades de Fomento de la Investigació de la Universitat Jaume I, curso 1999-2000.

En febrero de 1996, el director general de la competencia de la UE, Alexander Schaub, comunicó a Telefónica que la creación de Cablevisión suponía una concentración de dimensión comunitaria y le pidió información de la operación. Este hecho, unido a las presiones que ejercía el PP en los gobiernos autonómicos y municipales, provocó que quedase anulada sin fecha la constitución de la Sociedad General de Cablevisión Madrid, prevista para el 9 de febrero de 1996 y que iba a estar formada por Iberdrola, Prensa Española, Telemadrid, Caja Madrid y Canal +, todos ellos con un 9,8% de las acciones, y Telefónica, con el 51% restante. ABC se retiró aún antes de la firma con la excusa del expediente informativo, lo que provocó el aplazamiento de la sociedad³⁴⁶.

Otro hecho importante, que influirá en el mercado audiovisual de la televisión digital es la llegada del Partido Popular al Gobierno tras las elecciones celebradas en marzo de 1996. Con el apoyo de los partidos nacionalistas, CiU, PNV y Coalición Canaria, José María Aznar se convierte en el cuarto presidente de la democracia. Esto implicará cambios en la dirección de dos entidades que tendrán un papel relevante en el nacimiento de la televisión digital por satélite: en mayo, el Gobierno nombra a Mónica Ridruejo directora general del Ente Público Radiotelevisión Española, y un mes más tarde, Juan Villalonga es nombrado presidente de Telefónica.

Será precisamente Juan Villalonga el que pondrá fin al mercado audiovisual del cable cuando pocos meses después de alcanzar la presidencia de Telefónica rompe el acuerdo de su antecesor, Cándido Velázquez, con Jesús Polanco, un hecho que supuso que la marca Cablevisión pasara a Prisa mientras que Telefónica se quedaba con las operadoras locales de cable.

Con todo ello, se dibuja un nuevo escenario para el mercado de la televisión digital en el que estarán presentes los mismos protagonistas que años atrás trabajaban juntos por implantar la televisión por cable en España como se mostrará a continuación.

2.1.2. *El País*

Durante 1996, año en el que comienzan a gestarse los primeros proyectos de televisión digital por satélite, *El País* publica cuarenta y seis textos relacionados directamente con estos proyectos. A continuación, se describe cómo lo contó este diario, si bien para una mayor comprensión, se han separado en dos grandes bloques, por un lado, las informaciones referentes al proyecto de Sogecable y por otro, los relacionados con los proyectos de RTVE y Telefónica, que finalmente confluirían en una misma plataforma.

³⁴⁶ Ibidem.

SUBHITO 1: Proyecto de de televisión digital de Sogecable

El País publicó diez textos sobre este proyecto, todos ellos informativos y en la sección de Sociedad, y más concretamente nueve de ellos bajo el cintillo de Comunicación. Además el 90% de los textos están firmados por EL PAÍS y ninguno de ellos se anuncia en portada. Con respecto a su ubicación y extensión, siete de ellos se publican en página impar y la mitad de ellos ocupa menos de media página.

Las primeras referencias a este proyecto de televisión digital las encontramos el día 21 de junio de 1996 cuando *El País* publicó dos páginas dedicadas a la Junta General del Grupo Prisa dentro de la sección de Sociedad y de las noticias sobre Comunicación. En el texto principal de esa doble página se anunciaba en el subtítulo el comienzo de las emisiones de la oferta de televisión digital de este grupo. La información se titulaba: *Jesús Polanco advierte que PRISA no aceptará imposiciones que puedan cortar su independencia*³⁴⁷, y que se completaba con el siguiente subtítulo: *Antes de un año comenzarán las emisiones de televisión digital con más de 25 canales*. Además, la información iba acompañada de una fotografía de 2x4 módulos sobre la junta general en la que aparecen los principales directivos del grupo Prisa. Asimismo, y bajo la fotografía había un despiece titulado: *Cebrián reafirma “el carácter profesional y el limpio interés social” del proyecto de EL PAÍS*.

El texto se inicia desarrollando la idea del subtítulo y anunciando el inicio de la televisión digital antes de un año “con una oferta de 25 canales que se transmitirán por satélite y cable”. Después, se describen otras decisiones de la junta general y al final del texto se vuelve a la oferta digital con las palabras expresadas por Jesús Polanco: “Nosotros queremos y debemos estar presentes en este campo”, “y por ello, anuncio formalmente que nuestro grupo, junto con sus socios de Sogecable, iniciará antes de un año sus operaciones en televisión digital, con una oferta superior a los 25 canales, que operarán por cable y satélite y estamos seguros que obtendremos por lo menos el mismo éxito que alcanzamos con Canal Plus”. Y en el último párrafo se recoge la siguiente advertencia de Polanco: “Desarrollaremos las nuevas áreas y servicios que así lo exijan las circunstancias y estableceremos, en su caso, las alianzas cuando y con quienes nuestro grupo considere oportuno, con respeto, por supuesto, del principio de legalidad pero sin aceptar –y espero que estas palabras no ofrezcan dudas de interpretación– servidumbre ni imposiciones exteriores que puedan coartar o limitar nuestros principios fundacionales de independencia y profesionalidad”.

Dos meses después, *El País* publica otra información ya más concreta sobre el proyecto de Sogecable que aparece a cuatro columnas el día 5 de septiembre, en la página 27 de Sociedad con el cintillo de “Comunicación”. La noticia que ocupa algo más de la mitad de la página y se

³⁴⁷ Véase ANEXO: Documento 1 (El número de cada documento del anexo se indica en la esquina superior derecha de la página, precedido por las letras: DOC. En este anexo recogeremos una selección de los textos más relevantes publicados por cada diario en los diferentes hitos seleccionados y la numeración será correlativa para facilitar la consulta. No se remite siempre al documento debido al elevado número de documentos analizados que asciende a 951).

titula: *Acuerdo de Canal + España con Hughes, de General Motors, para televisión digital*³⁴⁸, tiene dos fotografías, una de Michael Armstrong, presidente de Hughes y otra de Jesús de Polanco, presidente de Prisa.

En el texto se explica que la compañía Sogecable ha alcanzado un acuerdo con Direct TV Internacional, filial del operador de satélites Hughes, para desarrollar conjuntamente un servicio de televisión digital en España y en América. Con este acuerdo, el texto dice que “se dibujan dos proyectos de televisión digital para España y América”. Por un lado el de RTVE, el grupo Televisa y Rupert Murdoch (que en estas fechas ya se había adelantado como se verá a continuación) y por otro, el de Hughes con el grupo Prisa.

Las referencias en el texto a ambos proyectos son distintas ya que del proyecto de RTVE se dice que “es la operación política auspiciada por el Gobierno de José María Aznar” mientras que el proyecto de Sogecable se define como “nitidamente empresarial y profesional”. Además se describe la diferencia de ambas alianzas en el peso económico ya que “los ingresos anuales de Hughes son del orden de 17 billones de pesetas (10.217,21 millones de euros)³⁴⁹, lo cual supera la simple suma aritmética de los de News Corporation (Murdoch), el grupo mexicano Televisa y el brasileño O Globo juntos”.

En esta información se califica siempre positivamente a Hughes como por ejemplo: “poderoso consorcio”, “el más importante operador de satélites de los Estados Unidos”, “la empresa líder en la industria del satélite”, “reúne todo lo necesario para la operación por satélites: los construye, los lanza y opera los servicios a través de sus propios centros”, “ha tenido un éxito espectacular en Estados Unidos”. Por lo que respecta a Sogecable, se dice que “el área de negocios de esta compañía comprende el primer canal español de televisión de pago (...) y el primer paquete de canales temáticos distribuidos vía satélite”.

Un par de días después, el 7 de septiembre, encontramos una nueva referencia. Se trata de un despiece que se incluye en una información mayor titulada: *Canal + compra el 100% de Nethold y crea un grupo líder para la TV digital europea*. En el despiece se explica que esta fusión “podría ser importante para España” ya que en el comunicado que estas empresas emitieron “se menciona expresamente a España entre los países donde el grupo tendrá una “posición significativa”. Además, se explica que Canal + Francia tiene el 25% de Canal + España, el mismo porcentaje que Sogecable.

En este mismo despiece se afirma que esta fusión se “produce en un momento particularmente interesante para España” ya que se acaba de anunciar el proyecto de RTVE y el acuerdo entre Sogecable y Hughes. Del proyecto de RTVE se dice que es “un intento ecuménico de organizar

³⁴⁸ Véase ANEXO: documento 2

³⁴⁹ La conversión a euros es nuestra y no está citada en el diario. Cuando se trate de titulares o subtítulos, nuestra conversión no aparecerá en cursiva y cuando se trata de textos extraídos literalmente de los periódicos, optaremos por indicarlo entre paréntesis.

una plataforma única” y que está “apadrinado desde el Gobierno”. Además, tras la fusión de Canal + Francia “para un proyecto digital de futuro a escala europea” se considera que “la alternativa a la apuesta de RTVE está claramente dibujada”.

Casi a finales de septiembre, el día 21, este diario publica *Hughes compra la empresa de satélites PanAmSat*, una información que está directamente relacionada con Sogecable tras el acuerdo que esta compañía española alcanzó con Hughes a principios de mes, un hecho que se recoge al final de la noticia. En el texto, ubicado en la columna derecha de la página 26, se dice que con esta compra Hughes “afianza su presencia en el campo de los satélites” y se define PanAmSat como “la empresa privada de satélites más importante del mundo”.

La información más destacada que *El País* publica del proyecto de televisión digital de Sogecable aparece el día 16 de octubre de 1996, a cuatro columnas en la parte derecha de una página impar. En esta noticia, que ocupa tres cuartas partes de la página, se anuncia el lanzamiento de la oferta de Canal + a partir de enero y la emisión en pruebas para el mes de noviembre de ese mismo año. El titular es: *Canal + lanza una plataforma de televisión digital que ofrecerá 20 canales en enero*, y se completa con dos subtítulos: *50.000 millones de inversión y siete repetidores en el sistema de satélites Astra, Invitación a participar a los demás operadores públicos y privados de España*³⁵⁰.

En el texto se desarrollan los aspectos anunciados en el titular y se resalta la gestión de Sogecable: “pionera desde 1990 en la televisión de pago en España”, “avalada por la experiencia de uno de sus principales socios, Canal + Francia, el más importante operador de televisión de pago en Europa”, “negocia la incorporación de Direct TV, pionera mundial en televisión digital vía satélite”. Además, se explica que el lanzamiento “se realiza sobre la base constituida por los abonados de CanalSatélite” y que “las emisiones se realizarán desde Luxemburgo antes de su traslado definitivo a España”. La oferta inicial será de 20 canales aunque posteriormente se incrementará el número hasta 40 y el descodificador será proporcionado por Canal + Francia.

La información que tiene una fotografía de un módulo de Jaume Ferrús, nombrado director general de Canal Satélite Digital, se completa con un despiece titulado: *Fomento apoya el proyecto de RTVE e Hispasat*, en el que se explica que el ministerio apoya una sola plataforma de TV digital por satélite sustentada en tres pilares: “Telefónica como operador de telecomunicaciones; el sistema de satélites Hispasat, como instrumento de transmisión de señales y RTVE, que aglutinen a los difusores y creadores de contenidos”.

Unas semanas después, en noviembre, *El País* publica tres informaciones relacionadas con este proyecto. La primera de ellas, el día 7 bajo el titular: *Suspendidas las negociaciones entre Direct TV y Sogecable*, ubicada en la media columna superior izquierda de la página 36. En los

³⁵⁰ Véase ANEXO: Documento 3

dos primeros párrafos del texto se explica que ambas sociedades “han acordado suspender temporalmente su obligación de negociación bilateral exclusiva” y el motivo ha sido “el deseo de tener “manos libres” para mantener contactos con terceras partes, que pudieran desembocar en la constitución de plataformas digitales más homogéneas”. En el resto de la noticia se explica que esta decisión se produce “en medio de la complejidad creciente que está implicando el lanzamiento de una plataforma digital en España” y se describen las dos ofertas de televisión digital anunciadas hasta ese momento en España.

El segundo texto de noviembre referido a Sogecable aparece el día 20, en la mitad superior izquierda de la página 28 y a cuatro columnas, con el titular: *CanalSatélite encarga a Philips el suministro de descodificadores para televisión digital*³⁵¹. Éste se completa con el antetítulo: *Los primeros aparatos serán facilitados en diciembre próximo*. La noticia que está recuadrada tiene un gráfico sobre las funciones del descodificador. En el texto se explica que el acuerdo con Philips es para el suministro de terminales de recepción y descodificación que “permite el acceso a los servicios de televisión en la modalidad del “pago por visión” para películas y acontecimientos deportivos y culturales”. Además de describirse éste terminal, se vuelve a explicar en qué consiste la oferta de Sogecable y cuándo empezará a emitir, así como los aparatos necesarios para captar el paquete digital en los hogares (antena parabólica y descodificador).

Una semana después, el día 27 de noviembre, *El País* titula: *CanalSatélite Digital iniciará el lunes sus emisiones en pruebas*, y se subtitula la información: *Las señales serán enviadas al satélite desde Luxemburgo*. En esta noticia, que ocupa las tres columnas centrales de la página 32, se explica que las pruebas consistirán en “la emisión del paquete de programaciones que CanalSatélite ya ofrece en la actualidad a sus casi 100.000 abonados con tecnología analógica” y se describen los nuevos servicios que la televisión digital permitirá: pago por visión, video casi bajo demanda y servicios interactivos. Además, se anuncia la oferta inicial de CanalSatélite Digital que estará “compuesta por treinta canales de televisión y otros servicios, así como treinta canales de música temática”. La noticia está recuadrada y va acompañada de un gráfico sobre las pruebas del sistema digital.

En diciembre este diario publicó dos informaciones referentes directamente a Sogecable. La primera de ellas el día 21 de ese mes y titulada: *CanalSatélite Digital incorpora tres nuevas cadenas sobre motor, naturaleza e informática*. Esta información, que está recuadrada, ocupa cuatro columnas en la parte izquierda y la mitad superior de la página y lleva por subtítulo: *Sogecable iniciará la comercialización de su oferta el próximo mes*. En el texto, además de describir el contenido de los tres nuevos canales (Motormanía, Seasons y C) se explica que son posibles tras un acuerdo de Sogecable con Multithematiques y Canal + Francia y que se “añadirán a los cinco canales que Sogecable está ofreciendo en pruebas mediante emisión digital desde el mes pasado a través del sistema de satélites Astra”. Asimismo, se dice que

³⁵¹ Véase ANEXO: Documento 4.

“esta oferta se irá ampliando con nuevos canales en las próximas semanas hasta alcanzar más de 25 canales de televisión y servicios y más de 25 canales de música y radio con los que CanalSatélite Digital iniciará su comercialización el próximo mes de enero”.

El segundo texto aparece el día 24 de diciembre de 1996 en la página 28 con el titular: *CanalSatélite encarga a Sony el suministro de descodificadores*. Esta noticia se ubica en la mitad superior de la columna izquierda y en ella se explica que mediante este acuerdo “Sony pasa a ser suministrador de receptores digitales de CanalSatélite Digital” lo que “permitirá disponer de la capacidad técnica necesaria para tener ampliamente cubiertas sus previsiones de instalaciones durante los próximos meses”. Mediante este terminal, que es el mismo que utiliza la oferta digital de Canal + Francia, el abonado tendrá acceso a los servicios de televisión en la modalidad de *pay per view*. Al final del texto se recuerda que esta empresa ya firmó “un acuerdo el pasado noviembre con la casa Philips para garantizar el suministro de descodificadores”.

SUBHITO 2: Proyectos de televisión digital de RTVE y Telefónica

Con respecto a los otros proyectos de televisión digital que comienzan a gestarse en 1996, el diario *El País* publica treinta y seis textos, todos ellos informativos y en la sección de Sociedad, excepto cuatro de ellos que aparecen en el suplemento Negocios. Más de la mitad de estas informaciones, en concreto veintiséis de ellas, están ubicadas en página par y, con respecto a su extensión, casi todas son noticias breves que ocupaban menos de media página. Más exactamente, una de estas informaciones es de una página y cinco de ellas ocupan tres cuartos de la página, el resto son textos de media página o menos. Finalmente, en cuanto a los aspectos más formales hay que destacar también que casi un tercio de las informaciones están firmadas por el propio diario y el resto corresponde a diferentes periodistas, siendo José F. Beaumont el que firma más informaciones con cuatro textos y al que siguen Manuel Pérez o R.G.G. con tres cada uno de ellos.

Las primeras referencias a estos proyectos se publican en *El País* el 27 de julio, casi un mes después de que se recogiera el proyecto de Sogecable anunciado tras su Junta General. Ese día, este diario se hace eco de la intención de Telefónica de participar en el negocio digital, bajo el título: *La Compañía Telefónica quiere controlar la distribución de la televisión digital*. En el texto, ubicado en la parte inferior de una página par, se cuenta que “el presidente de Telefónica³⁵² confirmó ayer que ha decidido no invertir más en cable mientras se mantengan las restricciones impuestas por el Gobierno”, “Villalonga quiere que la compañía entre en la explotación de la televisión digital en posición de liderazgo, es decir, controlando su distribución a través del descodificador necesario para ello”. Según las palabras del propio Villalonga que se recogen en el texto, el objetivo es “que participen la mayor parte de los medios de

³⁵² Juan Villalonga fue nombrado presidente de Telefónica un mes antes, en junio de 1996.

comunicación en un proyecto integrador”. En esta misma información se dice que Antena 3 y Tele 5 no hicieron comentarios sobre esta propuesta y se citan las declaraciones de un portavoz de Sogecable para el que su “empresa entiende que Telefónica pueda tener un papel en el desarrollo de la plataforma tecnológica para la televisión digital, pero no debería entrar en la compra de derechos ni en la programación de los canales”.

En agosto, se publican tres nuevas informaciones referidas a Telefónica y sus proyectos de televisión digital y aparecen de forma consecutiva los días 23, 24 y 25 de agosto. El primero de estos textos se titula: *Telefónica busca un acuerdo con Kirch para ganar a Retevisión en la TV digital*, y ocupa las tres columnas derechas de una página par de la sección de Sociedad. Este texto lleva el subtítulo: *La compañía se inclina por el satélite frente al cable*, y se acompaña de dos fotografías de Juan Villalonga y Leo Kirch y un despiece en la parte inferior titulado: *Del cable, al satélite*. El acuerdo entre Villalonga y Kirch que se narra en este primer texto tiene como objetivo probar la tecnología digital desarrollada por el grupo Kirch en España, el descodificador *D-Box* para la recepción de señales en los hogares. Según señala el texto: “la idea de Villalonga es que el descodificador que se distribuya en España, a través de una empresa en la que tendría el control y en la que podrían participar otros socios, sea compatible con todas las ofertas televisivas que están en desarrollo” y se resalta que este acuerdo confirma lo que el presidente de Telefónica anunció en el mes de julio “su voluntad de controlar su distribución (de la televisión digital) por el sistema más expeditivo: ser propietario, en exclusiva, del descodificador necesario para recibir las emisiones”.

Además, en esta información se afirma que con este acuerdo “la guerra por la televisión digital puede estar a punto de empezar en España” y que la finalidad de Villalonga es “adelantarse a su más directo competidor, Retevisión, que también ha mantenido contactos con Kirch”. Se especifica que Telefónica “hizo hincapié en que ha quedado excluido del hipotético acuerdo cualquier posibilidad de que el grupo alemán distribuya en España los contenidos que llenan la programación de sus cadenas en Alemania”. Asimismo, se resalta que Villalonga ha llevado los contactos prácticamente en solitario y que sus planes “al menos en su vertiente de exclusividad, coinciden con las ideas expuestas en diversos foros por el secretario de Estado para la Comunicación (...) quien ha abogado por una plataforma única”.

Al día siguiente, *El País* publica una información en la parte inferior de una página impar de la sección de Sociedad, a cuatro columnas titulada: *Telefónica empieza a realizar pruebas de televisión digital a través del satélite Hispasat*. Este texto tiene el siguiente subtítulo: *Retevisión reivindica su papel de pionera de las emisiones*. En el texto se indica que las emisiones en pruebas se iniciaron el mismo día que Villalonga alcanzó un acuerdo con Kirch y que son ocho canales digitales a través del satélite Hispasat 1B, aunque Telefónica “ha reservado capacidad en el Hispasat para aumentar el número de canales en pruebas hasta un total de 12 a partir del próximo lunes”. Asimismo, se especifica que esta compañía ya ha reservado capacidad en el satélite para emitir un total de 50 canales digitales. La segunda mitad del texto se centra en la

respuesta de Retevisión que recuerda su papel pionero en España en el desarrollo y transmisión de señales digitales de televisión. Además, Retevisión también “busca aparato descodificador y ha formado una mesa de trabajo con varios radiodifusores europeos para estudiar cuál es el aparato más común y el que más posibilidades tiene”.

El domingo, 25 de agosto de 1996, *El País* dedica una doble página y la portada del suplemento *Negocios* a la compañía Telefónica. El título de esta información es: *A Telefónica se le cruzan los cables*³⁵³, con un antetítulo en el que se dice: *En pocos días, Juan Villalonga ha dado un giro a la estrategia de la compañía*. En la portada se anuncia la información de la doble página haciendo un breve resumen de los cambios en la estrategia de la compañía. Por lo que respecta a la televisión digital se dice que es “un negocio nuevo para la compañía que estaba centrando todos sus esfuerzos en el cable” y que “están invitados a participar en este proyecto las entidades bancarias que forman el *núcleo duro* de accionistas del grupo (Argentaria, BBV y La Caixa)”.

La doble página del suplemento de *Negocios* se titula: *Telefónica cambia de línea*, con el antetítulo: *El ‘núcleo duro’ prepara la entrada en el capital de las filiales del grupo*³⁵⁴. Este texto se complementa con tres destacados, de los cuales uno hace referencia a la televisión digital, en concreto el que aparece en la página 2 y se titula: *El amigo alemán*. Este despiece que lleva una fotografía de Leo Kirch resume los principales negocios del magnate alemán y se explica que “la televisión digital no es incompatible con el cable de fibra óptica, pero como éste no está muy extendido en España, se apuntan los satélites como el vehículo más idóneo para transmitir la señal”. Asimismo, el texto de este destacado dice que “con el giro dado, Villalonga espera no encontrar problemas en Bruselas, como ha ocurrido con los proyectos para el cable, pero ya en noviembre de 1994, la Comisión Europea desaprobó un proyecto conjunto de televisión de pago de Kirch y Deutsche Telekom con Bertelsmann”.

En el texto principal, además de explicar todos los cambios en la compañía, se destaca las negociaciones con el grupo Kirch y la apuesta por la televisión digital. En lo que se refiere al acuerdo con Leo Kirch, se resalta que ha sido “casi en secreto”, “fraguado aparentemente sin el conocimiento de la mayoría de los directivos de Telefónica”. De Villalonga se dice “que llegó a Gran Vía con la etiqueta de ser ‘el mejor amigo del presidente Aznar’”. Por lo que respecta al cambio de estrategia hacia el satélite, se explica que “hoy por hoy, es más conveniente para la transmisión de las señales de televisión digital con garantías de calidad, según los expertos consultados”.

Una semana más tarde, de nuevo en el suplemento *Negocios* y bajo el cintillo “Empresas”, *El País* titula: *Leo Kirch trae su TV digital a España*, con el antetítulo: *El magnate alemán establece los primeros contactos con Telefónica*. Esta información, a cinco columnas del día 1

³⁵³ Véase ANEXO: Documento 5

³⁵⁴ Véase ANEXO: Documentos 6 y 7

de septiembre, describe las principales áreas de negocio de este grupo de comunicación y afirma que “prepara el desembarco en España, de la mano de Telefónica, del sistema de TV digital que ha empezado a comercializar en Alemania”. Asimismo, se describe el descodificador *d-box* que ha desarrollado unilateralmente a través de una filial del grupo en colaboración con Nokia y se explica que fue Retevisión la primera empresa con la que Kirch tuvo contactos en España.

El día 5 de septiembre se publican en *El País* las primeras informaciones sobre el acuerdo entre RTVE y Televisa para liderar un proyecto de televisión digital por satélite. Se trata de tres textos, y un breve sobre Telefónica, que ocupan la página 28 de Sociedad completa. El texto principal de esta página está a cuatro columnas y se titula: *El Gobierno respalda la alianza de Televisa con RTVE y quiere incluir en ella a Telefónica*³⁵⁵. Esta información lleva una fotografía en la que aparecen Mónica Ridruejo, directora general de RTVE y José María Aznar. En el texto se explica el acuerdo en el que RTVE aportaría “la riqueza de los fondos audiovisuales”, “su capacidad de producción” y “su presencia internacional” y que su voluntad es “liderar el desarrollo de nuevos canales temáticos”. En este acuerdo se invita a participar a aquellas empresas del sector que lo deseen. Los principales grupos extranjeros de este acuerdo son: News Corporation, O Globo y la empresa TCI, principal operadora de televisión por cable en Estados Unidos.

Según indica el texto, fuentes del ministerio de Fomento “interpretan que el Gobierno necesita la presencia de Telefónica para que aporte parte de sus recursos a la puesta en marcha de un proyecto de tal naturaleza”. En el texto hay varias referencias al apoyo del Gobierno: “el pleno respaldo del Gobierno”, “al *barco* botado por el Gobierno” y se considera que “el coste del proyecto y sus posibilidades comerciales no arredran a ninguno de los participantes, pese a las dificultades económicas que atraviesan RTVE y Televisa, dado el carácter claramente político de esta operación”. Es más, el texto insinúa que “es probable que esas garantías políticas le fueran personalmente ofrecidas por Aznar al presidente de Televisa, Emilio Azcárraga, en una reunión celebrada entre los dos en Madrid a mediados de la semana pasada”.

Los otros dos textos relacionados con esta información y que completan esta página son el titulado: *El Consejo de RTVE, ajeno a la alianza*, en el que se recogen declaraciones del consejero del PSOE que muestra su sorpresa y considera el acuerdo “precipitado”, y las del vocal del PP que cree que el acuerdo “es una buena decisión de la dirección general”. El segundo texto se titula: *Rodríguez: “Yo lo dije hace ya un año”* y se basa en declaraciones del secretario de Estado para la Comunicación en las que confirma el apoyo del Gobierno a la creación de una plataforma digital por parte de RTVE y Televisa y dice que “la idea está recogida en nuestro programa electoral y yo la defendí incluso antes, hace una año, ante los sindicatos”. Miguel Ángel Rodríguez cree que hay razones que justifican la participación de RTVE, como “dar salida al problema social que tiene planteado” por exceso de personal.

³⁵⁵ Véase ANEXO: Documento 8

Además, cree que RTVE debe “actuar como la locomotora en la plataforma digital” de las televisiones privadas.

Por último, esta página 28 se completa con una información breve sobre Telefónica que ocupa la parte inferior de la columna derecha y se titula: *Telefónica y Kirch avanzan hacia una empresa conjunta*. En este texto se concreta que esta empresa se encargaría de “poner a disposición de las cadenas de televisión los descodificadores para explotar comercialmente la televisión digital en España” y se explica que este proyecto “no está reñido con la posible participación de Telefónica en la alianza RTVE y Televisa”. Además se explica que ambas iniciativas no tienen que entrar en competencia ya que “una presenta orientación internacional – RTVE y Televisa–, mientras que la otra –Telefónica y Kirch– está siendo diseñada para operar en el mercado español”.

Un día después, el 6 de septiembre, el diario *El País* recoge en una noticia la valoración que representantes de diferentes medios hacen del acuerdo entre RTVE y Televisa. Esta información que aparece en la parte inferior de la página 24 se titula *El presidente de Tele 5 considera un despropósito el pacto RTVE-Televisa*. En el texto se recogen las respuestas de Tele 5 y Antena 3 a la invitación de participar en el proyecto de RTVE y Televisa. El presidente de Tele 5, Alejandro Echevarría, dijo que es “un auténtico despropósito (...) porque RTVE es una empresa pública y en segundo lugar porque RTVE se encuentra en una auténtica bancarrota”. Asimismo, aparecen en el texto las opiniones de Antonio Asensio, presidente de Antena 3, a quien le parece “bien la plataforma anunciada por TVE” aunque “esto requiere un estudio más profundo”.

El día 11 de septiembre, este diario publica otra información a cuatro columnas sobre el proyecto digital de RTVE. En concreto, esta noticia se titula: *El Consejo de Administración de RTVE aplaza la autorización del plan de televisión digital*, y ocupa la mitad superior de la página 20 de la sección de Sociedad bajo el cintillo “Comunicación”. En el texto se explica que no se autorizó a Mónica Ridruejo a constituir una empresa filial, de capital público, que tome participaciones en otras sociedades del ámbito de la televisión por satélite o cable.

Este hecho se recoge también en otra información publicada el 20 de septiembre en *El País* y titulada: *RTVE crea una sociedad filial para su proyecto de TV digital*. En esta noticia, que ocupa media columna en la parte superior derecha de la página 31, se informa de que se ha aprobado la creación de una empresa filial destinada a gestionar el proyecto de televisión digital impulsado por el ente público. La decisión sólo tuvo los votos en contra del PSOE y la abstención de Andrés de Blas. El texto termina diciendo que tras esta filial “sólo falta ahora la formalidad del permiso del Gobierno”.

Este diario no volverá a publicar informaciones relacionadas con estos proyectos hasta un mes después, el 17 de octubre de 1996, cuando titula: *Telefónica quiere reservarse el 40% de la futura plataforma de TV digital*. Esta información, ubicada en la mitad inferior izquierda de la

página 35 con una fotografía de un módulo de Juan Villalonga, explica que los planes de Telefónica son “ofrecer las tecnologías de difusión y algunas de recepción. Esto es: servir esencialmente de *carrier* (vehículo) para las programaciones que las distintas cadenas quieran hacer llegar al público mediante la modalidad de televisión digital”. Se insiste en que “la compañía no está interesada en manejar los contenidos ni en actuar como un operador de televisión”. Todo el texto se basa en fuentes de Telefónica que no se especifican y se resalta que esta propuesta se conoce “cuando Sogecable ha aprobado su propio proyecto de televisión digital”.

Unos días más tarde, el 23 de octubre, aparece en este periódico una información sobre RTVE titulada: *La televisión estatal renuncia a liderar la plataforma digital*, y con el subtítulo: *El Gobierno aún no ha aprobado la empresa TVE Temática*. La noticia que está ubicada en la página 24 ocupa tres columnas en la parte derecha y tres cuartos de la página. Además, está recuadrada y lleva una fotografía rectangular de 3x2 módulos en la que aparece Mónica Ridruejo y Carmen Alborch. En el texto se explica que RTVE ha renunciado a liderar “en términos absolutos” una plataforma digital debido a su situación financiera pero que “estará en ese negocio y lo hará con el apoyo, en principio, de todos los grupos parlamentarios”. Asimismo, se señala que el Consejo de Ministros no ha aprobado la empresa TVE Temática con la que participará en la plataforma digital. Según el texto, “de acuerdo con las previsiones de RTVE, si se constituyen dos plataformas digitales la situación se hará insostenible en un plazo de dos años”.

Al día siguiente, *El País* publica una información a tres columnas titulada: *Telefónica y sus bancos accionistas forman un comité de televisión digital*. La noticia se completa con el subtítulo: *Negociaciones en marcha con las empresas televisivas*, y un despiece: *El Gobierno, en segundo plano*, en el que Miguel Ángel Rodríguez afirma que desde la Administración no se puede ni se debe hacer nada para acelerar el proceso de negociación entre las empresas sobre la participación en la televisión digital.

En el texto se explica que el comité de televisión digital está constituido por Telefónica y el *núcleo duro* de la compañía (BBV, Argentaria y La Caixa) con el que se “trata de reforzar la apuesta de Telefónica para liderar una plataforma de televisión digital por satélite e España”. Se repite que “Telefónica no está interesada en participar en los programas, aunque sí en la mercadotecnia y en la gestión final de los abonados”. Además, se señala que “fuentes próximas a las negociaciones indican que las empresas privadas de televisión tratan de evitar que Telefónica y RTVE controlen la mayoría del capital”. Esta información está recuadrada junto con un texto que ocupa la columna derecha y en el que se recogen los datos de una encuesta realizada por Digisat, proyecto liderado por Hispasat, sobre lo que los usuarios están dispuestos a pagar en el *pay per view*. El titular de este texto es: *Los usuarios pagarían 800 pesetas por cada partido* (4,81 euros).

Tan sólo dos días después, el 26 de octubre, *El País* publica: *Telefónica se propone lanzar su oferta de TV digital dos meses después que la de Canal +*, y con el subtítulo: *El nuevo plan deja un porcentaje minúsculo para socios extranjeros*. Esta noticia que ocupa cinco módulos y cuatro columnas en la parte izquierda de la página 29, está recuadrada, tiene una fotografía de un módulo de Juan Villalonga y un despiece titulado: *Cuarto proyecto en tres meses*, en el que se describe la evolución de este proyecto de televisión digital que primero agrupaba a Telefónica y Kirch, después a RTVE y Televisa, más tarde renunció RTVE y ahora lidera Telefónica. Al final del despiece el diario se pregunta “¿Cuatro proyectos en tres meses no serán demasiados?”.

En el texto principal se explica que el proyecto de televisión digital de Telefónica iniciará su emisión en pruebas en diciembre: “el niño nacerá en Navidad” y su lanzamiento comercial en marzo de 1997. Asimismo, se detalla el reparto de capital, que deja un 3% a los grupos extranjeros y que controlará Telefónica con un 35% y RTVE con un 20% y para las cadenas quedaría un 45%. En cuanto a la inversión, se explica que las cifras son confusas ya que frente a los 120.000 millones necesarios anunciados por Hispasat, Telefónica señala 29.000 millones (174,29 millones de euros), aunque “se mencionaron otras necesidades financieras a cubrir por valor de 52.000 millones más (312,52 millones de euros)”. Se señala que Telefónica no aclaró el descodificador que iba a utilizar y al final, se recoge la declaración de un portavoz de Sogecable que “agradecía la invitación que Telefónica les había hecho para participar en la reunión y que estudiaría sus propuestas”³⁵⁶.

En noviembre de 1996, mes de constitución de la plataforma liderada por Telefónica, *El País* publica once textos relacionados con esta temática. El primer texto aparece el día 1 y se titula: *La TV digital de Telefónica comprará cine y fútbol televisado*. Este texto que ocupa casi toda la columna derecha de la página 30 recoge la decisión de Telefónica de “operar en todas las fases del negocio televisivo”, incluido el mercado de derechos de cine o fútbol y su deseo de actuar como mayoría minoritaria de una plataforma digital única. Además, se explica que el acuerdo con RTVE y las autonómicas es probable y que las negociaciones con Antena 3 son difíciles. Todo ello se expone mediante las declaraciones de “varios subordinados de Villalonga”.

En la siguiente información publicada el día 8 y titulada: *RTVE aportará “su fútbol” a la alianza con Telefónica*, se explica que RTVE pondrá a disposición de Telefónica los derechos de las competiciones europeas de fútbol y ocho canales temáticos. En esta información se señala que se está estudiando el porcentaje que corresponderá en esta plataforma a las cadenas autonómicas y Mónica Ridruejo anuncia la comercialización para septiembre, “fecha distinta de la inicialmente anunciada por la empresa de telecomunicaciones, que es la del mes de marzo próximo”.

³⁵⁶ Véase ANEXO: documento 9

El día 13 de noviembre aparece un texto que ocupa cuatro columnas y dos módulos en la mitad inferior de la página 31 y que se titula: *El Grupo Kirch cree que Telefónica ha variado su proyecto para la televisión digital*. En el texto se explica que las conversaciones iniciales eran “sobre la posibilidad de desarrollar un descodificador universal que permitiera el acceso a todas las cadenas”. Además, en la noticia se recoge una declaración de un directivo de Retevisión que mencionó la posibilidad de que hubiera “tres plataformas digitales” (Sogecable, Telefónica y Antena 3) y la opinión general de que no va a haber un solo descodificador.

Al día siguiente, este diario presenta otra información titulada: *Antena 3 califica de “errática” a la Compañía Telefónica*, una noticia a cuatro columnas en la mitad inferior de la página 34. Además de la declaración de Asensio del titular, en el texto se explica que según los directivos de Telefónica a finales de mes se darán a conocer los socios de su plataforma y que no se ha decidido el tipo de descodificador aún. En el mismo texto se describe la oferta de Sogecable, su descodificador y el sistema de satélites que utilizará.

El día 23 de noviembre, *El País* publica: *‘El Mundo’ negocia su entrada en la plataforma digital de Telefónica*, en la columna izquierda de la página 26. En este texto se afirma que la entrada en el accionariado de este diario “no ha sido acogida de la misma manera por todos los potenciales socios” y se cita a TV3 que ha mostrado su escepticismo ya que “la incorporación del rotativo dirigido por Pedro J. Ramírez no puede explicarse en términos de aportación tecnológica al proyecto”³⁵⁷.

Los cinco textos siguientes que se publican en *El País* durante noviembre se refieren a las últimas negociaciones y la firma para cerrar la plataforma de TV digital de Telefónica. El día 26 de noviembre el texto se titula: *Telefónica ultima el acuerdo para crear su plataforma de TV digital*, y se completa con el subtítulo: *El proyecto tendrá un capital de 20.000 millones de pesetas* (120,20 millones de euros). El texto, que va acompañado de una fotografía de Villalonga y varios colaboradores, está recuadrado y además de describir el reparto del accionariado, dice que el 1% con el que iba a participar *El Mundo* lo ha asumido Telefónica debido a la oposición del resto de accionistas.

Un día después, el 27, aparece una información con el titular: *Telefónica dice que esta semana firmará su alianza para televisión*, que ocupa la mitad de la columna izquierda en la página 32. En el texto se vuelve a describir el reparto accionarial y se afirma que hay dos tipos de socios: “Telefónica y por otra, las compañías programadoras de contenidos”. Además, se vuelve a hablar de la participación de *El Mundo* a través de las declaraciones de Pedro J. Ramírez quien afirma que le da igual cuál de los socios les ofrezca participar porque “todas las partes nos habían invitado”.

El día 28 la noticia se titula: *TV-3 será la autonómica de más peso en la alianza digital de Telefónica*, y lleva el siguiente subtítulo: *RTV valenciana destaca “la mayor experiencia” de*

³⁵⁷ Véase ANEXO: documento 10

Sogecable. El texto que ocupa las tres columnas centrales de la página está recuadrado y lleva un gráfico con los resultados, las deudas y la aportación de todos los socios de Telefónica. En el texto se señala que la aportación de TV3 será del 6% del capital de 20.000 millones de pesetas (120,20 millones de euros). En la parte final del texto se recuerda el inicio de las emisiones de Sogecable en enero y que ya ha encargado el descodificador, a diferencia de Telefónica.

El día 29 de noviembre se publica la información más importante de este bloque temático, en concreto dos textos que ocupan toda la página 40. El texto principal ocupa cuatro columnas y se titula: *La plataforma digital que encabeza Telefónica se formó con negociaciones hasta última hora*, y lleva el subtítulo: *Anunciada la emisión en pruebas sin aclarar detalles básicos de la operación*. Este texto lleva una fotografía de todos los socios, excepto el presidente de *El Mundo*, en la firma del acuerdo y un despiece titulado: *La plataforma firmada carece de derechos de fútbol para televisión de pago*, en el que se explica que ésta ha sido “una de las dificultades en las que han tropezado” porque “Canal + tiene la exclusiva del fútbol para TV de pago hasta 1998”.

En el cuerpo de la información se narra la firma del acuerdo y se hace hincapié en el presidente de *El Mundo* que según este diario firmó después de que lo hicieran el resto de socios y un acuerdo distinto ya que los demás firmaron “la escasa media docena de folios” mientras que Alfonso Salas firmó “otro folio en el que figuraban escritas unas líneas”. Además de este tema, en el texto se anuncia la intención de constituirse como sociedad anónima y de iniciar las emisiones en pruebas el 24 de diciembre. Asimismo, se detalla el accionariado de esta plataforma compuesto por: Telefónica (35%), RTVE, Antena 3 y Televisa, con un 17% cada una, TV 3 (6%), Telemadrid (4%), Canal 9 (2%), TVGA y *El Mundo*, un 1% cada uno³⁵⁸.

En la columna derecha de esta página se incluye un texto referente a esta plataforma titulado: *Un proyecto impulsado desde La Moncloa*, en el que se afirma que con el acuerdo “culmina un proyecto del Gobierno, que finalmente reúne bajo un mismo manto a las radiotelevisones públicas en manos del PP, (...) la controlada por su socio de gobierno (TV 3) y a periodistas tan significativos como Pedro J. Ramírez, de *El Mundo*, y Luis María Ansón, de *ABC*”. Se dice además que este proyecto ha variado mucho desde su inicio y se explican todos los cambios desde el proyecto liderado por RTVE hasta el final liderado por Telefónica.

Al día siguiente, el 30 de noviembre este diario publica una nueva información con el titular: *RTVE prepara ocho canales de pago*. Este texto se ubica en la parte superior de la columna derecha, en la página 26. En el texto se concreta que esos canales se “aportarán a la plataforma digital de Telefónica para su venta a los suscriptores” y su contenido será de cine de todos los tiempos y deportes. Al final del texto se señala que “el equipo directivo de RTVE desconoce cuál es el (descodificador) que se va a usar”.

³⁵⁸ Véase ANEXO: documento 11.

Por último, a lo largo del mes de diciembre *El País* publicó once textos sobre el proyecto digital de Telefónica, además de hacer referencia a éste en otras dos noticias que no se centraban directamente en la plataforma digital. Los tres primeros textos corresponden al día 3 de diciembre y aparecen unidos mediante un mismo recuadro en la página 30. El texto principal ocupa las tres columnas centrales y lleva una fotografía en la parte superior de Villalonga y Asensio durante la firma del acuerdo para constituir la plataforma, mientras que los otros dos textos se ubican en la columna derecha de la página. La información principal se titula: *Socios de la TV digital de Telefónica rehusaron la firma de decisiones clave*, y el subtítulo es: *Rechazaron un compromiso para cubrir aumentos de capital*. En el texto se explica que algunos socios “exigieron, y consiguieron”, que se retirase una cláusula “que establecía la obligatoriedad de que todos los socios acudieran, en proporción a su participación, a todas las ampliaciones de capital necesario para garantizar la viabilidad futura de la plataforma”. Además, se cuenta que “según las fuentes consultadas, el primero de los socios en cuestionar esa cláusula fue la cadena privada Antena 3” a la que siguieron “las cuatro cadenas de televisión autonómicas, que argumentaron que su carácter público les impedía asumir compromisos no expresamente aprobados por los respectivos Parlamentos autonómicos”.

Las otras dos informaciones del 3 de diciembre se titulan: *Serra ve con preocupación las alianzas de TV 3*, y *Los consejeros de izquierda en RTVE piden un debate urgente*. La primera se ubica en la columna superior de la página y en ella se recogen las declaraciones de Narcís Serra, primer secretario de los socialistas catalanes, en las que “muestra su preocupación por la entrada de TV 3 en la plataforma de televisión digital de Telefónica” y critica la “falta de transparencia”. Para Serra, “las incorporaciones de TV 3 al proyecto demuestra la dependencia de CiU respecto a los intereses del PP”. En el segundo texto se cuenta que los representantes socialistas han solicitado una reunión urgente “para debatir la entrada del ente público en la plataforma digital liderada por Telefónica”, que también ha sido suscrita por el vocal de IU³⁵⁹.

Al día siguiente, el 4 de diciembre, *El País* publica una información titulada: *TV3 aprueba entrar en la plataforma digital con apoyo de CiU y PP*, y especifica en el subtítulo: *División entre los consejeros socialistas*. En el texto se concreta que dos de los consejeros socialistas votaron en contra y el tercero se abstuvo, al igual que el representante de IC y se explica que los votos en contra se habían decidido “después de que el director general de la CCRTV, Jordi Vilajoana, no le respondiera a ninguna de las preguntas”. En concreto se dice que “se le pidió que explicara el porqué de “tan extraña composición accionarial” con presencia de algunos socios de dudosa solvencia como Antena 3 y el diario *El Mundo*” y “qué tipo de descodificador y parabólica se usarán y qué licencias”.

Un día después, el día 5 de diciembre, la información se refiere a la TV gallega y el titular es: *Bloqueo temporal a la entrada de la TV gallega en la alianza digital*, con el subtítulo: *PSOE y nacionalistas votaron en contra*. En el texto se explica que este bloqueo es solo temporal

³⁵⁹ Véase ANEXO: documento 12

porque “la votación podrá repetirse en un mes y en ese caso sería suficiente mayoría simple” y que el proyecto de adhesión fue “respaldado por seis consejeros del PP y el propio director general”. Los consejeros socialistas justificaron su votación porque “no protege los derechos de TVGA sino que responde al proyecto político de José María Aznar y Miguel Ángel Rodríguez para desarbolar las televisiones públicas y poner su potencial al servicio de un gran proyecto audiovisual controlado por empresas privadas dependientes de grupos financieros o ideológicos afines al PP”.

Los días 6 y 12 de diciembre no se publican informaciones completamente relacionadas con el proyecto digital de Telefónica pero si se incluyen referencias en textos sobre la deuda de RTVE y el plan de Renovación del Gobierno. En el final del texto del día 6 titulado: *Ridruejo supedita sus planes para RTVE a lo que diga el Gobierno*, se recogen las declaraciones de un representante de CCOO según el cual Ridruejo considera la fecha fijada de marzo para el inicio de las emisiones “demasiado precipitada, teniendo en cuenta que este tipo de proyectos en los que participa mucha gente genera dificultades”. En el texto del día 12: *La deuda de RTVE llegará al billón en el 2000, según la directora del ente*, se cuenta el propósito de RTVE de participar en la sociedad de gestión de la plataforma y en la producción de contenidos y se recoge la declaración de Leguina, portavoz socialista, criticando la falta de liderazgo de RTVE en la plataforma digital.

El País publica el día 14 de diciembre un texto titulado: *TV 3 se endeudará en 1.400 millones para entrar en la plataforma digital*, y ubicado en la columna derecha de la página 32. En el texto se explica que se trata de una enmienda presentada por CiU que permitirá a TV 3 endeudarse a largo plazo por 1.400 millones de pesetas (8,41 millones de euros) a través de un aval de la Generalitat. En el texto se dice que en esta misma comisión se preguntó por los motivos de estar en una empresa “con socios con deudas y resultados negativos de explotación” y se señala que el director general de la CCRTV “pese a defender que la plataforma de Telefónica es la mejor opción para TV 3, manifestó su deseo de que sólo se concrete una única plataforma”.

Cinco días después, el 19 de diciembre, este diario publica una información a dos columnas en la mitad inferior de la página 34 titulada: *Telefónica aún ve “fleclos pendientes” para crear su plataforma digital*. En esta información se explica que se retrasa la plataforma y “que la empresa en cuestión sigue sin formarse”, aunque se señala que “un paso para avanzar la creación de la sociedad se producirá hoy con motivo de un consejo de RTVE que discutirá la posición del ente en la plataforma”.

Finalmente, el día 21 de diciembre se publica una información muy breve titulada: *Ridruejo aplaza a enero el Consejo de RTVE sobre la alianza digital*. El texto, que se ubica en la columna derecha en la parte inferior, especifica que el consejo de Administración de RTVE “no conocerá hasta el próximo enero los detalles de la integración del Ente Público en la plataforma digital liderada por Telefónica”.

2.1.3. *El Mundo*

Por su parte, el diario *El Mundo* publica cuarenta y dos textos relacionados con los primeros pasos y proyectos de la televisión digital por satélite en España a lo largo de 1996, si bien, la gran mayoría de ellos hizo referencia a los proyectos iniciados por RTVE y Telefónica y que finalmente convergerían en una misma plataforma de televisión. A continuación se describen estos textos.

SUBHITO 1: Proyecto de de televisión digital de Sogecable

El Mundo publicó tan sólo cinco textos relacionados con el proyecto liderado por Sogecable, tres de ellos en página impar y dos en página par. En cuanto a su ubicación, el diario prefirió la sección Comunicación en la que aparecieron tres informaciones, si bien se publicó otra en Sociedad y la quinta de ellas en España. Además, la extensión de estas informaciones no superó la media página en cuatro ocasiones.

La primera información relacionada con el proyecto de televisión digital de Sogecable se publicó en *El Mundo* el día 5 de septiembre de 1996, un texto a cuatro columnas en la parte izquierda de la página 21 de Sociedad bajo el titular *Canal Plus se alía con Cisneros para competir con el grupo de RTVE y Televisa en la TV digital*, y que se completa con el subtítulo: *Firma un acuerdo con el magnate venezolano y Hughes a través de Direct TV*. En el antetítulo se recogen varios flashes informativos: *Tele 5 y Antena 3 decidirán la próxima semana si participa en el proyecto liderado por RTVE – El Gobierno quiere que los canales automáticos también entren en este holding*. Esta noticia que está recuadrada va acompañada de una fotografía de 2x3, en la que Aznar saluda a Mónica Ridruejo en presencia de Asensio y Carlotti, en un Congreso Audiovisual en Iberoamérica³⁶⁰.

En esta primera información se afirma que “la idea de crear una plataforma única de televisión digital en España dirigida al mercado en castellano no va a ser posible” tras el acuerdo de Canal Plus con la empresa Direct TV, filial del magnate venezolano Gustavo Cisneros. Además se asegura que este alianza es “para competir con el proyecto liderado por RTVE y Televisa” y que esta oferta se ha hecho llegar a otras empresas como Antena 3 y Tele 5. Sin embargo, la información dice que estas dos cadenas “parece que se decantan más por el proyecto liderado por RTVE” y se recogen las declaraciones de un alto directivo de una empresa audiovisual que no se especifica según el cual “Canal Plus siempre quiere el control mayoritario en cualquier proyecto, y nos deja al resto poco margen de maniobra”.

Esta información se completa con un despiece titulado: *El “rey Midas” de Venezuela*, en el que se describe la evolución de Gustavo Cisneros de quien se dice que “nació en una cuna de oro”, “en el seno de una de las familias más ricas de Venezuela” y que “su entrada en España se produjo en 1984 cuando aprovechándose de los rescoldos de Rumasa compró Galerías

³⁶⁰ Véase ANEXO: documento 13

Preciados (...). Esta extraña operación puso su nombre –y el de su amigo, Felipe González– en la picota”.

El segundo texto relacionado con la configuración de la estructura de Sogecable en el negocio de la televisión digital en España se titula: *Altos cargos del grupo Cisneros se opusieron a una alianza con Prisa*, y apareció el día 7 de septiembre en la página 26. El texto que ocupa las tres columnas centrales de la página, que tiene el cintillo “Comunicación”, está recuadrado y tiene dos fotografías: una de Gustavo Cisneros y otra de Jesús Polanco. El antetítulo de la información es: *Al final prevaleció la amistad personal de su presidente con Polanco*, y el subtítulo: *RTVE presentaba más ventajas que Canal Plus en la TV digital*. En el texto se afirma que la alianza entre Canal Plus y el grupo Cisneros “se gestó por la amistad personal” entre Gustavo Cisneros y Jesús Polanco y que “altos directivos de la empresa de Cisneros se opusieron a este pacto por entender que una alianza con RTVE sería más favorable para sus intereses por su mayor capacidad industrial y sus fondos audiovisuales”. Además, se añade que “estos responsables también expusieron que las malas relaciones de Polanco y el Gobierno de Aznar podrían entorpecer la operación”. Después se describe la estructura del grupo Cisneros y se dice “que no corren vientos favorables para ellos en Venezuela”.

Pocos días después, el 8 de septiembre, este diario incluye otra información titulada *Prisa vs. RTVE*, y en él, se asegura que “Prisa ha vuelto a tomar la delantera en el negocio audiovisual” tras su acuerdo con “la mayor operadora de televisión digital de EEUU, participada por el grupo norteamericano Hughes y el venezolano Cisneros”. Por ello, se afirma que “RTVE tendrá que negociar a marchas forzadas para cerrar la operación, si no quiere que su competidor ponga en marcha sus canales temáticos con varios meses de antelación”³⁶¹.

Casi un mes después, el 11 de octubre, *El Mundo* publica otra información que ocupa tres cuartos de la columna derecha de la página 28. Esta noticia se titula: *RTVE y Canal Plus se acercan para crear un solo proyecto digital*, y por ello, se engloba dentro del bloque dedicado a Sogecable. En el antetítulo se especifica: *En la plataforma única se integrarían también Tele 5, Antena 3, Telefónica y otros socios internacionales*. En el texto se explica que “RTVE ha dejado en punto muerto su alianza con Televisa para acercarse a Canal Plus” y “que se han producido al menos dos reuniones en las últimas fechas”. Este diario afirma que en ese proyecto “el grupo de Polanco podría entrar en esa plataforma digital con un máximo de un 40%” y que de “concretarse este acuerdo podría quedar resuelta la denominada guerra del fútbol”.

Por último, el 16 de octubre de 1996 este diario publica una información que hace referencia al anuncio de Sogecable de iniciar su oferta de televisión digital. Esta información se ubica en la página 7, de la sección de España, en la parte inferior de la columna derecha y se titula: *Sogecable aprueba iniciar la actividad en la TV digital*. El texto se inicia afirmando que “la guerra de la TV digital vivió ayer una nueva escaramuza tras la decisión del grupo de Canal +

³⁶¹ Véase ANEXO: Documento 14

de contraatacar ante la ofensiva de Telefónica lanzando su propia plataforma en solitario” y se explica que “si Sogecable no consigue convencer a los abonados de Canal + para que se abonen a su oferta de TV digital su situación será dramática”. Además, dice que “Canal Plus tiene que resolver el problema” del fútbol porque “sólo lo tiene garantizado hasta 1998” y finaliza con la idea de que salir primero es muy importante porque “la empresa que consiga instalar antes su descodificador de satélite se hará con el mercado”.

SUBHITO 2: Proyectos de televisión digital de RTVE y Telefónica

Con respecto a este bloque temático, *El Mundo* publicó durante 1996 un total de treinta y siete textos, de los cuales la mayoría son informativos. Si bien es muy importante destacar que se publica un editorial y cinco impresiones o sueltos editorializantes, sin firma, que representan la opinión del diario. En cuanto a la ubicación de las informaciones, la mayoría de ellas, veintiuna, aparecen en página par y en la sección Comunicación, aunque en ocasiones encontramos también estos textos en Sociedad, cuatro veces; en Economía, en tres ocasiones; en la sección España, dos veces y un texto en el Suplemento Su Dinero. Además, es reseñable que veintiocho de los textos, incluidos los de opinión, no superan la media página de extensión.

Por lo que respecta a los textos informativos, también es destacable que la mayoría de ellos aparecen firmados por la misma periodista, Mirta Drago, bien en solitario o junto a otros compañeros en dos ocasiones. En total, quince de los treinta y un textos corresponden a esta periodista.

Las primeras referencias a estos proyectos de televisión digital aparecen en *El Mundo* el 27 de julio de 1996, dos meses antes que la primera información que se recoge del proyecto de Sogecable, cuando se dedica la primera página de la sección de Economía a las negociaciones entre Telefónica y el grupo Kirch. En dicha página aparece una información principal a cuatro columnas que se completa con un despiece y otro texto en la columna de la derecha. Toda la página se engloba dentro de la misma temática bajo varios flashes informativos en la parte superior: *La compañía española prevé una inversión inicial de 15.000 millones en este negocio – La polarización en el uso de un descodificador abrirá las puertas a nuevos servicios – El acuerdo romperá los compromisos pactados con Canal Plus.*

El texto central de esta página se titula: *Telefónica negocia con el Grupo Kirch la puesta en marcha de la TV digital en España*, y va acompañada de dos fotografías de Juan Villalonga y Leo Kirch en el centro de la información. El subtítulo es: *Villalonga y el magnate alemán mantuvieron una entrevista de dos horas en Madrid*. En el texto se dice que “fuentes solventes interpretan” la reunión “como el primer paso para lanzar en España la televisión digital”. El desarrollo de este servicio se realizaría a través de una filial conjunta de ambas empresas. En la información se explica que se trata “de uno de los proyectos estratégicos dentro de la diversificación por la que ha apostado Telefónica” y que “la cadena española mantiene desde el

verano conversaciones con todas las cadenas de televisión del país para participar conjuntamente en el desarrollo de la televisión digital”.

En esta misma información, se señala que la puesta en marcha “podría producirse en los próximos meses” y que Telefónica “tiene ahora muchos ‘novios’ para un negocio tan atractivo”. Se insiste en que la “postura de Telefónica es que la televisión digital sea un proyecto compartido entre todos los operadores” y que su condición “es la necesidad de utilizar un descodificador neutro”. Se resalta la importancia de pactar con Telefónica porque se dice “quien se case con Telefónica tendrá el negocio en el bolsillo: esa es la opinión de los empresarios de la comunicación en España” y que “la posible alianza entre Kirch y Telefónica tiene una importancia vital para el futuro de los grupos españoles”. Esta información finaliza con el siguiente párrafo: “Si Telefónica opta por asociarse con Kirch, parece lógico que Canal Plus quede fuera de juego en la nueva operadora de televisión digital, dado que Kirch es enemigo natural de Canal Plus (Francia)”³⁶².

El despiece que acompaña a la información principal se titula: *Comunicación y discreción*, y resume las principales áreas de negocio del grupo Kirch al tiempo que explica que este grupo no publica los balances consolidados ni la cuenta de resultados ya que está legalmente exento al no tratarse de una sociedad anónima.

Por último, en la columna de la derecha aparece un texto titulado: *Euforia en la industria, calma en el mercado...*, en el que se explica que a pesar de las grandes inversiones que están dispuestos a realizar los grandes grupos para ofrecer televisión digital, las encuestas revelan que “sólo el 2% de los encuestados se muestra interesado en comprar el descodificador para abonarse al nuevo servicio”.

Tras esta primera información, no se publicará nada más hasta un mes después, cuando encontramos el 22 de agosto un texto titulado: *Negociación contrarreloj para lanzar 20 canales digitales en otoño*, con el siguiente antetítulo: *En ‘la plataforma’ de televisión digital participan todas las cadenas, además de Telefónica e Hispasat*. Esta información ocupa la parte inferior de la página 29 de la sección de Sociedad a cuatro columnas. En el texto se dice que “los propósitos de formar una gran alianza entre los medios de comunicación españoles para la oferta de televisión digital ya tiene un nombre provisional: ‘la plataforma’ y que en esas negociaciones han participado: Telefónica, Hispasat, Retevisión, Cableuropa, Canal Plus, Tele 5, Antena 3 y TVE. Aunque aún no se ha alcanzado el acuerdo, la información afirma “que se espera de forma inminente” y que permitirán abonarse a los españoles “en el próximo mes de octubre”. Asimismo se explica que ante la paralización de los negocios en el cable “Telefónica ha optado por acortar camino a través de la televisión digital vía satélite”. Al final del texto se incluye dentro de esta negociación los derechos del fútbol: “El fin de la guerra por los derechos

³⁶² Véase ANEXO: Documento 15.

del fútbol librada entre Antena 3 y Canal Plus, también considerado inminente en el sector, forma parte de esta apresurada negociación”.

Al día siguiente, el 23 de agosto, *El Mundo* publica en la sección de Economía una columna, ubicada a la derecha de una página par, bajo el siguiente titular: *Telefónica dará entrada a grupos financieros en la TV digital*, y presenta el siguiente subtítulo: *El BBV y La Caixa, socios ya de la operadora española, son los principales candidatos a participar en el nuevo negocio*. En el texto, se confirman las negociaciones entre Telefónica y el grupo Kirch y el anuncio de que Villalonga “mantiene conversaciones con los grupos financieros para que participen en la operación”. Se señala que este acuerdo “no sería en ningún caso exclusivo para un solo canal” y que está pendiente del desarrollo de “un codificador neutro” “apto para cualquier canal que desee utilizar la plataforma de Telefónica”. En el último párrafo se indica que “además de la capacidad para el desarrollo tecnológico exigido por Telefónica, el Grupo Kirch cuenta con un fuerte potencial de contenidos para canalizarlos, al igual que los demás clientes de Telefónica, a través de la sociedad que se crearía para la TV digital en España”.

En septiembre de 1996, este diario centra la mayoría de sus informaciones respecto a la televisión digital en el proyecto liderado por RTVE al que se dedican nueve informaciones y un editorial. En primer lugar encontramos una información el 4 de septiembre que abre la sección de Sociedad a cuatro columnas. Este texto, que aparece recuadrado y con un gráfico del mapamundi en el que se señalan los países hispanohablantes, se titula: *RTVE lanzará ocho canales de TV digital en 1997 dirigidos al mercado de habla hispana*, y lleva el subtítulo: *Crear un holding con Televisa, O’Globo, Time Warner y Murdoch*. El antetítulo lo forman tres flashes informativos: *Tele 5 y Antena 3 también negocian su entrada – Se estima una inversión inicial de 100.000 millones de pesetas (601,01 millones de euros) – Los usuarios pagarán unas 4.000 pesetas (24,04 euros) para ver el paquete básico*.

En esta información se explica que el acuerdo se cerrará en los próximos días “con importantes grupos de la comunicación nacionales y extranjeros para lanzar al mercado ocho canales de televisión digital que se difundirán por satélite” y que se lanzará en la primavera de 1997. Los socios que ya han dado su visto bueno a esta operación son: “el mexicano Televisa, el emporio multimedia capitaneado por el australiano Rupert Murdoch, el gigante brasileño O’Globo, y el nuevo imperio de la comunicación americano surgido tras la fusión en Time/Warner (que intervendrá a través de TCI)”. Asimismo, se explica que RTVE propuso hace un mes entrar en este proyecto a Canal Plus pero que no se llegó a ningún acuerdo porque “la cadena pretendía imponer como condición *sine qua non* para su entrada el control del 51% del capital social del holding”. Además se detallan las inversiones necesarias, cómo se repartiría el capital en este proyecto “que tiene el respaldo político del Gobierno” y lo que tendrá que pagar el usuario.

Tras el anuncio de RTVE de liderar este proyecto, que se produce temporalmente para este diario un día antes que el anuncio de Sogecable³⁶³, se producen diferentes reacciones que *El Mundo* recoge y que se posicionan a favor de la televisión pública. En este sentido, el día 6 de septiembre, se publica una información a tres columnas en la página 26, bajo el cintillo de “Comunicación” y con el siguiente titular: *Asensio lamenta que no sea posible una plataforma única de TV digital en España*, y se completa con el antetítulo: *Antena 3 considera “bueno” el proyecto de RTVE, pero exigirá condiciones*, y con el subtítulo: *Hispasat vaticina que con dos operadores será un negocio “ruinoso”*.

En esta información se parte del anuncio de la posible creación de dos plataformas de televisión digital en España y recoge las opiniones de diferentes personas relacionadas con este negocio. En el texto se afirma que “ha sembrado preocupación en el sector audiovisual” y que “antes de este anuncio la TV digital era un sistema muy rentable; ahora se advierte incluso que podría ser “un negocio ruinoso”. Por una parte, Asensio “lamentó que toda la industria audiovisual no se integre en una sola plataforma” y pidió tiempo para analizar la oferta de RTVE y señaló que: “me parece una buena idea que el Gobierno facilite la creación de una plataforma de TV digital en España, pero no me consta que la apadrine”. Asimismo, se recogen las declaraciones del consejero delegado de Hispasat quien considera que este negocio será “ruinoso si existe más de una plataforma” e insiste que “el negocio se presenta muy atractivo, pero siempre que el operador sea único”. Por último, se recogen declaraciones del portavoz del PSOE en la Comisión de Control Parlamentario quien denuncia “el ocultismo que está practicando el Gobierno en relación a esta operación”.

Unos días más tarde, el 10 de septiembre, se publica en Sociedad, en concreto en la página 43 y bajo el cintillo “Comunicación”, una información titulada: *El PSOE exige al Gobierno un pacto para la TV digital*. Esta noticia ocupa la columna derecha de la página excepto el módulo inferior que corresponde a un faldón de publicidad. En este texto se recogen las declaraciones del ex ministro Alfredo Pérez Rubalcaba quien “criticó el proyecto de televisión digital encabezado por RTVE y advirtió que nacerá muerto si el Gobierno no lo pacta previamente con el PSOE”. En esta misma línea se manifestó el director de *El País* quien aseguró que “el proyecto de RTVE invade un sector que deberían ocupar las empresas privadas”.

Tan solo un día después, vemos según este diario como se va consolidando el proyecto de televisión digital de RTVE, al poder leer una información a tres columnas bajo el titular: *El Consejo de RTVE autoriza a Ridruejo a negociar su proyecto de TV digital*, y se completa con el subtítulo: *La semana próxima se votará la creación de una sociedad específica*, y con el antetítulo: *El PSOE exige más información sobre la entrada de Televisa y Murdoch*. Esta información que lleva en la parte superior una fotografía de Mónica Ridruejo se completa con

³⁶³ Recuérdese que *El Mundo* publica la primera información sobre el proyecto de televisión digital de Sogecable el día 5 de septiembre bajo el titular *Canal Plus se alía con Cisneros para competir con el grupo de RTVE y Televisa en la TV digital* (Véase ANEXO: Documento 13)

un despiece en la parte inferior titulado: *Tres opciones: cable, satélite y por onda*, en el que se explica que aunque las dos plataformas apuestan por el satélite, cinco operadores señalan la distribución terrestre como la opción más barata para la implantación de la TV digital.

En el cuerpo de la noticia se informa de que “Mónica Ridruejo consiguió ayer la primera luz verde del Consejo de Administración del Ente para seguir adelante con su proyecto de televisión digital. Los doce consejeros aprobaron por unanimidad que se inicien los “estudios y trámites”. Además, se explica que “esa unanimidad se vio empañada horas más tarde por una polémica entre los consejeros del PSOE y la dirección de RTVE sobre el alcance del acuerdo”. La votación para aprobar la constitución de una sociedad mercantil de capital 100% de RTVE quedó postergada una semana a propuesta de los consejeros del PSOE.

El día 12 de septiembre, *El Mundo* publica dos textos sobre el proyecto de RTVE: una información a cuatro columnas en la página 26 y el editorial de ese día. El texto informativo, que está recuadrado y acompañado por una fotografía y un despiece, se titula: *Las alianzas europeas complican los acuerdos para la televisión digital* y se completa con el antetítulo: *Ridruejo se reúne con directivos de Tele 5*, y subtítulo: *Canal Nou se suma al proyecto de RTVE*. En el texto se desarrolla la reunión con Tele 5 y se explica que con Canal Nou, ya son dos las televisiones autonómicas que se han sumado a este proyecto ya que la televisión catalana también aceptó la oferta. Además, este periódico asegura que también las televisiones gallega y vasca entrarán en el proyecto. Pero el tema central de esta información es que las nuevas alianzas (Nethold y Canal Plus Francia) complican las decisiones que deben tomar empresas como Tele 5 y Canal Plus por sus diferentes intereses estructurales. En la fotografía de esta noticia se muestra a Mónica Ridruejo conversando con Antonio Asensio y Maurizio Carlotti y el despiece que completa esta información se titula: *El futuro está en el cable*, en el que se recoge un estudio de la consultora Price Waterhouse, según el cual el cable acabará imponiéndose en el mercado español aunque al principio se apueste por el satélite.

El editorial del día 12 de *El Mundo* se titula: *RTVE y la solución digital*, y en él, este diario considera la opción de Mónica Ridruejo como “un plan empresarial inteligente y ambicioso que cuenta con el respaldo del Gobierno”, “un proyecto para aprovechar las grandes posibilidades de negocio de la televisión digital”. Asimismo, se afirma que esta iniciativa tiene un doble interés: el cultural donde “RTVE cuenta con un valioso capital: su capacidad de producción y los grandes fondos de programación” y el económico “los beneficios que el negocio reportaría podrían contribuir a sanear las cuentas del Ente”. *El Mundo* cree que “la plataforma pilotada por RTVE se vería notablemente enriquecida y potenciada si se sumara Telefónica, aportando su capacidad financiera, su solidez de gran empresa y su tecnología”.

Además, se señala que la condición que habría que poner es que “simultáneamente la programación de RTVE fuera aproximándose gradualmente al concepto de servicio público”. Por último, se opina que “no son de recibo las críticas que ha merecido el proyecto de RTVE, sobre todo viniendo de quienes viene. De las filas de los socialistas, de una parte, a los que

cabe atribuir la responsabilidad del pesado lastre económico que hipoteca a RTVE y desnaturaliza su papel. Y de sus habituales aliados del grupo Prisa que con creciente frecuencia enmascaran en cuestiones de principio la defensa de sus particulares intereses en el sector”.

Por otro lado, el día 13 de septiembre en un texto de cuatro columnas sobre el papel de las televisiones públicas en Europa se incluye un despiece sobre España titulado: *El PP apoya el proyecto de RTVE*, en el que se recogen declaraciones del portavoz del PP en la Comisión de Control de RTVE según el cual el proyecto del Ente Público “garantiza su futuro y disipa la incertidumbre que existía por la herencia recibida del Gobierno socialista”. Además, añade que “el proyecto permite el mantenimiento de la plantilla y la utilización óptima de los recursos del Ente Público”.

Otra de las informaciones del mes de septiembre sobre el proyecto de RTVE corresponde al día 19 en una página par con el cintillo de “Comunicación” y ocupa dos tercios de la columna derecha. El texto se titula: *Malestar en el PSOE porque RTVE no informa sobre la TV digital*, y se explica que según los miembros del consejo de administración de RTVE, elegidos por el PSOE, “la dirección de la radiotelevisión pública no realizó ningún movimiento destinado a explicar su proyecto de televisión digital al primer partido de la oposición” y “que no se produjo tampoco ningún contacto personal con ellos para intentar consensuar el proyecto digital”. En el último párrafo del texto se dice que el consejero de IU expuso una “prolija lista de condiciones para votar a favor”, un aspecto de la noticia que se destaca en el subtítulo de la misma: *IU defiende la participación de la agencia Efe, Retevisión, Telefónica e Hispasat en el proyecto de Mónica Ridruejo*.

El día 20 de septiembre *El Mundo* continúa con las informaciones sobre el proyecto digital de RTVE con una noticia titulada: *TVE deja sólo un 25% del proyecto digital para las empresas españolas*, y que se completa con el antetítulo: *Los socios extranjeros mantendrán un 50%*, y con el subtítulo: *Se aprueba la creación de la sociedad*. Esta información a cuatro columnas ocupa la parte izquierda de la página 30, encabezada con el cintillo “Comunicación”. El texto lleva de una foto en la que Mónica Ridruejo saluda a un consejero de RTVE y un despiece titulado: *Europa apoya a las TV públicas*, en el que se cuenta que el Parlamento Europeo aprobó un informe a favor del papel de las televisiones públicas para que compitan con las cadenas privadas.

En el cuerpo de la información del día 20 se explica el reparto en el accionariado del proyecto de RTVE y se asegura “la creación de una sociedad mediante la cual TVE participará en la macroalianza TVE-Holding”, aunque “no se había producido la votación al cierre de la edición”, cuya función será la de negociar la participación de los socios extranjeros. Además, se explica que el único trámite que faltaría para ponerla en marcha es la aprobación del Consejo de Ministros.

Por último en el mes de septiembre, este diario publica una información el día 24, en la columna derecha de la página 28 titulada: *PP y PSOE vuelven a enfrentarse por la TV digital de RTVE*, y en la que se recogen el cruce de acusaciones entre los portavoces de ambos grupos en la Comisión de control parlamentario de RTVE. Por un lado, el portavoz socialista “advirtió de que si no hay consenso el proyecto se puede venir abajo cuando cambien el Gobierno” a lo que el portavoz del PP respondió que su intención era “sembrar dudas sobre la viabilidad del proyecto digital que pretendía liderar RTVE”.

Unos días después, ya en octubre de 1996, el día 2, *El Mundo* publica una información en la página 32 bajo el titular *Antena 3 TV, dispuesta a compartir producción y canales con TVE*, y con el subtítulo: *Campo Vidal insistió en la necesidad de alianzas digitales en la presentación en México de A3 Internacional*. En el texto se desarrollan las declaraciones del titular y se explica que Antena 3 Internacional supondrá una alternativa en español para el público norteamericano.

Será el día 16 de octubre, cuando este diario vuelva a centrar sus informaciones en el proyecto de Telefónica. Ese día, se publica en la sección de España una información con el titular: *Aznar encarga a Álvarez Cascos un plan para evitar que RTVE presente suspensión de pagos*, en la cual se incluye como despiece el texto que interesa a este análisis y que se titula: *Telefónica lanza su propia plataforma de TV digital*. En esta información se cuenta que “Telefónica dio la sorpresa al presentar su propia alternativa a la televisión digital, al margen de la propuesta lanzada hace unas semanas por RTVE”, “Telefónica ha roto la baraja y ha lanzado su propia oferta que pretende agrupar a todos los grupos en disputa” con la única condición de tener el 40% del control del capital. Se explica que la entrada de Telefónica en la televisión digital “es un movimiento puramente defensivo para evitar la entrada de un nuevo operador que pueda competir en servicios de valor añadido”.

Al día siguiente, el 17 de octubre, *El Mundo* publica dos textos: uno informativo y otro de opinión. El texto informativo, que aparece en la página 28 y ocupa las tres columnas de la izquierda, está recuadrado y lleva una fotografía de un módulo de Mónica Ridruejo. Su titular es: *RTVE, dispuesta a entrar con un 20% en el proyecto digital de Telefónica*, y después se explica que el Ente Público aportaría su fondo documental. En el texto también se recogen las opiniones de Antena 3 y Tele 5 que sólo consideran rentable una plataforma digital y creen que las ofertas existentes responden a “un pulso entre ambos grupos (Telefónica y Sogecable) para llegar en una posición fuerte a la mesa de negociaciones. Aunque de momento, coinciden en que la compañía Telefónica debería contar con un papel predominante como socio tecnológico”.

El texto de opinión aparece en la página 3 y no está firmado, por lo que aunque no se trata del editorial, en él se recoge la postura de *El Mundo*. El texto se titula: *El Gobierno prepara un ajuste duro en RTVE... mientras se perfila el mapa de la TV digital*. En la primera parte se desarrolla el ajuste de plantilla que prepara el Gobierno para RTVE y en la segunda parte se

explica la situación en la TV digital por satélite. Según este texto: “Telefónica se dispone a utilizar su potencial tecnológico y económico para entrar en el negocio de la televisión por satélite. RTVE se sumó a la iniciativa de Telefónica” por lo que “Sogecable tendrá pues que competir con Telefónica y RTVE, dos grandes compañías públicas que antaño se perfilaban como aliadas de Prisa. Ahora serán rivales, lo que demuestra los errores de cálculo de Polanco en su política de alianzas”. El texto finaliza afirmando que “Polanco ha empezado a navegar con el viento de cara, algo a lo que no está acostumbrado desde hace casi 14 años”.

El día 23 de octubre, *El Mundo* publica una nueva información en la que se anuncia el cambio en el proyecto de RTVE: *Ridruejo da marcha atrás en su pretensión de liderar el proyecto digital y se une a Telefónica*. Éste se completa con el antetítulo: *TVE creará diez canales temáticos con productos nuevos y de su fondo documental*, y con el subtítulo: *Afirma que Antena 3 y Tele 5 están más cerca de RTVE que Canal Plus*. Esta información ocupa cuatro columnas en la parte izquierda y tres cuartos de la página 28, está recuadrada y lleva una fotografía de 2x3 módulos de Mónica Ridruejo y Carmen Alborch. En el texto se explica que RTVE abandona su proyecto de televisión digital y “se vuelca de lleno en la iniciativa de Telefónica (...) debido a su estructuración financiera”. Además, se explica que se creará la empresa TVE Temática encargada de elaborar los canales temáticos que se emitirán en abierto y en *pay per view*.

A partir de este momento, *El Mundo* centrará sus informaciones en el proyecto liderado por Telefónica. En este sentido, encontramos el día 26 de octubre: *Telefónica logra sentar en la misma mesa a todas las cadenas para debatir su proyecto de TV digital*³⁶⁴. Esta noticia, lleva el antetítulo: *Antena 3 tiene unas pretensiones muy altas al disponer de los derechos del fútbol*, y el subtítulo: *Mantiene su disposición a negociar con Canal Plus, pero no a cederle la mayoría*. Esta información ocupa cuatro columnas y tres cuartos de la página 26 y lleva un despiece titulado “*Sobran leyes, pero también faltan*” en el que el director del Congreso Europeo sobre Derecho Audiovisual señala que existen lagunas sobre las que no se ha legislado debido a la velocidad con la que surgen las nuevas tecnologías. En el texto se especifica que Telefónica cuenta con un desarrollo de descodificador digital compatible para todas las cadenas y que realizó una demostración de su proyecto digital en la reunión. Además, se señala que “los asistentes a la reunión se comprometieron a cumplir un calendario”.

En noviembre, el día 1, *El Mundo* destaca en portada: *Telefónica ofrecerá más de 15 canales de TV por 2.500 pesetas (15,03 euros)*, bajo el antetítulo: *Las emisiones “en digital” empezarán en marzo*, y con el subtítulo: *La cuota mensual incluirá la instalación y el alquiler del descodificador y la antena parabólica*. En el texto de portada se explica que las emisiones en pruebas se iniciarán en diciembre y que en las dos primeras semanas de noviembre se espera la respuesta de todos los canales para firmar el acuerdo a finales de mes. Se cifra la inversión en 29.000 millones de pesetas (174,29 millones de euros) a lo largo de diez años y se señala

³⁶⁴ Véase ANEXO: documento 16.

como “una de las trabas para que la operación prospere la intención de Canal Plus de controlar más del 50% de las acciones”³⁶⁵. Este texto de portada remite a la página 21 que abre la sección de Sociedad y donde se desarrolla la información completa.

La información de interior ocupa las cuatro columnas izquierdas y está recuadrada. El titular similar al de la portada es: *Telefónica ofrecerá a partir de marzo más de 15 canales de TV por 2.500 pesetas mensuales (15,03 euros)*, con el subtítulo: *El precio incluye el alquiler del descodificador y la antena parabólica*. En el antetítulo se destacan diferentes aspectos que no se habían anunciado en portada: *Esperan 120.000 abonados en 1997 y 2'8 millones en el 2006 – Se invertirán 29.000 millones en los próximos diez años (174,29 millones de euros) - Después se ofrecerá telebanco, teletienda y acceso a Internet*. Esta información lleva una fotografía de Villalonga durante la presentación de la oferta digital y un despiece titulado: *Lo que cuesta abonarse a Canal Plus*, en el que se explica que las cuotas de abono son más caras que hace un año y que la decisión de otorgar esta licencia en 1989 “levantó una gran polémica”. En el texto se desarrollan los aspectos del titular y se señala que la “mayor dificultad la presenta Canal Plus” “puesto que el proyecto de Telefónica contempla que ningún socio pueda controlar la plataforma”³⁶⁶.

Ese mismo día 1 de noviembre, este diario publica un texto de opinión, sin firma, y con el titular: *Villalonga abre la ofensiva de la TV de pago*, y en él tras describir la oferta de Telefónica se pregunta el diario “¿Quién da más?” y se asegura que “la agresiva estrategia de Telefónica en este negocio va a beneficiar, en primera instancia, a aquellos ciudadanos que opten por abonarse a esta asequible oferta. En segundo lugar, la iniciativa de Telefónica –que ofrece muchos más canales por bastante menos dinero– rompe el monopolio de televisión de pago que existe desde hace seis años. Una hábil e inteligente apuesta empresarial de Telefónica”.

Al día siguiente, el 2 de noviembre, *El Mundo* publica otro artículo de opinión titulado: *Del cable a la TV digital*, en la página 2. En el texto se afirma que la decisión de Telefónica de romper el proyecto de Cablevisión “se inscribe en la lógica de un rápido desarrollo tecnológico del sector”, se explican las ventajas de la TV digital frente al cable y se asegura que un inconveniente es el costo de la antena parabólica y el descodificador por lo que “la idea de no cobrar al cliente por esos aparatos ni por su instalación podría ser la piedra filosofal del proyecto de Juan Villalonga”.

El mismo día 2 este diario publica otras dos informaciones que no están relacionadas directamente con la televisión digital por satélite pero en la que se hacen referencias al proyecto de Telefónica. El primero abre la sección de Economía y es un texto a cuatro columnas titulado: *Amigo de Aznar, enemigo del Gobierno*. En el texto se explica la nueva estrategia que Villalonga está desarrollando en Telefónica y se alude a la televisión digital con

³⁶⁵ Véase ANEXO: Documento 17.

³⁶⁶ Véase ANEXO: Documento 18.

la que “amenaza el monopolio de Canal Plus”³⁶⁷. La otra información aparece en la página 34 y se titula a cuatro columnas: *Telefónica disolverá Cablevisión*. Aquí se explica que en esta decisión ha influido “el impulso que ha cobrado la plataforma digital que lidera la compañía telefónica”. Además el pie de foto se titula: “De Cablevisión a la TV digital” y se ve una fotografía de la firma de Cablevisión y otra de la presentación de la oferta digital de Telefónica.

Unos días más tarde, el 10 de noviembre, *El Mundo* publica un reportaje a doble página sobre la televisión digital en el suplemento *Su dinero*, bajo el cintillo “Especial Informática: SU HOGAR”. Esta información lleva por titular: *Prepárese: llega la televisión digital*, y se complementa con el subtítulo: *Telefónica ofrecerá en marzo más de 15 canales por 2.500 pesetas mensuales (15,03 euros) que incluirán la instalación técnica básica*. El texto, que se acompaña de un gráfico sobre la televisión digital (sus servicios, sus ofertas, la inversión y los costes para el usuario), describe el funcionamiento de esta televisión, la instalación, los nuevos servicios, la inversión necesaria... pero siempre ejemplificándolo todo con la plataforma impulsada por Telefónica ya que al inicio del reportaje se explica: “Prisa dice que lanzará su plataforma en enero y que anunciará su oferta a finales de este mes, pero Telefónica ya ha puesto las cartas sobre la mesa”. Además, se afirma que la apuesta de Telefónica facilitará al usuario todo lo necesario: “Telefónica pretende que el usuario no encuentre ninguna barrera tecnológica en el camino y que su desembolso inicial sea mínimo”, “ha obligado a los responsables de Telefónica a buscar la mejor forma de llegar al usuario español”. El texto finaliza con la siguiente afirmación “Si usted se abona en marzo, esa cajita no dejará de sorprenderle”³⁶⁸.

Durante los días 14 y 15 de noviembre este diario vuelve a publicar informaciones directamente relacionadas con la plataforma de Telefónica. La primera titulada: *Antena 3 cuestiona el liderazgo de Telefónica en la TV digital*, ocupa la parte inferior de la página 30 a cuatro columnas y lleva el antetítulo: *La cadena dice que creará un tercer consorcio y Canal Plus anuncia el lanzamiento de 30 canales en enero*. En el texto se explica que “Antena 3 marcó distancias con respecto al proyecto de televisión digital de Telefónica” y que las diferencias que se deben a “la valoración de los derechos del fútbol” crecieron “hasta convertirse en críticas”. Además, se anuncia que las emisiones en pruebas de Telefónica comenzarán el 15 de diciembre en 3.000 hogares. Al día siguiente la información se titula: *Euronews también entrará en la TV digital*, y lleva el antetítulo: *Es la cadena europea de noticias más vista, sobre todo en el norte de Europa*. Se trata de un texto breve en la que se explica que esta cadena se integrará en la misma oferta en la que participe RTVE.

El día 28 de noviembre de 1996 esta cabecera anuncia la constitución de la plataforma de Telefónica en una información a dos columnas, ubicada en la parte derecha de la página 28 y titulada: *Hoy se constituye la plataforma de TV digital que promueve Telefónica*. Este texto está

³⁶⁷ Véase ANEXO: Documento 19.

³⁶⁸ Véase ANEXO: Documentos 20 y 21.

recuadrado y lleva el antetítulo: *Antena 3 aportará los derechos del fútbol*, y el subtítulo: *Participa TVE, Televisa y 4 autonómicas*. Además, en la parte inferior se incluye el despiece: *2.500 pesetas (15,03 euros) por 20 canales*, en el que se explica que la antena y el descodificador entran en ese precio porque este proyecto “prevé que los futuros abonados se desentiendan de los problemas técnicos”.

En el texto de esa información se afirma que “tras cuatro meses de intensas negociaciones cruzadas hoy tendrá lugar la firma de la primera alianza española para la televisión digital” y se anuncia que *El Mundo* participará con un 1% porque “ha aceptado la oferta que le han hecho los distintos promotores de esta plataforma”. Se explica que las negociaciones duraron hasta última hora porque se estaban ajustando los estatutos y la modalidad de pago por los derechos del fútbol y que han decidido quedarse fuera Tele 5, Canal Plus y las televisiones autonómicas vasca y andaluza por lo que “han fracasado así las negociaciones para constituir una única plataforma”. Se refiere a la oferta que lanzará “a solas” Canal Plus y que comenzará las emisiones en pruebas la próxima semana. Al final del texto se afirma que “probablemente dentro de dos años cuando Antena 3 cuente con la plena vigencia de sus derechos, está previsto que un porcentaje de los beneficios revierta sobre la plataforma”.

El día 29 de noviembre este diario publica tres textos sobre la constitución de la plataforma de Telefónica, dos informativos y uno de opinión, además de destacar esta noticia en portada en la parte inferior con el titular: *Constituida la primera plataforma de televisión digital en España*, y completada con el antetítulo: *Emitirá en marzo hasta 40 canales*, y el subtítulo: *EL MUNDO participa en el capital de la sociedad*. Esta portada remite a la página 29 donde se publican los dos textos informativos de este día. El principal se titula a cuatro columnas de forma similar a la portada: *Constituida la primera plataforma de TV digital española con importantes empresas del sector*, con el antetítulo: *La nueva sociedad ofrecerá hasta 40 canales de televisión a partir de la próxima primavera*, y el subtítulo: *EL MUNDO es el único periódico que se incorpora a esta alianza*. La información que ocupa tres cuartos de la página lleva una fotografía en la que aparecen todos los firmantes de la plataforma³⁶⁹.

En el texto se destaca que se trata de “nueve de las más importantes empresas del sector” y que “los accionistas aprobaron por unanimidad la incorporación de *El Mundo*” con 1%. Asimismo, se describe la oferta y se anuncia la emisión en pruebas para las próximas semanas. Se especifica el reparto accionario: 35% para Telefónica (“que podrá dar cabida dentro de su participación a sus socios financieros”), TVE, Antena 3 y Televisa el 17% cada una, TV 3 “es la cadena autonómica con más participación” un 6% y le siguen la “de Madrid con un 4%, Valencia con un 2% y Galicia con un 1%”. En texto finaliza diciendo que “la decisión de la cadena del Grupo Prisa de lanzarse sola, sin embargo, ha impedido que se concretara la voluntad de crear una única plataforma española”.

³⁶⁹ Véase ANEXO: documentos 22 y 23.

En el texto de la derecha de esta página se titula: *EL MUNDO apuesta por la producción de contenidos*, y califica esta decisión como “un importante paso” y se resalta que es la “única empresa editora que se integra en la alianza”. Se explica que este diario ha constituido la empresa “Mundinteractivos S.A. para aglutinar sus publicaciones electrónicas (...) y será la encargada de mantener la relación con la plataforma de televisión digital”. Por otro lado, el texto de opinión que se publica este día también se refiere a la integración de *El Mundo* en la plataforma y se titula: *EL MUNDO, actor de la revolución digital*. En este artículo el diario justifica su presencia y explica los motivos: “de una parte, supone ampliar sustancialmente el pluralismo de la televisión de pago, rompiendo el actual monopolio (tan caro, además, para el usuario); de otra, el desarrollo técnico, comunicativo e informativo que aporta la tecnología digital abre perspectivas apasionantes e irrenunciables a todos los medios de comunicación”. Además se afirma que este diario “ha entrado decidida e innovadoramente en el mundo multimedia” mediante su oferta en Internet y que “está a la vanguardia” en cuanto a contenidos y a su adaptación a las nuevas técnicas”³⁷⁰.

Este diario finaliza noviembre con la publicación de dos textos más, uno informativo y otro de opinión. El texto informativo aparece en la página 26 recuadrado en las tres columnas centrales y con una fotografía de Jesús Polanco y Cándido Velázquez durante la firma de constitución de Cablevisión en 1995. Esta información se titula: *Polanco negoció hasta el final su entrada en el proyecto de Telefónica*, con el antetítulo: *Prisa quería el 51% de la sociedad y el control de los abonados*, y con el subtítulo: *Ninguno de los nueve socios de la plataforma aceptó sus exigencias*. En el texto se explica que lo que impidió la integración de Canal Plus en la plataforma fueron “sólo las altas exigencias” y que las “conversaciones quedaron en punto muerto cuando los actuales directivos de la compañía decidieron hace tres semanas romper su alianza con Polanco en la televisión por cable”. Además, se especifica que fue tras el acuerdo para terminar esa relación contractual cuando Polanco “anunció el lanzamiento de un proyecto de televisión digital a solas” y que “ninguna otra sociedad se ha sumado al proyecto de Prisa”.

Este texto informativo finaliza describiendo la evolución del proyecto de Sogecable: “primero anunció a bombo y platillo un acuerdo con Direct TV (...) que nunca llegó a firmarse. Después precisó que se había invitado a participar a Direct TV que, de momento, no se había integrado en su proyecto”. Esta información se acompaña de un despiece titulado: *TVE: servicio público por ocho nuevos canales*, en el que se cuenta que el Ente Público está diseñando ocho canales para la TV digital en la que aportará 3.500 millones de pesetas (21,04 millones de euros)³⁷¹.

El texto de opinión publicado el día 30 se titula: *Polanco odia la competencia*, y habla de la información que han ofrecido los medios del grupo Prisa sobre la plataforma de Telefónica. Se define a Polanco como “acostumbrado a privilegios y sinecuras sin cuento durante trece años

³⁷⁰ Véase ANEXO: documento 24.

³⁷¹ Véase ANEXO: Documento 25.

de felipismo”. En cuanto a los medios, el texto dice que “las terminales informativas del imperio Polanco demostraron su parcialidad y la supeditación a los intereses económicos de su dueño al caricaturizar y manipular la constitución de la plataforma digital” de Telefónica, y especifica que “*El País* ha tenido el cinismo de hablar de “un proyecto impulsado desde Moncloa” cuando en realidad, “si Polanco no está hoy en la plataforma, es sencillamente porque no se aceptaron sus abusivas exigencias”. El texto termina calificando la situación como “la pataleta de un monopolista frustrado que se resiste a abandonar sus privilegios”³⁷².

Por último, en diciembre de 1996 encontramos tres informaciones relacionadas con este bloque temático. El primero de estos textos corresponde al día 5 de diciembre y es una información muy breve ubicada en la parte inferior de la columna izquierda de la página 28, que lleva el cintillo “Comunicación”. Esta noticia se titula: *Telefónica incorpora en su proyecto de TV digital a los instaladores de antenas*, y en el texto se explica que esta declaración la realizó Villalonga y que especificó que “la instalación de antenas colectivas será su mayor apuesta comercial”.

Tres días después, el 8 de diciembre, aparece en *El Mundo* una información a tres columnas titulada: *González quiere cambiar la plataforma de televisión digital si vuelve a gobernar*. Esta noticia está ubicada en la sección de España, en la mitad superior de la página 15, en la parte izquierda. El titular se completa con el antetítulo: *Están Telefónica, EL MUNDO, TVE, Televisa, Antena 3 y otros medios*, y con el subtítulo: *Dice que algunas empresas “no merecen” participar mientras faltan otras*. Además, la noticia está recuadrada y lleva una fotografía de un módulo de Felipe González. Las declaraciones del ex presidente del Gobierno que se recogen en esta noticia se basan en lo publicado por *ABC* el día anterior. En el texto se explica que “hará todo lo posible para que no prospere el proyecto de la plataforma digital y, si no lo consigue, intentará modificar su actual composición en el caso de que vuelva a gobernar”. Al final se recogen unas declaraciones de un diputado del PP que especifica que a González no le gusta ese proyecto porque “sesenta o cien canales son imposibles de teledirigir” y “prefiere un escenario con una sola televisión pública manipulable”.

Finalmente, el día 24 de diciembre, *El Mundo* anuncia en una noticia el inicio de las emisiones en pruebas de la plataforma digital de Telefónica. Esta noticia está ubicada en la columna derecha de la página 22 que tiene el cintillo de “Comunicación” y ocupa tres cuartas partes de la columna. El texto se titula: *La plataforma digital de Telefónica inicia hoy sus emisiones en pruebas*, y lleva como subtítulo: *La sociedad, en la que también participan otras empresas del sector, prevé una oferta inicial de 14 canales de televisión*. Además, en el cuerpo se especifica que la sociedad se constituirá en los próximos días y que la oferta comercial alcanzará en marzo los 40 canales para llegar hasta 60 en su plena actividad. Al final de este mismo texto se destaca una información de Canal Satélite Digital en el último párrafo en el que se cuenta que esta empresa “que competirá con la plataforma de televisión impulsada por Telefónica” ha

³⁷² Véase ANEXO: Documento 26.

firmado un acuerdo con Sony España para el suministro de terminales de recepción y decodificación de señales.

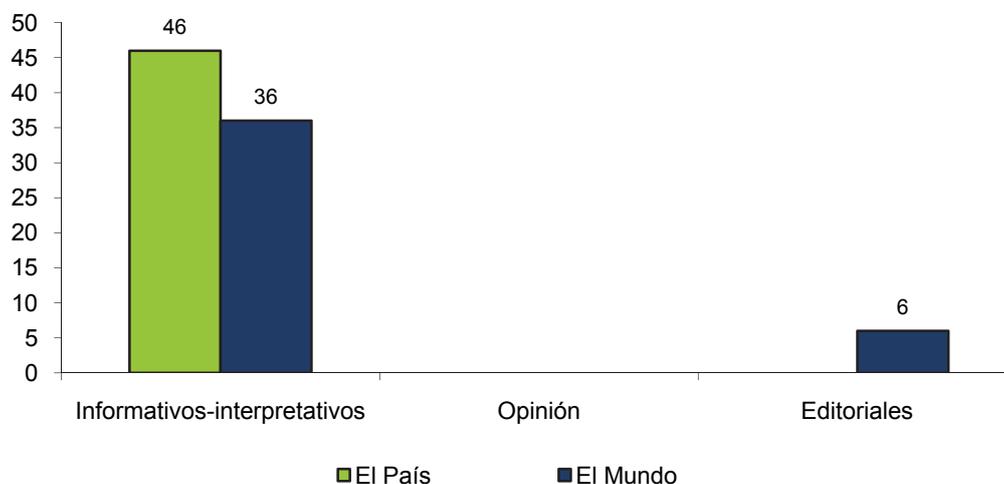
2.1.4. *El País* vs. *El Mundo*

Las principales diferencias que ambos diarios presentan al informar sobre los diferentes proyectos de televisión digital por satélite no son cuantitativas y formales sino cualitativas y de contenido. Para ilustrarlo, en las siguientes tablas y gráficos se recoge el número de publicaciones que cada periódico dedicó a estos primeros pasos de la televisión digital por satélite en España, diferenciando por géneros informativos y por temática.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	46	36
Opinión	-	-
Editoriales	-	6
Total	46	42

Tabla 8

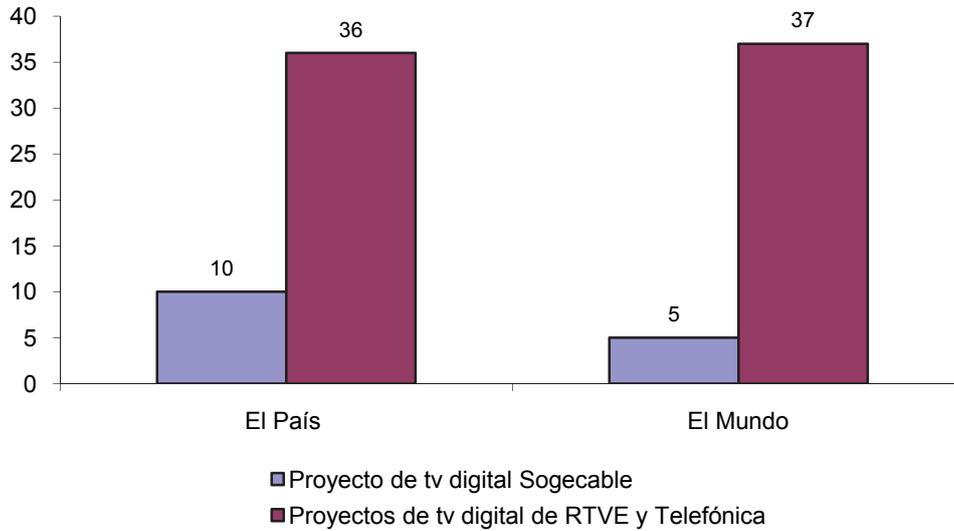
Gráfico 1. Géneros periodísticos



Temática	El País	El Mundo
Proyecto de tv digital Sogecable	10	5
Proyectos de tv digital de RTVE y Telefónica	36	37
Total	46	42

Tabla 9

Gráfico 2. Nº de textos por temática



Sección	El País	El Mundo
Portada	-	2
Sociedad	8	5
Comunicación	34	24
España	-	3
Economía	-	3
Opinión	-	6
Suplementos	4	1
Total (sin contar portada)	46	42

Tabla 10

Como puede verse en los gráficos y tablas anteriores, ambos diarios publicaron un número similar de textos y la principal diferencia es que *El Mundo* sí se posicionó claramente a través de sus editoriales y artículos de opinión sin firma que dedicaron a estos temas. Además, este diario publicó en portada en dos ocasiones, ambas sobre la plataforma liderada por Telefónica, mientras que *El País* no lo hizo ninguna vez ni publicó ningún artículo de opinión o editorial referente a esta temática.

Otra diferencia destacable es la fecha en la que ambos diarios hablan por primera vez del proyecto de Sogecable. Mientras que en *El País* aparece a finales de junio, tras una junta general del Grupo Prisa, en *El Mundo* no se encuentra ninguna referencia explícita hasta el 5 de septiembre, un día después de que RTVE anunciara su intención de liderar un proyecto para televisión digital. No obstante, la información inicial de *El País* debe considerarse más un texto publicitario que informativo en el que se desglosan los buenos resultados del grupo y se anuncian los nuevos proyectos, utilizando todos los recursos periodísticos y tipográficos para destacar este hecho.

Sin embargo, ambos diarios coinciden en la fecha de publicación de las primeras informaciones sobre los contactos que en esta materia inicia Telefónica, siendo el 27 de julio, cuando ambos publican que la empresa de telefonía está negociando con el grupo Kirch y vuelven a coincidir en la fecha del lanzamiento de la televisión digital de Canal Plus, el 16 de octubre.

Ambos medios utilizan expresiones similares para calificar los proyectos de televisión digital, pero los emplean de manera contraria: si *El País* destaca el proyecto de Sogecable como el primero y más profesional, *El Mundo* hará lo mismo pero para hablar de las iniciativas en televisión digital de RTVE y Telefónica.

Asimismo, los dos periódicos recurren a fuentes imprecisas, utilizan las citas o declaraciones de manera sesgada y se explican las relaciones estructurales de manera intencionada. De esta forma, en los dos casos vemos como se contextualizan determinados grupos o se atacan otros en función de la afinidad con cada proyecto: en *El País* se explica detalladamente a Hughes o Direct TV, mientras que *El Mundo* describe con minuciosidad los orígenes y evolución del grupo Kirch. Y con la misma intención negativa, el diario del grupo Prisa recuerda que la Comisión Europea paralizó el proyecto de televisión de Kirch y Deutsche Telekom con Bertelsmann y habla de amiguismo de Aznar con el presidente de Televisa, Emilio Azcárraga; mientras que el periódico de Unedisa apunta a las relaciones personales de Gustavo Cisneros y Felipe González, afirmando del primero que está en “España aprovechando los rescoldos de Rumasa”.

Otro recurso que se repite en ambos diarios es la personalización de los dos proyectos, si para *El Mundo* la plataforma liderada por Sogecable será la televisión digital de Polanco, para *El País*, la televisión liderada por Telefónica será la apuesta del Gobierno y más particularmente, de José María Aznar y Juan Villalonga.

Sin embargo, las principales diferencias en el tratamiento, hasta el punto de recurrir al ataque directo, se hicieron evidentes a finales de noviembre de 1996, en torno a las informaciones publicadas sobre la constitución de la plataforma liderada por Telefónica. Más allá de la calificación de este proyecto como iniciativa impulsada desde el Gobierno, en *El País* las principales críticas se centran en la participación como socio minoritario de *El Mundo*, poniendo en duda su capacidad de aportación tecnológica y la unanimidad en el resto de socios y eligiendo intencionadamente una fotografía tras la firma en la que faltaba el representante del diario de Unedisa. Por su parte, *El Mundo* utiliza sus páginas y sus editoriales para justificar su participación y destacar la pluralidad del proyecto, criticando las informaciones parciales de *El País*, por considerar que tratan de defender sus intereses económicos. Además, en *El Mundo* se subraya con frecuencia que si Sogecable no ha entrado en la plataforma de televisión digital de Telefónica ha sido por exigir tener una participación mayoritaria.

Por todo ello, es en el tratamiento y en el contenido publicado por cada diario donde se evidencian las diferentes posturas, describiendo y calificando los proyectos y los grupos que los

lideran desde ángulos muy distintos. A continuación, y para finalizar el análisis de este hito, se recogen estas referencias atendiendo a las categorías temáticas y de agentes que se establecieron antes de iniciar el análisis.

Categorías	El País	El Mundo
Proyecto de Sogecable	<p>“proyecto nítidamente empresarial y profesional”, “una plataforma de televisión digital que ofrecerá 20 canales en enero”, “compuesta por treinta canales de televisión y otros servicios, así como treinta canales de música temática”, “Canal + tiene la exclusiva del fútbol para televisión de pago hasta 1998”, “pionera desde 1990 en la televisión de pago en España”, “avalada por la experiencia de uno de sus principales socios, Canal + Francia”, “Sogecable se ha comprometido en este proyecto con la calidad, tanto en la imagen como en el contenido”, “aventaja al proyecto de Telefónica al tener mayor experiencia en la televisión de pago”</p>	<p>“Prisa ha vuelto a tomar la delantera en el negocio audiovisual”, “para competir con el proyecto liderado por RTVE y Televisa”, “Canal Plus siempre quiere el control mayoritario en cualquier proyecto”, “contraatacar ante la ofensiva de Telefónica lanzando su propia plataforma en solitario”, “tendrá que competir con Telefónica y RTVE, dos grandes compañías públicas”, “intención de acaparar gran parte del mercado”, “decisión de lanzarse sola”, “a solas”, “ninguna otra sociedad se ha sumado al proyecto de Prisa”, “la pataleta de un monopolista frustrado”, “Si Sogecable no consigue convencer a los abonados de Canal Plus para que se abonen a su oferta de TV digital la situación de Sogecable puede ser dramática”</p>
Proyecto de RTVE	<p>“el pleno respaldo del Gobierno”, “el <i>barco</i> botado por el Gobierno”, “carácter claramente político de esta operación”, “operación política auspiciada por el Gobierno de José María Aznar”, “apadrinado desde el Gobierno”, “el coste del proyecto y sus posibilidades comerciales no arrendran a ninguno de los participantes, pese a las dificultades económicas que atraviesan RTVE y Televisa”, “ha renunciado a liderar ‘en términos absolutos’ una plataforma (...) pero estará en el negocio”, “es precisamente la situación financiera de RTVE la que no le permite ‘ser líder en términos absolutos’”</p>	<p>“tiene el respaldo político del Gobierno”, “permitirá nuevas fórmulas de financiación para el Ente Público”, “Canal Plus (...) exigió controlar el 51% de este holding”, “el proyecto del Ente Público (...) garantiza su futuro y disipa la incertidumbre que existía por la herencia recibida del Gobierno socialista”, “permite el mantenimiento de la plantilla y la utilización óptima de los recursos del Ente Público”</p>
Proyecto de Telefónica	<p>“su voluntad de controlar su distribución (de la televisión digital) por el sistema más expeditivo: ser propietario, en exclusiva, del decodificador necesario”, “no debería entrar en la compra de derechos ni en la programación de los canales”; “explotación de la televisión digital en posición de liderazgo”, “coincide con las ideas del secretario de Estado para la Comunicación”, “apuesta (...)”</p>	<p>“el primer paso para lanzar en España la televisión digital”, “un proyecto compartido por todos los operadores”, “Telefónica dio la sorpresa al presentar su propia alternativa”, “ha roto la baraja”, “pretende agrupar a todos los grupos en disputa”, “logra sentar en la mesa a todas las cadenas para debatir su proyecto”, “se dispone a utilizar su potencial tecnológico y económico”, “cuenta con la”</p>

	<p>para liderar una plataforma –que pretende ser la única”, “cifras confusas”, “las cifras de Telefónica causaron ayer algún desconcierto”, “líder errático”, “proyecto que el Gobierno ha tratado de configurar desde la Secretaría de Estado de Comunicación”, “carece de derechos de fútbol para televisión de pago”, “un proyecto impulsado desde La Moncloa”, “flecos pendientes”, “que la empresa en cuestión sigue sin formarse”, “socios de dudosa solvencia como Antena 3 y El Mundo”; “discrepancias de varios socios”, “se propone lanzar su oferta dos meses después que la de Canal Plus”, “la compañía semiestatal de comunicaciones se coloca como locomotora financiera y tecnológica de un tren de televisiones públicas”, “reúne bajo un mismo manto a las radiotelevisiones públicas en manos del PP (...), la controlada por su socio de gobierno y a periodistas tan significativos como Pedro J. Ramírez, de El Mundo, y Luis María Anson”</p>	<p>infraestructura que le convierte en un buen socio”, “cuenta con todos los medios materiales y humanos para afrontar el desafío”, “asequible oferta”, “ofrece muchos más canales por bastante menos dinero” “rompe el monopolio de la TV de pago”, “una hábil e inteligente apuesta de Telefónica”, “ningún socio puede controlar la plataforma”, “la primera alianza española para la TV digital”, “la idea de no cobrar al cliente por esos aparatos ni por su instalación podría ser la piedra filosofal del proyecto de Juan Villalonga”, “nueve de las más importante empresas del sector de la comunicación constituyeron ayer la primera plataforma española de televisión digital”, “la alianza que revolucionará el mundo de la televisión”, “supone ampliar sustancialmente el pluralismo en la televisión de pago”</p>
<p>Incorporación de <i>El Mundo</i> al proyecto de Telefónica</p>	<p>“la incorporación del rotativo (...) no puede explicarse en términos de aportación tecnológica al proyecto”, “socio de dudosa solvencia”, “la oposición del resto de los accionistas a que esa entrada se formalizase(...) ha obligado a Telefónica a asumir como propio ese 1%”, “no se justificaba técnicamente”, “firmó por separado y en el último momento”</p>	<p>“EL MUNDO ha aceptado la oferta que le han hecho los distintos promotores de esta plataforma para integrarse con una participación de un 1%”, “los accionistas aprobaron por unanimidad la incorporación de la empresa editora de EL MUNDO”, “da un importante paso en su apuesta por la producción de contenidos”, “aportará su producción creciente de contenidos multimedia”, “en cuanto a contenidos y a su adaptación a las nuevas técnicas, EL MUNDO está a la vanguardia. La plataforma digital, supone un vehículo ideal para todo ello. Por eso nos unimos a esa revolución”</p>
<p>Jesús Polanco</p>	<p>“Nosotros queremos y debemos estar presentes en este campo”, “obtendremos por los menos el mismo éxito que alcanzamos con Canal Plus” “estableceremos las alianzas cuando y con quienes nuestro grupo considere oportuno, con respeto, por supuesto, al principio de legalidad”, “nuestros principios fundacionales de independencia y profesionalidad”</p>	<p>“ha empezado a navegar con el viento de cara, algo a lo que no está acostumbrado desde hace casi 14 años”, “acostumbrado a privilegios y sinecuras sin cuento durante trece años de felipismo”, “echa de menos los fáciles favores del poder”, “odia la competencia”, “monopolista frustrado que se resiste a abandonar sus privilegios”, “negoció hasta el final su entrada en el proyecto de Telefónica</p>

		pero ninguno de los nueve socios de la plataforma aceptó sus exigencias”
Juan Villalonga	“ha dado un giro importante a la estrategia de la compañía en aspectos de gran trascendencia para su futuro”, “llegó a la Gran Vía con la etiqueta de ser ‘el amigo del presidente Aznar’”, “hombre de confianza de Aznar”	“una hábil e inteligente apuesta empresarial”, “amigo de Aznar, enemigo del Gobierno”; compañero del actual presidente del Gobierno durante sus años en el Colegio del Pilar (...) ha centrado los primeros meses de sus gestión en consolidar su posición dentro de la compañía”
Mónica Ridruejo	-	“plan empresarial inteligente y ambicioso”,
PSOE	-	“los socialistas (...) a los que cabe atribuir la responsabilidad del pesado lastre económico que hipoteca a RTVE y desnaturaliza su papel”, “habituales aliados del grupo PRISA”
El País / Grupo Prisa		“con creciente frecuencia enmascaran en cuestiones de principio la defensa de sus particulares intereses en el sector”, “las terminales informativas del imperio Polanco demostraron su parcialidad y la supeditación a los intereses económicos de su dueño al caricaturizar y manipular la constitución de la plataforma digital de Telefónica”
Abonados	-	“la agresiva estrategia de Telefónica en este negocio va a beneficiar, en primera instancia, a aquellos ciudadanos que opten por abonarse a esta asequible oferta”, “ofrece mucho más canales por bastante menos dinero”, “la idea de no cobrar al cliente por los aparatos ni por su instalación puede ser la piedra filosofal del proyecto de Juan Villalonga”, “Telefónica pretende que el usuario no encuentre ninguna barrera tecnológica en el camino y que su desembolso inicial sea mínimo”

Tabla 11

2.2. Los derechos de retransmisión de los equipos de fútbol. Pacto de Nochebuena

2.2.1. Contextualización

Para entender correctamente la polémica generada por el acuerdo de Nochebuena entre el Grupo Prisa y Antonio Asensio, hay que remontarse y situar el origen de los enfrentamientos entre ambos empresarios en el proceso de adjudicación de las licencias de televisión privadas, primero, y en el enfrentamiento entre Antena 3 Televisión, Canal Plus y las autonómicas por los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol, más tarde.

Brevemente, debemos recordar que en el verano de 1989, el Gobierno socialista de Felipe González concede las primeras licencias de televisión privada de la historia de España y que supusieron la creación de los nuevos canales: Telecinco (controlada económicamente por el empresario italiano Silvio Berlusconi y los grupos empresariales ONCE y Anaya), Antena 3 (participada por el grupo periodístico Godó) y Canal + (en manos, principalmente, del grupo editorial Prisa y de Canal + Francia). El proceso dejó fuera la oferta de Univisión-Canal 1, presentada por Antonio Asensio, presidente del Grupo Zeta. A partir de ese momento, Asensio no cejó en su empeño de participar, de forma importante, en este nuevo mercado periodístico y, después de varios recursos fallidos contra la concesión de la licencia a Canal +, en 1992 su deseo se hizo por fin realidad gracias a los créditos concedidos por Banesto, en la época de Mario Conde, que le permitieron entrar en Antena 3 TV y llegar a la presidencia de la cadena privada³⁷³.

Con respecto a los derechos de los clubes de fútbol, debemos remontarnos a agosto de 1995 cuando el empresario Antonio Asensio comenzó a negociar con los clubes de fútbol los contratos de retransmisión de partidos como único medio de reforzar su peso en el sector televisivo ante la hegemonía de Cablevisión en el negocio del cable. Además, contaba con la ventaja de que los viejos contratos de la era analógica se convertirían en papel mojado en la era digital. Esta situación, junto con las cifras del negocio (el 17% de comisión que cobraba la Liga de Fútbol Profesional, los 50.000 millones de ingresos –unos 300 millones de euros- para Canal + y los escasos pagos a los clubes en comparación, 2.000 millones -12,02 millones de euros), permitieron a Asensio entrar en el negocio de la retransmisión del fútbol. Una fecha importante será el 12 de abril de 1996, cuando la asamblea de la Liga de Fútbol Profesional acepta la negociación individual de los derechos de televisión.

De esta manera, GMA (Gestora de Medios Audiovisuales, propiedad de Antena 3 TV) comenzó a lograr un importante número de los derechos tradicionales y los de pago por visión ente 1998 y 2000, así como los de pay per view desde 1996 a 1998. En la liga de 1996/1997, la mitad de

³⁷³ Para una información más detallada puede verse la cuarta parte de esta tesis doctoral en la que se describe la historia y configuración de la estructura audiovisual en España, así como el artículo de DURÁN MÁÑEZ, Ángeles y FERNÁNDEZ BÉLTRÁN, Francisco: "El papel de los medios...", Op. cit.

los derechos eran ya de cada una de las dos televisiones (Antena 3 TV y Canal +). Entre los clubes afines a Antena 3 se encontraban Real Madrid, Barcelona, Atlético de Madrid, Betis y buena parte de los clubes de Segunda División; mientras que optaron por Canal + el Athletic de Bilbao, Zaragoza, Celta, Tenerife, Real Sociedad, Oviedo, Racing de Santander, Rayo Vallecano, Logroñés y Deportivo.

En septiembre de 1996, tras el principio de acuerdo por el cual Antena 3 retransmitiría un partido de Liga los lunes, Sogecable interpuso una demanda contra Antena 3, su presidente, Antonio Asensio, y contra la sociedad Gestora de Medios Audiovisuales por práctica de competencia desleal. En ella, se pedían medidas cautelares para que Antena 3 cesara en la retransmisión de partidos de fútbol y para que dejara de inducir a los clubes de fútbol, a la Liga y a la FORTA a que rompieran los contratos que había en vigor con Canal+ hasta 1998.

Por último, tan solo basta recordar que el 28 de noviembre de 1996 se firma la constitución de la Plataforma Digital Española en la que estaban representados Telefónica, RTVE, Antena 3 TV, Televisa, TV3, Telemadrid, Canal 9, TVG y *El Mundo*.

2.2.2. *El País*

Desde el día 24 de diciembre de 1996 en que se produce el acuerdo entre los titulares de los derechos de los clubes de fútbol (Canal +, Antena 3 y TV3) para explotarlos conjuntamente, hasta el 28 de enero, un día después de que se constituya Audiovisual Sport, este diario publica 14 textos sobre esta temática, de los cuales 13 son informativos y uno de ellos de opinión, si bien este último es la reproducción de la carta que el director de *El Mundo*, Pedro J. Ramírez publica en esas fechas sobre Polanco.

Todos los textos informativos se publican en la sección de Sociedad y excepto dos, todos bajo el cintillo "Comunicación". De los dos restantes, uno aparece en Sociedad, sin más y el otro, que es el que se publica el día 28 de enero, aparece bajo el cintillo "La polémica de la tv digital". Por su parte, el artículo de opinión aparece en las páginas que el diario reserva a estos artículos y más concretamente, se publica en la sección que este diario llama Revista de Prensa y en la que recoge publicaciones de otros medios.

Con respecto a la ubicación y extensión de los textos, la mayoría de ellos, en concreto nueve, aparecen publicados en página par mientras que los cinco restantes están en página impar y tan sólo un día se destaca en portada la información sobre este tema. Además, casi todos los textos tienen una extensión mínima de menos de media página y tan sólo sobresalen dos de ellos, una de una página completa, que es el artículo de opinión, y otro que ocupa tres cuartos de página.

Por último, y antes de comenzar a describir los textos publicados, debemos destacar que nueve de los trece textos informativos están firmados por *El País*, dos de ellos corresponden a agencias informativas y tan sólo dos están firmados por diferentes periodistas con sus iniciales (C.V y R.S / C.P.).

La primera información que *El País* publica sobre este bloque temático la encontramos el día 26 de diciembre de 1996³⁷⁴, cuando en la columna derecha de portada podemos leer: *Acuerdo entre Canal+, Antena 3 y TV 3 para explotar el fútbol en televisión*. En el breve texto de portada (dos párrafos) se indica que el acuerdo es para “la constitución de una empresa que explotará conjuntamente los derechos audiovisuales de la primera y la segunda división de la Liga Nacional de Fútbol Profesional y la Copa del Rey” y que los integrantes confían que este acuerdo “se extienda también a la configuración de una plataforma digital de televisión por satélite conjunta que logre integrar todos los operadores interesados en ella”. En la portada se indica la página 29 para ampliar la información.

El titular del texto de la página 29 es muy similar al de portada: *Canal +, Antena 3 y TV 3 firman un acuerdo para el fútbol en televisión*, y lleva como subtítulo: *La nueva sociedad explotará conjuntamente todos los derechos audiovisuales*. Esta información ubicada en las tres columnas centrales es un texto breve que ocupa menos de la mitad de la página. En el texto, que está recuadrado, se vuelve a contar lo que se ha anunciado en la portada y se añade que con el acuerdo “las televisiones autonómicas mantendrán la posibilidad de emitir un partido de liga semanal en abierto y Canal + un partido codificado los domingos, reservándose Antena 3 la emisión de 20 partidos en abierto de la competición de Copa, además de los partidos de los lunes durante la temporada 96-97. El resto se emitirá por el sistema de *pay per view*”. Esta información se basa en el comunicado emitido por las empresas firmantes y se indica que el acuerdo protege los intereses de todos y “permitirá una explotación ordenada y racional de los derechos audiovisuales del fútbol”. El texto finaliza asegurando que “con este acuerdo, se pone fin a la pugna entre las cadenas por los contratos de imagen de los clubes y la retransmisión de los partidos de fútbol”³⁷⁵.

A partir de ese momento, este diario publicará informaciones sobre las reacciones y consecuencias que este acuerdo tendrá sobre las plataformas de televisión digital. En este sentido, el día 27 encontramos una información a tres columnas en la mitad superior derecha de la página 24 titulada: *RTVE anuncia que se replanteará su participación en la plataforma digital*, y con el subtítulo: *El Ente ofrece convertirse en proveedor de contenidos*. En el texto se explica que esta decisión se produce tras el acuerdo alcanzado por Canal +, Antena 3 y TV 3 para explotar conjuntamente los derechos del fútbol. Además en el texto se hace referencia a informaciones anteriores como la noticia en la que se aseguraba que al proyecto de Telefónica

³⁷⁴ Aunque el acuerdo se realizó el día 24 de diciembre, no se publicará hasta dos días más tarde ya que el 25 de diciembre, al igual que el día 1 de enero, no hay prensa.

³⁷⁵ Véase ANEXO: documentos 27 y 28.

le quedaban flecos pendientes, la del día 19 de diciembre sobre el aplazamiento del consejo de RTVE, y se describe el acuerdo firmado el día de Nochebuena.

Un día después, el 28 de diciembre, se publica una información titulada: *El Gobierno asegura que el proyecto digital de Telefónica “sigue adelante”*, y con el subtítulo: *Rodríguez dice desconocer “que exista una nueva plataforma”*. Esta noticia ocupa las tres columnas centrales de la página, en la mitad superior y está recuadrada. En ella se recogen las declaraciones de Miguel Ángel Rodríguez que se adelantan en el titular y explica que el acuerdo del fútbol supone un pacto “entre esas empresas que tienen unos derechos para retransmitir fútbol, pero no tiene nada que ver con la plataforma digital”, “no tiene que ver con la estructura empresarial” y negó que “el Gobierno haya creado una plataforma contra PRISA”.

El 29 de diciembre leemos en la página 21 el siguiente titular: *Campo Vidal afirma que el acuerdo sobre el fútbol es sólo empresarial*. Esta información está ubicada en las columnas centrales y ocupa más de la mitad de la página. En la noticia, que está recuadrada, se insiste en la declaración de Manuel Campo Vidal y se repite en cuatro ocasiones que es un acuerdo “estrictamente empresarial, sin intencionalidad política”. Además, se explica que en la sociedad que se constituirá Antena 3 y Canal + tendrán un 40% y TV 3 un 20% y señala que “antes el fútbol era un monopolio y ahora hay un acuerdo entre propietarios”, que se trata de “un proyecto integrador y pluralista” y se especifica que se firmaron tres documentos: “uno con el compromiso de creación de una nueva sociedad que agrupe los derechos del fútbol, otro con los principios sobre los estatutos de la sociedad y un tercero por el que se renuncia a las acciones legales emprendidas durante la *guerra del fútbol*”.

El último texto que *El País* publica en diciembre corresponde al día 31 y se titula: *Leguina: “Aznar debe aclarar si su proyecto digital tiene por fin hundir a una empresa”*, con el subtítulo: *El diputado socialista califica el plan del Gobierno de “sectario”*. Esta declaración se repite a lo largo del texto en tres ocasiones y se refiere a impulsar desde el Gobierno la plataforma de Telefónica para hundir a Canal Plus. Además, el diputado socialista habla de los cambios en RTVE con respecto a la plataforma y dice que da la impresión de que “todo es una operación politiquera”. Al final Leguina habla de la privatización de Telefónica y del cambio que se produjo en la dirección tras la llegada de Aznar y dice que “se privatiza para dejar a los amigos de Aznar, eso se llama más que privatizar, apropiación indebida”.

Unos días después, ya en enero de 1997, continuamos encontrando informaciones sobre las reacciones al acuerdo de Nochebuena. En concreto, el día 5 este diario publica en la página 21 una información a cuatro columnas titulada: *El Grupo PRISA rechaza el intento de politizar los acuerdos sobre el fútbol en televisión*. Esta noticia lleva el subtítulo: *Invita a otros operadores de televisión y telefonía a sumarse a Canal Satélite Digital*, y un gráfico con el reparto de los derechos del fútbol. El texto se basa en un comunicado emitido por el grupo Prisa en el que se señala que los acuerdos comerciales “no esconden ningún pacto adicional ni secreto ni público” y que “éste supone la feliz resolución de un contencioso que venía preocupando hace meses a

la afición y la opinión pública española”. Al final se señala que “PRISA y Sogecable se querellarán por calumnias contra quienes gratuita y tendenciosamente les han acusado de la comisión de delitos fiscales o mercantiles”.

El día 14 de enero el titular a cuatro columnas es: *Anguita sólo admite una plataforma digital controlada desde el sector público*, con el subtítulo: *Unió se queja a Pujol de no haber conocido el pacto Antena 3/ TV 3/ Canal +*. Esta información, que aparece recuadrada y con dos fotografías de un módulo de Julio Anguita y Josep Antoni Duran Lleida, está ubicada en la parte superior izquierda de una página par. En la noticia se describe una resolución presentada por IU según la cual la existencia de dos plataformas sólo se explicaría “por motivos políticos-partidarios y de intento de control del mercado de la comunicación por la empresa privada más fuerte” y Anguita considera que el control de la televisión digital por capital privado “es la antesala de una dictadura informativa”. En el texto se afirma que esta resolución se produce “precisamente después de que Julio Anguita se entrevista con José María Aznar” y aunque se señala que “es verdad que Izquierda Unida ha defendido siempre una plataforma que tuviera el control público”. Por otro lado, las declaraciones de Durán Lleida se basan en una entrevista concedida por el líder de Unió al diario ABC.

Dos días más tarde, el 16 de enero, este diario publica una información breve recuadrada en la parte superior de una página impar y titulada: *El consejo de TV 3 aprueba el acuerdo sobre los derechos del fútbol*. En el texto se concreta que “los únicos que votaron en contra del acuerdo fueron los dos consejeros del Partido Popular”. Un día después de esta información, aparece en *El País* una noticia titulada: *Telefónica cambio su estrategia publicitaria tras el acuerdo entre Canal + y A-3*. Esta información ocupa la columna derecha y en ella se explica que la compañía de telefonía ha dedicado desde el día 1 de enero 20 páginas de publicidad a *El Mundo* y siete a *El País*, a pesar de ser el diario más difundido. Esta información ya se había publicado el día 15, pero es en esta columna cuando este diario denuncia el motivo: “Telefónica ha dado tres veces más anuncios a un diario de menor tirada que a EL PAÍS, tras firmar PRISA el acuerdo con Antena 3 y TV 3 sobre el fútbol”.

El día 20 de enero, el diario *El País* reproduce el artículo que Pedro J. Ramírez publica un día antes en su diario sobre Polanco y lo presenta explicando la relación del director de *El Mundo* con el Gobierno “se distingue por ser uno de los periodistas más cercanos al presidente del Gobierno (...) fue el primer reportero que entró en La Moncloa de la mano de Aznar y es frecuente compañero de éste en el juego de pádel”. Sobre el artículo que se reproduce se dice “estamos seguros que los lectores de EL PAÍS agradecerán que pongamos en su conocimiento esta joya del *nuevo periodismo* que se practica en la capital de España, representante probable de la nueva política que nos gobierna”³⁷⁶.

³⁷⁶ Véase ANEXO: Documento 29.

Una de las informaciones más destacadas publicadas por *El País* en enero de 1997 corresponde al día 23 cuando a cuatro columnas y recuadrada se titula: *Telefónica descarta la entrada de Antena 3 Televisión en su plataforma digital*. En el subtítulo se especifica: *Ninguna cadena privada española participa en el plan promovido por el Gobierno*. Esta información que ocupa más de la mitad de la página lleva una fotografía de 3x2 módulos de Villalonga. En el texto se explica que tras el descarte de Antena 3 esta plataforma “estaría formada sólo por canales de gestión pública (RTVE y algunos autonómicos) y socios extranjeros, además de la propia Compañía Telefónica”. En la parte final se cuenta que Telemadrid aprobó el día anterior su integración en esta plataforma, al igual que había hecho Televisión de Galicia y Canal 9.

Ese mismo día, y en la parte inferior de la misma página en la que aparece la anterior información este diario titula: *La Generalitat asegura que TV-3 firmará el acuerdo del fútbol con Sogecable y la cadena de Asensio*. En el texto se recogen los argumentos que justifican esta decisión: “las retransmisiones de fútbol garantizan la audiencia y TV 3 necesita audiencia, sobre todo porque es un instrumento de normalización de la lengua”.

Un día después, el 24 de enero, se dedica de nuevo la columna derecha de una página par con una información titulada: *ETB y Canal 9 estudian entrar en la sociedad del fútbol televisado*. La constitución de esa sociedad tiene lugar varios días después ya que el 28 de enero *El País* publica a cuatro columnas: *Sogecable, A-3 y TV-3 constituyen Audiovisual Sport para gestionar los derechos del fútbol*, y con el subtítulo: *La plataforma de Canal Satélite transmitirá la Liga en ‘pay per view’*. Esta información ocupa más de la mitad de la página, está recuadrada y lleva una fotografía de 2x3 en la que se ve a Asensio y Polanco estrechando la mano. Según el texto esta sociedad queda constituida con un 40% del capital para Gestora de Medios Audiovisuales y otro 40% para Sogecable y el 20% restante para TV-3.

2.2.3. *El Mundo*

Desde el día 26 de diciembre de 1996 hasta el 28 de enero de 1997, *El Mundo* publicó numerosos textos sobre el Pacto de Nochebuena, las reacciones a este acuerdo y sus consecuencias en la televisión digital por satélite. En concreto, durante ese mes, el diario dedicó dieciséis textos informativos, cuatro artículos de opinión firmados, dos editoriales, cinco sueltos o comentarios editorializantes sin firma y tres viñetas que deben analizarse como género de opinión. Además, la mayoría de estas informaciones se trasladaron a la sección de España y en dos ocasiones se destacaron en portada.

Con respecto a la ubicación y extensión de estas informaciones y opiniones, destacamos que más de la mitad se publican en página impar, en total dieciséis de ellas y aunque ese mismo número corresponde a textos que no superan la media página, también llama la atención que en cuatro ocasiones se dedica más de una página a los textos y en otras siete veces los textos

tienen una extensión de tres cuartos de la página, algo que denota la importancia y trascendencia que este diario dio a este tema.

Por último, debemos mencionar que este periódico presenta sin firma cinco informaciones a las que hay que sumar dos más firmadas por EL MUNDO, mientras que los nueve restantes textos informativos pertenecen a diferentes periodistas entre los que destacan Francisco J. López, Mirta Drago o Marisa Cruz con dos noticias cada uno.

En primer lugar, el día 26 de diciembre este asunto merece para *El Mundo* una doble página en la sección de España en la que se publican dos textos. Además, esta información abre la portada del diario en la parte superior izquierda con el título: *Asensio entrega a Polanco el control de la TV digital en un pacto secreto*, y el subtítulo: *A cambio de unificar los derechos del fútbol en una sociedad presidida por él, Asensio acepta cederlos a una nueva plataforma en la que Polanco tiene el 85% y en ningún caso bajará del 50%*. A ello hay que añadirle el antetítulo: *La crisis de Nochebuena / El Gobierno se siente engañado por A3*. En la portada se explica que el acuerdo es para la constitución de dos sociedades: “una de ellas la propietaria de los derechos para la retransmisión de los partidos de fútbol” y además, “han constituido en secreto otra sociedad que será la plataforma digital alternativa a la fundada bajo el liderazgo de Telefónica”.

En la portada se indica que esa información del día 26 continúa en la página 6, donde el titular a cinco columnas es: *Asensio pacta con Polanco la creación de una TV digital alternativa a la pilotada por Telefónica*, completado con el siguiente antetítulo con varios flashes informativos: *El acuerdo es considerado hostil por parte del Gobierno – El dueño de Antena 3 presidirá la sociedad propietaria de los derechos del fútbol – Polanco tendrá el control de la nueva plataforma digital – Pujol ha dado su visto bueno*, y el subtítulo: *El grupo Televisa ofreció 26.000 millones al presidente de A-3 como plusvalía por el fútbol (156,26 millones de euros)*. Este texto ocupa las cinco columnas de la página 6 y la columna izquierda de la página 7 y se acompaña de una fotografía, en el centro de la página par, de todos los firmantes del proyecto digital impulsado por Telefónica. Además, hay un despiece titulado: *Antena 3: de plataforma en plataforma*, en el que se explican los cambios de Antonio Asensio, participando primero en la plataforma impulsada por Telefónica con un 17% y firmando después un acuerdo con Canal + que según el comunicado emitido permitirá “realizar una explotación ordenada y racional de los derechos audiovisuales del fútbol”³⁷⁷.

En el texto de la página 6 se hacen referencias al acuerdo como: “la guerra por el control de los medios de comunicación vivió el pasado día de Nochebuena una jornada histórica”, “llegaron a un acuerdo que pone fin a más de diez años de hostilidades y cuyo gran perdedor es, sin duda, el Gobierno”, “el hombre que hizo tambalear con su audacia la hegemonía de Polanco, acaba de rubricar un pacto que supone, en la práctica, cederle el poder a su tradicional enemigo”,

³⁷⁷ Véase ANEXO: documentos 30, 31 y 32.

“una silenciosa carrera contra el reloj en la que sus protagonistas han jugado hábilmente con el factor sorpresa”. Además, en el texto se explica que Antena 3 atraviesa una difícil situación financiera que mejora con este acuerdo: “Asensio necesitaba al menos 15.000 millones (unos 90 millones de euros) antes del 31 de diciembre de este año y ya los tiene. Bien es cierto que a cambio de una cesión de poder casi absoluta a su competidor”, “consigue eludir su dramática situación financiera”.

Con respecto a la reacción del Gobierno y a las consecuencias de este acuerdo, el texto señala: “el Gobierno ha quedado en evidencia ya que la plataforma digital pilotada por Telefónica se queda ahora sin su principal activo”, la reacción “no pudo ser más airada”, “se habló de “traición” y algún alto cargo del Gobierno llegó a calificar a Asensio de *ganster*”. En el texto se afirma que “la clave (de este acuerdo) la tiene el presidente de la Generalitat quien tiene a uno de los militantes más prestigiosos de CiU, Miquel Roca, como asesor jurídico de Antonio Asensio”. En cuanto a la plataforma de Telefónica se afirma que tenía “respaldo político indudable” y que “era como si el pacto de gobernabilidad de PP/CiU se hubiera trasladado a los medios de comunicación”, “el Gobierno pretendía abrir el mundo de los medios y restarle poder al dueño de Prisa”. Casi al final se asegura que Prisa contó con la “inestimable colaboración del PSOE” y que “jugar contra el Grupo Prisa sigue siendo peligroso en este país”.

En el otro texto del día 26, que ocupa las cuatro columnas restantes de la página 7 se describen las acusaciones y querellas entre Asensio y Polanco desde 1995 que han sido apoyadas y difundidas parcialmente por los medios de comunicación que cada uno tienen, el grupo Zeta y el grupo Prisa. El texto se titula: *Prisa vs. Antena 3, Antena 3 vs. Prisa* y lleva el subtítulo: *Antonio Asensio llegó a acusar a Jesús de Polanco de ‘prostituir la democracia’*.

Un día después, el 27 de diciembre, el diario *El Mundo* publica de nuevo dos textos informativos. El principal de ellos vuelve a abrir la sección de España y se titula: *El PSOE aplaude el pacto entre Polanco y Asensio porque pone en evidencia el “fracaso del Gobierno”*, y lleva como subtítulo: *RTVE se replanteará su participación en la plataforma pilotada por Telefónica*. El texto se acompaña de una fotografía en la que aparece Aznar y Ridruejo y al fondo Miguel Ángel Rodríguez con Sáenz de Buruaga y un despiece titulado: *Una sola plataforma*, en la que se recogen declaraciones sobre la conveniencia de un único proyecto digital. En el texto se describen las reacciones que ha provocado el acuerdo sobre el fútbol: “El PSOE aplaudió el acuerdo”, “RTVE reconoció que le ha pillado fuera de juego y que se replanteará su estrategia”, “Tele 5 insistió en que no participará en una empresa de TV digital con un socio que ostente una posición dominante”, “hubo silencios muy significativos (Telefónica y las cadenas autonómicas)”. Además se resalta que el Gobierno “tiene intención de utilizar todos los resortes legales para impedir un acuerdo, que se ha gestado sin tener en cuenta a gran parte de la industria audiovisual española” y las declaraciones de un diputado socialista en contra del Gobierno y del diario: “Da la impresión de que la plataforma del

Gobierno se está yendo a hacer puñetas y por eso, EL MUNDO está como un niño enrabiado”.

Además, en la columna derecha de esta página 7 hay otro texto titulado: *Acuerdo del fútbol ¿hay prácticas monopolísticas?*, en el que se afirma que el Gobierno estudiará si hay monopolio y comprobará “si con este pacto se podría llegar a adulterar la competición” y también señala que “accionistas de Antena 3 han mostrado su desacuerdo con la política seguida por Antonio Asensio”. Estos dos textos se agrupan con varios flashes informativos como antetítulo de las dos noticias: *Ridruejo envió ayer una carta al presidente de Antena 3, recordándole que debe cumplir los compromisos que firmó el pasado 28 de noviembre – El Ejecutivo entiende que el pluralismo informativo corre peligro con el “pacto de Nochebuena”*.

Ese mismo día, el 27 de diciembre, se publican dos textos de opinión y una viñeta. El primero de estos artículos aparece en la página 3, sin firma, y se titula: *La crisis de Nochebuena: Dramatis personae*, y en él se describen a los protagonistas de este acuerdo. De Jesús Polanco se dice que es “el máximo beneficiario de la crisis”, “el destinatario predilecto de los favores del felipismo que no ha perdido enteros con Aznar”; de Antonio Asensio se afirma “que ha deshonrado todos los compromisos que asumió”, “su imagen ha quedado por los suelos” y que debería “tratar de desmentir (...) que su viraje responde más a motivaciones de lucro personal que al interés de Antena 3”; Emilio Azcárraga “intentó hasta el último momento frustrar el pacto Polanco-Asensio” para “entrar por la puerta grande en el mercado español y venderle un favor al Gobierno de Aznar”; de Juan Villalonga se afirma que “es el más sólido impulsor de la plataforma digital”; de Felipe González que “quería que la batalla la ganara su amigo Polanco, y está contentísimo de que las cosas apunten en esa dirección”; y de José María Aznar que “debe decidir: o se resigna y se rinde o acepta el reto y combate. Le va todo en ello”.

Debajo de este texto de opinión hay una viñeta de Idígoras y Pachi en la que se representan a Polanco y Asensio. El primero dice: “... y luego compraremos todos los periódicos, más tarde nos haremos con la FIFA, después compraremos la Nasa...” a lo que Asensio advierte: “¡cuidado! Acuérdate del cuento de La lechera”. Polanco responde: “Tranquilo. Ya he comprado los derechos de ese cuento”.

El segundo texto de opinión del día 27 se ubica en la sección de España, en la página 14 y está firmado por Aurora Pavón bajo el título: *El gran “tocomocho”*, en referencia al acuerdo sobre el fútbol y afirma que este pacto está dirigido “contra la Plataforma Digital que pilotaba el Gobierno de Aznar desde el puente de mando de Telefónica y RTVE”. En el texto se habla de “el gran tinglado audiovisual y financiero que formaba el cinturón cultural e informativo del inexpugnable régimen burocrático de González” y al final se recuerda a Aznar que “el Gobierno está en deuda con el pueblo español que le votó. Y esa deuda sólo se paga con la regeneración y camino del enfrentamiento con el felipismo en campo abierto (informativo, político, judicial y electoral) que, tarde o temprano, llegará como era de esperar”.

El día 28 de diciembre este acuerdo merece para este diario el editorial con el título: *El fútbol, en peligro* en el que se asegura que el pacto “además de las graves consecuencias mediáticas y políticas” tendrá “serias repercusiones” sobre el fútbol ya que “el fútbol es sobre todo un negocio” cuyas bases están en “los beneficios aportados por las retransmisiones televisivas”. El editorial se pregunta qué efectos tendrá que haya un monopolio de demanda y describe algunos de ellos. Este periódico supone que uno de los efectos será “una rebaja sustancial del dinero que las televisiones están pagando para obtener la exclusiva de imagen” lo que puede significar “el fin del espejismo de la *Liga de las estrellas*”. Además augura que es muy negativo que la economía de todos los clubes pase a depender de un único consorcio televisivo por lo que cree que “el Consejo Superior de Deportes debe estudiar a fondo cómo evitar que la competición futbolística se vea falseada en función de intereses espurios”³⁷⁸.

Además del anterior editorial, el día 28 *El Mundo* publica una noticia con la que abre la sección de España y otro texto de opinión sin firma. La información ocupa cuatro columnas y se titula: *El Gobierno asegura que la TV digital pilotada por Telefónica “no está rota”*, y en el subtítulo: *Rodríguez: “Estamos limpios de corrupción”*. Esta información lleva una fotografía de 3x2 módulos de Miguel Ángel Rodríguez y un despiece titulado: *El PP cree que al PSOE le importa “un bledo” RTVE*. En el texto se repite la idea del titular en palabras de Miguel Ángel Rodríguez afirmando que el proyecto “no está roto” y “sigue adelante”. Después, se repasan los ocho meses del Gobierno popular y tras ello se vuelve al tema de la plataforma digital mediante declaraciones de Rodríguez que “no tiene constancia alguna” de que Asensio vaya a abandonar la plataforma de Telefónica y “restó importancia” al acuerdo entre Canal +, Antena 3 y TV 3 porque “los partidos del fútbol son sólo un contenido más”. Por otro lado, en la columna derecha, al lado de la información anterior, se incluye una noticia sobre un encuentro entre Aznar y Pujol y al final del texto se hace referencia al proyecto de poner en marcha en España la televisión digital afirmando que “fuentes de La Moncloa aseguraron que el presidente de la Generalitat garantizó al jefe del Ejecutivo no haber tenido ninguna influencia en la decisión de Antena 3 y TV 3 de suscribir un pacto con Canal Plus”.

El suelto de opinión, sin firma, que se publica el mismo día 28, se titula: *Aznar, Pujol y la TV (digital) de fondo*. En este texto se habla del encuentro entre los dos políticos y se señala que “los periodistas que fueron a cubrir la rueda de prensa se llevaron una sorpresa cuando Miguel Ángel Rodríguez, sin darse por enterado del acuerdo Polanco-Asensio afirmó que el proyecto de televisión digital firmado por A3 con Telefónica, RTVE y Televisa “no está roto”.

Un día después, el 29 de diciembre, este acuerdo vuelve a ocupar la portada de *El Mundo* y anuncia a dos columnas en la parte superior izquierda: *El Gobierno planta cara al pacto secreto de Asensio y Polanco auspiciado por el PSOE*. En la misma portada se especifica más en el antetítulo: *Las autonómicas del PP no se sumarán al pacto*, y en subtítulo: *Telefónica emplaza a A-3 y TV 3 a cumplir sus compromisos con la plataforma digital – Invita a Canal plus y Tele 5*

³⁷⁸ Véase ANEXO: Documento 33.

a sumarse a un proyecto en el que nadie tenga una posición dominante. Esta información remite a la página 7, en la sección de España, donde hay otros dos textos informativos. El principal es a cuatro columnas y se titula de manera similar a la portada: *El Gobierno planta cara al pacto alcanzado por Antena 3 y Canal Plus sobre la televisión digital*, con el subtítulo: *Telefónica confirma que se sigue adelante y recuerda a los socios sus compromisos*. En el texto se desarrolla la iniciativa de PP para evitar que las cadenas autonómicas que se encuentran bajo gobiernos populares acepten las ofertas de Antena 3 y Canal Plus y el comunicado de Telefónica en el que anuncia que sigue adelante con su proyecto digital. El texto se acompaña con una fotografía de Villalonga, Asensio y Ridruejo durante la firma de creación de esta plataforma y con un despiece titulado: *Xavier Trias, a favor de una sola plataforma*.

En la columna derecha de esa misma página aparece el otro texto informativo titulado: *Antena 3 dice que quiere llegar a un acuerdo con RTVE*, en el que se recogen declaraciones de Manuel Campo Vidal en las que asegura que el acuerdo con Canal Plus “es estrictamente empresarial, sin ninguna intencionalidad política y sin cláusulas secretas”. Los dos textos de esta página 7 se engloban en la misma temática mediante un antetítulo compuesto por varios flashes informativos a cinco columnas: *La televisión controlada por Antonio Asensio asegura que su acuerdo con Polanco es estrictamente empresarial y no tiene intencionalidad política – Las televisiones de autonomías gobernadas por el PP se mantendrán en la plataforma digital*.

También el día 29 de diciembre, *El Mundo* publica en su suplemento *Crónica* un reportaje a dos páginas sobre este tema encabezado por: *Aznar pudo contribuir a hundir a Asensio, pero su apoyo le permitió seguir al frente de Antena 3*. En este reportaje hay tres fotografías: una de una retransmisión deportiva, otra de Polanco y Asensio y la última de todos los firmantes de la plataforma impulsada por Telefónica, y dos despieces sobre la situación del fútbol en las televisiones europeas titulados: *El fracaso holandés*, y *Luces y sombras en Europa*.

A lo largo de la doble página se describe el acuerdo y la relación entre Asensio y Aznar y entre Asensio y Polanco. Algunas de las referencias a este acuerdo son: “Asensio se había pasado a última hora “al enemigo”, “de un plumazo, o de una estocada (...) Asensio desmontaba la piedra maestra en la estrategia de comunicación trazada por Aznar tras ganar las elecciones: crear un contrapeso frente a la primacía informativa del grupo Prisa”. En torno a la relación entre Aznar y Asensio se afirma que “gracias al amparo de Aznar, Asensio ha sorteado una carrera de obstáculos durante este último medio año” y sobre la de Polanco y Asensio se dice que “la batalla entre Antena 3 y Prisa hasta el acuerdo del pasado martes, ha sido antológica. Los abogados de ambos grupos han estado sobrados de trabajo”. Al final, se compara esta situación con una película: “En este “remake” español de *El Golpe II* el papel secundario lo ha interpretado como siempre, el mejor actor en la sombra, un catalán, Pujol”.

Al día siguiente, el 30 de diciembre, el diario *El Mundo* continúa vertiendo opinión en sus páginas sobre este acuerdo a través de un texto y dos viñetas. El texto se ubica en las páginas

2 y 3 y recoge veinte preguntas y sus respuestas sobre el pacto firmado entre Canal +, Antena 3 y TV 3 bajo el título: *20 claves para entender el trasfondo de la "crisis de Nochebuena"*. De todas ellas pueden resaltarse la número 3 que pregunta: "¿Por qué se siente el Gobierno engañado por Asensio?" a lo que se responde "El Gobierno considera un insulto que Asensio diga ahora que sólo ha tenido en cuenta la "lógica empresarial" cuando durante meses sus argumentos fueron abiertamente políticos". En la clave 5 se afirma que Asensio ha cambiado de bando porque tiene "un concepto de la palabra dada y de los compromisos adquiridos distinto al del común de los mortales" y señala que "su principal objetivo es seguir acumulando una gran fortuna personal"³⁷⁹. En cuanto a los beneficios de Polanco con este acuerdo se afirma que "no sólo salvar, sino ampliar y blindar para siempre el gran negocio de la televisión de pago, que de forma monopolista le otorgó el Gobierno de González". Como consecuencias para la vida política se señala que "a corto plazo, el prestigio y el principio de autoridad del Gobierno de Aznar quedarán por los suelos y su ridiculización neutralizará en gran medida la mejora de la situación económica" y que deberá "recurrir a la legislación anti monopolio vigente para impedir que se consolide su dominio (de Polanco) absoluto en el mercado audiovisual". Y en último lugar se asegura que "hacía tiempo que el futuro de la democracia española no estaba en juego en un envite tan concreto".

Las dos viñetas aparecen en la parte inferior de las dos páginas que recogen el artículo anterior. En la primera, perteneciente a Gallego & Rey, se ven dos ladrones caricaturizando a Pujol y González mirando un plano en el que se lee "Plataforma Telefónica" y "Pluralismo informativo". Pujol pregunta: "¿Usamos palanca?" y González afirma: "¡Mejor Polanco!". La segunda viñeta de Ricardo y Nacho presenta una pareja mirando una nevada a través de la ventana y el hombre dice: "Con todos estos líos de la tele digital, de Asensio, Polanco, Canal Plus... ya no sé si está nevando o es que España está codificada".

El día 30 también se publica un texto informativo en la página 9 titulado: *Aznar advierte que los acuerdos de la TV digital "están para cumplirse"*, con el antetítulo: *Claro mensaje a Antonio Asensio y TV 3*, y el subtítulo: *Aparca peticiones económicas de Pujol para el 97*. En esta información que ocupa cuatro columnas y seis módulos, lleva una fotografía de 4x2 de Aznar saludando a un joven discapacitado. En el texto se recogen declaraciones del presidente del Gobierno en su viaje a Guatemala en las que confirma "su decisión de mantener el pulso en defensa del proyecto suscrito el pasado 28 de noviembre" porque defiende "los intereses de todos los españoles" y apuntó "la decisión del Ejecutivo de examinar con todo detalle los términos del pacto".

El último día del mes, este diario publica en la página 27 con el cintillo de "Comunicación", una información que ocupa las dos columnas de la izquierda bajo el titular: *El entramado empresarial de Asensio y Antena 3*, y el subtítulo: *Sociedades tuyas hacen negocio con la*

³⁷⁹ Véase ANEXO: documentos 34 y 35.

cadena. El texto se basa en una información de la revista *Época* y detalla las empresas y las actividades que desarrollan, sobre todo la compra de derechos de películas y programas y las producciones de televisión.

El primer texto que publica este diario en 1997 corresponde al 2 de enero y se incluye en el espacio de Cartas al director. Se trata de una carta firmada por Antonio Asensio Pizarro, presidente de Antena 3 Televisión, en respuesta a la información que publicó *El Mundo* el día 30 de diciembre bajo el titular: *20 claves para entender el trasfondo de la Crisis de Nochebuena*. Esta carta la titula el diario: *Asensio desmiente que su empresa se lucrara a costa de Antena 3*, y en ella su autor señala que el texto publicado por el diario era “un auténtico decálogo para la acción del Gobierno” y que se ha visto “obligado a puntualizar algunos extremos” que “afectan muy directamente a mi honorabilidad”. El autor niega que los derechos de fútbol que él poseía se “hayan valorado en 20 mil millones” y señala también que “es mucho menos cierto que tal cantidad sea una compensación personal que se pague, en parte, en dinero negro”. Con respecto a sus empresas afirma están “creadas legalmente”, “que no son empresas patrimoniales” y que “ni mucho menos obligo a Antena 3 Televisión a que contrate con ellas”. Al final, Asensio señala que se reserva el derecho a ejercer acciones legales.

El día 5 de enero este diario publica un texto informativo y otro de opinión. El primero, en la página 34 de la sección de Sociedad y titulado a cuatro columnas: *Polanco anuncia públicamente que pretende controlar la televisión de pago en España*. Esta información se completa con el antetítulo: *Afirma en un comunicado que “los intentos de politización del hecho están fuera de lugar”*, y el subtítulo: *Propone crear una sociedad en la que él tenga un 50% como mínimo*. Esta noticia que ocupa más de la mitad superior de la página lleva una fotografía de Asensio y Polanco. En el texto se desarrolla un comunicado emitido por Polanco sobre el acuerdo por los derechos del fútbol. El diario señala que en “su punto quinto se afirma que “no existe ningún pacto adicional”” aunque explican que “en el punto anterior se afirma que, en el momento de firmar el contrato TV de Catalunya y TV 3 recibieron una opción cerrada para integrarse, si lo desean en Canal Satélite Digital”³⁸⁰.

El comentario de opinión, que no está firmado, se refiere a la información que se ha descrito anteriormente y se titula: *El gran Polanco juega a rey de los liliputienses*. En este texto se cree que con el comunicado “Polanco se acaba de quitar la careta: lo que quiere es el control de la televisión de pago” y considera que “Polanco tiene el descaro de pedir que no se politice su oferta, olvidando que Canal Plus existe gracias a una arbitraria decisión política y que González dijo que haría todo lo posible para cargarse la plataforma de Telefónica, de carácter mucho más igualitario y pluralista”. Además, se señala que Polanco “pone en jaque” los intereses generales “al utilizar el fútbol al servicio de su enriquecimiento personal” por lo que se afirma que “se cree Gulliver en el país de los enanos”.

³⁸⁰ Véase ANEXO: Documento 36.

El día 7 de enero se publica un editorial titulado: *Lo que está en juego en la televisión de pago*, y que empieza señalando que “hoy comienza de hecho el año político tras unas vacaciones que se iniciaron con el acuerdo de Nochebuena entre Polanco y Asensio”. Sobre este acuerdo este diario cree que es “un pacto que va a poner a prueba la fortaleza y la capacidad de reacción del Gobierno, que no puede consentir que se utilice los derechos de retransmisión del fútbol para crear un monopolio en la televisión de pago” y con el que “Prisa enmascara su pretensión monopolista en un acuerdo que pretende sustentar en la lógica comercial”. Además, se afirma que Polanco “va a utilizar los derechos del fútbol por televisión para aumentar su poder y reforzar a los otros medios que controla. En suma, va a convertir el fútbol en un juguete a su servicio con todos los riesgos que ello comporta” y “que no sólo obtiene los derechos del fútbol sino que se propone comercializarlos en exclusiva”. Con respecto a las dos plataformas, el editorial define a la de Telefónica como “una iniciativa de carácter abierto y pluralista” mientras que en la de Prisa se destaca que “controlará el 50% de la futura empresa”. Al final del editorial, este diario se pregunta “¿Aceptaré Aznar la política de hechos consumados o aplicará los criterios de cumplimiento de lo pactado, legalidad y respeto a los intereses generales?” y afirma que “en cualquier caso, el compromiso entre Polanco y Asensio supone una prueba de fuego para el Ejecutivo, que se juega en su respuesta la credibilidad y el respeto”³⁸¹.

Dos días después, el 9 de enero, este diario vuelve a publicar una información y un texto de opinión sin firma. El texto informativo ocupa la parte inferior de una página par en la sección de Sociedad y se titula a cuatro columnas: *Campo Vidal reconoce ahora que cedió el fútbol en exclusiva a Polanco*, y con el antetítulo: *Los socios de la plataforma digital de Telefónica afirman que constituirán la sociedad antes 31 de enero*. En el texto se resalta que con las declaraciones de Campo Vidal se confirma que “sí existían otras condiciones pactadas con el grupo de Jesús Polanco” algo que él mismo “declaró hace unas semanas que era falso”. Además, se señala que “fuentes jurídicas consultadas por este periódico advertían de que la concentración de los derechos de fútbol en una sociedad (...) supondría una transgresión de la ley sobre competencia”.

Sobre este último aspecto se centra el artículo de opinión titulado: *El pacto Asensio- Polanco y el Derecho a la Competencia*, donde el diario se pregunta si la opción de exclusividad “¿no entra ello en la categoría de acuerdo secreto, al ir mucho más allá de lo anunciado el 24 de diciembre?”, se señala que este acuerdo constituye una “traición al espíritu del documento fundacional de la plataforma” de Telefónica y afirma que se produce una situación de “doble monopolio: el de los derechos del fútbol y el de su comercialización por la TV de pago”.

La vulneración de las leyes sobre competencia sigue siendo el tema el día después, cuando *El Mundo* publica un texto informativo que ocupa cuatro columnas en la parte izquierda de la página 28 y que se titula: *El acuerdo entre Polanco y Asensio sobre el fútbol infringe las*

³⁸¹ Véase ANEXO: Documento 37.

normas de la competencia. Este texto lleva el antetítulo: *El Tribunal de Defensa de la Competencia ya condenó el monopolio en las retransmisiones*, y el subtítulo: *Varias cadenas, sancionadas en 1993 por prácticas anticompetitivas*. Esta noticia se acompaña de la misma fotografía que aparecía el día 5 de enero de Polanco y Asensio y un despiece titulado: *Los usuarios, contra el monopolio y el pago*. En la información principal se explica que “ya existe una resolución del Tribunal de Defensa de la Competencia, de junio de 1993 en el que se establecen las reglas de la competencia aplicadas a ese mercado: el de las retransmisiones televisivas de fútbol” y que esta resolución “revolotea como una espada de Damocles sobre el nuevo cartel del fútbol televisado”.

El día 15 de enero este diario publica tres noticias, todas en la página 14 de la sección España. La más importante ocupa las cuatro columnas izquierdas bajo el titular: *El pacto de TV 3 con Canal Plus y Antena 3 abre una brecha en CiU*, y con el subtítulo: *La televisión catalana acuerda crear una sociedad para explotar los derechos del fútbol y apoya una plataforma digital única*. En el texto, que se acompaña de una fotografía de una reunión de CiU y un despiece titulado: *De grandes: “Para cuadrillas, las del PSOE”*, se explica que mientras que Convergencia considera “positiva la participación de la televisión autonómica en las dos plataformas”, Unió “rechazaba el acuerdo”. Al final del texto se señala que “el presidente catalán no fue informado del verdadero alcance de la dimensión política y económica del pacto por los derechos del fútbol” y que “a pesar de ello, y de comprender la indignación que ha provocado su decisión en el Gobierno del PP, las posibilidades de que dé marcha atrás son muy remotas”. Esta información se completaba con los otros dos textos ubicados en la columna derecha, uno en la mitad superior y otro en la mitad inferior. El primer texto se titulaba: *IU presentará una propuesta contra la concentración*, y en él se explicaba que la proposición de este grupo se dirigía “contra la concentración empresarial en el sector de los medios de comunicación” y “busca adaptar a España los límites accionariales existentes ya en otros países europeos”. Además, se señala que IU aprobó “por unanimidad una resolución en defensa del diálogo en el sector con el fin de que se constituya una única Plataforma de Televisión Digital”. Por último, el segundo texto del día 15 aparece en la mitad inferior de la columna derecha y se titula: *El PNV apoya una plataforma digital única y sin mayorías*. En el texto se recogen las declaraciones de Joxé Jon González de Txábarri, portavoz del PNV en la Comisión Parlamentaria de RTVE quien afirma que “actualmente en el Consejo de Administración de RTVE, el PSOE es la única fuerza que lleva el paso cambiado”.

El día 19 de enero se publica un artículo de opinión firmado por Pedro J. Ramírez en la sección: “Cartas del director” bajo el titular: *Polanco*. Este texto que ocupa la página 3 y una columna de la 4 se acompaña de una gran imagen de Jesús de Polanco³⁸². En este texto, Pedro J. Ramírez afirma sobre el presidente de Prisa: “es un poder fáctico uninominal”,

³⁸² Este es el artículo que *El País* reprodujo de forma literal el día 20 de enero de 1997 y que consideraba “de intención abiertamente denigratoria”.

“políticos de todos los pelajes le bailan el agua sabedores de lo mucho que sus favores, inquinas o meros desdenes pueden influir”, “lo que hace de Polanco un personaje profundamente nefasto para la sociedad española es su tozuda determinación de proteger y preservar el felipismo frente a cualquier evidencia sobre sus horrores y desmanes de toda índole”, “todos los tentáculos de su imperio comunicativo al servicio del enmascaramiento de la infamia”, “ha logrado que media España crea – o finja creer – que José María Aznar es un oportunista mediocre”, “tras el golpe de mano del día de Nochebuena las cosas han llegado a tal extremo que el mundo del dinero (...) empieza a ver en Polanco el único fielato verosímil a través del que encauzar su relación con la política”. Este comentario finaliza: “lo tremendo para quienes anhelamos que la nueva situación política sirva para pasar de una España en la que hay mucho poder en pocas manos a una España en la que haya algo de poder en el mayor número posible de manos, es que basta mencionar tres sílabas para constatar – y nunca mejor dicho – que, por ahora, vamos perdiendo por goleada”.

Dos días después, el 21 de enero, *El Mundo* publica una información titulada a cuatro columnas: *Asensio se dispone a vender al Grupo Prisa una de las empresas paralelas de Antena 3*, y completada con el antetítulo: *Retrasada la firma de la compañía que explotará el fútbol por dificultades de TV 3*, y el subtítulo: *La sociedad, Cable Antena, emite cinco canales en pruebas con Telefónica*. Esta noticia ocupa algo más de la mitad de la página, está recuadrada y lleva dos fotografías de un módulo de Polanco y Asensio. En el texto se explica que la compra de Cable Antena por parte de Prisa forma parte de los acuerdos de Nochebuena que aún no se han hecho efectivos y con ello, se afirma que “la parte oculta de los pactos alcanzados entre Jesús de Polanco y Antonio Asensio para compartir los derechos del fútbol va saliendo poco a poco a la luz”.

Al día siguiente, este diario dedica sus tres columnas centrales en la página 28 a una información titulada: *Álvarez de Toledo dimite como directora de “El primer café” de A-3*, y se especifica en el subtítulo: *Cree que el pacto Asensio- Polanco afecta a la línea informativa de la TV*, y en el antetítulo que: *Miguel Ángel Aguilar, apartado de Tele 5, ha sido fichado por el programa*. Además de desarrollar los detalles del titular, al final del texto se añade “este periódico ha podido saber que, tras el pacto con Polanco, los directivos de Antena 3 tienen previsto invitar al programa del próximo viernes al consejero delegado del Grupo Prisa, Juan Luis Cebrián”.

Por último, *El Mundo* publica dos textos más de este bloque temático el día 28 de enero: uno informativo y otro de opinión. El primero ocupa las cinco columnas y más de la mitad de la página 10 de la sección de España con el encabezamiento: “Polémica por la plataforma digital”. Esta información se titula: *Antena 3, Canal Plus y TV 3 explotarán los derechos del fútbol*, y el subtítulo: *Campo Vidal presidirán la sociedad constituida ayer, que garantiza a los clubes sus ingresos*. Esta noticia está acompañada de una fotografía de Asensio y Polanco estrechando sus manos de la que debe destacarse que pertenece a Sogecable. En el texto se explica el

accionariado de la empresa Audiovisual Sport (40% para Sogecable y Antena 3 y 20% restante para TV 3) y se describen las relaciones entre Antena 3 y Prisa hasta llegar al Pacto de Nochebuena.

El artículo de opinión firmado por Aurora Pavón aparece en la página siguiente, la 11, bajo el título: *El fútbol contra la afición*, y en él su autora define la constitución de la empresa Audiovisual Sport como: “ambos magnates firmaron el monocontrol del fútbol y se abrazaron ante las cámaras de televisión. Asensio recogió el dinero, las treinta monedas de plata de su traición al Gobierno y a la Plataforma Digital, y Polanco, cerrando el puñito y levantando el pulgar en señal de victoria, se llevó a la casa común que mantiene con González, el control del deporte rey español” y sobre los espectadores que quieran ver el fútbol dice: “le paguen la entrada a él (Polanco), el recaudador”, “deben contratar su plataforma digital, el Canal Satélite del PSOE, y además pagar la parabólica y el descodificador privado no homologable (si el Gobierno no dice lo contrario)”. Además, señala que “quien suscriba la televisión de pago de Polanco será como si se hiciera militante del PSOE. O como si el PSOE fuera propietario de los derechos televisivos del fútbol” y espera que no se queden en palabras las promesas “de lucha antimonopolio, de defensa de los intereses generales, de pluralismo” del PP.

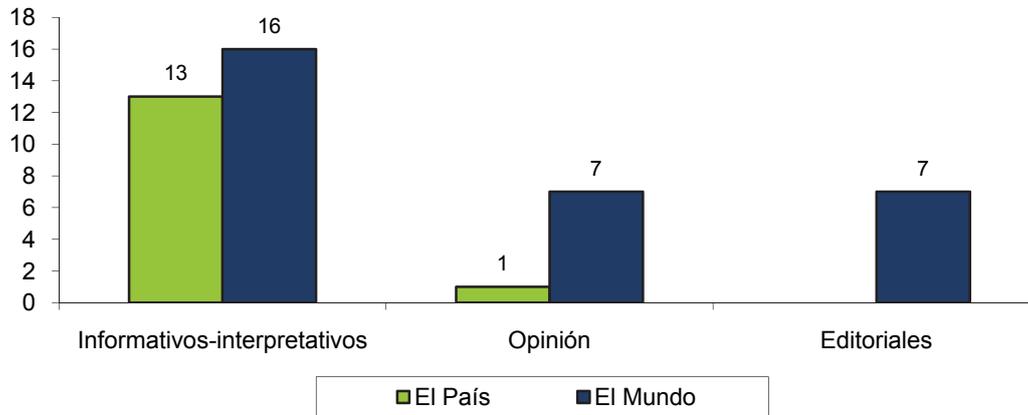
2.2.4. *El País* vs. *El Mundo*

Por lo que respecta a este segundo hito, observamos diferencias formales y de contenido en el tratamiento que aplican ambos diarios y que se evidencian tanto en el número de textos publicados, en los géneros utilizados, la ubicación y extensión de los mismos, como por supuesto en la óptica desde la que analizan los hechos ocurridos. A continuación, en las siguientes tablas y gráficos se recoge las principales diferencias cuantitativas y formales que presentan ambos medios.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	13	16
Opinión	1	7
Editoriales	-	7
Total	14	30

Tabla 12

Gráfico 3. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	1	3
Sociedad	2	1
Comunicación	11	5
España	-	9
Economía	-	-
Opinión	1	14
Suplementos	-	1
Total (sin contar portada)	14	30

Tabla 13

Como puede observarse, *El Mundo* no sólo publicó el doble de textos sobre el Pacto de Nochebuena, sino que además le otorgó mucha más importancia a los géneros de opinión a través de los cuales se posicionó sobre esta temática, ya que siete de estos textos de opinión fueron editoriales o artículos sin firma que reflejaban la opinión del propio medio.

Además, a diferencia de *El País* que siempre utilizó la sección de Sociedad para informar de este acontecimiento, y en la mayoría de las ocasiones bajo el cintillo de “Comunicación”, en *El Mundo* los textos informativos se reparten entre la sección de España y la de Comunicación, un hecho con el que este diario pone de manifiesto que las repercusiones y consecuencias de este acuerdo tienen también una dimensión política y económica. Además, al llevar estas informaciones a España también destaca la importancia de los hechos narrados.

No obstante, las principales diferencias se observan de nuevo en el contenido, a través del cual ambos diarios informaron desde una perspectiva muy diferente y prácticamente opuesta, influida por las repercusiones que el acuerdo sobre los derechos del fútbol tenía en sus propios intereses y relaciones estructurales.

Mientras que *El País* subraya una y otra vez que se trata de un acuerdo estrictamente empresarial, sin intención política, un proyecto integrador y pluralista entre propietarios de los

derechos del fútbol; *El Mundo* habla de pacto secreto auspiciado por el PSOE mediante el cual se entrega el control de la TV de pago a Polanco, poniendo en peligro el pluralismo informativo.

En este segundo hito analizado observamos de nuevo las críticas directas entre los dos medios. El diario del Grupo Prisa reproduce un artículo de Pedro J. Ramírez y recurre a la ironía para calificarlo como una “joya del nuevo periodismo que se practica en la capital de España, representante probable de la nueva política que nos gobierna”. Por su parte, *El Mundo* vierte todas sus críticas hacia Polanco y esta vez, también a Asensio a quien acusa de traicionar su compromiso y palabra con la plataforma liderada por Telefónica. Es más, este diario llega incluso a citar declaraciones de fuentes imprecisas y vagas para acusar a Antonio Asensio de “gánster”.

Otro hecho destacable es que *El País* se convierte en protagonista de un par de noticias de su propio diario para destacar que “el Grupo Prisa rechaza el intento de politizar los acuerdos sobre el fútbol en televisión” y para dar a conocer intencionadamente el cambio de la estrategia publicitaria de Telefónica tras el acuerdo de Nochebuena, señalando que le ha dado muchas más páginas de publicidad al diario *El Mundo* a pesar de ser ellos el más difundido.

Por su parte, en el periódico dirigido por Pedro J. Ramírez, se contextualizan las informaciones con despieces y destacados en los que se pone en evidencia las diferencias entre Polanco y Asensio durante muchos años y los cambios de decisión del presidente de Antena 3 con respecto a las plataformas, para apuntar, sin datos justificativos, que se trata de un acuerdo por necesidades económicas y para enriquecimiento personal, sin entrar a valorar la pertinencia o no del mismo en términos estrictamente empresariales.

Por último, también hemos observado como *El Mundo* en algunos editoriales intenta definir la línea a seguir por el Ejecutivo y recurre al miedo y la exageración para resaltar los efectos de este acuerdo, afirmando que “pone en jaque los intereses generales” y que “hacía tiempo que el futuro de la democracia española no estaba en juego en un envite tan concreto”.

A continuación, y a modo de resumen, se recoge en la siguiente tabla cómo describieron ambos diarios las principales categorías temáticas y los agentes implicados en el denominado “Pacto de Nochebuena”.

Categorías	El País	El Mundo
Pacto de Nochebuena	“acuerdo para explotar el fútbol en televisión”, “permitirá una explotación ordenada y racional de los derechos audiovisuales del fútbol”, “pone fin a la pugna entre las cadenas”, “estrictamente empresarial, sin intencionalidad política”, “un proyecto integrador y pluralista”, “no tiene que ver con la	“crisis de Nochebuena”, “pacto secreto”, “han constituido en secreto otra sociedad que será la plataforma digital alternativa a la fundada bajo el liderazgo de Telefónica”, “acuerdo considerado hostil por parte del Gobierno”, “pone fin a diez años de hostilidades y cuyo gran perdedor es el Gobierno”, “el

	estructura empresarial”, “antes el fútbol era un monopolio y ahora hay un acuerdo entre propietarios”, “no esconden ningún pacto adicional ni secreto ni público” “éste supone la feliz resolución de un contencioso que venía preocupando hace meses a la afición y a la opinión pública española”	gran tocomochó”, “el pluralismo informativo corre peligro”, “el fútbol en peligro”, “Asensio se había pasado a última hora “al enemigo””, “pacto secreto auspiciado por el PSOE”, “de un plumazo o de una estocada (...) Asensio desmontaba la piedra maestra en la estrategia de comunicación trazada por Aznar”, “hacía tiempo que el futuro de la democracia española no estaba en juego en un envite tan concreto”
Constitución de Audiovisual Sport	“se constituye para gestionar los derechos del fútbol”	“la concentración de los derechos de fútbol en una sociedad supondría una transgresión de la ley sobre competencia”, “ambos magnates firmaron el monocontrol del fútbol”
Antena 3 se une a CSD	“”(como consecuencia) ninguna cadena privada española participa en el plan promovido por el Gobierno”	“Antena 3 de plataforma en plataforma”, “traición al espíritu fundacional de la plataforma de Telefónica”, “Asensio recogía el dinero, las treinta monedas de plata de su traición al Gobierno y a la Plataforma Digital y Polanco (...) se llevó a la casa común que mantiene con González el control del deporte del rey español”
Proyecto de televisión digital de esta compañía	“descarta la entrada de Antena 3 en su plataforma digital”	“la plataforma digital pilotada por Telefónica se queda ahora sin su principal activo”, “defiende los intereses de todos los españoles”, “no está roto”, “sigue adelante”“carácter más igualitario y pluralista”, “iniciativa de carácter abierto y pluralista”
Telefónica	“ha dado tres veces más anuncios a un diario de menor tirada que a EL PAÍS tras firmar el acuerdo con Antena 3 y TV3 sobre el fútbol”	-
Canal Satélite Digital	-	“Canal Satélite del PSOE”, “quien se suscribe a la televisión de pago de Polanco es como si se hiciera militante del PSOE”
Jesús Polanco	-	“jugar contra el Grupo Prisa sigue siendo peligroso en este país”, “el máximo beneficiario de la crisis”, “el destinatario predilecto de los favores del felipismo”, “pone en jaque” los intereses generales”, “va a convertir el fútbol en un juguete a su servicio”, “enmascara su pretensión monopolista en un acuerdo que pretende sustentar en la lógica comercial”, “infringe las normas de la competencia”,

		“pretende controlar la televisión de pago en España”, “rey de los liliputienses”, “se cree el Gulliver en el país de los enanos”, “utiliza el fútbol al servicio de su enriquecimiento personal”
Antonio Asensio	-	“entrega a Polanco el control de la televisión digital”, “el hombre que hizo tambalear con su audacia la hegemonía de Polanco, acaba de rubricar un pacto que supone (...) cederle el poder a su tradicional enemigo”, “a cambio de una cesión de poder casi absoluto (...) consigue eludir su dramática situación financiera”, “algún alto cargo del Gobierno llegó a calificar a Asensio de <i>gánster</i> ”, “ha deshonrado todos los compromisos que asumió”, “su imagen ha quedado por los suelos”, “su viraje responde más a motivaciones de lucro personal que al interés de Antena 3”, “tiene un concepto de la palabra dada y de los compromisos adquiridos distinto al del común de los mortales”
Juan Villalonga	-	“el más sólido impulsor de la plataforma digital”
Gobierno	-	“la reacción no pudo ser más airada”, “pretendía abrir el mundo de los medios y restarle poder al dueño de Prisa”, “tiene intención de utilizar todos los resortes legales para impedir el acuerdo”, “(Aznar) debe decidir: o se resigna y se rinde o acepta el reto y combate. Le va todo en ello”, “no puede consentir que se utilicen los derechos de retransmisión del fútbol para crear un monopolio de la televisión de pago”, “prueba de fuego para el Ejecutivo”, “se juega en su respuesta el credibilidad y el respeto”
PSOE	-	“aplaude el pacto entre Polanco y Asensio porque pone en evidencia el fracaso del Gobierno”, “(declaraciones diputado socialista) la plataforma del Gobierno se está yendo a hacer puñetas y por eso, EL MUNDO está como un niño enrabietado” “(Felipe González) quería que la batalla la ganara su amigo Polanco, y está contentísimo de que las cosas apunten en esa dirección”

Pedro J. Ramírez – <i>El Mundo</i>	“se distingue por ser uno de los periodistas más cercanos al presidente del Gobierno (...) fue el primer reportero que entró en La Moncloa de la mano de Aznar y es frecuente compañero de éste en el juego de pádel”, “esta joya del <i>nuevo periodismo</i> que se practica en la capital de España, representante probable de la nueva política que nos gobierna”	-
---	--	---

Tabla 14

2.3. Constitución de la plataforma Distribuidora de Televisión por Satélite (DTS)

2.3.1. Contextualización

Tras la firma del Pacto de Nochebuena, Antena 3, que el 28 de noviembre de 1996 había firmado el acuerdo para la constitución de la plataforma liderada por Telefónica, se replantea su participación y finalmente opta por la plataforma de televisión digital liderada por Sogecable. Esto implicaba cambios importantes porque, a priori, el proyecto encabezado por Telefónica perdía a uno de sus socios principales y sobre todo, a aquel que contaba con los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol en “pay per view” que se consideraba uno de los contenidos fundamentales para la futura televisión de pago.

2.3.2. *El País*

Este diario publica un total de doce textos sobre la constitución de la plataforma Distribuidora de Televisión por Satélite, liderada por Telefónica, entre el 7 y el 31 de enero de 1997, un día después de la firma. Además, debemos mencionar que aunque no forman parte de este análisis, en esas fechas este diario publica otros tres textos informativos y un reportaje en el Suplemento Negocios sobre la privatización de Telefónica y dos editoriales relacionados indirectamente con este proyecto, uno sobre la televisión pública y otro sobre el nuevo camino iniciado por la compañía telefónica, titulados: *La televisión del PP* y *¿Adónde va Telefónica?*, respectivamente.

Todos los textos analizados son géneros informativos y aparecen en la sección de Sociedad bajo el cintillo Comunicación, de los cuales ocho se publican en página impar y cuatro en página par y ninguna vez aparecen destacados en portada. La mayoría de los textos, el 75% ocupa menos de media página y el mismo porcentaje está firmado por *El País*. En concreto, sólo tres textos aparecen firmados por periodistas (X.H., R.G.G. y Joaquín Prieto).

El primer texto referente a este hito corresponde al 8 de enero y aparece en la parte inferior de la página 23 donde se titula a cuatro columnas: *El Gobierno, a la espera de que Televisa se defina sobre la televisión digital*. En el texto, que tiene una pequeña fotografía de Álvarez Cascos, se recogen declaraciones del vicepresidente primero del Gobierno en las que se “reitera el apoyo gubernamental a la plataforma integrada por RTVE y Telefónica” y señala que “no aceptamos privilegios para nadie, ni queremos que nadie entre en la plataforma en condiciones de desventaja con los demás”. Además, se explica que está convocada para ese día una reunión de Telefónica con el resto de empresas “para formar de inmediato una sociedad de televisión digital que sigue sin constituirse”.

Al día siguiente, esa reunión anunciada es el motivo central de otra información a tres columnas titulada: *La falta de unanimidad retrasa la plataforma de Telefónica*. Esta noticia ocupa la mitad superior de la página y lleva como subtítulo: *La compañía no logró una nota conjunta de todos los socios*. En el texto se explica que “los asistentes se dieron un nuevo plazo, hasta el próximo 31 de enero, para constituir dicha sociedad” y se remarca que no hubo comentarios ni comunicados sobre esta reunión por parte de Antena 3, TV 3 y Televisa. Esta información aparece recuadrada junto a la media columna derecha titulada: *El ‘chivatazo’ digital*, en la que se explica que en una rueda de prensa de Mónica Ridruejo, simultánea a la reunión de Telefónica, y tras una llamada de teléfono se afirmó: “tenemos noticias de lo expresado por Antena 3 en la reunión de la plataforma (...) ha dejado claro que se integrará donde Canal + no tenga mayoría”.

El día 10 de enero, *El País* publica una información a cuatro columnas con el titular: *La directora general de RTVE tuvo que retirar un texto sobre la plataforma digital ante la falta de apoyo*. En la noticia se explica que en dicho texto “solicitaba la autorización para desarrollar el acuerdo de principios suscrito el pasado 28 de noviembre con Telefónica y otros socios”. Un día después, continúan las informaciones relacionadas con RTVE bajo el titular: *Autorizada la sociedad digital de TVE con un capital de 26.000 millones*. En este texto que ocupa casi toda la columna izquierda, se especifica que se trata de la sociedad estatal TVE Temática S.A. con la que el ente público participará en la televisión digital.

A mediados de mes, el 15 de enero de 1997, *El País* publica una información que abre la página 25 a cuatro columnas con el titular *Telefónica discrimina a EL PAIS en el reparto de su última campaña de publicidad* y con el subtítulo *La compañía ha dado tres veces más anuncios a ‘El Mundo’, pese a su menor difusión*. En este texto, el diario afirma que “La discriminación publicitaria de Telefónica –la primera multinacional española, como se encargó de destacar en su campaña- a favor de *El Mundo* se produce después de que la editora de este último periódico se haya comprometido a asociarse en la llamada Plataforma Digital impulsada por el Gobierno de José María Aznar, liderada por Telefónica y en la que también se engloban otras empresas públicas como Radiotelevisión Española (RTVE) y algunas empresas de televisión autonómica” y se describe la relación entre el director del diario *El Mundo* y el presidente de Telefónica “inmediatamente después de formalizarse ese pacto, Juan Villalonga y el director de *El Mundo*, Pedro J. Ramírez, estrecharon sus lazos personales con un viaje conjunto a Extremo Oriente”³⁸³.

El 19 de enero y dentro de un reportaje de cuatro páginas sobre la privatización de Telefónica en el suplemento *Negocios* se publica un texto que sí forma parte de este análisis por tratar como tema principal el proyecto de televisión digital de esta empresa. El texto sobre la televisión digital es breve y ocupa la parte inferior de las dos columnas de la derecha bajo el titular: *Indefinición digital*. En esta información se señala que “nadie está seguro de que la

³⁸³ Véase ANEXO: Documento 38.

Compañía Telefónica logre apuntarse a ello (la revolución televisiva). Y eso se debe en parte a problemas políticos” porque “el Partido Popular se empeñó en cortar las alas a Telefónica en los servicios por cable”.

Posteriormente, el día 22 de enero, se publica media columna en la izquierda de una página par con el titular: *RTVE aportará su deporte a la plataforma digital, según Rodríguez*. En este texto se recogen las declaraciones de Miguel Ángel Rodríguez en las que señala que la plataforma de Telefónica se beneficiará de los derechos de TVE sobre acontecimientos como la Copa de Europa, los mundiales de fútbol y los JJOO y afirmó que “competir con TVE, Telefónica y Televisa es muy difícil”. Al día siguiente, podemos leer en este diario una información bajo el título: *Telefónica descarta la entrada de Antena 3 Televisión en su plataforma digital*.³⁸⁴

El día 25 de enero se titula también a cuatro columnas: *Recoletos, la COPE y algunos diarios locales se suman a la plataforma gubernamental*, y el subtítulo: *Antena 3 y TV 3 no acudieron a la firma del pacto propuesto por Telefónica*. En el texto, que ocupa más de la mitad de la página y que está recuadrado, se describen los porcentajes de participación de cada uno y se especifica el nombre de los diarios locales. Así se señala: “la única incorporación significativa es la de Recoletos (5%)”, “la cadena radiofónica de la Iglesia católica –la COPE– aportará un 0’2% del capital”, “porcentaje similar se quedan *El Mundo*, *La Crónica* de León y *Las Provincias* de Valencia”, “la revista conservadora *Época* (0’1%)”. El texto lleva un despiece titulado: *“Regulación urgente de descodificadores”* en el que se recoge que el Consejo de Ministros envió al Consejo de Estado el reglamento de la Ley del Satélite y que ha pedido procedimiento de urgencia³⁸⁵.

Un día después, el 26 de enero, *El País* dedica la página 29 a dos informaciones sobre la plataforma de Telefónica recogidas bajo el encabezamiento: “Maniobras televisivas del Gobierno”. La información principal ocupa cuatro columnas y se acompaña con un gráfico sobre las diferencias en el reparto de capital en la plataforma de Telefónica el día 28 de noviembre de 1996 y el 24 de enero de 1997. Esta noticia se titula: *Más control del Gobierno sobre la autodenominada “plataforma pluralista”* y lleva el subtítulo: *Telefónica y las televisiones dependientes del PP dominan ahora el 68% de la empresa*. En el texto se explica que “Telefónica ha intentado tapan el enorme hueco creado en el accionariado (tras la salida de Antena 3 y TV 3) con una precipitada operación para incorporar a pequeñas empresas periodísticas” donde “RTVE ha asumido ahora el 25%”. Con respecto a las nuevas incorporaciones en esta plataforma, este diario afirma que “la mayoría corresponden a

³⁸⁴ Este texto se ha analizado anteriormente, en el apartado 2.2.2. de este capítulo de la tesis doctoral, ya que la decisión de Antena 3 estaba directamente relacionada con el acuerdo suscrito por esta empresa con Canal + y TV3 para explotar conjuntamente los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol, el llamado Pacto de Nochebuena.

³⁸⁵ Véase ANEXO: Documento 39.

empresas de reconocida trayectoria conservadora” y que “todo ese “pluralismo” se resume en un 2% del total de una plataforma en que el sector público maneja el 65%”.

La otra información que se publica en la misma página que el texto anterior ocupa la columna derecha y se titula: *Telefónica veía en el fútbol el “motor” de su oferta*. En el cuerpo se explica que esta compañía expresaba que “serán motores en el lanzamiento de la plataforma las capacidades tecnológicas de la compañía y los derechos de los proveedores de contenidos, en especial los relativos al fútbol”. A esta declaración, el diario *El País* puntualiza “pero la realidad es que a Telefónica se le ha *gripado* un motor, puesto que los derechos del fútbol serán explotados por CanalSatélite, fruto de acuerdo alcanzado entre Antena 3 Televisión, TV 3 y Canal +”³⁸⁶.

El día 30 de enero se publica otra información sobre la plataforma de Telefónica titulada: *El consejo de Canal 9 no aprueba su entrada en la plataforma oficial*. En el texto que ocupa casi toda la columna derecha se especifica que la votación definitiva se aplazó unos días al “protestar los consejeros socialistas por no haberse incluido este punto en el orden del día de la reunión”. También se cuenta que el director general restó importancia “al hecho de acudir a la reunión de constitución de la plataforma sin el respaldo oficial del consejo dada la mayoría del PP y de UV y el apoyo mostrado de EU”. Al final, se señala que los consejeros socialistas han cambiado su postura y “proponen entablar negociaciones con Canal Satélite Digital argumentando su mayor viabilidad económica y la defensa de los derechos audiovisuales”.

En último lugar, el día 31 se publica la noticia de la constitución de la plataforma de Telefónica bajo el titular: *Telefónica y sus socios constituyen la gestora DTD para la explotación de la televisión digital*, con el antetítulo: *Villalonga afirma que se opone al monopolio, pero quiere una plataforma única*. Este texto ocupa la parte inferior de la página 36 y en él, se explica que la sociedad Distribuidora de Televisión Digital (DTD) es la encargada de explotar el proyecto y que queda constituida: “Telefónica, 35%; RTVE, 25’5%; Televisa, 25’5%; Telemadrid, 4%; Canal 9, 2%; Televisión de Galicia, 2%; Grupo Recoletos, 5%; Unidad Editorial-El Mundo, 0,25%; COPE, la cadena emisora de la Iglesia, 0’25%; Promociones Periodísticas Leonesas, 0’25%; Las Provincias, 0’25% y la revista *Época*, 0’01%”. Al final se dice que “el comunicado de esta sociedad fue exhaustivamente difundido en el *Telediario 2* de Ernesto Sáenz de Buruaga, mientras que silenciaba a Canal Satélite Digital, la única plataforma de televisión en funcionamiento”.

2.3.3. *El Mundo*

Por su parte, el diario *El Mundo* publica diez textos sobre la plataforma impulsada por Telefónica entre el 7 y el 31 de enero de 1997, todos informativos y ubicados en la sección de

³⁸⁶ Véase ANEXO: Documento 40.

Sociedad, en las páginas que este diario dedica a la Comunicación y que llevan ese cintillo en ocho de los casos, excepto uno de ellos que aparece en la sección de España.

Ocho de las informaciones aparece en página par y dos en páginas impares. Del total de textos, cuatro aparecen sin firma y tres de ellos firmados por *El Mundo*. Los tres restantes están firmados por la periodista Mirta Drago.

Con respecto a la extensión de los textos en la mayoría de los casos no supera la media página. De hecho, seis de ellos ocupan menos de media página; cuatro, media página y tan sólo uno de ellos ocupa tres cuartos de la página.

La primera información corresponde al día 7 de enero de 1997, ocupa cuatro columnas en la parte izquierda de la página 33, y su titular es: *Telefónica convoca hoy una reunión con todos los socios de la plataforma pluralista de TV digital*. En el antetítulo se recoge: *La cadena autonómica catalana puede replantearse su acuerdo con Antena 3 y el Grupo Prisa*, y en el subtítulo: *La compañía pedirá explicaciones a Asensio sobre su pacto con Polanco*. Esta información lleva una fotografía de 3x3 módulos en la que se ve a Villalonga de perfil con un pie de foto encasillado con el título: *El compromiso firmado*, y donde se explica qué empresas firmaron el día 28 de noviembre de 1996 el “compromiso de constitución de la primera plataforma digital española” y donde se señala que Polanco “no entró porque pretendía controlar, al menos, el 50% de las acciones”. Además, la información se completa con un despiece titulado *Un día frenético en Nueva York*, donde se cuenta que el día de Reyes “resultó de vital importancia para las negociaciones subterráneas” ya que en esa ciudad se reunieron Azcárraga y Asensio por la mañana y Azcárraga y Villalonga por la noche.

En el cuerpo de la noticia sobre la plataforma de Telefónica se describe la reunión prevista para ese día y se anuncia que “Telefónica (...) fijará la fecha de la sociedad que explotará el nuevo sistema de televisión digital”. Además, se explica que “el nuevo impulso al proyecto (...) llega después de que el presidente José María Aznar afirmara, desde Guatemala, que vigilará el cumplimiento de los compromisos adoptados en torno a la televisión digital”. Por último, se resalta “que en medios catalanes se comenta la posibilidad de que TV 3 se replantee el pacto (con Polanco) después de la conversación mantenida la semana pasada en la Moncloa entre Aznar y el presidente de la Generalitat, Jordi Pujol”.

Un día después, el 8 de enero, en la parte inferior de la página 22 *El Mundo* titula a cuatro columnas: *El Gobierno apoya una plataforma de TV digital única y plural*, y se completa con el antetítulo: *Álvarez Cascos cree que todos los firmantes del proyecto de Telefónica van a reiterar su continuidad*. El texto recoge las declaraciones del vicepresidente del Gobierno en el programa *La Mañana* de Antonio Herrero en la cadena COPE donde explica que el Ejecutivo “seguirá impulsando la constitución de una plataforma de televisión digital a ser posible: única, plural, sin privilegios y sin agravios para nadie” y afirma que “la apuesta (de Telefónica) cuenta con sólidas bases para culminar con éxito sus trabajos”. Con respecto al proyecto de

Sogecable, Álvarez Cascos opina que las decisiones privadas “son muy respetables pero no cambian la orientación de la política de este Gobierno en materia audiovisual” y se señala en el diario que “expresó sus dudas sobre la supervivencia de cualquier plataforma que no cuente con un soporte tecnológico como el de Telefónica”.

El tercer texto que publica *El Mundo* perteneciente a este bloque aparece el día 10 de enero de 1997 en la columna derecha de la página 28 y con el titular: *El Consejo de Ministros puede aprobar hoy la sociedad digital de TVE*. Esta noticia lleva el cintillo “Empresas” y el subtítulo: *Álvarez Cascos insiste en que haya una sola plataforma con todas las empresas sin exclusiones ni privilegios*. El texto se refiere a la sociedad TVE Temática con la que el ente público “participará en la plataforma de televisión digital” y que de ser aprobada “el camino para la incorporación de la cadena pública (a la plataforma) queda despejado”. Además, en el texto se señala que “la incorporación de TVE a la alianza liderada por Telefónica dio otro paso al quedar aprobadas por el consejo de administración las gestiones realizadas hasta ahora” en una votación en la que “solo los cuatro nombrados a propuesta del PSOE lo hicieron en contra”.

Al día siguiente, el 11 de enero, se convierte en noticia lo que este diario anunciaba en la información anterior: *Nace TVE Temática para participar en la televisión digital*. Esta noticia ocupa la mitad superior de la columna derecha de la página 22 y lleva el cintillo “Consejo de Ministros” y el subtítulo: *El Gobierno cree que en España van a aparecer “multitud de canales” de este tipo “procedentes de todo el mundo”*. En el texto se señala que el objetivo de TVE Temática es “dotar al ente de una presencia estratégica en el proyecto de televisión digital”.

El día 15 de enero la información sobre la plataforma de Telefónica se titula a cuatro columnas: *Los socios de la plataforma pluralista de TV digital firmarán su acuerdo accionarial el día 24*, y se completa con el antetítulo: *Según las decisiones adoptadas ayer durante la reunión celebrada por los nueve accionistas*, y el subtítulo: *La sociedad liderada por Telefónica quedará constituida el 30 de enero*. Esta información que ocupa la mitad superior de la página lleva una fotografía de 2x2 de Villalonga y Ridruejo en la firma del acuerdo con Telefónica. En el texto se señala que “la televisión digital está más cerca de los españoles” y se refiere a esta plataforma como la “plataforma pluralista” y “la primera alianza que se alcanza en España para ofrecer el nuevo sistema de televisión digital”. Además, se apunta que “Antena 3 participó ayer en los acuerdos para seguir adelante con la plataforma de Telefónica”. En la parte final de la noticia se describe la oferta de Telefónica y su precio de abono y se hace referencia a la plataforma del Grupo Prisa diciendo que “había anunciado que comenzaría a comercializar su proyecto de televisión digital, a solas, en el presente mes de enero. Sin embargo, en lo que va de año, este grupo todavía no ha explicado cuánto cobrará y si ofrecerá en alquiler el descodificador y la antena”.

Casi una semana después, el 21 de enero de 1997, *El Mundo* publica una nueva información bajo el titular: *El PP destaca que sólo existe hasta ahora la plataforma de Telefónica*. Esta

noticia que se ubica en la mitad superior de la columna izquierda de la página 28 lleva el cintillo “Polémica” y el subtítulo: *La alianza tiene el mayor socio tecnológico, el único satélite español y los fondos de TVE dicen los diputados populares*. En el texto se recogen declaraciones de diferentes diputados en las que expresan lo que se ha adelantado en el titular y el subtítulo y se añade que “si no están todos los grupos integrados en ese proyecto es porque algunos pretendían la posición dominante”.

El día 23 de enero la información que publica este diario se titula a cuatro columnas: *EL MUNDO sólo tendrá el 0’25% de la plataforma pluralista de TV digital impulsada por Telefónica*, y se especifica en el antetítulo: *Reduce su participación accionarial en ella para contribuir a la entrada de nuevos socios*. Esta información ocupa más de la mitad superior de la página 28 y lleva una fotografía de una junta general de Antena 3, empresa a la que se alude en el subtítulo de esta noticia: *Asensio convoca una junta extraordinaria de A-3 obligado por un accionista*. En el texto, este diario explica su reducción en la participación de la plataforma y señala que “la presencia del periódico en la plataforma digital es simbólica”. Además, se señala que “el Consejo de Administración de Telemadrid autorizó la incorporación de esta cadena a la plataforma impulsada por Telefónica” y la posibilidad de que se sumen a ese proyecto “otros importantes medios de comunicación españoles” mientras que “la decisión de Antena 3 sigue siendo una incógnita”³⁸⁷.

Al día siguiente, aparece en *El Mundo* una nueva información ubicada en la página 28 y titulada a cuatro columnas: *La empresa pluralista de TV digital impulsada por Telefónica se firma hoy con nuevos socios*. Esta noticia, que ocupa más de la mitad de la página en la parte izquierda y que lleva una fotografía de un centro de transmisiones digitales, completa el titular con el antetítulo: *Jordi Pujol decidirá también hoy si la cadena autonómica TV 3 se incorpora o no a la iniciativa*, y el subtítulo: *Un importante grupo de comunicación español puede entrar con un 5%*. En el texto se señala que “los socios han decidido aceptar el ingreso de diversos medios de comunicación independientes (...) cuyos nombres se harán públicos a lo largo del día”. Además se afirma que “el pacto de Nochebuena no ha supuesto un obstáculo para que el proyecto digital (...) siga adelante” aunque se especifica que “fuentes de Antena 3 manifestaron que se encontraban más cerca de la empresa digital que lanzará el Grupo Prisa”.

Los últimos textos que publica *El Mundo* sobre la plataforma digital de Telefónica aparecen el día 25 de enero. El más importante ocupa las tres columnas de la derecha de la página 19 y se titula: *Arranca con nuevos socios la alianza pluralista de TV digital*, con el subtítulo: *Un amplio grupo de medios de comunicación independientes sellaron ayer su incorporación a la plataforma impulsada por Telefónica*. Esta noticia lleva una fotografía de 2x3 en la parte superior de la página. En la información se detalla el accionariado donde el Grupo Recoletos “ha decidido suscribir un 5% (...), Telefónica será el socio minoritario-mayoritario con un 35% (...) TVE y Televisa tendrán aproximadamente un 25%” y después se numeran el resto de

³⁸⁷ Véase ANEXO: Documento 41.

socios: Telemadrid, Canal 9, TVG gallega, Unidad Editorial, Crónicas Periodísticas Leonesas, la COPE, el diario *Las Provincias* y el semanario *Época*. Se señala que estas nuevas incorporaciones tienen “el fin de ampliar el marco de pluralidad de la misma tanto en lo referido al número de empresas como a la aportación de los contenidos específicos de estos medios” y que “Asensio ha decidido finalmente no integrarse en esta plataforma digital, incumpliendo el acuerdo que firmó el pasado mes de diciembre”³⁸⁸.

La otra información que se publica ese 25 de enero se refiere al mismo hecho pero aparece en la portada de la sección de España, en la columna derecha bajo el titular: *Crean la sociedad digital impulsada por Telefónica*. En el texto se especifica el nombre “Distribuidora de Televisión Digital”, se señala que “explotará los nuevos canales de televisión y de servicios multimedia” y que “nace con un capital inicial de 10.000 millones de pesetas (60,10 millones de euros), del cual ha sido desembolsado el 25% de forma proporcional entre las empresas que forman la alianza”.

2.3.4. *El País* vs. *El Mundo*

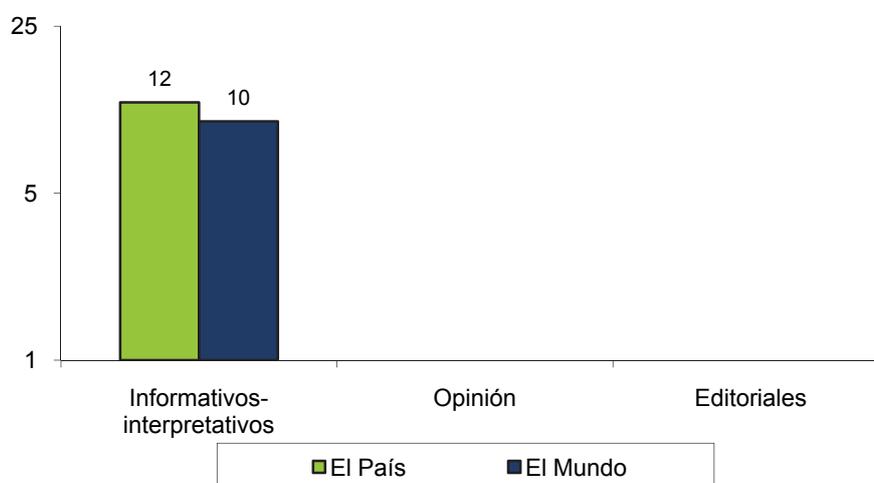
En esta ocasión las diferencias entre ambos diarios son fundamentalmente de contenido ya que los dos publican un número similar de informaciones entre el 7 y el 31 de enero de 1997 y ninguno de ellos utiliza los géneros de opinión en este bloque temático ni destaca en portada este acontecimiento. No obstante, a continuación se recogen los principales datos cuantitativos de *El País* y *El Mundo*.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	12	10
Opinión	-	-
Editoriales	-	-
Total	12	10

Tabla 15

³⁸⁸ Véase ANEXO: Documento 42.

Gráfico 4. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	-	-
Sociedad	-	1
Comunicación	12	8
España	-	1
Economía	-	-
Opinión	-	-
Suplementos	-	-
Total (sin contar portada)	12	10

Tabla 16

Como ya hemos apuntado las principales diferencias encontradas en este bloque temático corresponden al enfoque desde el que cada diario interpretó los hechos: mientras *El País* insistía en denominar a la plataforma liderada por Telefónica como gubernamental u oficial, en la que el sector público controla el 65%, *El Mundo* prefería resaltar la pluralidad que le otorgaba el variado número de socios que la componen. Además, cuando el diario del Grupo Prisa habla de los socios como pequeñas empresas periodísticas de reconocida trayectoria conservadora, el periódico de Unedisa los califica como importantes medios de comunicación independientes y españoles.

Por otro lado, en *El País* encontramos una acusación de manipulación al afirmar que el comunicado de constitución de la plataforma Distribuidora de Televisión por Satélite “fue exhaustivamente difundido en el Telediario 2” mientras que se silenciaba a Canal Satélite Digital, para este diario, “la única plataforma de televisión en funcionamiento”.

Una vez más observamos como los propios diarios se convierten en protagonistas de las informaciones. En esta ocasión es *El Mundo* cuando habla de su participación en la plataforma de Telefónica y justifica su reducida participación para permitir la entrada de nuevos socios.

Para mostrar todas estas diferencias, se recogen a continuación cómo definieron cada uno de los periódicos a la plataforma liderada por Telefónica y a los socios que suscribieron ese acuerdo en la siguiente tabla.

Categorías	El País	El Mundo
Plataforma Distribuidora de Televisión por Satélite	“apoyo gubernamental”, “sigue sin constituirse”, “falta de unanimidad”, “falta de apoyo”, “impulsado por el Gobierno de José María Aznar y liderada por Telefónica y en la que también se engloban otras empresas públicas”, “Telefónica y las televisiones dependientes del PP dominan ahora el 68% de la empresa”	“plataforma pluralista”, “la primera plataforma digital española”, “sin exclusiones ni privilegios”, “la primera alianza que se alcanza en España para ofrecer el nuevo sistema de televisión digital”, “tiene el mayor socio tecnológico, el único satélite español y los fondos de TVE”, “la televisión digital está más cerca de los españoles”,
Telefónica	“ha intentado tapan el enorme hueco creado en el accionariado (tras la salida de Antena 3 y TV 3) con una precipitada operación para incorporar a pequeñas empresas periodísticas”	“será el socio minoritario-mayoritario con un 35% (...) con el fin de ampliar el marco de pluralidad de la misma”
Resto de socios plataforma DTS	“empresas de reconocida trayectoria conservadora”, “pequeñas empresas periodísticas”	“importantes medios de comunicación españoles”, “diversos medios de comunicación independientes”
El Mundo	-	“reduce su participación accionarial en ella para contribuir a la entrada de nuevos socios”, “una presencia simbólica”
Gobierno	“no aceptamos privilegios para nadie”, “nadie entre en la plataforma en condiciones de desventaja con los demás”, “maniobras televisivas del Gobierno”	“apoya una plataforma de TV digital única y plural”, “seguirá impulsando la constitución de una plataforma (...) única, plural, sin privilegios y sin agravios para nadie”

Tabla 17

2.4. Canal Satélite Digital inicia sus emisiones

2.4.1. Contextualización

Para comprender los antecedentes y el contexto en el que se lanza Canal Satélite Digital debemos remontarnos a 1989, año en que se conceden las primeras licencias analógicas de televisión privada en España. En ese momento, Canal + (proyecto perteneciente al grupo Prisa y a Canal + Francia) consigue una de esas tres licencias. En concreto, fue una concesión especial para las características del canal, que le obligaba a emitir seis horas en abierto al día, siendo el resto de las emisiones codificadas, exclusivas para abonados. De esta forma, con el inicio de sus emisiones regulares, a partir del 14 de septiembre de 1990, nacía en España la televisión privada de pago.

Dos años más tarde, en 1992, el grupo Prisa ve en el cable el futuro de la televisión digital en España y por ello, participa en la constitución de Cablevisión junto a Telefónica, un proyecto que fructificaría, como se ha mencionado anteriormente, en 1995 cuando ambas entidades alcanzaron un acuerdo para la creación, distribución y operación de servicios de televisión de pago³⁸⁹.

Por otro lado, en 1994, Sogecable lanzó una plataforma de televisión por satélite analógica llamada Canalsatélite, que emitía a través del satélite Astra y tenía un total de cuatro canales: Cinemanía, Documanía, Minimax y Cineclassics, a la que más tarde se sumaría Sportmanía.

La experiencia en la televisión de pago en España y en Europa, de manos de uno de sus principales socios, Canal + Francia³⁹⁰, en la plataforma de televisión por satélite analógica y el número de abonados con el que contaba Sogecable en ambos proyectos eran el principal valor con el que esta compañía se lanzaba al sector de la televisión digital por satélite, sector por el que apuesta este grupo tras la ruptura de Cablevisión.

2.4.2. *El País*

Canal Satélite Digital presenta su oferta oficialmente el 30 de enero de 1997 y desde el 24 de ese mes, una semana antes de su lanzamiento, hasta el día 2 de febrero, tres días después, *El País* publicó un total de dieciséis textos, de los cuales catorce son informativos y dos son artículos de opinión. Además, este acontecimiento mereció para este periódico la portada el día 31 con una fotografía de todos los socios de este proyecto con el título: *Nace la televisión digital en España*, y también anunció en portada, unos días más tarde, dos páginas dedicadas

³⁸⁹ Los orígenes y evolución de Cablevisión se han explicado en el apartado 2.1.1. de este capítulo de la tesis doctoral.

³⁹⁰ Canal + Francia es, en esas fechas, el primer canal de televisión de pago en Francia fundado en 1984 y perteneciente a Groupe Canal +, filial del grupo Vivendi.

a describir la oferta de Canal Satélite con el título: *Guía práctica para el espectador de la TV digital*.

Por lo que respecta a la ubicación y extensión de los textos publicados por este diario, la mayoría de ellos, diez concretamente, se sitúan en la sección de Sociedad, de los cuales nueve lo hacen bajo el cintillo de “Comunicación” y los seis restantes en una doble página que se ubica en la sección de Televisión / Radio. Además, la mayoría de los textos, nueve de ellos, aparecen en página par y ocupan menos de media página, si bien hay cuatro textos con una extensión de tres cuartos de la página.

Con respecto a la autoría de las informaciones y artículos, nueve de las informaciones están firmadas por El País y uno de ellos aparece sin firma. El resto de los textos informativos corresponde a diferentes periodistas, mientras que los artículos de opinión están firmados por Antonio Albert y Juan Cueto.

La primera información que sobre este bloque temático encontramos aparece publicada el día 24 de enero en la página 30 y titulada a cuatro columnas: *CanalSatélite ha preparado el lanzamiento de su oferta digital para el jueves próximo*. Esta noticia se ubica en la parte superior izquierda, ocupa tres cuartos de la página y lleva una fotografía de 3x2 módulos. El titular se completa con dos subtítulos: *Los cinco canales actuales se ampliarán progresivamente hasta alcanzar 64* y *Tensiones entre los posibles accionistas de la plataforma gubernamental*. En el texto se asegura que los 100.000 abonados alcanzados por CanalSatélite son “una buena base para lanzar su oferta digital (...) en medio de la barahúnda organizada en el seno de la plataforma que intenta montar la Compañía Telefónica”. Los detalles sobre la plataforma de Sogecable anunciados en el titular corresponden a las declaraciones del director general en la jornada de la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD). Además, al final del texto se señala que estaba anunciada para ese día la firma del pacto de accionistas de la “plataforma gubernamental” que “continuaba ayer sometida a fuertes tensiones entre Telefónica y otros partícipes” y se afirma que Aznar “exige (a TV3) que firme hoy mismo su adhesión a la plataforma de Telefónica”.

Tres días después se publica otra información titulada: *Canal Sur opta por su integración en la plataforma digital de Canal +*. Esta noticia se ubica en la mitad superior izquierda y ocupa cuatro columnas de la página 24. Además de una pequeña fotografía de Gaspar Zarrías, vicepresidente de la comunidad andaluza, el texto está recuadrado. El subtítulo de esta información es: *Izquierda Unida apoya las actuaciones del Gobierno*. Aunque tanto el titular como el subtítulo se desarrollan en la entradilla, el texto se inicia haciendo referencia al reglamento anunciado por el Gobierno³⁹¹: “este reglamento, que no ha sido explicado a la opinión pública, trata de impedir mediante decreto la salida de la plataforma digital de Canal +”

³⁹¹ Este reglamento y la posterior ley de televisión digital aprobada por el Gobierno en 1997 constituye el siguiente bloque temático que se analizará en esta tesis doctoral.

y señala que ese mismo día se “constituyó formalmente la autodenominada Plataforma Digital Española en la que el sector público controla un 68%”. La decisión de la Junta de Andalucía de integrar a Canal Sur en el proyecto de Canal Satélite se argumenta en declaraciones de Gaspar Zarrías quien cree que “hoy por hoy, la plataforma liderada por Sogecable es la más seria, rigurosa, viable y plural”.

El día 30 de enero, bajo un titular a cuatro columnas, podemos leer: *Antena 3 entra en Canal Satélite con un 15%*. Esta noticia, que ocupa la parte superior izquierda de la página, lleva una fotografía de 3x2 de Asensio y dos subtítulos: *La opción ejercida por la cadena de Asensio incluye la posible incorporación de TV 3* y *La plataforma digital de Sogecable presenta hoy su oferta*. En el texto se explica que la entrada de Antena 3 se realiza conjuntamente con la filial Gestora de Medios Audiovisuales, cada una con un 7'5% y supone además, que la plataforma incorpore el canal Discovery y el de Cine para Siempre de Cable Antena. Con esta entrada Sogecable se queda con el 85% del capital. La entrada de Antena 3 se justifica mediante declaraciones de Asensio “la decisión ha sido muy meditada y, como no podía ser de otro modo, ha sido estrictamente empresarial”.

Un día después, *El País* abre la portada con este tema colocando una fotografía en la parte superior derecha en la que aparecen estrechando sus manos los directivos del grupo PRISA, Canal + Francia, Antena 3 y el Grupo March con el logotipo de Canal Satélite Digital a sus espaldas. En la parte inferior de la fotografía hay un pie de foto encasillado con el titular: *Nace la televisión digital en España*. En el interior de la edición de ese día, 31 de enero, se dedican tres páginas completas para cubrir esta información en la sección de Sociedad con el cintillo de “Comunicación” y con el encabezamiento en las páginas de “Nace la televisión digital en España”. En total se publican ese día seis textos sobre este asunto³⁹².

En la primera de las tres páginas, la 32, se publican dos informaciones, una a cuatro columnas con el titular: *Polanco: “No toleraremos un abuso de poder a nuestra costa, aunque nos cueste carísimo”*, y con el subtítulo: *El presidente de Canal Satélite ofrece su descodificador al sector audiovisual*. Esta información aparece debajo de una fotografía en la que aparecen los directivos de Sogecable y el grupo Prisa y lleva un despiece titulado: *Asensio: “Toda una realidad empresarial”*. La otra noticia ocupa la columna derecha y se titula: *Pierre Lescure: “España tiene una baza fenomenal”*. A lo largo de esta página se resalta la importancia de esta presentación: “otorga una nueva dimensión al ocio de los españoles”, “la televisión española inicia una nueva aventura”, “el nacimiento español de la televisión digital”, “acto multitudinario”. El texto principal se basa en las declaraciones de Polanco que se refirió “a los intentos del Gobierno por obstaculizar la salida de Canal Satélite en beneficio de la plataforma que impulsan el Ejecutivo y Telefónica”, lamentó “los intentos por satanizar una operación netamente empresarial” y dijo que “a mi edad soy incapaz de entender por qué dos plataformas

³⁹² Véase ANEXO: documentos 43, 44, 45 y 46.

perjudican la competencia y una sola, obligatoria y controlada, por el Gobierno, la facilita”. Al final del texto, Polanco además de ofrecer su descodificador a “sus previsibles futuros competidores” resalta que “en este momento sólo existe una plataforma: Canal Satélite” porque “la oferta que lideran Telefónica y el Gobierno no tiene programas ni descodificadores sólo la voluntad de hacerse”. Por último, en el despiece se resalta la satisfacción de Asensio: “enormemente satisfecho porque hoy hemos visto toda una realidad empresarial” y “satisfecho de haber tomado la determinación de participar en Canal Satélite Digital”. Además, respecto a la polémica “Asensio hizo un llamamiento a la despolitización”.

En la página 33 hay dos informaciones, la primera en la parte superior izquierda y titulada a dos columnas: *Comienza el espectáculo*, y con el subtítulo: *Los protagonistas de la cultura arropan la llegada de Canal Satélite Digital*, y la segunda en la parte inferior de la página bajo el titular: *Un proyecto para el futuro*. La parte derecha de la página se completaba con tres fotografías con varias personalidades del deporte y la cultura que asistieron a la presentación. En el primer texto se describe el acto que “se encontraba a rebosar” y se recogen declaraciones de las personalidades que asistieron: “más oferta es más libertad” (Amenábar), “libertad de elección inagotable” (Gómez Pereira), “es un hecho histórico” (Inmanol Uribe), “he oído ruido de carruajes y he venido a apoyar la libertad de expresión” (Mariano Barroso)... En el segundo texto de esta página se recogen más declaraciones de asistentes al acto de presentación de Canal Satélite Digital que resaltan la importancia de esta iniciativa que “tiene ya un coste de 65.000 millones de pesetas” (390,66 millones de euros).

En la página 34 se publican los dos últimos textos de este bloque. El primero de ellos titulado: *Múltiples canales de TV y de música*, y con el subtítulo: *Canal Digital arranca con 25 canales de televisión y 27 de audio difundidos por Astra*. Esta información ocupa la columna izquierda y las tres cuartas partes de las otras cuatro columnas y se acompaña de un gráfico con la oferta digital y el descodificador. En este texto se describen los requisitos de acceso “a una nueva era en la historia de la televisión” y el precio de abono, así como los paquetes que ofrece: Oferta básica, Canal+ Digital y Canales opcionales. El segundo texto se sitúa en la parte inferior de la página a cuatro columnas y con el titular: *El nuevo descodificador permite recibir 950 canales agrupados en 15 plataformas distintas*. En este texto se explica cómo funciona este descodificador que sustituye al de Canal + y que “es igual al que se emplea en otros países de la Unión Europea y permitirá el acceso a las otras plataformas digitales cuando estén disponibles”.

Un día después de la presentación, el 1 de febrero, *El País* publica una nueva información en la media columna izquierda de la página 25 titulada: *Los informativos de TVE silencian a Canal Digital*, y donde se cuenta que los telediarios de la cadena pública “silenciaron por completo el estreno de Canal Satélite Digital” y que cuando se preguntó al portavoz del Gobierno, dijo desconocer el hecho porque se encontraba fuera de España.

El 2 de febrero de 1997, este diario dedica dos páginas completas a describir la oferta de la plataforma de Sogecable. En concreto, se publican cuatro textos informativos y dos de opinión en las páginas finales, exactamente en la sección Televisión/Radio y de nuevo, bajo el encabezamiento: “Nace la televisión digital en España”. Estas dos páginas se anuncian en la portada en un recuadro con el título: *Guía práctica para el espectador de la TV digital*. En la página 54 se incluyen dos textos informativos, el principal titulado: *El menú de febrero*, y subtulado: *Ingredientes de Canal Satélite Digital para elaborar una televisión a la carta*. En este texto se describen las ofertas de cada uno de los canales para el mes de febrero y en el despiece: *Descubrimientos*, se resalta el canal Discovery Channel.

El otro texto de la página 54 se ubica en la parte inferior y se titula: *Horario estelar multiplicado*, donde se describen las “múltiples opciones” que se pueden ver poniendo como ejemplo lo que ofrecen los canales de esta plataforma ese mismo día en horario de prime time. La columna de la derecha de esta página la ocupa un texto de opinión titulado: *Elegir entre múltiples opciones*, firmado por Antonio Albert. En esta columna su autor describe las ventajas de la televisión digital con referencias como: “ya está bien de sentarse ante el monitor como un agente pasivo”, “lo más llamativo de un viaje por la oferta de Canal Satélite Digital es la posibilidad de dar rienda suelta a ese programador de televisión que todos llevamos dentro”, “a bordo de la autopista digital, conducidos por un volante compacto (el mando) el ciberespectador digital decide el momento en que desea ver el estreno cinematográfico”, “a través de las distintas pantallas se alcanza la gloria catódica. Eso sí, por telepago, porque el espectador se ha transformado en consumidor”.

Por último, en la página 55 se incluyen los otros dos textos informativos que se publican el 2 de febrero y que completan este bloque temático. Ambos tienen el mismo formato: recogen dudas sobre la televisión digital y se ofrecen las respuestas. El texto principal de esta página se titula: *Guía para el consumidor digital*, y se subtitula: *Preguntas que puede plantearse un eventual espectador de los nuevos canales de pago*, y el segundo se titula: *Cómo pasar del actual Canal + al Digital*. El texto de opinión está firmado por Juan Cueto y ocupa cuatro columnas en la parte inferior de la página bajo el titular: *Instrucciones de uso*. En este texto, el autor describe tres instrucciones para ver la TV digital: colocar el descodificador del que dice que “es lo más parecido al ya castizo videoclub de la esquina, pero sin salir de casa en busca del estreno y sin el castigo de regresar a la tienda para devolver el cartucho”; en segundo lugar hay que colocar el telemando que “te permite la inédita posibilidad electrodoméstica de llamar por teléfono, poner a parir a los fabricantes de imágenes, romper drásticamente y unilateralmente el contrato y encima que te devuelvan la pasta”; y en último lugar, hay que “mirar el rectángulo como si fuera un Kiosco”³⁹³.

³⁹³ Véase ANEXO: documentos 47 y 48.

2.4.3. *El Mundo*

El Mundo cubre la información relacionada con la presentación de la oferta de Canal Satélite Digital con cuatro textos publicados entre el 24 de enero y el 2 de febrero de 1997, de los cuales tres son géneros informativos y el cuarto es un artículo de opinión firmado por Raúl Heras. Ninguna de estas informaciones aparece destacada en portada.

Con respecto a la ubicación, tres de los textos se ubican en la sección España y su extensión es de menos de media página en dos ocasiones, si bien el tercero de estos textos sí ocupa tres cuartos de la página. El cuarto texto analizado en este bloque temático es el más extenso, más de una página y se publica el día 2 de febrero en el suplemento Crónica. Todos los textos están situados en página impar.

Por último, con respecto a la autoría de los textos informativos hemos observado que uno aparece sin firma y los otros dos corresponden a distintos periodistas: uno a Francisco J. López y el otro a Ildefonso Olmedo.

El primer texto que encontramos referido a este hito lo publica *El Mundo* el día 30 de enero. Se trata de una noticia ubicada en la columna derecha de la página 7 bajo el titular: *Antena 3 entra en el proyecto de Sogecable*. En el texto, que ocupa media columna, se señala que “el Consejo de Administración de Antena 3 Televisión S.A. ha decidido por unanimidad” entrar en la plataforma de Canal Satélite Digital con un 7'5% y que “la sociedad Gestora de Medios Audiovisuales participará con otro 7'5%”. En esta noticia se recuerda que Antena 3 firmó un preacuerdo con Telefónica y después firmó el Pacto de Nochebuena “y dio por rota su presencia en la Plataforma Digital liderada por Telefónica”.

Un día después, el 31 de enero, este diario publica dos textos sobre la presentación de la oferta de Canal Satélite Digital y el inicio de sus emisiones, uno informativo y otro de opinión, en la página 7 de la sección de España. En la parte superior de esta página se señala a modo de encabezamiento: *El presidente de Prisa advierte: “No hay un juez que me prohíba comprar un aparato legal en Europa y ponerlo en mi casa”. Afirma que el proyecto digital de Telefónica es “como un farol de póker”*. El texto informativo se titula a dos columnas en la parte izquierda: *“No toleraré un abuso de poder a nuestra costa”*, y se completa con el subtítulo: *Polanco desafía al Gobierno y anuncia la puesta en marcha de su TV digital al margen de las normas administrativas*. Este texto lleva una fotografía en la parte superior derecha de la página de 3x3 de Polanco con la mano alzada y apuntando con el dedo durante la presentación de Canal Satélite Digital³⁹⁴.

En el texto de esa información que ocupa la dos columnas de la izquierda se dice que “El Grupo Prisa lanzó ayer un nuevo desafío al Gobierno un día antes de la aprobación de un nuevo reglamento de televisión por satélite” y que Juan Luis Cebrián “anunció públicamente su

³⁹⁴ Véase ANEXO: Documento 49.

estrategia: “Canal Satélite va a iniciar el viernes (por hoy) su programación emitiendo desde Luxemburgo, independientemente de lo que digan las normas administrativas” unas declaraciones que se consideran “el órdago lanzado por Cebrián”. Pero la mayor parte del texto se basa en las declaraciones de Polanco que se introducen con referencias como: “en un tono crispado”, “advirtió”, “ridiculizó a la plataforma digital liderada por Telefónica”, “hubo más ataque, en este caso contra quienes defienden la existencia de una única plataforma”. Se explica que las declaraciones de Polanco “se dirigieron a un auditorio mayoritariamente formado por profesionales pertenecientes al Grupo Prisa” “en una sala de cine de las afueras de Madrid”. También se resalta que en su intervención “pasó por alto comentar que desde 1990 hasta hoy, Canal Plus ha detentado el monopolio de la TV de pago en España” y que Asensio “pese a tener el 15% de este proyecto no participó en la rueda de prensa”.

Esta información se completa con un despiece que se ubica debajo de la fotografía y que se titula: *30.000 pesetas como cuota de inscripción* (180,30 euros). Aquí se explica que la inversión de Canal Satélite ha sido de 65.000 millones (390,66 millones de euros) y se afirma que “las cifras de inversión inicial que maneja Telefónica son inferiores. También es una oferta más barata para los consumidores”. En el despiece se describen de forma breve las distintas ofertas de Canal Satélite y su precio.

El texto de opinión, que está firmado por Raúl Heras, se ubica en la parte inferior de la misma página y se titula: *¡Paletos, fuera!* Este artículo se centra en la intervención de Polanco durante la presentación de Canal Satélite a la que califica y se refiere como: “la mejor interpretación de su vida”, “a medio camino entre el paciente profesor que intenta explicar historia a un grupo de alumnos y la contenida y santa ira que imprimía a sus conversaciones pastorales monseñor Escrivá”, “se trataba de una expulsión de los demonios interiores almacenados en los últimos meses”, “una mezcla de miedo y amenaza, de negociación y toque de generales, con ofrenda a *San Pujol* incluida”, “Polanco era la estrella, y desde el micrófono lanzó sus tres buenos elogios al antiguo rival y hoy socio, Antonio Asensio”, “sesenta y cinco mil millones son muchos y se encargó de recordarlo entre frase y frase dirigida a Aznar y su equipo”. El texto finaliza con las siguientes palabras: “Y una frase digna del 98 “¿Es que los españoles no vamos a dejar de ser paletos?” Polanco dejó de serlo hace muchos años. Ninguno de los 200 asistentes tenía motivos para dudar”.

Además de los textos anteriores, el día 2 de febrero, el suplemento Crónica de este diario dedica tres páginas a las empresas del grupo Prisa bajo el titular: *Polancolandia*³⁹⁵. La primera de ellas, la que abre el suplemento, se ilustra con cuatro grandes viñetas en las que se ve a un niño estudiando con libros de Santillana, un hombre viendo Canal Plus, un señor leyendo *El País* y un anciano escuchando la radio con el pensamiento “ser o no ser”, y debajo de ellas, se titula con una gran tipografía *Polancolandia* y se complementa con una entrada a modo de

³⁹⁵ Véase ANEXO: Documento 50, 51 y 52.

subtítulo en el que leemos: *En el reino de Polanco, un ciudadano puede aprender a leer en sus libros, formar su opinión en sus periódicos, ver películas en sus cines, envejecer con su radio. Y ahora quiere hacerse con el fútbol y la tele.* En las otras dos páginas y a modo de encabezamiento se destaca: *Factura más de 135.000 millones con Prisa y posee editoras, librerías, parte del cine español y hoteles,* y se acompaña de una amplia fotografía de 6x3 módulos en la que se ve el logo de Canal Satélite Digital sobre una pared en la que está proyectada la sombra de Jesús Polanco con la mano alzada (la imagen corresponde al día de la presentación oficial). Además, en la otra página hay una pequeña foto de un módulo de Jesús Polanco y una amplia infografía que ocupa las tres columnas de la derecha de la página 3 en la que se desglosa pormenorizadamente todas las empresas y ramificaciones del grupo Prisa y el grupo Timón.

A lo largo del texto de este reportaje se describe cómo se ha creado el imperio que el periodista denomina “Polancolandia” y que define como “un país imaginario en el que usted puede estudiar de niño, cruzar la adolescencia y caminar hacia la vejez sin necesidad de viajar al exterior”. El reportaje se construye en torno a tres grandes momentos históricos: “Con el Régimen”, “con el PSOE” y “contra el Gobierno”. Para referirse a Polanco, a quien se compara con el Ciudadano Kane, se utilizan definiciones como “no es sólo un periódico”, “ha montado un imperio a partir de una pequeña editorial”, “el amo del mayor emporio de comunicación, cimentado en gran parte con los favores del poder”, “el vendedor de enciclopedias se había transformado en un tipo importante”, “el gran patrón de los medios”, “nuevo Kane”, “un hombre al que no le gusta que le hagan sombra”. Con respecto a cómo se ha creado este grupo empresarial, el reportaje explica que “la suerte de Polanco empezó a cambiar” cuando en 1968 se nombra a José Luis Villar Palasí, ministro de Educación y con su reforma Santillana se convirtió “en la principal proveedora de centros escolares” lo que le permitió a Polanco “arrasar a la competencia e iniciarse en el mundo de la concentración y del monopolio”.

Sin embargo, lo que más se destaca en el reportaje es la relación entre el Gobierno del PSOE y Jesús Polanco y se afirma que “la llegada al poder del PSOE en 1982, le abrió las puertas de sus negocios más redondos” y la importancia del empresario llegó a ser tal, según el periodista, “incluso para supeditar decisiones políticas a sus caprichos o, directamente, para retar al Gobierno” aunque se explica que “la sintonía que mantuvo con el Ejecutivo durante los sucesivos gobiernos González no hizo necesario pulso alguno”. Asimismo, se insiste en diferentes momentos que “el Gobierno hizo mutis por el foro”, “permisividad de los socialistas”, “una íntima amistad”, “una relación de *amiguismo*”, “adjudicaciones a dedo”, “otra oportunidad de agasajar a su empresario favorito”. En contraposición a esta relación, se indica que tras el anuncio del PP de elaborar un reglamento que permita el uso compartido de los descodificadores de la televisión digital por satélite, los medios del grupo Prisa “no han dejado de arremeter contra el Ejecutivo y sus pretensiones de regular el mercado de la televisión digital. Y los voceros no son pocos”.

2.4.4. *El País* vs. *El Mundo*

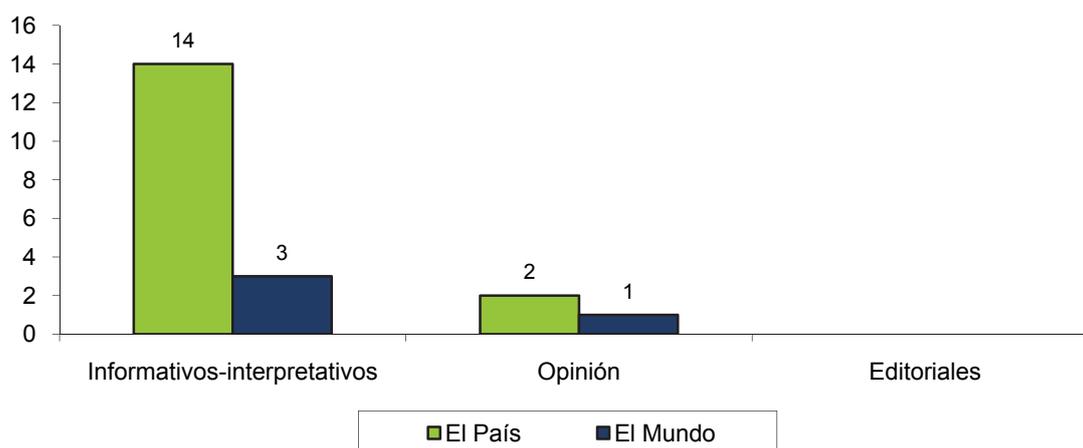
Los dos diarios dan un tratamiento muy diferente a la presentación de la oferta y el inicio de las emisiones de Canal Satélite Digital a finales de enero de 1997, tanto en el número de textos publicados como en el contenido de los mismos, es decir, en las referencias al proyecto que se presentaba y a los protagonistas del mismo.

En las siguientes tablas puede observarse como el diario *El País* publicó cuatro veces más textos que *El Mundo*. Además se recogen las diferencias en los géneros empleados y en la ubicación e importancia que otorgaron a este acontecimiento que además, *El País* llevó en dos ocasiones a la portada.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	14	3
Opinión	2	1
Editoriales	-	-
Total	16	4

Tabla 18

Gráfico 5. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	2	-
Sociedad	1	-
Comunicación	9	-
España	-	3
Economía	-	-
Opinión	-	-
Televisión/Radio	6	-
Suplementos	-	1
Total (sin contar portada)	16	4

Tabla 19

Es con respecto al contenido donde encontramos de nuevo las principales diferencias, hasta el punto de que hay informaciones que parecen totalmente contrapuestas. Es el caso de la noticia de presentación de Canal Satélite Digital, un hecho para el que *El País* no escatima en adjetivos calificativos positivos: “nace la televisión digital en España”, “un proyecto de futuro”, “hecho histórico”, “nueva era en la historia de la televisión”; mientras que *El Mundo* habla de un “órdago lanzado por Cebrián” ya que comienza sus emisiones “independientemente de lo que digan las normas administrativas”. Además, la crónica de la presentación parece también la de dos actos distintos ya que *El País* describe un “acto multitudinario” al que asistieron los protagonistas de la cultura, personalidades de la que se recogen citas para testimoniar su presencia; mientras que *El Mundo* habla de un auditorio “mayoritariamente formado por profesionales pertenecientes al Grupo Prisa” y resalta el tono crispado de Polanco en su discurso de presentación.

Por otro lado, el número de textos y la descripción minuciosa de la oferta de Canal Satélite Digital, nos plantean la duda de si se trata de información o de publicidad, un hecho que habrá que valorar posteriormente, cuando se analice si este diario realiza el mismo tratamiento con la presentación de la oferta de Vía Digital. En este caso, se han dedicado varios textos a desglosar los distintos canales, explicar cómo seleccionar la oferta, cómo pasar de un descodificador a otro..., textos todos ellos que pueden ser de interés para el lector y cliente de la televisión digital siempre que la información no sea sesgada, sólo de Canal Satélite Digital, en cuyo caso podríamos afirmar que hay una intencionalidad manifiesta de resaltar un producto por los propios interés económicos.

A diferencia de la información detallada que encontramos en *El País*, el diario *El Mundo* se limita a describir de forma breve las distintas ofertas de Canal Satélite Digital y su precio, comparándolas con la plataforma de Telefónica, que siempre aparece como más barata, aunque aún no se haya presentado ni sea una realidad. En lugar de presentar la televisión digital por satélite, este periódico opta por publicar en detalle el entramado de comunicación del Grupo Prisa, subrayando, en su opinión, los favores políticos bajo los que se ha creado y ha ido creciendo.

En último lugar, a modo de resumen, se recogen las diferencias en el contenido y cómo cada diario describió el acontecimiento analizado y los protagonistas del mismo entre el 24 de enero y el 2 de febrero de 1997 en la siguiente tabla.

Categorías	El País	El Mundo
Proyecto de tv digital de Sogecable	“100.000 abonados son una buena base para lanzar su oferta digital”, “Antena 3 y Gestora de Medios Audiovisuales entran con un 7,5% cada una”	“el Consejo de Administración de Antena 3 ha decidido por unanimidad entrar en CSD con un 7,5%”, “la sociedad Gestora de Medios Audiovisuales participó con otro 7,5%”
Antena 3 entra en CSD	“la decisión ha sido estrictamente empresarial (Asensio)”	“el Consejo de Administración de Antena 3 ha decidido por unanimidad entrar en CSD con un 7,5%”, “dio por rota su presencia en la Plataforma Digital liderada por Telefónica”
Proyecto de tv digital de Telefónica	“en medio de la barahúnda organizada en el seno de la plataforma que intenta montar la Compañía Telefónica”, “plataforma gubernamental”, “fuertes tensiones entre Telefónica y otros partícipes”, “autodenominada Plataforma Digital Española”, “el sector público controla el 68%”, “plataforma que impulsan el Ejecutivo y Telefónica”, “obligatoria y controlada por el Gobierno”	“(declaraciones de Polanco) como un farol de póker”, “oferta más barata por los consumidores”, “las cifras de inversión inicial que maneja Telefónica son inferiores”
Inicio de las emisiones de CSD	“nace la televisión digital en España”, “nueva dimensión al ocio de los españoles”, “la televisión española inicia una nueva aventura”, “acto multitudinario”, “comienza el espectáculo”, “un proyecto para el futuro”, “hecho histórico”, “libertad de elección”, “múltiples canales de TV y música”, “nueva era en la historia de la televisión”, “múltiples opciones”, “a bordo de la autopista digital”, “el ciberespectador digital decide”	“Canal Satélite va a iniciar el viernes su programación emitiendo desde Luxemburgo, independientemente de lo que digan las normas administrativas”, “órdago lanzado por Cebrián”, “un auditorio mayoritariamente formado por profesionales pertenecientes al Grupo Prisa”, “en una sala de cine de las afueras de Madrid”,
RTVE	“sus informativos silenciaron por completo el estreno de Canal Satélite Digital”	-
Jesús Polanco	“No toleraremos un abuso de poder a nuestra costa, aunque nos cueste carísimo”	“No hay un juez que me prohíba comprar un aparato legal en Europa y ponerlo en mi casa”, “no toleraré un abuso de poder a nuestra costa”, “desafía al Gobierno y anuncia la puesta en marcha de su TV digital al margen de las normas”

		administrativas”, “tono crispado”, “ridiculizó a la plataforma digital liderada por Telefónica”, “el reino de Polanco”, “ahora quiere hacerse con el fútbol y la tele”, “no es sólo un periódico”, “ha montado un imperio a partir de una pequeña editorial”, “el amo del mayor emporio de comunicación, cimentado en gran parte con los favores del poder”, “el vendedor de enciclopedias se había transformado en un tipo importante”, “el gran patrón de los medios”, “nuevo Kane”, “un hombre al que no le gusta que le hagan sombra”, “arrasar a la competencia e iniciarse en el mundo de la concentración y del monopolio”.
Antonio Asensio	“satisfecho de haber tomado la determinación de participar en Canal Satélite Digital”, “llamamiento a la despolitización”	“pese a tener el 15% de este proyecto (referido a CSD) no participó en la rueda de prensa”, “antiguo rival y hoy socio”
Gobierno	“Aznar exige (a TV3) que firme hoy mismo su adhesión a la plataforma de Telefónica”, “(declaraciones de Polanco) intentos por satanizar una operación netamente empresarial”	-
PSOE	“la plataforma liderada por Sogecable es la más serie, rigurosa, viable y plural”	“la llegada al poder del PSOE en 1982, le abrió las puertas de sus negocios más redondos”, “el Gobierno hizo mutis por el foro”, “permisividad de los socialistas”, “una íntima amistad”, “una relación de <i>amiguismo</i> ”; “adjudicaciones a dedo”, “otra oportunidad de agasajar a su empresario favorito”.
IU	“apoya las actuaciones del Gobierno”	-

Tabla 20

2.5. Ley de televisión digital

2.5.1. Contextualización

Al mismo tiempo que Canal Satélite Digital anuncia la presentación de su oferta, el Gobierno prepara la regulación de la televisión digital mediante la transposición de una directiva europea y un reglamento técnico. De esta forma, el 31 de enero el Consejo de Ministros aprueba el Real Decreto Ley 1/1997 por el que se incorpora al Derecho español la Directiva Europea 95/47 sobre Transmisiones de Señales de Televisión y el Reglamento de la Ley de Telecomunicaciones por Satélite para las Cuestiones Técnicas, unas leyes que generarán una gran polémica y que se prolongarán a lo largo de todo el año 1997, con modificaciones en el Congreso y en el Senado, recursos e intervención de las autoridades europeas hasta su posterior reforma por el Parlamento en septiembre.

Esta normativa debe entenderse en el contexto explicado y analizado hasta el momento en los hitos anteriores, pero también es necesario resumir el marco regulatorio que había existido hasta ese momento en España.

La televisión vía satélite, en sus orígenes basada en tecnología analógica, aparece por primera vez en la legislación española con carácter general en la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones y algo más tarde, en la Ley 35/1992, de 22 de diciembre, de Televisión por Satélite que hace referencia específica a la difusión de televisión por medio de esta tecnología. Durante esta etapa, la difusión de televisión vía satélite tuvo connotaciones de servicio público regulado, concediéndose la gestión directa del mismo a Radio Televisión Española y haciendo la gestión indirecta de dicho servicio objeto de concesión administrativa.

Sin embargo, la rápida evolución que experimentó este sector durante la primera mitad de la década de los noventa volvió este modelo inadecuado, por la rigidez que suponía en el desarrollo de servicios y la necesaria adecuación a la normativa comunitaria que, ya por aquel entonces, apuntaba justo en la dirección contraria.

La nueva regulación se inauguró con la Ley 37/1995, de 12 de diciembre, de Telecomunicaciones por Satélite, cuya novedad más significativa consistió en liberalizar, de conformidad con lo previsto en la Directiva 94/46/CEE, la prestación de los servicios de telecomunicación que utilicen satélites de comunicaciones. Para esta prestación se precisaría únicamente autorización administrativa que sería otorgada por el Ministerio correspondiente. Esta liberalización afectó a todo tipo de servicios, fueran éstos de difusión o no, incluyendo los propios servicios portadores, siempre que se utilizase para su prestación un satélite de comunicaciones. Con ello, los servicios de telecomunicaciones prestados por medio de satélites perdían la consideración de servicio público, no estando por tanto sujetos a control gubernamental.

En este marco de liberalización es cuando se producen en España las primeras emisiones de Televisión Digital vía satélite y cuando el Gobierno presenta dos nuevas normas legislativas independientes pero conexas que van a regular los servicios de TV digital en España y cuyos principales puntos se resumen a continuación:

- Real Decreto-Ley 1/1997 de 31 de enero sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión. Esta norma transponía la Directiva 95/47 casi literalmente en los aspectos técnicos genéricos, subía el IVA de la televisión de pago al 16% y creaba un Registro de Operadores de Acceso Condicional en la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT). Además introducía varias situaciones en las que intervendrá el regulador:
 - o Ante “situaciones de abuso de dominio en el mercado o de posición hegemónica en el servicio de acceso condicional” que afecten al mercado en libre competencia de los servicios de TV, la Dirección General de Telecomunicaciones las denunciará ante la CMT o el Servicio de Defensa de la Competencia para que actúen una u otra en función del caso.
 - o En caso de disputa entre un difusor de servicios de TV y un operador de servicios de acceso condicional y no lleguen a un acuerdo para la prestación de servicios de acceso condicional, la CMT dictará las resoluciones vinculantes oportunas.
 - o En caso de desacuerdo en los precios que el operador de servicios de acceso condicional pone a los difusores de TV, la CMT intervendrá pero sólo a partir de diciembre de 1998, haciéndolo el Ministerio de Fomento hasta esa fecha.
- Real Decreto 136/1997, de 31 de enero, con el Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Telecomunicaciones por Satélite. Dentro del artículo 2 se especificaban las normas para el registro en la CMT de las operadoras del servicio de acceso condicional, independientemente del medio de transmisión.

Por otro lado, es importante definir algunos términos a los que esta nueva norma hará referencia constantemente, para contextualizarla y entenderla mejor:

- DVB (Digital Video Broadcasting): este proyecto comprende a 170 organizaciones de 21 países interesados en estandarizar de forma mundial los mecanismos de difusión de televisión y servicios asociados. Es el estándar utilizado en Europa y como tal adoptado oficialmente por el Instituto Europeo para la Normalización de las Telecomunicaciones (ETSI).
- DVB-S: es la norma que especifica las características básicas del DVB en lo que se refiere a la televisión digital por satélite. Utiliza el MPEG-2 y propugna dos estrategias diferentes para el acceso condicional: multicrypt y simulcrypt.
- Multicrypt: utiliza el estándar de Interfaz Común en el IRD o plataforma de acceso de forma que se puedan utilizar simultáneamente varias tarjetas inteligentes donde residen las claves para el acceso condicional y el posterior desenmascaramiento de la señal. Estas

tarjetas pueden tener distintos esquemas de acceso condicional. De esta forma, el usuario puede acceder a todos los servicios condicionales a través de una única plataforma, que por supuesto tiene varios fabricantes y por tanto competencia en la industria, en la que solo tiene que conectar la correspondiente tarjeta inteligente de acceso condicional.

- Simulcrypt: permite que el IRD sea propietario, en el sentido de no estandarizar cómo debe ser la interconexión de los módulos de acceso condicional dentro del IRD. También permite la utilización de diferentes tipos de tarjetas inteligentes, siempre que se llegue previamente a acuerdos técnicos. En este sentido, al tratarse de una plataforma propietaria se establecen acuerdos entre los diferentes sistemas de acceso condicional de forma que es posible utilizar un cierto número limitado de tarjetas con acceso condicionales válidos en esa plataforma.
- Directiva 95/47/CE, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión: sus dos objetivos fundamentales son estandarizar ampliamente el IRD e introducir la figura del operador de servicios de acceso condicional, como aquel que produce o comercializa sistemas de acceso condicional a los usuarios para el acceso a servicios de difusión de TV del mismo u otros difusores. Esta Directiva establecía que los Estados miembros adoptarían las medidas necesarias que asegurasen que los operadores de servicios de acceso condicional ofrecían a los difusiones, en condiciones equitativas, razonables y no discriminatorias, los servicios técnicos de sus descodificadores para llegar a sus abonados. Esta Directiva debería ser transpuesta en agosto de 1996 por los países de la UE.

Finalmente, y situándonos de nuevo en el caso español que estamos analizando, el proceso de esta nueva normativa, desde el anuncio por parte del Gobierno hasta su aprobación en el Parlamento y su posterior reforma por el procedimiento abierto de la Comisión Europea, se dilató durante casi diez meses, tiempo en el que se generó una gran polémica a nivel político, empresarial y social y que ambos medios reprodujeron como veremos a continuación. Debido al amplio número de textos publicados, para una mejor organización y comprensión, hemos dividido este hito en varios subhitos que son los siguientes:

- Subhito 1. Anuncio de la nueva normativa y aprobación por el Consejo de Ministros (desde el 25 de enero hasta el 1 de febrero de 1997, un día después de la reunión del Consejo de Ministros).
- Subhito 2. Reacciones políticas, sociales y mediáticas a la nueva normativa (durante los diez días siguientes a su aprobación por el Ejecutivo, del 2 al 12 de febrero de 1997).
- Subhito 3. Debate de la normativa en el Congreso y en el Senado (del 14 de febrero al 10 de abril, un día después de su aprobación en el Senado con algunas modificaciones).
- Subhito 4. Aprobación definitiva en el Congreso de los Diputados (del 18 al 20 de abril de 1997, los tres días posteriores a la aprobación definitiva en el Parlamento).
- Subhito 5. Apertura de procedimiento por la Comisión Europea (desde el 27 de junio, fecha en la que la Comisión Europea abre expediente de infracción contra el Gobierno español

por la ley de televisión digital, hasta el 24 de julio, en la que esta institución concede un mes al Ejecutivo para realizar modificaciones).

- Subhito 6. Reforma de la ley y archivo del procedimiento (a partir de finales de julio que se inicia el periodo dado por la Comisión al Gobierno hasta el nueve de octubre, un día después de que la Comisión archive el procedimiento tras la modificación de la ley).

2.5.2. *El País*

Durante todo el año 1997 este diario dedicó más de ciento setenta textos a este bloque temático, de los cuales ciento treinta y uno corresponden a los subhitos seleccionados y explicados anteriormente. Una muestra representativa, entre informaciones y editoriales que se detallan y describen a continuación.

SUBHITO 1: Anuncio de la nueva normativa y aprobación por el Consejo de Ministros

Desde el 25 de enero hasta el 1 de febrero de 1997, este diario publica veintitrés textos, de los cuales son veinte informativos y tres de ellos editoriales. Además en esta semana, este hecho merece ser portada para *El País* en tres ocasiones. En cuanto a la ubicación de sus textos informativos, todos ellos, excepto un reportaje que se publica en el suplemento *Domingo*, aparecen en las páginas de Sociedad y la mayoría de las ocasiones, doce concretamente, bajo el nombre de Comunicación.

Por lo que respecta a las páginas y su extensión, hay un reparto muy equilibrado ya que diez informaciones se publican en página par y otras diez en página impar y aunque no siempre se trata de textos extensos, todos los días hay varias noticias que complementan a una principal. Además, durante esos siete días, *El País* dedicó nueve páginas a este bloque temático con varias noticias al día agrupadas casi siempre con el cintillo “Maniobras televisivas del Gobierno”, excepto el día 31 que se da prioridad a la presentación de la oferta de Canal Satélite Digital y se utiliza el cintillo “Nace la televisión digital en España”. Por último, y antes de comenzar con la descripción de los hechos que realizó este diario, hay que destacar que de los veinte textos informativos, doce de ellos están firmados por EL PAÍS.

El primer día que este diario dedica espacio a este tema es el 26 de enero que abre su portada con un recuadro en la parte superior derecha con el título: *Objetivo: acabar con Polanco*. Este titular se completa con el antetítulo: *Aznar y la plataforma digital de televisión*, y con el subtítulo: *Los socios y voceros del Gobierno han contado en sus medios cómo se montó la operación*. En la portada se explica que “el Gobierno de José María Aznar ha montado una gran operación política para bloquear la plataforma digital de Canal +”, que el Consejo de Ministros aprobó un reglamento “para intentar frenar el inicio de las emisiones de Canal Satélite Digital” y se señala que esta operación “ha sido contada por sus voceros habituales como respuesta al acuerdo sobre los derechos del fútbol”. Todos estos aspectos se desarrollan en

páginas interiores a través de tres textos informativos, un editorial y un reportaje en el suplemento *Domingo* de tres páginas.

Los tres textos informativos se sitúan en Sociedad, en la página 28, bajo el encabezamiento general: “Maniobras televisivas del Gobierno”. El texto principal abre esta página a cuatro columnas con el titular: *CanalSatélite acusa a Aznar de atropellar los legítimos intereses de compañías españolas*, y con dos subtítulos: *Cebrián: “Es inconstitucional legislar contra una empresa a favor de otra”*, y *La norma sobre descodificadores no fue consultada a la industria ni al sector privado*. En el texto se desarrolla un comunicado emitido por Canal Satélite Digital para “favorecer el monopolio de la compañía Telefónica y a las televisiones públicas dependientes del Partido Popular” e intenta “perjudicar los intereses legítimos de empresas privadas españolas”. Además, denuncia “la politización que desde el Gobierno se viene realizando en torno a la televisión digital y contra aquellas empresas de comunicación que no son dóciles a las presiones del poder”.

Debajo de esta información principal se recoge otra con el titular: *La UE no atribuye a los gobiernos homologar descodificadores*, donde se explica que esta función corresponde a los organismos europeos “reconocidos de normalización” y se señala que “los distintos descodificadores disponibles en el mercado europeo cumplen el requisito de normalización”. Además, en la columna derecha hay un tercer texto titulado: *Fomento habla de libre competencia, y el PSOE, de “sectarismo”*, y donde se recogen declaraciones en uno y otro sentido³⁹⁶.

En el reportaje del suplemento titulado: *Objetivo: acabar con Polanco*, se describe detalladamente el tratamiento que el tema de las plataformas digitales y las decisiones políticas han tenido en los “periódicos socios y voceros del Gobierno”, fundamentalmente el diario *El Mundo* que se denomina en el reportaje “consejero aúlico de Aznar”. En este reportaje se señala la firma del acuerdo sobre los derechos del fútbol como el hecho que “desató la batería de ataques” “impulsada desde la Secretaría de Estado para la Comunicación” y para lo que ha movilizado “empresas de gestión pública, gobiernos regionales del PP con sus respectivas cadenas autonómicas de televisión y medios de comunicación de la derecha más recalcitrante”. En el texto se señala que “Antonio Asensio pasó de ser tratado como un héroe, como un muro de contención del Grupo PRISA y como un garante del pluralismo a ser denigrado” y se dice de Miguel Ángel Rodríguez que “numerosos redactores de este diario le han oído en repetidas ocasiones expresiones como “hay que hundir a Prisa” o “en ese periódico hay que poner una bomba”. Este reportaje lleva dos fotografías: una de los socios de la plataforma de Telefónica y otra de Aznar y Pedro J. Ramírez y dos despieces: uno titulado: “*Dictador, dañino personaje, delincuente*”, en el que se recogen comentarios de Antonio Herrero en COPE y Jiménez

³⁹⁶ Véase ANEXO: documentos 53 y 54.

Losantos en *Época* sobre Polanco; en el otro despiece: *El despliegue, hasta con chistes*, se refiere al número de páginas dedicadas por el diario *El Mundo* a la plataforma digital y asuntos directa o indirectamente relacionados. Además se señala que el director de *El Mundo* dedicó más de una página con un comentario bajo su firma “de intención abiertamente denigratoria” para Polanco y que *El País* reprodujo textualmente el día 20 de enero³⁹⁷.

El editorial del 26 de enero de 1997 se titula: *De plataformas y repúblicas bananeras*, y ocupa todo el espacio que este diario normalmente dedica a tres editoriales. En este texto el diario se refiere a las decisiones políticas de Aznar como: “el anuncio de medidas de tipo reglamentario para bloquear la operación de Canal Satélite Digital, a fin de dar tiempo a la eventual plataforma del Gobierno para organizarse y competir, no puede ser verdad. Constituiría, si lo fuera, un acto de corrupción política inimaginable en quien se presentó a las elecciones con la inmaculada figura de José María Aznar como estampa” y señala: “olvida Aznar que a nadie se le puede obligar a ser socio de nadie” y que “no es tolerable que se cambie la legislación, por la vía de urgencia, con nocturnidad y alevosía, para protegerlas de la libre competencia de otras. Algunos llamaría a eso prevaricación”. De la plataforma de Telefónica se afirma que “se pretende poner el dinero de Telefónica al servicio de una operación esencialmente política, que resulta marginal a su negocio”. Sobre el acuerdo de los derechos del fútbol se dice que “sacó de sus casillas a los estrategas de Aznar”. El editorial concluye con la siguiente afirmación: “por más que se empeñe, el Gobierno no podrá acabar con la libertad de televisión vía satélite. No es quién el Ejecutivo para decretar cuántas plataformas de televisión deben existir. Se olvida quizás de que España es desde hace once años un país miembro de la Unión Europea y no una república bananera donde los caprichos del que manda se cumplen de inmediato”³⁹⁸.

Dos días, después, el 28 de enero, *El País* continua publicando textos sobre este asunto, en concreto cuatro informaciones y un editorial. Los textos informativos ocupan la página 25, en Sociedad, que se encabeza de nuevo con el título: “Maniobras televisivas del Gobierno”. El texto principal se titula a cuatro columnas: *Las cadenas privadas españolas rechazan el ‘decretazo’ sobre la televisión digital*, y con los subtítulos: *El Gobierno añade fuertes restricciones a la directiva liberalizadora de la UE*, y *RTVE propone más medidas para torpedear la salida de su competidor, Canal Satélite*. En el texto se cuenta que directivos de las cadenas privadas se personaron en la reunión organizada para impugnarla y pedir un plazo mínimo de 48 horas para estudiar el texto.

En el reglamento propuesto por el Gobierno se traspone la directiva 95/47 y se añaden nuevas normas como: la exigencia a los operadores de aportar al Gobierno sus listas de clientes y el sometimiento a autorización gubernamental de las tarifas. A estos aspectos nuevos se dedican dos textos en la parte inferior de la página bajo los titulares: *El Gobierno podrá exigir la lista de clientes y marcar los precios*, y *La autoridad dirá quién puede operar y quién no en televisión*

³⁹⁷ Véase ANEXO: documentos 55, 56 y 57.

³⁹⁸ Véase ANEXO: documento 58.

por satélite. En la columna derecha aparece el cuarto texto de esta página con el título: *Canal Satélite pide ser oída para evitar un perjuicio "irreversible"*, y se señala que este reglamento causa un perjuicio muy grave a esta empresa que tiene su oferta preparada "con contenidos, descodificadores comprados y fabricados y con un sistema comercial a punto"³⁹⁹.

El editorial del día 28 de enero es algo más breve que el publicado dos días antes y se titula: *Digital viene de dedo*, aunque se repiten casi los mismos argumentos: "con el nuevo reglamento pretende establecer cosas que en un país civilizado precisarían de una ley", "sólo tiene por objeto favorecer a la empresa de televisión que el Gobierno promueve, con la complicidad de un magnate mexicano y del presidente de Telefónica, cuyo principal activo profesional es ser compañero de juegos de Aznar", "el Gobierno está dispuesto a echar un pulso a todos los sectores que no le rinden pleitesía", "el resultado es que se han incumplido con desvergüenza todos los trámites procesales", "se ha logrado una unanimidad encomiable: todas las empresas privadas de televisión de este país son contrarias al nuevo texto". El editorial finaliza con la advertencia: "el PP no debe abusar de la paciencia de sus socios en el Parlamento ni de la de los ciudadanos. Despeñarse por la pendiente del abuso, el amiguismo y la arbitrariedad y potenciar la crispación es pasaporte seguro hacia un final similar al de Romanones"⁴⁰⁰.

Al día siguiente, el 29 de enero de 1997, este diario publica otros tres textos sobre este asunto. En la mitad superior y a cuatro columnas se titula: *La CE afirma que Madrid no puede prohibir un descodificador homologado en Europa*, y con el subtítulo: *Estupor en Bruselas por el intento de control de precios y abonados de Canal Satélite*. Debajo de este texto, aparece otra información que completa la anterior titulada: *El descodificador de Canal Satélite sirve para cualquier plataforma*, acompañada de un gráfico sobre cómo funciona la transmisión digital y las conexiones. Estos dos textos aparecen unidos mediante un recuadro y en ellos se insiste en la compatibilidad del descodificador de Canal Satélite. Relacionado con estos textos está el que aparece en la misma página en la columna derecha con el titular: *Canal Satélite acusa al Gobierno de desviación de poder*, y en el que se explica la posición de esta empresa mediante un comunicado en el que afirma que el "principal objetivo del proyecto gubernamental es impedir que Canal Satélite pueda comenzar la prestación de sus servicios a partir del día 31 de enero". En este mismo texto se recoge otro comunicado emitido por Sony en el que se dice que "sus descodificadores cumplen el estándar de Producto DVB Europeo, establecido de acuerdo con la directiva 95/47".

El día 30 de enero *El País* publica de nuevo cuatro textos informativos. El primero aparece en la columna derecha de la página 24 y se titula: *Arias Salgado admite "dos descodificadores compatibles"*. El texto que ocupa algo más de la mitad de la columna recoge las declaraciones del ministro de Fomento a Onda Cero en las que señalaba que "cualquier arreglo técnico entre

³⁹⁹ Véase ANEXO: Documento 59.

⁴⁰⁰ Véase ANEXO: Documento 60.

las dos plataformas digitales que conduzcan a un solo descodificador o a dos compatibles entre sí, me parecerá una buena solución”. Los otros tres textos aparecen en la página 25, dos de ellos ocupando las cuatro columnas de la izquierda y unidos mediante el mismo recuadro. De ellos, el texto de la mitad superior se titula: *El reglamento de TV digital está hecho “directamente” contra Canal Satélite*⁴⁰¹, y con el subtítulo: *Alegaciones de la empresa afectada al Consejo de Estado en vísperas del dictamen*, y lleva una pequeña fotografía del presidente del Consejo de Estado. El otro texto se titula: *Economía rechaza el decreto sobre la Ley del Satélite*, y lleva una fotografía de la primera página de un informe que ha emitido la Dirección General de Política Económica y Defensa de la Competencia, dependiente del Ministerio de Economía y Hacienda, desfavorable al texto del decreto. Finalmente, en esta página hay un breve texto en la parte inferior de la columna derecha titulado: *El secretario de Comunicaciones atribuye a la UE el ‘decretazo’*, en el que se explica que el Ministerio de Fomento aceleró el reglamento “impelido por la Comisión Europea”.

Un día después de la presentación de la oferta de Canal Satélite Digital, el 31 de enero, este periódico publica otros tres textos sobre la nueva regulación además de destacarlo en portada bajo la fotografía sobre el inicio de la televisión digital en España. El titular referido a este bloque en la portada es: *Bruselas plantea graves objeciones al decreto de TV digital del Gobierno*, y se completa con el antetítulo: *El Consejo de Estado indica que vulnera la ley de protección de datos*. En la página 35 se desarrolla lo anunciado en portada bajo el encabezamiento “Nace la televisión digital en España”. En esta página hay dos textos que ocupan cuatro columnas y que están unidos en un mismo recuadro. El principal ocupa más de la mitad de la página y se titula: *La Comisión Europea desaconseja el decreto del Gobierno de Aznar sobre la televisión digital*, y tiene dos subtítulos: *Bruselas no acepta la exigencia de homologar los descodificadores en España*, y *Sugiere a Madrid que no regule tarifas, plazos, registros ni listas de clientes*. En este texto se describen los motivos de infracción de la normativa comunitaria por parte del Gobierno con respecto a la homologación de los descodificadores, la lista de clientes, el registro oficial, los plazos y las tarifas y señala que de “no modificarse el texto, el Gobierno corre el riesgo de provocar un procedimiento por infracción de la normativa europea en Bruselas y acabar ante el Tribunal de Justicia de Luxemburgo”⁴⁰².

El texto que aparece debajo del descrito anteriormente se titula: *Sony afirma que el reglamento de descodificadores viola la Constitución y el Tratado de la UE*, y explica que este reglamento “impediría la importación para su distribución en España de descodificadores legalmente fabricados y comercializados en un Estado miembro de la Unión Europea”. En la columna de la derecha se recoge el tercer texto informativo bajo el titular: *La Asociación de Derechos Humanos, contra el ‘decretazo’*, y donde se explica que este reglamento “viola la Ley Orgánica de Regulación del Tratamiento Autorizado de Datos que entró en vigor en España el 1 de enero de 1993”.

⁴⁰¹ Véase ANEXO: Documento 61.

⁴⁰² Véase ANEXO: Documento 62.

Por último, el día 1 de febrero de 1997 el asunto se destaca en un recuadro a tres columnas en la parte superior derecha de la portada con el titular: *El Gobierno utiliza un decreto-ley para frenar la televisión digital*, y el subtítulo: *Canal Satélite Digital continuará emitiendo desde Luxemburgo*. En páginas interiores este tema merece dos textos informativos en la página 24 y un editorial⁴⁰³. Las informaciones aparecen bajo el encabezamiento: “Maniobras televisivas del Gobierno”. El texto principal ocupa cuatro columnas bajo un titular similar al de portada: *El Gobierno convierte en decreto-ley sus normas para controlar la televisión digital*, y con el subtítulo: *La Administración regula tarifas y registro, pero retira las listas de clientes*. Esta información se acompaña de una fotografía de de 2x3 de Arias Salgado y Miguel Ángel Rodríguez y un despiece titulado: *Canal Satélite Digital continuará sus emisiones desde Luxemburgo*, donde se recoge un comunicado de esta empresa tras la aprobación del decreto ley en el que “reitera su denuncia de la abusiva intervención del Gobierno para dificultar sus operaciones en beneficio de los intereses de otra empresa que el propio Gobierno trata de poner en marcha”.

En el texto de la información principal se recogen declaraciones del ministro de Fomento tras la aprobación del decreto ley y se dice que “reconoció que el Gobierno no tiene competencia para homologar descodificadores ya normalizados en otros países de la Unión Europea”. El otro texto informativo se sitúa en la columna derecha y se titula: *Mejor blindaje jurídico para una misma operación*, donde se explica que con la elección del decreto ley el Gobierno “se dota de un instrumento jurídico menos burdo que el de un simple *decretazo* gubernamental” y fuerza “un debate parlamentario sobre los temas que son objeto de regulación”.

El editorial del 1 de febrero de 1997 se titula: *Modos y maneras*, y en este texto se dice del Gobierno que “parece decidido a mantener vivas tres inquietantes características: el gusto por el decreto-ley, la afición al secretismo y un afán casi patológico a desmentirse los unos a los otros”. Además, se critica la elección de decreto-ley para esta regulación porque no lo justifica la urgencia: “cierto el retraso, pero falsa la urgencia, excepto por el curioso hecho de que Canal Satélite Digital comience sus emisiones esta misma semana”.

SUBHITO 2: Reacciones políticas, sociales y mediáticas a la nueva normativa

Durante los diez días posteriores a la aprobación de la nueva normativa por el Consejo de Ministros, se produjeron distintas reacciones políticas, empresariales, sociales y mediáticas que *El País* recogió en un total de veintisiete textos, de los cuales veinticuatro son informativos y tres de ellos son editoriales. Además, para este diario este tema mereció ser portada en seis ocasiones.

⁴⁰³ Véase ANEXO: Documentos 63, 64 y 65.

Con respecto a la ubicación, la mayoría de los textos se ubican en el espacio de Comunicación que este diario dedica en Sociedad, si bien hay tres textos que se colocan en España, cuando este tema trasciende lo que considera mediático o comunicativo y llega a la Fiscalía General como se verá a continuación. Por otro lado, se trata de noticias y textos destacados y extensos que ocupan cinco páginas completas y en otras tres ocasiones tres cuartos de la página. Por último, mencionar que algo más de la mitad de los textos están firmados por EL PAÍS.

En primer lugar, el 2 de febrero de 1997, este asunto abre la portada con un titular a tres columnas: *El Gobierno intenta el ahogo económico de Canal Satélite*, y el antetítulo: *Medidas fiscales y técnicas contra una empresa*. En el interior se le dedican dos páginas completas a esta información, la 30 y la 31, bajo el encabezamiento “Maniobras televisivas del Gobierno”. Más de la mitad inferior de estas dos páginas se dedica a reproducir literalmente el decreto-ley bajo el título: *Decreto-ley sobre normas para la emisión de señales*⁴⁰⁴.

En la parte superior de la página par se ubica el otro texto más destacado que se titula a cinco columnas: *El Gobierno acumula impedimentos tecnológicos y fiscales para obstaculizar a Canal Satélite*. Este texto lleva el subtítulo: *Por decreto-ley se sube el IVA de los servicios de televisión de pago desde el 7% al 16%*, y un despiece en el que se recogen las declaraciones de Jaime Ferrús, director general de Canal Satélite Digital, quien cree que es “un intento de retrasar nuestra actividad, en beneficio de una opción (la de Telefónica, RTVE, Televisa y otros) que de momento sólo existe en el papel”. En el texto de la noticia, que ocupa también otras tres columnas de la página impar se describen las principales disposiciones adoptadas por el Gobierno. Junto a esta noticia, pero en la página impar se incluye otro texto titulado: *El Consejo de Estado dice que no tuvo tiempo de estudiar el decreto*.

El editorial del día 2 de febrero se titula: *Contra la libre empresa*, y en él se afirma que “estamos ante una tentativa de golpe contra las libertades”, “este Gobierno intervencionista y autoritario está intentando paralizar el desarrollo de una empresa privada” y “poner todo tipo de trabas al proyecto empresarial” de Canal Satélite Digital. Además, se dice que “a nadie puede engañar el pretexto de que se legisla para todas las plataformas, porque es obvio y evidente, que sólo existe una” y con respecto a los descodificadores se le pide al Gobierno que “diga y explique cuál quiere, porque otros no existen”⁴⁰⁵.

Un día después, el 3 de febrero, se vuelve a destacar la información en portada, en la columna derecha, y se remite a la página 24 donde se desarrolla bajo el titular: *Expertos juristas dicen que el decreto contra Canal Satélite vulnera la Constitución*. Algunos de los aspectos que señalan los juristas en el texto es que “no puede regularse por decreto-ley, ya que la Constitución exige una ley que, además, no pueda afectar al contenido esencial del derecho” y que es “absurdo un decreto en el que el Gobierno se convierte en juez y parte, ya que está en

⁴⁰⁴ Véase ANEXO: documentos 66, 67 y 68.

⁴⁰⁵ Véase ANEXO: Documento 69.

una de las plataformas digitales”. En la página 25 se publica otro texto bajo el mismo encabezamiento que los días anteriores, y titulado: *La subida del IVA a la TV de pago es de las más altas para un sector*, y con el subtítulo: *Para el Gobierno, la televisión no es ocio y cultura*. En el texto se señala que “el IVA que se le aplicará a los usuarios de la televisión de pago “es similar al de artículos que tradicionalmente han tenido la consideración de lujo”.

El día 4 de febrero este diario publica tres textos informativos en la página 25. El principal es el que se destaca también en la parte inferior de la portada y que en la página de interior se titula a cuatro columnas: *España ha incumplido la obligación de enviar a Bruselas los decretos sobre TV digital*, y con el subtítulo: *Madrid está “en situación de infracción”, según el portavoz de Bangemann*. En el texto que ocupa algo más de la mitad de la página, con una pequeña fotografía de Bangemann, se explica que los dos textos sobre televisión digital publicados en el BOE “han vulnerado el deber de todo Gobierno de informar oficialmente de los proyectos de nueva legislación con efectos industriales, al menos tres meses antes de hacerla efectiva”. Debajo de esta información se incluye otra titulada: *Inspección gubernativa de un comercio donde se muestra Canal Satélite*, y en la que se cuenta que “dos funcionarios de la Jefatura Provincial de Inspección y Telecomunicaciones de Madrid inspeccionaron ayer el descodificador de Canal Satélite”. En la columna derecha en la parte inferior se publica el tercer texto bajo el titular: *Consumidores y espectadores, contra el ‘decretazo’*.

Al día siguiente, el 5 de febrero de 1997, *El País* publica una información en la mitad superior de la página 28 a cuatro columnas con el titular: *Bruselas advierte que los decretos españoles sobre TV digital “no pueden aplicarse”,* y el subtítulo: *Malestar del comisario Bangemann con el Gobierno por no haberle informado*. Esta noticia que está recuadrada viene a completar la información dada el día anterior y explica que Martin Bangemann tiene previsto enviar una carta al Gobierno “emplazándole a que notifique sus nuevas normas”. Sin embargo, lo que más destaca este diario el día 5 es la intervención del fiscal del Estado en la “guerra digital”, un tema que anuncia en portada y al que dedica el editorial, *Fuera máscaras*⁴⁰⁶, y un texto de tres columnas en la página 15 de la sección España y con bajo el titular: *El fiscal del Estado se suma al Gobierno en su guerra digital contra Sogecable*. En estos textos se explica que “el fiscal general del Estado, Juan Cesáreo Ortiz Úrculo, difundió anoche una nota para dar cuenta de que hacía llegar a la fiscalía anticorrupción dos denuncias. Una de ellas, referida al llamado caso Ferrer, en la que se ha intentado implicar a Jesús de Polanco; la otra iba dirigida a Antonio Asensio. Ambos empresarios son los dos firmantes del acuerdo sobre los derechos del fútbol y la plataforma digital de Sogecable”. En el editorial se argumenta que la relación entre las denuncias presentadas por la Fiscalía es “un nexo político: la persecución inmoral y estúpida que el Gobierno ha lanzado contra los medios de comunicación que no le son sumisos” y que se ha “puesto a la Fiscalía General al servicio indirecto de una operación de desprestigio de dos empresas privadas en beneficio de otras que le placen a Aznar”, además

⁴⁰⁶ Véase ANEXO: Documento 70.

se define la situación política como “una mezcla de estilos entre la bravuconería fascista y la manipulación informativa, en la que eran expertos los nazis”, “su desprecio por las formas, que supedita siempre a los fines”.

Por otro lado, el día 5 de febrero Canal Satélite presentó la documentación necesaria en el registro, hecho que destacó un día después *El País* con una información a cuatro columnas y recuadrada en la parte superior de la página 26. Esta noticia se titulaba: *Canal Satélite cumple en el registro oficial con todos los requisitos del ‘decretazo’*, con el subtítulo: *La empresa deposita los certificados de homologación de sus descodificadores*. Esta información lleva una foto de 2x3 del momento en el que se entregaba la documentación y otra del documento que acredita el descodificador. Ese mismo día, se dedica una página completa en la sección de España y un destacado en la parte inferior de portada a la nota enviada por el Fiscal General del Estado el día anterior. En los dos textos que completan la página se recogen las críticas de las asociaciones de jueces y fiscales, así como de la oposición.

Los días 7 y 8 de febrero este diario publica tres informaciones sobre este tema. El día 7 a cuatro columnas y en la parte inferior de la página 31 titula: *Iniciativa per Catalunya se opone al ‘decretazo’ digital*, con declaraciones del portavoz de este partido en ese sentido y un día después, el 8 en la parte inferior de la columna derecha se publica un breve titulado: *IC votará contra el ‘decretazo’* y también en la columna derecha de la página 25 otro texto con el titular: *Pujol se reúne el martes con Aznar para buscar salidas a la guerra digital*. Sin embargo la información más destaca del día 8, que ocupa cuatro columnas de esa página 25 es: *Canal Satélite Digital denuncia al Gobierno de Aznar ante la Comisión Europea*, con el subtítulo: *La empresa alega infracción del Tratado y favoritismo hacia el proyecto oficial*. En el despiece que aparece en la parte inferior se relacionan las “presuntas infracciones” del Gobierno: “la nueva normativa exige una homologación nacional para los descodificadores que ya están fabricados de acuerdo con la normativa europea”, “las nuevas exigencias constituyen un obstáculo a la comercialización de descodificadores producidos y comercializados legalmente en otros Estados miembros”, “se denuncia la facultad gubernativa de fijar las tarifas”, además “como el Gobierno no notificó a Bruselas los decretos en su fase de proyecto con una antelación de tres meses, serían inaplicables”.

Un día más tarde, el 9 de febrero, *El País* presenta una información sobre la postura de CiU ante el decreto-ley del Gobierno bajo el titular: *Pujol le pedirá a Aznar que reforme el ‘decreto’*. En el texto se explica que este partido pide o que “se reforme antes de someterlo a la aprobación del Parlamento o que, en su defecto, sea sustituido más adelante por una ley que podría ser enmendada”. El día 11 este mismo tema se convierte en la noticia más destacada de la página 29 ya que se titula a cuatro columnas: *CiU condiciona el voto al ‘decretazo’ digital a que se tramite después como ley*, y con el subtítulo: *Quejas del partido de Pujol sobre la poca información que recibe el plan gubernamental*. En esta información que lleva tres fotografías de un módulo se incluye un despiece titulado: *González duda sobre la solvencia económica de la*

plataforma de Telefónica y RTVE, con declaraciones irónicas del ex presidente del Gobierno como: “Cuando se ponga en marcha en el año 2015 yo la contrataré” o “con la Navidad se le iluminaron los cerebros y se dieron cuenta de que había que defender el fútbol”. El mismo día 11 y en la misma página que las informaciones anteriores se publican otros dos textos informativos en la columna derecha titulados: *IU apoyará el decreto sobre televisión de pago*, y *CCOO acusa al Gobierno de crear enfrentamientos entre empresas*.

Al día siguiente, el 12 de febrero, el decreto-ley vuelve a ocupar la portada de *El País* en la parte superior derecha de la página y a dos columnas con el titular: *Pujol reclama a Aznar que el Congreso pueda retocar el ‘decretazo’ digital*. En las páginas de interior esta información merece un editorial y dos textos informativos. Las informaciones ocupan la página 28 con una entradilla en la parte superior de las cinco columnas que lleva el título: *El Gobierno retrocede*, y donde se cuenta que Aznar “se ha quedado solo en su intento de sacar adelante el *decretazo* digital” y se explica que tanto CiU como IU han pedido la tramitación del texto como proyecto de ley. Esta entradilla presenta a las dos informaciones: la principal a cuatro columnas: *La falta de apoyo de CiU obliga a Aznar a aceptar que el ‘decretazo’ digital sea reformado por ley*, y con el subtítulo: *Pujol advierte al PP de los riesgos de buscar mayoría con Izquierda Unida*; y la información de la columna derecha bajo el titular: *IU se divide y el PSOE anuncia recurso al Constitucional*⁴⁰⁷.

El editorial de ese 12 de febrero se titula: *Una oportunidad*, en el que se cree que “el presidente Aznar no parece haber aprovechado la oportunidad que le brindó Pujol de salirse casi sin ruido del embrollo de la plataforma digital” y que “el Gobierno se ha empeinado en generar conflictos artificiales que han envenenado el clima político”. Al final se aconseja al Gobierno “que será bueno que no haga cuestión de honor de algo que es sólo una decisión política” porque “sólo así podrá convencer a sus socios de que no pretende imponerles esta iniciativa legislativa como un *trágala*, sino que está dispuesto a discutir y aceptar algunas de sus sugerencias”⁴⁰⁸.

SUBHITO 3: Debate de la normativa en el Congreso y en el Senado

Desde el 14 de febrero de 1997, un día después de que se debatiera la nueva normativa en el Parlamento, hasta el 10 de abril, un día más tarde de su aprobación en el Senado, *El País* publicó en total 19 textos de los cuales, todos excepto uno son informativos. El texto de opinión está firmado por Joxe Joan González de Txabarri Miranda, diputado y portavoz del PVN en el debate parlamentario sobre la televisión digital. Para este diario, este asunto fue portada únicamente el 14 de febrero.

⁴⁰⁷ Véase ANEXO: Documento 71.

⁴⁰⁸ Véase ANEXO: Documento 72.

Con respecto a la ubicación, todos los textos informativos se ubican en Sociedad y en la mayoría de las ocasiones, en doce concretamente, en las páginas que dentro de esa sección se dedican a Comunicación. El único texto que aparece en otra sección es el de opinión que lo encontramos en las páginas de España. Además, los textos se ubicaron en su mayoría en página par, en once ocasiones.

La mayoría de los textos no ocuparon mucho espacio en las páginas, y tan sólo tres veces, las informaciones eran de tres cuartos de página, si bien, los días que se publicaron varios textos se agrupaban para dedicar las páginas casi completas a este tema. Por último, con respecto a la autoría de los textos informativos, en esta ocasión, encontramos que la mayoría están firmados por Santiago Carcar, seis de ellos concretamente, y otros cinco por EL PAIS.

El día después del debate en el Parlamento, el 14 de febrero de 1997, este periódico dedica a este asunto cinco informaciones, que abren la sección de Sociedad y ocupan casi dos páginas completas, además de destacarlo en portada, exactamente, en la parte inferior de las dos columnas derechas: *El Gobierno convierte el debate digital en un ataque al Grupo PRISA*. Además, todos los textos informativos de ese día, en las páginas 27 y 28, aparecen bajo el encabezamiento: “El ‘decretazo’, en el Congreso”. En la página impar hay una entradilla en la parte superior que introduce las informaciones y donde se explica que fue “un tenso debate” en el que Arias Salgado y Rubalcaba “mezclaron en la pelea política a grupos de comunicación considerados por cada uno de ellos afines al adversario”. Además, se cuenta que se convalidó el decreto-ley con los votos en contra del PSOE y que el PP apoyó la tramitación del texto como un proyecto de ley normal. En la página impar hay además una viñeta humorística encima del titular de la información principal: *El Gobierno y el PSOE se acusan de favorecer a grupos de comunicación afines en la TV digital*, y con el subtítulo: *El Congreso aprueba la tramitación del ‘decretazo’ como proyecto de ley*. Esta noticia lleva una fotografía de Arias Salgado y Cascos en el Congreso y un despiece titulado: *El periódico gubernamental o el Gobierno mundial*. En la columna derecha de esta misma página la información se titulaba: *IU hablar de un “triste espectáculo mediático y comercial”⁴⁰⁹*.

En la página par, la 28, se publican los otros tres textos de ese día. El más destacado en las tres columnas centrales, en la mitad superior con el titular: *El PNV acusa a PRISA de “caza de brujas” contra el nacionalismo vasco*, y con el subtítulo: *Txabarri apoya al Gobierno, pero critica su intervencionismo*. En la columna izquierda el texto se titula: *Polémica constitucional sobre el decreto-ley*. Debajo de estas dos informaciones se sitúa el tercer texto de esta página: *CiU advierte al Ejecutivo que la televisión digital es un “foco de crispación política que no conviene a nadie*.

Un día más tarde, el 15 de febrero, este periódico publica una información referida a este tema bajo el titular: *El Gobierno anuncia trámite de urgencia para la ley de TV digital*, y con el

⁴⁰⁹ Véase ANEXO: Documento 73.

subtítulo: *Rubalcaba destaca la firmeza de CiU e IU frente al Ejecutivo*. En el texto que ocupa la parte superior de las tres columnas centrales se explica que el Gobierno ha elegido la vía de urgencia para modificar la ley y que sólo aceptará cambios en “artículos periféricos”. Dos días después, la noticia es: *El PP pretende evitar que la ley digital se debata en el Congreso*, y en ella se cuenta que probablemente la Mesa del Congreso acuerde que el proyecto sea debatido en la comisión correspondiente con competencia legislativa “por lo que no hace falta la discusión de su articulado en el Congreso y se remite directamente al Senado”.

El día 18 de febrero continúan las informaciones sobre el decreto-ley, en este caso una noticia ubicada en la mitad inferior de la columna derecha y con el titular: *El Defensor del Pueblo tramita una queja contra el ‘decretazo’*. Un día más tarde, se publica el texto de opinión bajo el titular: *‘Akelarre’ digital*, firmado por Joxe Joan González de Txabarri Miranda, diputado del PNV, y en el que critica la actitud del diario *El País* que considera de “beligerante con todo aquel que no comparte los análisis político-empresariales de PRISA” y cree que “la batalla digital ha sido capaz de alterar un estilo y un *savoir-faire* labrado y esculpido durante años”. Para este autor, la actitud de este diario se refleja en “las críticas acerbas al nacionalismo democrático vasco”.

Al día siguiente, el 19 de febrero, encontramos dos informaciones pertenecientes a este bloque temático en la misma página. La principal se titula a cuatro columnas: *Canal Satélite prueba que su descodificador admite programas de distintas plataformas*, y con el subtítulo: *La empresa difunde una emisión codificada por ‘Hispasat’*. En el texto, que se acompaña de una fotografía de 2x3 de la demostración, se cuenta que esta empresa “mostró ante la prensa cómo su descodificador permite captar programas de otras plataformas digitales previo acuerdo comercial entre ambas partes” y que Ferrús aseguró “que el sistema Multicrypt requerido por el Gobierno, que no exigiría un acuerdo entre operadores, no existe en el mercado”. Debajo de esta noticia aparece la segunda información a tres columnas: *Bruselas sostiene que la directiva europea garantiza la libre competencia digital*.

Ya en marzo, este diario publica cinco textos informativos referidos a este bloque temático. El primero de ellos se publica el día 1 de ese mes en la parte inferior de la página 31 y se titula a cuatro columnas: *El Tribunal Supremo admite a trámite el recurso de Canal Satélite Digital contra el ‘decretazo’*. En este texto se cuenta que lo que se ha admitido a trámite es el “recurso contencioso –administrativo interpuesto por Canal Satélite Digital contra el decreto por el que se aprobó el Reglamento de Televisión por Satélite” y que dicho recurso “considera que cercena de raíz la libertad de información al otorgar a la Administración poderes discrecionales”.

Tres días después, el 4 de marzo, la noticia de este diario sobre la ley de televisión digital se titula: *Enmiendas de CiU y PSOE tratan de rectificar el decreto-ley de TV digital*. Este texto se sitúa en la mitad inferior de la página 27, ocupando las dos columnas de la izquierda, y en él se dice que se han presentado un total de treinta enmiendas y que las de CiU en general están

destinadas “a reducir en algunos aspectos la intervención del Gobierno y las restricciones en cuanto a plazos y condiciones”.

La postura de la Comisión Europea sobre este decreto-ley es la noticia que se destaca el día 7 de marzo en la página 35 de *El País*. Esta información se titula a cuatro columnas: *La Comisión Europea pide al Gobierno español que cambie la norma que provocó la guerra digital*, y lleva dos subtítulos: *Bangemann: “Si el descodificador de Canal+ funciona, ¿por qué se le ponen trabas?”*, y *Arias Salgado se muestra dispuesto a “flexibilizar” el decreto dictado el 1 de febrero*. El texto se complementa con dos fotografías: una de Bangemann y otra, de Arias Salgado y un despiece titulado: *Cascos: “Se han abierto cauces de diálogo con las televisiones privadas”* en el que se recogen declaraciones del vicepresidente a Onda Cero en las que señala que “existe un alto grado de acuerdo en que si los canales digitales que van a ofrecer las cadenas caben en una autopista, para qué se van a crear dos”. En el texto principal se explica que Bangemann y Arias Salgado han acordado reuniones mixtas entre la Comisión y el Gobierno para examinar “las medidas adicionales” introducidas por España, especialmente sobre características técnicas de descodificadores. Y se señala que “de no modificarse el decreto-ley, Bruselas lo paralizará”.

El día 11 de marzo, *El País* anuncia el debate sobre la ley de TV digital en el Congreso bajo el titular: *El Congreso debate hoy qué tipo de descodificador se acepta*, y el subtítulo: *Una enmienda del PP da pie a un pacto entre operadores*. En el texto se explica que corresponderá a la Comisión de Infraestructuras del Congreso debatir las treinta enmiendas presentadas, entre ellas una presentada por el Partido Popular en la que admite en relación con los descodificadores que “subsidiariamente, podrán emplearse otros sistemas”. Además, la noticia lleva un despiece titulado: *Un sistema no disponible* en el que se señala que el sistema multicrypt “no está comercializado” según expertos del sector y que el simulcrypt “es compatible con otros programas si los operadores lo acuerdan”.

Un día después, es el debate el que ocupa cuatro columnas completas en la parte izquierda de la página 29 con el titular: *El Partido Popular admite ahora el sistema de descodificación de Canal Satélite*. Esta información lleva una fotografía de 2x3 de representantes del PP, PSOE y CiU en el Congreso y dos subtítulos: *El PP fue derrotado al oponerse a ampliar los plazos de adaptación a la ley digital*, y *PP e IU hicieron frente común al votar la limitación al 25% en televisión por satélite*. En el texto se explica que el PP en el debate “renunció a su texto, que daba prioridad al llamado sistema Multicrypt e introdujo uno transnacional, que fue aprobado, en el que se acepta prioritariamente el sistema de compatibilidad empleado por Canal Satélite Digital”, y “que el cambio de criterio (...) quedó acompañado de ciertas reservas: la adopción de Simulcrypt requerirá un acuerdo firmado entre operadores”. En la información se señala que “esta reforma parece dar la razón a Canal Satélite Digital” y se resalta el cambio del PP en el despiece titulado: *Cambio de sistema* y en el que se recogen las dos enmiendas. Además, en el texto se recogen otras enmiendas aprobadas como el plazo de un año para cambiar los

descodificadores y la prohibición de tener más de un 25% de capital de una sociedad prestadora de servicios de televisión digital, aunque se resalta que “lo aprobado ayer en la Comisión de Infraestructuras del Congreso pasa ahora al Senado”.

Ya en el Senado, y antes de la aprobación por esta Cámara, *El País* publica dos informaciones el día 4 de abril de 1997, en la página 30, ocupando las cuatro columnas de la izquierda y unidas mediante un mismo recuadro. El texto de la parte superior se titula: *El PP endurece su postura sobre el proyecto de ley reguladora de la televisión digital*, y lleva el subtítulo: *El descodificador de Telefónica será obligatorio si no hay acuerdo entre operadores*. En el texto se explica que “el Congreso aceptó el sistema de compatibilidad entre plataformas digitales denominado *simulcrypt* – el usado por Canal Satélite Digital – y el PP lo mantiene en el Senado, pero ahora añade que, si no hay acuerdo con los demás operadores para utilizarlo “deberán emplearse” sistemas *multicrypt*, esto es, el tipo elegido por la alianza de Telefónica”. Esta información, que lleva una fotografía de 2x3, se completa con un despiece en el que se recogen el texto aprobado en el Congreso y la enmienda presentada en el Senado por el PP bajo el titular: *Cambios sustanciales*.

El otro texto publicado el 4 de abril ocupa la parte inferior de esa misma página y se titula: *CiU entiende que el PP quiere “otra vuelta de tuerca”*. En esta noticia se cuenta que este grupo ha presentado tres enmiendas y en ellas, entre otras cosas, pide que “los descodificadores se comercialicen en cuanto tengan el certificado de un organismo europeo, sin necesidad de que haya un segundo registro español”. Además, se especifica que las declaraciones recogidas en el titular corresponden a Lluís Recorder, parlamentario de CiU quien identifica las enmiendas del PP como “otra vuelta de tuerca, y en un sentido que a nosotros no nos gusta”.

Una semana después, el día 10 de abril, la información sobre esta ley se sitúa en la mitad superior de la página 28, en las tres columnas centrales, titulada: *El PP permitirá el descodificador de Canal Satélite si pacta con Telefónica*, con el subtítulo: *CiU votó con los socialistas contra la enmienda del Gobierno*. En el texto se explica que el proyecto de ley de televisión digital fue aprobado en el Senado y que ahora necesita la ratificación en el Congreso y que “de prosperar esta postura, el descodificador usado por la empresa que opera ya (Canal Satélite Digital) quedaría condicionado a un pacto con su competidor (la sociedad encabezada por Telefónica”.

SUBHITO 4: Aprobación definitiva en el Congreso de los Diputados

El día 17 de abril finaliza el trámite de la ley de la televisión digital con la aprobación definitiva en el Congreso, y durante los tres días posteriores, *El País* publicó un total de once textos, de los cuales son todos informativos excepto un editorial que corresponde justo al día después, el 18 de abril. Por otro lado, todas las informaciones se sitúan en la sección de Sociedad, y más

exactamente, en las páginas que este diario dedica a Comunicación, y la mayoría de ellas, siete exactamente, en página impar.

Fue justamente el día 18 de abril cuando más relevancia tuvo este asunto, con la publicación de cinco informaciones que ocuparon dos páginas casi completas, bajo el encabezamiento “Regulación de la televisión digital” y un editorial. El texto más extenso abre la página 34, titulado a cuatro columnas: *PP e IU imponen una ley que discrimina a Canal Satélite a favor de Telefónica, RTVE y sus socios*, y se completa con los subtítulos: *Aprobación definitiva de la norma que da prioridad a un descodificador no fabricado*, y *Los nacionalistas catalanes advierten que la medida puede acabar con la TV digital*. En el texto se insiste en la idea de que “en virtud de la ley aprobada definitivamente, Canal Satélite Digital, que emite desde el 31 de enero, tiene dos meses para pactar un descodificador con el futuro operador constituido en torno a Telefónica, RTVE y Televisa. Si el pacto no se produjera en el plazo mencionado, la ley declara legal un solo sistema de descodificación, que todavía no se fabrica”. Además, la información se acompaña de una fotografía de archivo de Anguita y Aznar tomando café de 2x3 y un despiece en el que se recogen declaraciones del Partido Socialista titulado: *PSOE: “El mayor ataque a la libertad de expresión desde el cierre del ‘Madrid’⁴¹⁰”*. Junto a la información descrita anteriormente se sitúa otra en la columna derecha en la que se desarrollan algunos de los “argumentos utilizados por Ana Mato, portavoz del PP en el debate” bajo el titular: *Ana Mato (PP): “Yo llamo competencia a un sistema universal”*. Lo más repetido en estas citas es que intentan “preservar el interés de los ciudadanos”.

En la página 35 se encuentran los otros tres textos informativos de ese 18 de abril. En las tres columnas de la izquierda aparecen dos: el de la parte superior titulado: *Jaume Ferrús: “Nos obligan a pactar con un operador que no está en el mercado”* y con el subtítulo: *Canal Satélite mantiene sus emisiones y anuncia recursos*; el texto de la mitad inferior se titula: *Pedro Pérez: “Telefónica habrá patentado el ‘multicrypt’ en dos meses”*. Cada uno de estos textos lleva una fotografía de un módulo de los presidentes de cada plataforma. En las dos columnas restantes se sitúa la última información, recuadrada y con el titular: *‘Simulcrypt’ en 500.000 hogares españoles*. En ella se cuenta una reunión del comité de dirección de Digital Video Broadcasting en la que “se puso de manifiesto que el interfaz común en el que se basará el sistema *multicrypt* no estará definitivamente homologado por el organismo normalizador europeo (CENELEC) hasta el próximo mes de octubre”.

El editorial del 18 de abril se titula: *No hay derecho*, y en él, *El País* sostiene que “lo más grave es que el Gobierno decida legislar abiertamente a favor de una de las dos empresas que pretenden competir en el mercado de la televisión digital” y “el objetivo de esta ley, que ha empeorado el urgentísimo decreto-ley que la originó, es cristalino: favorecer el proyecto de plataforma digital que impulsa el Gobierno con el concurso de Telefónica, RTVE y la mexicana

⁴¹⁰ Véase ANEXO: documento 74.

Televisa”. Asimismo, el diario mantiene que “la ley deja a Canal Satélite Digital a expensas de lo que decida su competidor, al que concede en la práctica derecho de veto. ¿No es esto abuso de poder?” y afirma que “es tal el despropósito que si no se diera tal acuerdo y la tecnología alternativa tardara en fructificar, España quedaría al cabo de dos meses sin televisión digital”. También se señala en el editorial que la “ley viola principios fundamentales del ordenamiento jurídico europeo al imponer una homologación nacional de los descodificadores distinta a la del resto de Europa” y por ello, “desde parámetros europeos es imposible entender la obcecación gubernamental”. Por último, se resalta que “la votación de ayer tendrá, además, evidentes efectos políticos” porque “en un tema importante, en el que están en juego principios básicos de toda democracia (...) Aznar ha decidido pactar con el paleocomunismo de Anguita, en claro desafío a su principal aliado, Jordi Pujol, quien públicamente les ha hecho saber su descontento”⁴¹¹.

Al día siguiente, el 19 de abril, *El País* recoge en cuatro textos informativos algunas de las reacciones tras la aprobación de la ley, tres de ellos en la página 25. El principal de esa página se titula a cuatro columnas: *González tacha la ley de TV digital de “abuso de poder de un Gobierno liberal-comunista”*, y lleva el subtítulo: *Aznar: “Lo aprobado es de bastante sentido común y me alegro de ello”*. En este texto, que ocupa más de la mitad de la página y que lleva una fotografía de 2x3 del ex presidente, se desarrollan en primer lugar las declaraciones de González y en la parte final del texto, las del presidente, José María Aznar. Debajo de esta noticia, aparece un segundo texto titulado: *Iniciativa per Catalunya, contra la ‘pinza’ PP-IU*, y en la que se da cabida a las declaraciones del presidente de IC quien calificó la ley como “ataque brutal” a la libertad de expresión. Por último, la columna derecha de esa página la ocupa un texto titulado: *Canal + Francia afirma que la norma española es “aberrante”*, y donde además, de la opinión de esta empresa se recogen las declaraciones de Manuel Campo Vidal quien considera el resultado de esa ley una “absurda alianza entre IU, el PP y el PNV, para un absurdo apoyo a un descodificador que no existe”.

Por último en la página 27 aparece el cuarto texto del día 19, en la mitad inferior de la página y a cuatro columnas: *La Comisión Europea advirtió al Gobierno que su ley de TV digital llevaría a España a los tribunales*. Esta información que se sitúa en la parte izquierda lleva por subtítulo: *Fomento desoyó la sugerencia de Bruselas de ajustar la norma al derecho comunitario*. En este texto se cuenta que la Comisión envió una carta “que obra en poder de EL PAÍS” a Rafael Arias Salgado antes de la votación en el Senado advirtiendo “que su proyecto de TV digital acabaría llevando al Reino de España ante el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas” y se señala que “pese a la gravedad de estas alertas para el Gobierno y para el Estado español, Arias Salgado las ignoró”.

⁴¹¹ Véase ANEXO: documento 75.

Un día después, el 20 de abril, la información que publica este diario ocupa la mitad superior de la columna izquierda de la página 30 y en ella Alejandro Cercas, secretario socialista de relaciones con la sociedad, anuncia que su partido recurrirá ante el Tribunal Constitucional la ley de TV digital, titulado: *El PSOE recurrirá la ley de televisión digital antes de tres meses*.

SUBHITO 5: Advertencias y apertura de procedimiento por la Comisión Europea

Desde el 27 de junio, fecha en la que la Comisión Europea abre expediente de infracción contra el Gobierno español por la ley de televisión digital, hasta el 24 de julio de 1997, en la que esta institución concede un mes al Ejecutivo para realizar modificaciones, el diario *El País* publicó veintidós textos, de los cuales son todos informativos excepto dos que corresponden a editoriales. Además, este periódico publicó en portada dos veces este tema, concretamente, el 27 de junio y el 24 de julio.

Con respecto a la ubicación de los textos informativos, encontramos trece de ellos en página par y siete en página impar, si bien todos ellos aparecen en la sección de Sociedad, y más concretamente, en las páginas que este diario dedica a Comunicación. Por otro lado, aunque la mayoría de los textos no superan la media página, los días más destacados este periódico dedica páginas completas con varios textos a este asunto, en concreto encontramos tres páginas y media durante esos días.

Por último, y antes de comenzar la descripción de los hechos que contó este diario, debemos mencionar que casi la mitad de las informaciones, nueve de ellas, están firmadas por el propio diario, mientras que el resto corresponden a diferentes periodistas, entre los que destaca Xavier Vidal-Folch con cuatro noticias a su nombre.

Uno de los días que más espacio dedica este diario a este bloque temático es precisamente el 27 de junio de 1997, tras la apertura del expediente de infracción contra el Gobierno español. En concreto, ese día, además de destacarlo en portada, este asunto se desarrolla en páginas interiores a través de un editorial y cinco textos que ocupan dos páginas y media en la sección de Sociedad/Comunicación, bajo el encabezamiento: “Tropiezo audiovisual del Gobierno”.

En la página 37, que es la primera de la sección de Sociedad que se le dedica a este tema, aparece una entradilla a cinco columnas en la parte superior de la página en la que se señala que la Comisión Europea abrió este procedimiento “por entender que la ‘ley digital’ viola aspectos fundamentales del Tratado de Roma y varias directivas comunitarias” y se indica que “este tropiezo se produjo en la misma jornada en que la conjunción del PP, IU y PNV permitió la aprobación definitiva de la ‘ley del fútbol’”. El texto más destacado en esta página se titula a cinco columnas: *La Comisión Europea abre procedimiento urgente de infracción contra el Gobierno por su ‘ley digital’*, y lleva el subtítulo: *Da 15 días de plazo para responder y advierte que pedirá al Tribunal la paralización provisional de la norma*. En este texto, que ocupa la

columna izquierda y la mitad superior de las columnas restantes, se cuenta que también se han anunciado “medidas cautelares”, algo que según el diario “es verdaderamente excepcional” porque “a lo largo de toda la historia comunitaria, la Comisión las ha solicitado en ocho casos”. Además, se indica que “supone un durísimo revés para la política de acoso y derribo contra el Grupo Prisa y pone en cuestión el intento de boicotear el lanzamiento de un servicio de televisión digital que no se ajusta al dictado que quiere un Gobierno concreto, en este caso el de José María Aznar”. Esta información se completa con una fotografía de 2x3 en el centro de la página de Arias Salgado en una intervención en el Parlamento⁴¹².

Debajo de la información anterior, en la misma página 37, se recogen las reacciones de diferentes diputados al procedimiento en un texto titulado: *Rubalcaba: “Esto demuestra que la pertenencia a Europa es incompatible con el abuso de poder”*. En primer lugar, aparecen las opiniones del partido socialista que anuncia que pedirá “la comparecencia urgente del Gobierno ante la Comisión de Infraestructuras del Congreso para que explique el procedimiento” y señala que con ello “ha quedado demostrado que la ley de televisión digital no trasponía la normativa europea”. Para CiU, su grupo parlamentario “ya advirtió que era un error prohibir la utilización de un descodificador”.

En la página 38, se encuentran dos textos en la mitad superior. Uno a dos columnas en la parte izquierda titulado: *Jaume Ferrús: “Hacer favores a los amigos no prospera en Bruselas”*, y el otro en las otras tres columnas: *El Gobierno de Aznar se da de bruces contra la Comisión Europea*, y con el subtítulo: *El PP sostuvo durante meses que se cumplía la norma comunitaria*. En éste último se hace breve resumen de las “principales afirmaciones realizadas desde el Gobierno en defensa de una norma que se ha dado de bruces contra la Comisión Europea”. En la primera información se recogen declaraciones de Ferrús en las que manifiesta su “satisfacción” y señala que la “ley está hecha a medida de unos intereses muy particulares”, y también declaraciones de Pedro Pérez, presidente de Vía Digital quien aseguró: “tenemos el convencimiento de que la Comisión Europea paralizará el expediente al recibir la información completa pedida [al Gobierno] y al apostar por la defensa de los intereses de los ciudadanos europeos”.

En la mitad inferior de la página 38 y 39 aparece el quinto texto informativo, titulado: *El Gobierno fue advertido de las ilegalidades que iba a cometer y no reaccionó*, con el subtítulo: *La norma española de televisión digital “abre el camino a una situación de monopolio”, según la carta de emplazamiento*. En este texto se recoge “el contenido sustancial de la carta de emplazamiento al Gobierno español que ha sido redactada por los servicios de la Comisión Europea”.

El editorial del día 27 de junio se titula: *Correctivo europeo*, y en él este diario mantiene que “la ley de TV digital sufrió ayer un fuerte varapalo de la Comisión Europea” y que es un “brillante

⁴¹² Véase ANEXO: documento 76.

final para una norma defendida hasta la obstinación por el Gobierno de Aznar, que primero la aprobó como decreto-ley, la tramitó luego por procedimiento de urgencia y consiguió aprobarla en el Parlamento con los votos de IU, haciendo siempre caso omiso de las advertencias del PSOE y de sus aliados de CiU". Además, sostiene que "la Comisión ha puesto así de relieve el ridículo al que ha sido conducido el Parlamento por el empecinamiento del PP", "el Gobierno sabía que estaba cometiendo un atropello al forzar la aprobación de esta ley, pero sigue sin comprender que España no es una autarquía". Asimismo, destaca que "el Gobierno de Aznar se tendrá que poner colorado en Europa, responder al requerimiento de Bruselas" y que "es la primera vez que se abre a España un expediente sancionador con advertencia de medidas cautelares desde que entramos en Europa hace 11 años. Todo un éxito de Arias"⁴¹³.

Un día después, el 28 de junio, *El País* publica un texto informativo con la respuesta del Gobierno al procedimiento abierto por la Comisión Europea. Este texto se sitúa en la parte superior izquierda de la página 36, a cuatro columnas, y ocupa poco más de la mitad de la página. El titular es: *El Gobierno recurrirá ante el Tribunal Europeo el expediente de la CE*, y con el subtítulo: *Rodríguez resta importancia a la decisión*. En este texto se señala que el Gobierno "presentará alegaciones dentro de los 15 días de plazo al requerimiento" y que "en el caso de que las alegaciones sean rechazadas, el Gobierno recurrirá ante el Tribunal de Justicia Europeo". Junto al titular, hay una fotografía de 3'5x2 del portavoz del Gobierno y bajo ella un despiece titulado: *Aplausos 'robados'*, donde se señala que la intervención de Miguel Ángel Rodríguez estuvo acompañada por diez segundos de aplausos en la primera edición del telediario, algo que TVE atribuyó a una anomalía debido al desgaste de un magnetoscopio.

Posteriormente, el día 29 de junio, este diario publica en la en la página 34 una noticia titulada: *Hasta la 'ley digital', la CE jamás ha pedido contra España medidas cautelares*. Esta información ocupa algo más de la mitad inferior de la página, en las dos columnas de la derecha, y está recuadrada. En ella se indica que el hecho de que nunca antes se haya suspendido cautelarmente una ley española "revela la gravedad y excepcionalidad de este asunto".

Unos días más tarde, el 1 de julio de 1997, se titula: *El PSOE pide explicaciones a Arias-Salgado sobre el expediente comunitario*. Este texto se ubica en la parte inferior de la página 30, a dos columnas. Y, en esa misma línea, leemos al día siguiente: *IU también pide explicaciones por la 'ley digital'*, en la columna derecha de la página 38. Ambos partidos piden la comparecencia del Ministro de Fomento para que explique "la postura del Gobierno ante la apertura de un expediente de infracción".

El día 4 de julio, la noticia de este bloque se encuentra en la parte inferior de la página 35, en las cuatro columnas de la derecha y bajo el titular: *El PP insiste en que implantar el descodificador de Canal Satélite tiene "graves consecuencias"*. En el texto se recogen

⁴¹³ Véase ANEXO: Documento 77.

declaraciones de Ana Mato afirmando que el Gobierno informará a la Comisión de las consecuencias que “supondría la implantación del descodificador de Canal Satélite”, “un receptor cerrado que impide la libre competencia”.

Varios días después, el partido socialista presenta un recurso de inconstitucionalidad contra la ley digital y *El País* dedica el día 8 de julio, una información en las tres columnas centrales de la página 32 con el titular: *El PSOE recurre al Constitucional contra la ley de televisión digital*, y el subtítulo: *Almunia sugiere al Ejecutivo que rectifique la norma el viernes*. Esta noticia ocupa media página, está recuadrada y lleva una fotografía de un módulo de Almunia. En ella, el secretario del partido socialista dice que está dispuesto a retirar este recurso siempre que el Gobierno enmiende “por decreto-ley los destrozos políticos y jurídicos que ha hecho”.

Al día siguiente, aparece otro texto informativo en las dos columnas de la izquierda de la página 32 con el titular: *Bruselas reitera al Gobierno que debe cambiar la ‘ley digital’*, y el subtítulo: *El Ejecutivo recurre a abogados privados*. En este texto, que ocupa dos tercios de las columnas, se señala que “lo único que puede hacer Madrid para evitar que la Comisión Europea incoe a España un expediente de infracción” es una modificación de la ley española de televisión digital. También, se resalta que “la dureza de Bruselas ha inducido al Gobierno español a buscar ayuda en el mundo de los abogados privados”.

Pese a la información anterior, el Gobierno español se mantiene en su postura de defender la ley sin modificarla y a ello se refiere el texto de la columna derecha de la página 31 del 10 de julio, titulado: *El Gobierno defenderá el sábado ante la CE la ‘ley de TV digital’*. Aquí se indica que el Gobierno “alegará que la ley evita el monopolio empresarial” y “defenderá que los Estados miembros de la UE tengan un cierto margen de actuación a la hora de incorporar una directiva a su ordenamiento jurídico”. Frente a esta postura, el día 11 de julio se publica: *PSOE y CiU insisten en pedir al Gobierno que cambie la ‘ley digital’*, con el subtítulo: *Rechazada la comparecencia urgente de Arias-Salgado*. Esta información se sitúa en las tres columnas centrales, ocupando la mitad superior de la página 32.

Tras defender la ley de televisión digital en la Comisión Europea, el día 13 de julio *El País* publica otro texto informativo titulado: *El Gobierno repite a Bruselas todos sus argumentos en defensa de la ley digital*, con el subtítulo: *España rechaza las medidas cautelares, pero la Comisión prepara su respuesta urgente*. Esta información se encuentra en la parte superior izquierda, ocupando cuatro columnas y algo más de la mitad de la página. En ella se señala que “el Gobierno entregó (...) el pliego de descargo contestando la carta con la que la Comisión le abrió un procedimiento por infracción del derecho comunitario (...) en el que niega que su ley digital viole el Tratado de Roma, sostiene que no causa perjuicio a ningún operador y se opone al procedimiento de urgencia”. Tras ello, se dice “que los argumentos son los mismos que la Comisión ya ha rechazado, por lo que todo apunta a la rápida petición de medidas que paralicen la ley”. Esta noticia lleva una fotografía en el centro de 3x2 de Arias-Salgado y está recuadrada para destacarla en la página.

La postura de la Comisión se recoge en un texto del día 15 de julio titulado: *Van Miert critica la politización del mercado de televisión digital*, con el subtítulo: *El comisario advierte que el Gobierno no puede ser "juez y parte"*. Este texto se ubica en la mitad superior derecha, ocupando tres columnas de la página 32 y en él se recoge parte de la intervención de Van Miert en una ponencia en la que habló sobre la televisión digital.

Al día siguiente, el 17 de julio, aparece otra información: *Petitbó declara que la 'ley digital' puede vulnerar la libre competencia*. En concreto, este texto se encuentra en la mitad superior de la columna izquierda, en la página 28 y recoge la opinión del presidente del Tribunal de Defensa de la Competencia sobre la ley de televisión digital.

Por otra parte, el 19 de julio, este diario publica un texto informativo en la página 23, exactamente en la columna derecha: *El portavoz del Gobierno critica a la Comisión Europea*, donde se citan declaraciones de Miguel Ángel Rodríguez en las que señala que "el Gobierno acudirá al Tribunal Europeo de Justicia si la Comisión Europea termina defendiendo los monopolios informativos con sus reservas a la ley de televisión digital". En la segunda parte de ese mismo texto se recoge la postura de IU a través de Felipe Alcaraz quien afirma que "su formación está dispuesta a apoyar una reforma de la *ley de televisión digital* a través de un consenso contadas las fuerzas políticas".

El día 24 de julio, este periódico destaca en su portada y bajo el titular referido a la compra de Antena 3: *La Comisión Europea exige al Gobierno que cambie su ley digital*, una información que se desarrolla a través de dos textos que ocupan toda la página 27. El más destacado ocupa cuatro columnas y se titula: *La Comisión obliga al Gobierno a cambiar su ley digital, so pena de denuncia judicial*, con el subtítulo: *Bruselas da un plazo máximo de 30 días para la modificación*. En esta información se señala que la Comisión considera "incompleta e insatisfactoria" la respuesta del Gobierno, por lo que decidió "por unanimidad obligar al Gobierno español a que modifique la ley" y le concede un mes de plazo para "la eliminación de los artículos ilegales" ya que en caso contrario, "el ejecutivo comunitario acudirá al Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas y le pedirá medidas cautelares que paralicen la aplicación de esta ley". Esta noticia se acompaña de dos fotografías de Van Miert y Mario Monti y un despiece titulado: *Los 26 ataques de Fomento a Canal Satélite Digital, rechazados por Monti*. La otra información de esa misma página aparece en la columna derecha y se titula: *IU y PP se pronuncian contra el acuerdo de la Comisión*⁴¹⁴.

Además, en el editorial de ese día titulado: *Seísmo audiovisual* y que se dedica a la compra de Antena 3 por parte de Telefónica, *El País* también se posiciona respecto a la decisión de la Comisión Europea diciendo que "la CE se erige así en la defensora de la legalidad frente a un Gobierno que no tiene empacho en saltarse las normas para conseguir su propósito", "un Ejecutivo que todavía no se ha dado cuenta de lo que significa ser socio de la UE y que en su

⁴¹⁴ Véase ANEXO: Documento 78.

voracidad intervencionista ha terminado por poner en ridículo al Parlamento”. Además, señala que “el sonrojo lo provoca el hecho de que sea la primera vez, en los 11 años de pertenencia de España a las Comunidades Europeas, que Bruselas amenaza con suspender cautelarmente una ley nacional”, “Aznar descubre que gobernar un Estado democrático de la Unión Europea es algo más que aplicar un autoritario *aquí mando yo*”.

SUBHITO 6: Reforma de la ley y archivo del procedimiento

Desde que se inicia el plazo dado por la Comisión Europea para modificar la ley digital hasta que se archiva el procedimiento, el 8 de octubre de 1997, este diario publica veintinueve textos informativos referidos a este asunto, todos ellos en la sección de Sociedad, y en la mayoría de los casos, exactamente en las páginas que se dedican a Comunicación. Además, estos textos se reparten dieciocho en página par y once en página impar y aunque la mayoría de ellos son informaciones de media página o incluso menos, en seis ocasiones encontramos noticias más amplias que ocupan tres cuartos de página.

Por último con respecto a la autoría, y a diferencia de otras ocasiones en la que la mayoría eran firmados por el propio diario, en esta ocasión destacan los textos de Walter Oppenheimer, corresponsal en Bruselas que firma trece de ellos. En segundo lugar, encontramos nueve informaciones firmadas por EL PAÍS, uno sin firma y otro de agencias, mientras que los cinco restantes corresponden a diferentes periodistas de este diario.

Con respecto al tratamiento que dio este diario, el primer texto que encontramos corresponde al día 26 de julio de 1997, un texto muy breve colocado en la parte inferior de la columna derecha de la página 24 con el titular: *Fomento no cambiará la esencia de la 'ley digital'*. Cuatro días después, el 30 de julio, este diario publica en la mitad superior de la página 30, a cuatro columnas: *Bruselas aprecia "inseguridad jurídica y caos legislativo" en la TV digital en España*, con el subtítulo: *La Comisión advierte al Gobierno que se abstenga de aplicar la norma antieuropea*. En este texto que está recuadrado se describe la postura de Bruselas a través del dictamen enviado “a cuyo texto ha tenido acceso EL PAÍS”, donde se “insiste en que el ejecutivo comunitario solicitará medidas cautelares al Tribunal de Luxemburgo. Y se concreta que pedirá la “suspensión” de los artículos ilegales”.

Al día siguiente, el 31 de julio, este medio publica un nuevo texto en la página 23, que ocupa cuatro columnas en la parte izquierda y se titula: *Arias Salgado desafía a la Comisión Europea y se niega a rectificar la 'ley digital'*, con el subtítulo: *El PSOE acusa al ministro de haber ocultado al Parlamento los documentos de la CE*. En el texto se cuenta la comparecencia del ministro de Fomento en el Congreso y se acompaña de una fotografía de 2x3 durante la intervención y un despiece titulado: *Reconocimiento implícito de que se va a cambiar la ley de televisión privada*, donde se señala que el ministro “sin detallar plazos (...) reconoció que el tope del 25% del capital de una cadena en manos de un accionista “será difícil de mantener”

porque tal límite ha dificultado la gestión de las empresas y se ha revelado difícil de controlar. En el texto principal se señala que el ministro defendió la ley en un “tono desafiante” manteniendo que “la Comisión Europea (CE) no ha cumplido sus obligaciones, no ha ponderado los intereses de los consumidores españoles, ha mantenido posiciones contradictorias sobre el mercado español y ha cometido incluso errores en el procedimiento de infracción abierto contra España por la ley de televisión digital”⁴¹⁵.

Durante el mes de agosto de 1997, este diario dedica siete informaciones pertenecientes a este asunto que se publican en la última semana del mes de agosto, en concreto desde el día 23 al 30. En primer lugar, el día 23 de agosto, *El País* dedica la página 20 completa a la ley de televisión digital, a través de cuatro informaciones. La más destacada se titula a cuatro columnas: *El Gobierno intenta evitar las sanciones de Bruselas con ligeros retoques a la ‘ley digital’*, y lleva el subtítulo: *La Comisión Europea advierte que “no servirá de nada si sólo es un maquillaje”*. Esta información ocupa algo más de la mitad de la página, en la parte izquierda y lleva tres fotografías de un módulo de los tres comisarios europeos: Bangemann, Monti y van Miert. En este texto se destaca que el Gobierno español “admitió por vez primera las indicaciones de la Comisión Europea y comunicó a Bruselas que se dispone a modificarla con pequeños retoques” y “ha anunciado su intención de suprimir las preferencias por el descodificador de Telefónica”. También se señala que “Bruselas acogió la noticia con escepticismo” y que “quiere verla por escrito”.

Los otros tres textos que completan la página 20 del día 23 de agosto, complementan la información principal. Justo debajo de la información descrita anteriormente aparecen otros dos textos a dos columnas cada uno: *La cerrazón de Fomento y ¿Comisarios corruptos?* El primero resalta “la defensa cerrada de la polémica norma” que ha hecho Arias Salgado cada vez que ha sido preguntado, y en el segundo se informa de que “en Bruselas sorprenden los ataques que reciben los comisarios competentes en el contencioso digital” y que han sido insinuados “tanto por el presidente de Vía Digital (...) como la prensa más adicta al Gobierno de José María Aznar”. El cuarto y último texto de esta página ocupa la columna derecha bajo el titular: *De un ‘decretazo’ a otro*, donde se repasa el camino de la ley de televisión digital desde que fue aprobada como decreto-ley hasta ahora.

El siguiente texto que publica *El País* corresponde al día 27 de agosto, en la parte superior izquierda de la página 19 y a tres columnas: *Ferrús considera “inviable e ineficaz” el retoque del Gobierno a la ‘ley digital’*, con el subtítulo: *Canal Satélite afirma que el cambio no atiende el requerimiento*. Aquí se recogen declaraciones del presidente de Canal Satélite en las que sostiene que “con la modificación propuesta, el Gobierno intenta eludir sanciones manteniendo, sin embargo, la prohibición de comercializar un aparato que funciona sin problemas en España y en Europa”. También se señala que la modificación del Gobierno consiste “básicamente en admitir el descodificador *simulcrypt* pero siempre que se le instale un adaptador”.

⁴¹⁵ Véase ANEXO: Documento 79.

La opinión de Bruselas sobre esas modificaciones es la que centra la información del día 28 de agosto, en la página 21. Este texto ocupa cuatro columnas y dos tercios de la página, lleva una fotografía de 3x2 de la demostración del descodificador *simulcrypt* y está recuadrada para destacarla en la página. Su titular es: *Bruselas considera insuficientes los retoques a la 'ley digital'*, con el subtítulo: *La Comisión Europea cree que imponer un adaptador discrimina a Canal Satélite*. En el texto se dice que “la Comisión Europea declarará ilegal el adaptador que Fomento quiere imponer” ya que “el adaptador, fórmula mágica con la que el Gobierno quiere evitar un varapalo en Bruselas, vendría a empeorar la homologación de esta ley con la normativa europea”.

El último texto de este bloque que aparece en agosto corresponde al día 30 con el titular: *El Consejo de Ministros estudia pero no modifica aún la 'ley digital'*, con el subtítulo: *El portavoz afirma que el Gobierno “está de espectador” en el conflicto entre las dos plataformas*. Esta información ocupa la mitad superior de las tres columnas de la izquierda de la página 25 y en ella se recogen las declaraciones de Miguel Ángel Rodríguez tras el Consejo de Ministros donde confirmó que “se ha hablado en el Consejo, pero no hay decisión sobre la reforma de esta ley y no puedo avanzar nada sobre esta materia”.

Ya en septiembre, el día 2, este diario publica dos informaciones que ocupan las cuatro columnas de la izquierda de la página 22 y que están unidas mediante un mismo recuadro. La de la mitad superior se titula: *Bruselas insta al Gobierno a que modifique con urgencia la Ley de Televisión Digital*, con el subtítulo: *La Comisión Europea aguarda nuevos contactos antes de reactivar la denuncia*. En esta información, que lleva dos fotografías de un módulo de Arias Salgado y Monti, se dice que “la Comisión Europea lanzó una serie advertencia al Gobierno: o modifica con urgencia la *ley digital* o Bruselas puede dar el siguiente paso de su denuncia contra España sin conocer los cambios del texto” y que “Bruselas ha recibido con muy poco entusiasmo lo que Fomento admite que “son pequeñas modificaciones” de la *ley digital*”.

Por otro lado, el texto de la mitad inferior se titula: *La CE cree que el 'simulcrypt' incentiva al sector*, con el subtítulo: *Técnicos comunitarios dicen que el sistema que defiende Fomento frena la inversión*, y en él se resalta que “los técnicos comunitarios creen que el debate sobre los descodificadores en España está distorsionado porque se ha centrado en si son abiertos o cerrados” y “la diferencia es que uno, el *simulcrypt*, requiere el acuerdo previo de su propietario para permitir el acceso de su rival”. Según los técnicos, “esa es su gran virtud, porque protege la inversión realizada e incentiva la colaboración entre distintas plataformas y el desarrollo del sector” y “el *multicrypt*, en cambio, permite que un operador pueda aprovecharse gratis de la inversión del otro, reduciendo así las expectativas de crecimiento de la televisión digital”⁴¹⁶.

El día 4 de septiembre aparece el siguiente texto de este bloque, ocupando la mitad superior de las tres columnas de la derecha de la página 24 y bajo el titular: *Fomento se compromete*

⁴¹⁶ Véase ANEXO: Documento 80.

ante la UE a cambiar la 'ley digital' antes de 10 días, con el subtítulo: *El Gobierno establece contactos técnicos con la Comisión*. Este texto lleva una foto de un módulo de Arias Salgado y en él se informa de que "en una carta remitida al comisario de Mercado Interior, el ministro señala que la nueva norma será aprobada, a lo más tardar, en el Consejo de Ministros del día 12 de septiembre".

Las modificaciones de esa ley son las que se convierten en noticia el día 9 de septiembre, en un texto a cuatro columnas en la parte superior izquierda de la página 23. Su titular es: *El Gobierno renuncia ante Bruselas a imponer trabas a los descodificadores*, con el subtítulo: *Fomento propone dar más poder a la Comisión de Telecomunicaciones*. El texto está recuadrado, ocupa algo más de la mitad de la página y lleva dos fotografías de un módulo de Arias Salgado y Monti. En él se destaca que se van a introducir "cambios sustanciales en la ley de televisión digital para evitar que ésta sea denunciada por la Comisión Europea ante el Tribunal de Luxemburgo" ya que "Fomento renuncia a un sistema único de descodificación y también a imponer un adaptador obligatorio en los descodificadores que no se ajusten a aquél, pero se propone también dotar de poder a la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones para velar por la aplicación de la ley".

Tal como se anunciaba en la información del día 4, la ley de televisión digital fue modificada en el Consejo de Ministros del día 12 y a ello se dedicó toda la página 28 del día siguiente mediante dos textos. El más destacado ocupa cuatro columnas y se titula: *El Gobierno da marcha atrás frente a Bruselas y modifica por decreto la ley de televisión digital*, con el subtítulo: *El Ejecutivo amplía los poderes de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones*. A esta modificación se refiere en el texto como: "el Gobierno, al final dobló la rodilla ante Bruselas" y se cree que "el Ejecutivo dio una de cal y otra de arena" porque "retrocedió ante Bruselas en lo que se refiere a la letra de la *ley digital* y contrarrestó este repliegue dotando a la CNMT de amplios poderes". En concreto, se explica que "otorga a la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones competencias para que pueda decidir en el futuro las exigencias técnicas que desaparecen de la ley". Además, el texto se acompaña de una foto de archivo de 2x3 del ministro de Fomento y un despiece titulado: *Bruselas sólo dará la aprobación si considera cumplidas sus exigencias*. Por otro lado, el texto de la columna derecha se titula: *Siete meses de desafío a Europa*, y en él se repasan las diferencias entre la Comisión y el Gobierno en torno a esta ley⁴¹⁷.

El día 16 de septiembre, *El País* publica otra información en la parte superior izquierda de la página 30, titulada a cuatro columnas: *La Comisión Europea no conoce aún la reforma definitiva de la 'ley digital' española*, y con el subtítulo: *Los cambios promulgados contienen añadidos respecto a lo informado por Moncloa*. La noticia que está recuadrada y lleva dos fotografías de un módulo, ocupa algo más de la mitad de la página. Un día después, aparece otra información con la opinión de la Comisión titulada: *Bruselas mantiene "serias dudas" sobre*

⁴¹⁷ Véase ANEXO: Documento 81.

la legalidad de la nueva 'ley digital', con el subtítulo: *La CE estudia denunciar algunas competencias de la CNMT*. Esta vez, el texto se encuentra en la mitad superior de las tres columnas centrales de la página 15 y en él se concreta que después de las modificaciones "la nueva ley no parece ofrecer problemas desde el punto de vista del Mercado Interior" pero suscita dudas porque "mantiene el registro obligatorio de los operadores" y por "las amplísimas competencias que el decreto-ley promulgado otorga a la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones".

Algo más tarde, el 26 de septiembre, *El País* dedica toda su página 36 a tres informaciones pertenecientes a este bloque y que se refieren a la aprobación de las modificaciones de la ley digital en el Parlamento. La noticia más destaca se titula a cuatro columnas: *El Congreso convalida la modificación de la 'ley digital' que el PSOE califica de tramposa*, con el subtítulo: *CiU y Coalición Canaria advierten al Gobierno sobre posibles objeciones de Bruselas*. En esta información, que lleva una fotografía de 3x2 de Arias-Salgado, se recogen declaraciones de los diferentes partidos durante el debate parlamentario sobre la modificación de la ley. Además, la noticia se completa con el texto que aparece en la parte inferior y que se titula: *Rubalcaba: "El Gobierno hace todo esto para montar un grupo de comunicación afín a sus intereses"* y que se centra en el debate entre Arias Salgado y Pérez Rubalcaba. En la misma página que las informaciones anteriores pero en la columna derecha aparece otra noticia titulada: *El presidente de Canal + Francia pide a Bruselas que rechace la norma*.

El siguiente texto corresponde al día 29 de septiembre cuando este diario titula: *Los técnicos de la CE formulan serias objeciones al nuevo texto de la 'ley digital'*, con el subtítulo: *El poder de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, principal escollo*. La noticia ocupa algo más de la mitad de la página en la parte superior izquierda, está recuadrada y lleva una fotografía de 3x2 de Aznar, Marcelino Oreja y Jacques Santer. En ella se especifica que "la Comisión Europea se debate entre dos alternativas: o bien aprobar la nueva ley española y arriesgarse a que en base a ese nuevo texto legal se reproduzcan las denuncias privadas contra la ley en función de su aplicación; o bien mantener abierto el conflicto" aunque "todos admiten en Bruselas que el nuevo texto de la *ley digital* ya no es tan clamorosamente contrario al derecho comunitario como el primero".

El día 30 de septiembre, en la columna derecha de la página 30, leemos: *Bruselas aplaza una semana la decisión sobre la 'ley digital'*. Aquí se explica que el aplazamiento "fue decidido por el secretario general de la Comisión a petición del representante de la comisaría danesa" porque éste último "no entiende que en un tema tan delicado y que hasta ahora hemos llevado con tanto rigor lo tengamos que resolver deprisa y corriendo".

Los últimos textos de estos bloques corresponden ya a octubre de 1997. El primero de ellos, el 7 de octubre, la noticia ocupa algo más de la mitad superior de la columna derecha en la página 28 y se titula: *Bruselas debate mañana los cambios en la 'ley digital'*. Aquí se señala que los "comisarios europeos tomarán una decisión definitiva sobre si aceptar el nuevo texto y

dar por cerrado el procedimiento urgente de infracción abierto contra España por la *ley digital* o mantenerlo abierto”.

Al día siguiente, el 8 de octubre, se vuelve a anunciar el debate de la Comisión Europea y se adelantan los resultados en una información en la mitad superior izquierda de la página 25, titulado a tres columnas: *La CE respaldará la ‘ley digital’ con una advertencia al Gobierno español*, y con el subtítulo: *Bruselas reaccionará según cómo se aplique la regulación*. En el texto se especifica que la Comisión “archivará hoy el procedimiento abierto por irregularidades en la Ley de Televisión Digital” porque “acepta las modificaciones introducidas en la segunda versión de la norma” pero “advierte que vigilará de cerca su aplicación para garantizar que será interpretada conforme al derecho comunitario”. Además la noticia se resalta mediante un recuadro y lleva una fotografía de un módulo del comisario europeo Mario Monti.

Tras el debate, *El País* dedica a la decisión de la Comisión Europea dos páginas casi completas con cuatro informaciones bajo el encabezamiento: “La política audiovisual del PP”. En primer lugar, en la página 31 el texto más destacado se titula a cuatro columnas: *Bruselas prohíbe “toda discriminación” entre los operadores de TV digital en España*, y lleva dos subtítulos: *Archiva su denuncia, pero advierte al Gobierno que la reabrirá si se vulnera el Tratado*, y *El comisario Monti exige la legalización del ‘simulcrypt’*. Esta información ocupa algo más de la mitad de la página en la parte superior izquierda y lleva una foto de 3x2 en el centro del comisario Monti. En el cuerpo se considera que esta decisión “ha dejado esta norma en *libertad condicional*” porque “el archivo del caso ha ido acompañado de una durísima carta del Gobierno en la que los comisarios Monti y Bangemann puntualizan que el descodificador *simulcrypt* es legal, anuncian que realizarán un seguimiento de las decisiones que tome la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y advierten que denunciarán al Gobierno si la aplicación de la nueva *ley digital* no se ajusta plenamente al derecho comunitario”.

En esta página 31, hay otros dos textos más que complementan al descrito anteriormente. Debajo de ese texto, aparece otro titulado: *Repliegue estratégico y defensa elástica del Gobierno*, y donde se compara la actuación del Gobierno español con dos conceptos propagandísticos: “el primero se aplicaba cuando se perdía una batalla y ocultaba una retirada apresurada; el segundo se utilizaba cuando se hundía el frente”. La tercera información se encuentra en la columna derecha y se recogen las declaraciones de Canal Satélite, el PSOE, el Gobierno e IU tras la decisión de la Comisión bajo el titular: *Canal Satélite: “La CE avala el descodificador ‘simulcrypt’*”.

Por último, en la página 32 se encuentra el último texto del día 9, que ocupa las cuatro columnas de la parte izquierda y donde se reproduce literalmente la carta de la Comisión enviada al ministro de Fomento. El titular es: *Bruselas ordena que cesen las trabas a Canal Satélite*, con el subtítulo: *Texto íntegro de las advertencias hechas por el comisario Monti y Bangemann al Gobierno de Aznar*. Este texto se completa con una reproducción fotográfica de la carta y un despiece titulado: *Aspectos bajo vigilancia*, donde se resaltan que para la

Comisión aún persisten “motivos de queja” porque el “texto es a veces impreciso y a menudo ambiguo”⁴¹⁸.

2.5.3. *El Mundo*

Durante todo el año 1997 este diario publicó más de un centenar de informaciones, artículos de opinión y editoriales dedicados a este tema. A continuación, se detallan y describen estos textos atendiendo a los subhitos en los que se ha dividido este bloque temático.

SUBHITO 1: Anuncio de la nueva normativa y aprobación por el Consejo de Ministros

Desde el día 25 de enero al 1 de febrero de 1997, *El Mundo* publica un total de treinta y dos textos, de los cuales veintiuno son informativos y el resto son artículos, editoriales y sueltos sin firma en tono editorializante. Con respecto a estos últimos, en concreto hay dos editoriales, cuatro artículos editorializantes sin firma y cinco artículos de distintos autores, además de tres viñetas y tres cuartos de página dedicada a recoger todas las viñetas publicadas sobre el debate televisión digital y las plataformas hasta ese momento. Y por último, este tema se destacó en portada en siete ocasiones durante ocho días.

Los textos informativos se publicaron casi por igual en páginas pares e impares y lo que más destaca es la extensión que se le dio a estas informaciones que ocuparon once páginas completas y tres cuartas páginas en dos ocasiones. Algo más de la mitad de estos textos, once en concreto, están sin firma o firmados por EL MUNDO y el resto por diferentes periodistas entre los que destacan Mirta Drago y Francisco J. López, que firman en cuatro ocasiones noticias conjuntas.

El primer día que se publica sobre este asunto es el 25 de enero de 1997 cuando *El Mundo* abre la portada con un titular a cuatro columnas: *El Gobierno ultima un reglamento que impide el monopolio de la TV de pago*, bajo el antetítulo: *Plan de liberalización para defender a los consumidores*, y que se completa con un extenso subtítulo: *Aplicando una directiva de la UE, sólo se autorizarán aquellos descodificadores que permitan abonarse a cualquier canal – Fomento concederá las licencias y regulará el mercado para que nadie adquiera una posición dominante – Rodríguez considera que las emisiones no podrán comenzar hasta junio*. En el texto de portada se indica que con esta “batería legislativa destinada a reordenar el sector audiovisual” “se obliga a los operadores que pretendan ofrecer el nuevo servicio solicitar una licencia al Ministerio de Fomento y emitir haciendo uso de descodificadores homologados” por lo que se “estimó que hasta el próximo mes de junio no podrán ponerse en marcha los diferentes proyectos de televisión de pago”.

⁴¹⁸ Véase ANEXO: Documento 82.

Esta información destacada en portada se desarrolla en un texto en páginas interiores ubicado en la sección de Sociedad y que ocupa la página 18 y dos columnas de la 19. Este texto se acompaña de una fotografía de 3x3 de Miguel Ángel Rodríguez y un despiece titulado: *El espíritu de la UE: liberalización y antimonopolio*, donde se señala que en el reglamento elaborado por el Gobierno se aplican “los criterios de la directiva europea 95/47 sobre las normas para la transmisión de televisión”. El texto principal de esta información se titula a cinco columnas: *El Gobierno impedirá que alguien tenga el monopolio de la TV de pago por satélite*, y se completa con el subtítulo: *Envían al Consejo de Estado un reglamento que fija la homologación de los descodificadores*. Además, en la parte superior de la página se incluyen varios flashes informativos de la noticia a modo de antetítulo: *El Ejecutivo desarrolla una directiva de la Unión Europea – La nueva regulación deja en manos de Fomento la concesión de licencias de emisión – En dos semanas se aprobará el proyecto completo de liberalización del mercado de televisión*⁴¹⁹.

En el texto se califica este reglamento como “un paso decisivo” que “prepara el camino para permitir que desde el próximo mes de junio, sea posible la emisión de TV digital de pago vía satélite en España”. Además, se resalta que “sólo habrá un tipo de descodificador” por lo que “la competencia entre las distintas empresas se producirá exclusivamente en función de los contenidos de sus canales de pago y del precio que deba pagar el telespectador”. Se señala que el objetivo es “garantizar el acceso en igualdad de condiciones de todos los proveedores” y “proteger a los consumidores frente a cualquier tipo de práctica restrictiva”. Al final del texto se afirma que “Polanco deberá acomodarse a la legislación europea” y “someter su proyecto a la concesión de la licencia preceptiva y demostrar que sus descodificadores no pretenden limitar el acceso al mercado de otros competidores”.

El día 25 también se publica un texto de opinión sin firma bajo el titular: *Adecuada respuesta al riesgo monopolístico en la TV de pago*, y en el que se valora el reglamento anunciado por el Gobierno. El diario considera que el Gobierno ha dado “una respuesta política y jurídica adecuada al desafío del pacto de Nochebuena”, “ha dado la talla al responder por esta vía al envite” y que con el reglamento “la autopista será de todos. Como defienden los miembros de la plataforma digital encabezada por Telefónica”. El texto concluye diciendo: “EL MUNDO rebaja su simbólica participación al 0’25%, para ridículo de quienes sostenían que estábamos en ella para hacer un pingüe negocio...”.

Al día siguiente, el 26 de enero, esta cuestión vuelve a abrir la portada de *El Mundo* a cuatro columnas con el titular: *El PSOE sale en defensa de los intereses multimillonarios de Polanco*, que se completa con el subtítulo: *Almunia acusa de “sectarismo” al Ejecutivo – Leguina coincide con Prisa en que el reglamento sobre descodificadores es “inconstitucional” – Arias Salgado dice que se aplicará la norma de la UE en beneficio de los ciudadanos*. Además esta

⁴¹⁹ Véase ANEXO: documentos 83 y 84.

noticia en portada lleva el antetítulo: *Izquierda Unida aplaude la iniciativa del gobierno sobre la TV digital y anuncia una proposición para proteger el pluralismo en los medios*⁴²⁰. En páginas interiores esta información se desarrolla en tres textos que ocupan las páginas 9 y 10 de la sección de España y el editorial.

El texto principal ocupa toda la página 9 y una columna de la página 10 y se titula a cinco columnas: *Sólo el PSOE defiende el proyecto de Polanco para monopolizar la TV digital*, y con el subtítulo: *IU aplaude al Gobierno y anuncia una propuesta de ley para proteger la pluralidad*. En el texto se recogen declaraciones de todos los partidos tras una introducción en la que se dice que “el PSOE se distanció de las demás fuerzas políticas al atacar virulentamente la iniciativa del Gobierno”. Las declaraciones de los representantes políticos se recogen bajo epígrafes como: *En defensa de Polanco, Almunia: “sectarismo”, Leguina: “inconstitucional”, IU: proposición de ley, PNV: plataforma única, PP: “no al hegemonismo” y El Gobierno responde*. Además el texto que lleva una fotografía de Almunia en el centro de la página y un despiece titulado: *Prisa acusa al Gobierno de cometer un “atropello”*, en el que se recogen declaraciones del consejero delegado de Prisa que cree que “el Gobierno no puede gobernar por decreto contra una empresa privada para proteger a otra que el propio Gobierno impulsa”.

Los otros dos textos informativos ocupan las cuatro columnas restantes de la página 10 bajo el encabezamiento “Regulación de la TV digital”. En la parte superior aparece una noticia titulada: *La directiva de la UE pretende favorecer la libre competencia*, y subtitulada: *Pide a los Estados que tomen medidas para evitar posiciones dominantes en los servicios digitales de televisión*. En esta información se describe el preámbulo de la directiva 95/47 y los considerandos principales y se completa con la otra información de la página titulada: *Normas para la transmisión de servicios de televisión*, donde se explican las normas que deben cumplir los operadores según el artículo 4 de esa misma directiva⁴²¹.

El editorial del 26 de enero se titula: *El PSOE quiere un Plus*, y en él se dice que hay “consternación en el grupo Prisa” porque “su alto mando no había previsto que el Gobierno español pusiera en práctica lo dispuesto en la Directiva europea 95/47” y se señala que “su enfado es comprensible” ya que “creía que había comprado la gallina de los huevos de oro y ahora se encuentra con que tal vez sólo haya conseguido la exclusiva del cuento de la lechera”. También considera este diario que “lo más patético del asunto (...) es el servilismo con que el PSOE se ha colocado a su estela (de Polanco)”. El editorial finaliza afirmando: “La plataforma promovida por Telefónica está abierta a todos, en condiciones de igualdad. Eso es lo que no ha admitido Polanco. Los felipistas se han puesto al servicio del afán compulsivo de

⁴²⁰ Véase ANEXO: Documento 85.

⁴²¹ Véase ANEXO: Documentos 86 y 87.

dominio y de dinero del gran patrón de Prisa. Ellos sabrán por qué. Pero que no apelen a la libertad de expresión. Queda demasiado ridículo”⁴²².

El día 27 también se vuelve a destacar el asunto en portada en la columna derecha mediante un recuadro titulado: *El Gobierno prevé publicar el sábado el reglamento de la TV digital en el BOE*, y se destacan con cinco flashes la información que se desarrolla en tres páginas completas de interior, de la 6 a la 9, de la sección de España. En la primera página de esta sección se desarrolla la información de portada titulada de manera muy similar: *El BOE publicará el sábado el reglamento sobre la TV digital*, con el subtítulo: *Polanco acusa a Aznar de “corrupción”, “prevaricación” y de ejercer el poder como en una “república bananera”*. El texto se acompaña de una fotografía de Asensio y Polanco de 2x3 y un despiece bajo la fotografía titulado *Eguiagaray: Es escandalosa la postura del Gobierno*. Además, esta página lleva como antetítulo: *La Comisión Nacional de Telecomunicaciones emitirá un dictamen técnico sobre el reglamento del Gobierno – Prisa anuncia que no esperará a la regulación legal del sector – “El País” arremetió ayer contra todos los socios de la plataforma pluralista*. Todos estos aspectos del antetítulo son los que se desarrollan en el texto además de explicar que es el Consejo de Estado el que debe estudiar el texto del Gobierno y decidir si responde adecuadamente a la directiva europea.

En la página 7 se incluye una entrevista a Felipe Alcaraz titulada: *No puede haber democracia con medios de comunicación monopolizados*, que ocupa cuatro columnas y en su parte inferior otra información a modo de despiece titulada: *Arzalluz vincula la plataforma de Prisa y los GAL*. En la columna derecha se publica un tercer texto bajo el título: *Garantizar el 50% a una empresa es impresentable*, y corresponden a declaraciones de la entrevista de Felipe Alcaraz que se sacan del texto para destacarlas y que se refieren a las condiciones de Sogecable en su plataforma digital. Por último, en la página 11 y bajo el encabezamiento: “Polémica por la plataforma digital” se incluye una entrevista de Ángel Acebes titulada: *“El Gobierno defiende los intereses generales”*.

El mismo día 27 *El Mundo* publica tres textos de opinión y dos viñetas humorísticas. El primero de estos textos se ubica en las páginas 2 y 3 y se titula: *Polanco defiende sus grandes dividendos; la Unión Europea, a los consumidores*, con el antetítulo: *15 falacias sobre el conflicto de la TV digital*. En el texto que no está firmado, se recogen quince frases publicadas el día anterior por *El País*, “el principal de los órganos de expresión polanquista” y se argumenta su falsedad desde el punto de vista de *El Mundo*. En la introducción se considera que lo publicado el día 26 por el periódico de Prisa es una “gran exhibición de crisis nerviosa” con la intención de “denunciar la presunta conspiración del Gobierno de Aznar, EL MUNDO *et alii* para acabar con el gran patrón de Prisa”. A la afirmación de que “hay una operación política para acabar con Polanco”, *El Mundo* argumenta que “lo que hay es un intento de no facilitar al

⁴²² Véase ANEXO: documento 88.

gran patrón de Prisa que lleva muchos años haciendo productivísimos negocios al calor del favoritismo gubernamental, vuelva a hacer otro más”⁴²³.

En la parte inferior del texto que se acaba de describir se incluyen dos viñetas humorísticas sobre Polanco, una en la que se iguala a Dios y otra en la que los dibujantes ofrecen una estampita de “El Sagrado Corazón de Jesús” como “sincero acto de desagravio” “arrepentidos por los numerosos agravios que desde esta viñeta le hemos infligido al señor Polanco”.

El otro texto de opinión de ese día aparece firmado por Martín Prieto y se titula: *La guerra digital de las galaxias*. El autor señala que lo que está en juego en esta guerra “es quien se va a hacer con una mayoritaria cuota de mercado mediático en los próximos años”, “se trata de saber quién manda aquí”. Además, afirma que “o Aznar le para los pies a Jesús del Gran Poder o este último al primero haciendo de verdugo vicario de un PSOE que tan tardíamente descubre ahora la libertad que también se merecen las empresas informativas”.

En último lugar, *El Mundo* recoge en la página 8 de la sección de España, las ocho viñetas publicadas hasta ahora sobre el debate de la televisión digital y a las que aludía el diario *El País* en su reportaje: *Objetivo: acabar con Polanco*, en concreto en su despiece titulado: *El despliegue, hasta con chistes*. Estas viñetas se recogen bajo el encabezamiento: “Polémica por la plataforma digital” y se explica que “la genialidad de los ilustradores de EL MUNDO ha permitido que aflore en más de una ocasión la sonrisa en los labios de los lectores de este periódico. Y ya se sabe que no existe arma política más poderosa (...) que la sonrisa”.

El día 28 de enero este asunto vuelve a abrir la portada de este diario titulado a cuatro columnas: *Aznar: “Nadie me moverá de la defensa de la competencia y el interés general”*, con el antetítulo: *Dice que está seguro de que ‘nadie incumplirá la ley’ sobre la TV de pago*, y con el subtítulo: *El Reglamento, aprobado ayer por la Comisión Asesora de Telecomunicaciones, establece que los únicos descodificadores serán aquellos que permitan recibir todos los canales, sea quien sea su propietario*. Esta información se desarrolla en la página 8 de la sección de España con un titular similar: *Aznar advierte que nadie moverá al gobierno de su ofensiva competencia*, y bajo el encabezamiento: “Polémica por la plataforma digital”. El subtítulo de esta información: *Reitera que lo hará en televisión como en el resto de los sectores de la economía*. En el texto se recogen informaciones de dirigentes populares apoyando esta iniciativa y destacando su transparencia y la defensa del interés general⁴²⁴.

En la página 9 y bajo el mismo encabezamiento se publica otro texto titulado: *El Reglamento de la TV por satélite pretende proteger a los usuarios*, y con el subtítulo: *Los descodificadores servirán para todos los canales y deberán incluir un contador para que el abonado sepa cuánto lleva gastado en el mes*. En esta información se describen algunos de los aspectos más importantes de Reglamento referidos a los operadores, los conflictos, las tarifas, los

⁴²³ Véase ANEXO: documentos 89 y 90.

⁴²⁴ Véase ANEXO: Documento 91.

consumidores, los obstáculos, la autorización y la competencia. Además, el texto se acompaña de una fotografía central de 2x3 de Arias Salgado y un despiece titulado: *Canal Satélite hace reservas “sin compromiso”*, donde se explica que esta plataforma ha comenzado a ofrecer su plataforma sin especificar “el precio del equipo técnico imprescindible”⁴²⁵.

El día 28 de enero también publica este diario dos textos de opinión; uno de ellos sin firma bajo el titular: *TV digital: un reglamento para proteger a los consumidores*, donde se insiste en que el objetivo de esta iniciativa del Gobierno es el de proteger los derechos de los consumidores. El otro texto se titula: *Antonio Ordóñez y la plataforma digital*, y está firmado por Antonio Burgos quien dedica esta columna al toreo para acabar afirmando: “estaba yo hasta ese momento hecho un lío con la guerra de la galaxia de las plataformas digitales, y gracias a Ordóñez lo he comprendido perfectamente todo. Como en el toreo, en política no hay más que dos escuelas: la de los que están por la libertad y la de los que no están por la libertad”.

Al día siguiente también se vuelve a destacar el tema en portada en un recuadro en la columna superior izquierda con el titular: *Bruselas y todos los grupos menos el PSOE respaldan que se exija el descodificador abierto para la TV de pago*. En páginas interiores se desarrolla en siete textos informativos que ocupan tres páginas completas y dos de opinión. Los textos informativos se ubican en la sección de España en las páginas 6, 7 y 8. El texto que abre esta sección se titula a dos columnas junto a una fotografía de Aznar y Berlusconi de 2x3: *Todos los partidos, a favor de un descodificador válido para cualquier operador*, y con el subtítulo: *Sólo el PSOE está en contra de la decisión del Gobierno de regular el desarrollo de la televisión digital*. En la parte superior de la página y a cinco columnas se recogen varios flashes informativos como antetítulo: *Aznar dice que “toda reforma a favor de la libertad acaba con los privilegios – El PP pide evitar “cuestiones personales o de predominio” y mirar al futuro – Para IU, lo contrario sería como tener varios receptores de radio para oír distintas emisoras*. En el texto se recogen declaraciones de Aznar, representantes del PP, de IU, de Convergencia y del PNV a favor del descodificador. El despiece que acompaña esta información recoge declaraciones de Juan Alberto Belloch bajo el título: *Belloch llama la atención del fiscal general del Estado*.

En la página 7 se publican cuatro textos. El principal ocupa cuatro columnas y se titula: *La UE reclama que el descodificador digital de Canal Plus quede abierto a la competencia*, y el subtítulo: *Pide que no se convierta en un instrumento para crear posición dominante*. En el texto que lleva una fotografía de 2x3 de Arias Salgado y Karel Van Miert, también se señala que la Comisión “advierte de que vigilará si el nuevo reglamento español es intervencionista”. En la parte inferior se completa esta información con dos despieces, uno titulado: *CCOO, a favor en RTVE* y el otro: *Usuarios: acceso a toda la oferta*. Por otro lado, en la columna de la derecha aparecen los otros dos textos de esta página. En la parte superior el titular: *Telefónica propone un acuerdo para un sistema universal*, donde se recogen declaraciones de

⁴²⁵ Véase ANEXO: documento 92.

la compañía que afirma “estar abierta a llegar a un acuerdo técnico”. El texto de la parte inferior se titula: *“Plante” de los cuatro consejeros socialistas en RTVE*, y en el que se explica que abandonaron la reunión del Consejo de Administración de RTVE por “la pretensión del resto de consejeros de alterar el orden del día para dar prioridad al tema de la plataforma de televisión digital”. Esta página lleva el encabezamiento: “Polémica sobre la televisión digital”.

En la página siguiente, la número 8, y bajo el mismo encabezamiento se presentan otros tres textos informativos. El principal se titula a cuatro columnas: *Cebrián asegura que su descodificador cumple las normas, pero técnicos del sector lo ponen en duda*. Esta noticia se completa con el antetítulo: *La tecnología universal permitirá elegir cualquier operador de TV con un cambio de “tarjeta”*, y el subtítulo: *Ofrece un sistema que obliga a todos los programadores a aceptar sus condiciones*. Además, se incluye un gráfico sobre el descodificador y sus funciones como pieza clave de la TV digital. En la parte inferior de esta información se ubica otro de los textos informativos titulado: *¿Intervencionismo o protección de los usuarios?*, y donde se describen las posturas del Grupo Prisa y el Ministerio de Fomento sobre determinados aspectos de la ley como la lista de abonados, las tarifas y los registros. Por último, en la columna derecha se ubica el tercer texto bajo el titular: *El descodificador de Prisa no está homologado*, y se basa en declaraciones de la Dirección General de Telecomunicaciones, adscrita al Ministerio de Fomento.

El día 29 de enero este diario publica también un artículo de opinión y un editorial. El primero de ellos está firmado por Javier Ortiz en la página 2 y se titula: *Analógicos y digitales*, y en él su autor argumenta que se trata de un tema complicado en el que se deben analizar y comprender muchos detalles para tener un “criterio realmente propio” pero, sin embargo, no ocurre así: “aquí todo pichichi sabe ya de qué lado está en esta batalla. Aunque no sepa ni por dónde van los tiros”. Por su parte, el editorial de ese día se titula: *Un reglamento necesario*, en el que el diario considera que esta reglamento llega tarde ya que “Canal Satélite estaba a punto de ponerse en marcha” y que “eso es criticable”, pero afirma que “la tardanza no se remedia añadiéndose más tardanza” y que “ese reglamento era imprescindible” y así “lo han entendido todas las fuerzas políticas que, con la tan solitaria como chirriante excepción del PSOE, han acogido favorablemente la iniciativa del Gobierno”. Al final del editorial se señala que “un punto del Reglamento debe considerarse, en cambio, desacertado: que, cuando habla de que las listas de clientes sean de dominio público no prevea que figurar en ella o no sea una opción libre de los usuarios. El derecho de los ciudadanos a su intimidad es un bien superior. El Reglamento debe tenerlo en cuenta”⁴²⁶.

El día 30 este diario publica los últimos textos del mes pertenecientes a este bloque temático, uno informativo y otro de opinión. Este día también se destaca la información en portada, en la columna superior derecha pero en un segundo plano, ya que aparece debajo del titular referido al pacto de Polanco y Asensio. En la portada el titular es: *El Gobierno del PSOE suprimió en un*

⁴²⁶ Véase ANEXO: documento 93.

decreto los criterios sobre descodificadores que se aprobarán mañana, y se desarrolla en la página 6 de la sección de España. En el interior el titular es muy parecido: *El PSOE también intentó regular los descodificadores de TV*, y se completa con el subtítulo: *El Gobierno socialista suprimió en el último momento de un decreto los criterios que se aprobarán mañana sobre los equipos para la TV de pago*. Esta información ocupa toda la página y lleva una fotografía central de 2x3 del ex ministro José Borrell. Debajo de esta fotografía aparece el despiece titulado: *Chaves apuesta por la plataforma de Prisa*, en el que se recogen declaraciones del Presidente de la Junta de Andalucía en las que califica esta plataforma de “rigurosa, seria, abierta y plural” aunque señala que “va a respetar la decisión del consejo de Administración de RTVA”.

El texto principal de la página 6 viene encabezado por varios flashes informativos como antetítulo: *El texto elaborado por Borrell había obtenido el visto bueno de su Ministerio, del Consejo Asesor de Telecomunicaciones y del Consejo de Estado – La única empresa que podía resultar beneficiada con el cambio era Canal Plus, de Prisa*. En el texto se explica que “el párrafo completo y otros que aludían a la necesidad de preservar la libre competencia, aparecían hace casi cuatro años en el borrador del reglamento que aprobaron el Consejo de Estado y el Consejo Asesor de Telecomunicaciones. Sin embargo, no figura en el decreto aprobado por el Consejo de Ministros celebrado el 18 de marzo de 1993”. Por otro lado, la afirmación de que “la ausencia de la reglamentación beneficia a los que ya cuentan con los descodificadores como parte del negocio (Canal Plus)” se basa en “fuentes del sector”.

Por último, el texto de opinión ocupa la página 11 de la sección de España, si bien hay que señalar que en esa página se incluye una publicidad de 6x4 módulos. El texto se titula: *Entre la “platafónica” y la “plataplús”*, y está firmado por Consuelo Álvarez de Toledo. En este artículo la autora considera que “el Gobierno no acierta a transmitir la trascendencia del conflicto sobre las plataformas de televisión digital, que va más allá de una confrontación entre grupos de comunicación” y define el descodificador de manera irónica diciendo “es una cajita tonta que sirve para enchufar una cajita tonta más grande, las televisiones, por donde aparecen 22 hombres en calzoncillos corriendo detrás de una pelotita, y por la que está en juego, la democracia”. Además, esta autora cree que “el Gobierno de José María Aznar ha herido en lo profundo el sistema que habíamos bautizado como “felipismo”.

Por último, el día 1 de febrero de 1997 *El Mundo* publica cuatro textos, dos de opinión y dos de información, además de abrir la portada con el titular: *El Gobierno avisa que el descodificador de Polanco queda en la ilegalidad*, y especificar en el subtítulo: *El aparato no está homologado según la última norma europea aprobada ayer en España*. Los dos textos informativos y uno de los de opinión ocupan dos páginas completas, la ocho y la nueve, en la sección de España bajo en encabezamiento: “Polémica por la plataforma digital”.

La página ocho presenta en su parte superior un infográfico sobre el descodificador digital y los sistemas *multicrypt* y *simulcrypt* que ocupa casi la mitad de la página y debajo un texto

informativo titulado: *El Gobierno advierte que la TV digital de Prisa queda en la ilegalidad*, y con el subtítulo: *Los usuarios podrán recibir todos los canales de televisión digital con un simple cambio de tarjeta*⁴²⁷. En la página nueve aparece el otro texto informativo a dos columnas: *El Gobierno suprime las limitaciones para poner en marcha la TV local*, con el subtítulo: *El único freno es la disponibilidad de frecuencia*, y el resto de la página, bajo una fotografía de Arias Salgado, corresponde a un artículo de opinión firmado por Julia Navarro y titulado: *Entre dos bandos*. En este texto, su autora cree que “la guerra declarada entre las dos plataformas es tan cruenta que ambos bandos exigen el *conmigo o contra mí*, sin fisuras, ni matices”, “esta guerra en que se confunde el poder político con el económico y el mediático”, “nadie absolutamente nadie está defendiendo los derechos de la gente, de los ciudadanos”. Al final del texto, la autora extrae una lección de todo ello: “nunca como hasta ahora ha sido tan evidente la utilización de los medios por parte de los poderosos, sean del bando que sean”.

El otro texto de opinión del día 1 de febrero no tiene firma y se titula: *Polanco pasa de la alegalidad a la ilegalidad*. En dicho texto, el diario afirma que “el descodificador de Polanco no cumple las condiciones porque, al margen de no estar homologado, tampoco es *abierto*, como exige el Gobierno” y se pregunta si: “¿Está dispuesto Polanco a echar el pulso al Ejecutivo ‘cueste lo que cueste’? ¿Va a proseguir comercializando en sus tiendas un equipo que no es legal? ¿Correrán el riesgo los ciudadanos de comprar un producto ilegal?”

SUBHITO 2: Reacciones políticas, sociales y mediáticas a la nueva normativa

Tras la aprobación del decreto-ley y el reglamento técnico por el Consejo de Ministros, se produjeron diferentes reacciones políticas, empresariales, económicas y mediáticas a las que este diario dedicó diecinueve textos durante diez días y fue portada en tres ocasiones. En concreto, del 2 al 12 de febrero de 1997, *El Mundo* publicó doce textos informativos y siete de opinión, de los cuales dos de ellos no están firmados por lo que representan la opinión del propio diario, además de dos viñetas.

En cuanto a la ubicación, es destacable que todos los textos informativos y uno de opinión aparecen en la sección España, por lo que para este diario, prevalece las implicaciones políticas de este asunto que las comunicativas o empresariales por las cuales se ubicaría en la sección de Sociedad o Comunicación. Por lo que respecta a las páginas, la mayoría de los textos informativos, ocho en concreto, se ubica en páginas pares, y se dedican seis páginas completas durante estos diez días y en tres ocasiones las informaciones se extienden en tres cuartos de la página. Por último, con respecto a la autoría de los textos informativos hay un equilibrio entre los que aparecen sin firma, seis de ellos, y los que están firmados por diferentes periodistas, otros seis, entre los que se encuentran: Mirta Drago, Marisa Cruz y Francisco Frechoso.

⁴²⁷ Véase ANEXO: documento 94.

En primer lugar, el día 2 de febrero, *El Mundo* abre su portada centrándose en otro aspecto de la nueva ley: *La televisión de pago deja de tener el IVA reducido de alimentos y vivienda*. El titular de portada que ocupa cuatro columnas se completa con el antetítulo: *El Gobierno elimina dos de los privilegios que el PSOE otorga a Polanco*, y el subtítulo: *El decreto ley sobre la TV digital incluye un artículo que eleva el impuesto del 7% al tipo normal del 16% - Las fianzas por los descodificadores se depositaran en una cuenta de la Comisión de Telecomunicaciones*. En las páginas interiores esta información se desarrolla a través de tres textos informativos y dos de opinión, uno firmado por Pablo Sebastián y otro sin firma. En este último titulado: *¿Qué es Canal Plus: un alimento o una vivienda?*, el diario señala que “descubrimos ahora que el felipismo concedió a Polanco otros dos favores y no menores. De un lado, le dejó aplicar a las facturas de Canal Plus un IVA reducido, semejante al de los alimentos y la vivienda, como si se tratara de un artículo de primera necesidad (¿tal vez por el porno de los viernes?)” y afirma que con el nuevo decreto-ley “se pone fin a esos privilegios. Para Polanco, para Telefónica y para quién sea”.

Los textos informativos abren la sección de España. En la primera página se titula: *El Gobierno elimina privilegios que el PSOE concedió a Polanco*, con el subtítulo: *El IVA de la televisión de pago sube de un 7 a un 16% y pierde el beneficio que lo equiparaba con los alimentos, las medicinas y la vivienda*. Esta información va precedida por varios flashes informativos a cinco columnas como antetítulo: *El descodificador de Canal Satélite queda en la ilegalidad a partir de hoy – Las empresas tendrán que aclarar cuánto cobran por la programación y cuánto por el equipo técnico – Los abonados podrán darse de baja en cualquier momento*, y se completa con un despiece en la parte inferior titulado: *Alcaraz: PSOE y PP libran “una pelea histórica”*⁴²⁸. Otro de los textos informativos se sitúa en la parte inferior de la página siete y con el titular: *Los abonados pagarán desde ahora el 16% del IVA*, y se refiere a Canal Plus. Junto a estos textos, aparece el artículo de opinión firmado por Pablo Sebastián con el título: *Piratas, corsarios y bucaneros* y en el que su autor que “el frente formado por González-Polanco (...) con la traición de Asensio, se ha visto frenado por el reglamento y decreto sobre la televisión digital, que en defensa de los consumidores, impide el predominio desleal o el monopolio” y afirma “que Polanco pierde el favor oficial y el ventajismo ilegítimo” e incluso, se relaciona con otros temas del GAL o los papeles del Cesid, Por último, en la página ocho se reproduce literalmente el texto del real decreto-ley que regula la transmisión de señales de televisión digital por satélite y de televisión de pago bajo el titular: *La norma pretende salvaguardar la pluralidad y la libre competencia*.

El día 4 de febrero, *El Mundo* volvía a publicar textos de este bloque en páginas de la sección de España encabezadas por el cintillo: “Polémica por la plataforma digital”. En concreto, en este día, aparecieron dos textos informativos: uno en la columna izquierda de la página nueve: *Los consumidores contra la subida del IVA en las televisiones de pago*, y subtítulo: *Las*

⁴²⁸ Véase ANEXO: documento 95.

asociaciones creen que las medidas fiscales aprobadas por el Gobierno “perjudican la libertad de mercado”. El otro texto informativo ocupa algo más de la mitad superior de la página 11, titulado a tres columnas: *El PSOE cree “inevitable e imprescindible” liberalizar la televisión digital*, y con el subtítulo: *En un informe de su Ejecutiva acusa al Gobierno de querer “imponer su monopolio” en este sector*. Junto al titular hay una fotografía de archivo de 2x3 de Almunia, Cipriá Císcar y José María Benegas.

Un día después y bajo el mismo encabezamiento se publica un texto en una página en la que la información principal es la regulación de las emisiones deportivas. El texto de este bloque aparece en la mitad superior de la columna derecha con el título: *El PP votó en contra de aumentar el IVA a la TV de pago*. La noticia se refiere a una enmienda presenta por IU el 4 de noviembre del año anterior.

El día 6 de febrero el diario vuelve a abrir la portada con la polémica sobre la ley de televisión digital: *González a Pujol: Sólo un “estalinista” puede respaldar el decreto de televisión digital*, con el subtítulo: *Mientras el líder del PSOE suscribe las tesis de Polanco a favor de la concentración, la Comisión Europea prepara una directiva antimonopolio*. En las páginas de interior se dedica una información y un artículo de opinión firmado por Javier Ortiz. El texto informativo, que está recuadrado, ocupa cuatro columnas en la página 8 de la sección de España y su titular es muy parecido a la portada: *González considera “estalinista” apoyar el decreto sobre TV digital*, y con el subtítulo: *Opina que el Gobierno se comportaría de otra forma si comprendiera que no tiene prisa, ni siquiera ganas de volver*. En este texto se incluyen las declaraciones del ex presidente en una entrevista en Onda Cero realizada por Julia Otero y una fotografía de 2x3 de dicha entrevista.

El texto de opinión ocupa la columna izquierda de la página dos y se titula: *Plataforma viene de “plata”*. En él su autor defiende la tesis de que la lucha entre las plataformas se ha reducido a un maniqueísmo entre la derecha y la izquierda, aunque el mantiene que “en términos ideológicos, no hay ninguna diferencia sustancial entre la *Plataprisa* y la *Platafónica*”. De la primera cree que “son una banda de buitres. Sobrevuelan España en satélite a ver cuánta carroña se hacen y cuántos ceros les supone eso para su negocio” y de la segunda que “RTVE es un nido de serpientes engordadas a base de pelotilleo político y doble financiación. Telefónica se ha hecho de oro aprovechándose del monopolio. Y Televisa no es más que una polanquería mexicana de rancio abolengo”. Sin embargo, al final del texto afirma: “si quiero seguir escribiendo libremente, mejor que no se imponga Polanco: él detesta la disidencia y yo ya soy muy mayor para hacerme felipista”. En esa misma página se incluye una viñeta en la que se reproduce un comunicado “A la opinión” con un solo punto: “No hay cojones de no darme a mí el monopolio de la televisión digital” firmado por Polanco. Además, en la parte inferior, aparece otro texto de opinión firmado por Luis Racionero y titulado *Pluralidad Digital*, en el que se afirma que “solamente el enrarecido clima político de nuestro país puede explicar

que se discutan cosas obvias que no merecen *cuarto de hora* de atención, por ejemplo, la pluralidad informativa es deseable y el monopolio nocivo para la democracia”.

El día 8 de ese mes de febrero, *El Mundo* publica un breve texto de este bloque en la parte inferior de la página 7 dedicada fundamentalmente a la elección del nuevo director general de RTVE, Fernando López- Amor. El texto informativo que interesa a este análisis se titula: *Prisa denuncia al Gobierno en Bruselas*, y donde se recoge la denuncia de este grupo ante la Comisión Europea para intentar que se “tomen medidas cautelares que frenen la nueva normativa en España”. Un día después, el 9 de febrero, este diario publica dos textos: uno informativo y otro de opinión. El primero en la página catorce titulado a cuatro columnas: *González dice que el PSOE no puede ser neutral en la TV digital por la actitud del Gobierno*, con el antetítulo: *El líder socialista sostiene que el Ejecutivo “ataca las libertades y pone en peligro la convivencia”*, y el subtítulo: *Morán y Santesteban piden autonomía respecto a los “grupos políticos”*. En el cuerpo se cuenta la reunión del Comité Federal del PSOE centrado en “la batalla que se libra entre dos grupos empresariales por el control del mercado de la televisión digital” que “eclipsó la reflexión sobre otros aspectos más trascendentes de la vida política”.

El texto de opinión del día 9 de febrero está firmado por Pedro J. Ramírez dentro del espacio: “Cartas del director”. Este texto, que ocupa más de una página, se titula: *A Sansón le han subido el IVA*, en referencia a la decisión del Gobierno de incrementar el IVA de la televisión de pago del 7 al 16%. El director de *El Mundo* afirma que “el Gobierno del PP ha sido formalmente declarado “nazi” no porque hayan aparecido nuevos cadáveres rebozados en cal viva (...) sino porque al señor Polanco y a su *indigente* amigo Carlos March les han subido unos puntos el IVA”. Además, dice de Polanco “que no pelea por la supervivencia sino por la dimensión de sus beneficios”, “e invoca la libertad para seguir encerrando en el saco de su descodificador las mayores parcelas posibles de nuestra vida deportiva, social o cultural”, “ha demostrado que su envergadura es tal que le permite abrazar las columnas del templo y amenaza con que todos pereceremos si su dividendo es menos suculento del previsto”. Finalmente, de Aznar sostiene que “está pletórico de entusiasmo, satisfecho de estar dando una batalla en la que como genuino representante de las clases medias se siente particularmente a gusto: la defensa de los intereses de la mayoría frente a los privilegios de unos pocos”⁴²⁹.

Un día después, aparecen dos textos informativos en las cuatro columnas izquierdas de la página 18. El de la mitad superior se titula: *Pujol pedirá hoy a Aznar que acepte tramitar el reglamento de TV digital como proyecto de ley*, y lleva el antetítulo: *El Gobierno reitera que la fórmula del decreto garantiza “seguridad jurídica” a las dos plataformas*, y el subtítulo: *Molins y Michavila buscaban ayer la vía para evitar un vacío legal de meses*. En el texto, que lleva una fotografía de 2x3 de Mónica Ridruejo y López Amor, se explica que “Pujol condiciona el voto favorable de CiU a la convalidación del decreto, a que el jefe del Gobierno se comprometa a

⁴²⁹ Véase ANEXO: documentos 96 y 97.

que la regulación del mismo quede sometida a un proceso parlamentario que permita por un lado, introducir algunas modificaciones, y por otro, ganar tiempo para unificar las dos plataformas”. Debajo de este texto aparece el otro informativo bajo el titular: *La Ejecutiva de IU respalda el decreto del Gobierno sobre televisión digital*.

El día 10 también se publica un artículo de opinión en el espacio llamado “Tribuna libre” en las páginas cuatro y cinco. Este texto está firmado por Luis Núñez Ladeveze y se titula: *La industria cultural y los descodificadores de TV*. Este autor mantiene que “la polémica sobre la regulación de los descodificadores en la televisión de pago es un síntoma de la importancia que ha alcanzado en el mundo la industria del entretenimiento cultural” y cree que el conflicto “consiste en meter en el mismo saco cosas diversas. Por un lado, están la libertad de expresión, de opinión y de información, por otro lado, “el discutible principio de que todos los criterios de moralidad valen los mismos”.

Por último, el día 12 de febrero, *El Mundo* vuelve a destacar en portada los textos referentes a este bloque temático. En esta ocasión, en la columna derecha y en un recuadro se titula: *Pujol fuerza a Aznar a tramitar el decreto sobre TV digital como proyecto de ley*, y con el subtítulo: *El texto será convalidado mañana, pero sus artículos podrán ser luego debatidos y enmendados uno por uno*. Esta información se desarrolla en la página doce a cuatro columnas y con una fotografía de Pujol y Aznar a la puerta de la Moncloa. En la página de la sección de España la noticia se titula: *Pujol e IU obligan a Aznar a que se revise en el Parlamento el decreto sobre la televisión digital*, con el antetítulo: *El PP consultará todas las iniciativas con CiU tras sus advertencias sobre los Presupuestos de 1998*, y el subtítulo: *Considera “una de las mayores infamias que he oído” las acusaciones sobre Televisa*. En el texto se afirma que “Pujol e IU obligaron literalmente al Gobierno a revisar en el Parlamento su decreto sobre TV digital” y se explica que “tanto CiU como IU propondrán enmiendas de carácter *técnico* que no afectan sustancialmente al contenido del texto legal”. En la columna derecha de esta misma página se incluye otro texto informativo bajo el titular: *“El PSOE, sólo con el Grupo Mixto contra el decreto”* donde se cuenta la intención de voto sobre el decreto-ley de TV digital de todos los grupos parlamentarios.

Estas informaciones sobre la ley de TV digital del día 12 de febrero se complementan con un suelto de opinión sin firma titulado: *Pujol hace valer su apoyo en la televisión digital*, y donde el diario afirma que lo ocurrido es “la demostración palpable de la dependencia del Gobierno de Pujol, que nuevamente podrá negociar su apoyo parlamentario a cambio de otras contrapartidas”. Debajo de ese texto hay una viñeta dedicada a este mismo asunto firmada por Ricardo y Nacho en la que se ve a Pujol con un látigo haciendo pasar a Aznar por una televisión.

SUBHITO 3: Debate de la normativa en el Congreso y en el Senado

El día 13 de febrero se debate en el Parlamento el decreto-ley de TV digital aprobado por el Consejo de Ministros a finales de enero. Desde ese día y hasta el 10 de abril, un día después de la aprobación del texto en el Senado, con algunas modificaciones, el diario *El Mundo* publica diecinueve textos, de los cuales dieciséis corresponden a informaciones y los otros tres son artículos de opinión: uno de ellos firmado por Consuelo Álvarez de Toledo, otro es un editorial y el tercero un comentario sin firma, por lo que también representa la opinión de este periódico. En estos meses, *El Mundo* destaca este tema una sola vez en portada, en concreto el día 14 de febrero y salvo ese día, que los textos abren y se destacan en la sección España, el resto aparecerá siempre en Comunicación.

Con respecto a la ubicación y extensión de los textos informativos, debemos destacar que la mayoría de ellos los encontramos en página par y tan sólo cinco están en página impar y aunque casi siempre se trata de noticias breves, de menos de media página, hay dos ocasiones en las que estos textos ocupan la página completa un día y tres cuartos de página otro. Por último, es destacable, que la mitad de los textos informativos están sin firma o firmado por EL MUNDO, mientras que de los otros ocho, hay cuatro que pertenecen a Francisco J. López.

Como hemos comentado anteriormente, el 14 de febrero, *El Mundo* destaca en portada este tema, en la columna derecha, en un recuadro con el titular: *El PSOE se queda sólo al votar en contra del decreto sobre TV digital*, y el subtítulo: *CiU, PNV, Coalición Canaria e Izquierda Unida respaldaron al Gobierno tras un tenso debate entre Arias Salgado y Rubalcaba*. En el interior, esta información ocupa las páginas 6 y 7 de la sección de España, además del editorial del día. En concreto, abre la sección de información nacional con un titular a cinco columnas: *El PSOE, aislado, no pudo impedir la convalidación del decreto sobre TV digital*, y con el subtítulo: *Socialistas y populares protagonizan un tenso debate salpicado de duras acusaciones*. El texto, que ocupa toda la página, lleva dos fotografías de 3x2 cada una, de Alfredo Pérez Rubalcaba y Rafael Arias Salgado, y un despiece titulado: *Lo “mejor” de la batalla Rubalcaba- Arias Salgado*, en el que se recogen algunas de sus intervenciones “en la guerra dialéctica en la que unos y otros dispararon a matar”. En la parte superior de la página se destaca a modo de antetítulo: *Arias Salgado califica el pacto Telefónica- Canal Plus propiciado por el anterior Gobierno como la “mayor inmoralidad de la democracia” – Rubalcaba dice que el Ejecutivo ha legislado con el fin de “perseguir y castigar” al grupo de Polanco*⁴³⁰.

En la página siete hay dos textos: uno informativo y otro de opinión encabezados en la parte superior de la página por el siguiente destacado: “Felipe Alcaraz denuncia la “batalla obscena” entre PP y PSOE por el control de la información. El PNV arremete contra la “caza de brujas” que ha emprendido Prisa contra el nacionalismo vasco”. El texto informativo recoge

⁴³⁰ Véase ANEXO: documento 98.

declaraciones del resto de grupos parlamentarios bajo el titular: *Todos los grupos piden al Gobierno y PSOE que “recuperen la cordura”,* y el subtítulo: *Las enmiendas que adelantaron IU y CiU no modifican los aspectos sustanciales del proyecto.* Debajo de este texto aparece el artículo de opinión titulado: *Polanco en el hemiciclo,* y firmado por Consuelo Álvarez de Toledo. En él, la autora opina sobre el debate parlamentario del que cree que “la sombra de algunos personajes del mundo de la comunicación se hacía ayer demasiado alargada” y que “fue tan ardorosa la defensa que hizo Alfredo Pérez Rubalcaba de los intereses del grupo Prisa, que al final la derrota del PSOE pareció más bien la derrota de un hombre ausente (Jesús Polanco)”. Además, afirma que “si esto hubiera ocurrido en Estados Unidos habría que investigar el *lobby* por el cual todo un PSOE se lanza a la defensa de un interés tan concreto”.

El editorial del día 14 de febrero se titulaba: *Sólo el PSOE,* y comienza diciendo: “Truene Pérez Rubalcaba cuantos campanudos sofismas le vengan en gana. Aúllen y pateen sus señorías felipistas hasta quedar exhausto, si eso les deja más a gusto. No variarán con ello ni en un ápice el hecho fundamental que ayer se produjo en el Congreso: el PSOE se quedó solo, absoluta y patéticamente solo, en su defensa cerrada de los privilegios del grupo empresarial de Jesús Polanco”. Además, *El Mundo* mantiene que la argumentación del partido socialista se basa en falacias como: “que el decreto del Gobierno perjudica los intereses de una empresa (Prisa) y beneficia a otras. Vaya hallazgo. Toda legislación antimonopolística, por pura definición, perjudica los intereses de las empresas con afanes exclusivistas”. Junto a este editorial hay una viñeta en la que se ve a González y su mujer y cuando ella le recuerda que es San Valentín, él exclama: “¡Anda, es verdad, y no le he comprado nada a Polanco!”.

El día 15 de febrero, este diario publica otro texto informativo en la página nueve de la sección de España que ocupa cuatro columnas y se titula: *El Gobierno acepta las enmiendas de CiU a la TV digital.* En el texto se explica que el Gobierno “se muestra dispuesto a aceptar las modificaciones” y que en opinión de Arias Salgado “se trata de aspectos secundarios de la norma ya que los puntos esenciales al ser transposición literal de una directiva comunitaria no admiten ninguna posibilidad de modificación”.

Cuatro días más tarde, el 19 de febrero, *El Mundo* dedica la mitad de la columna derecha de la página 28 a otro texto informativo. En este caso se ubica en la sección de Sociedad, con el cintillo “Comunicación” y se titula: *Canal Satélite propone un sistema que depende del acuerdo entre operadores,* con el subtítulo: *Insiste en la compatibilidad de su descodificador y señala “que son otros los que tiene que dirigirse a nosotros”.* En este texto, se cuenta que Canal Satélite hizo una demostración de su descodificador pero que el sistema que utiliza “obliga a un acuerdo comercial para la recepción de programas de terceros al no disponer de un interfaz común”.

Algunos días después, ya en marzo de 1997, este diario publica once textos, de los cuales diez serán informativos y uno de opinión. El primero fue publicado por *El Mundo* el día 4 de marzo en la mitad superior de la columna derecha de la página 28. Esta noticia lleva el cintillo “TV

digital” y se titula: *Piden ampliar el plazo para la adaptación de descodificadores*, y el subtítulo: *PSOE, IU, CiU y CC coinciden en esta solicitud en la presentación de enmiendas al proyecto de TV digital*. En el texto, además de la coincidencia en la solicitud de ampliar el plazo, se señala que entre todos los grupos se han presentado treinta enmiendas. Un día después, se publica otra información pero en este caso, sobre la posición del PP con respecto a ampliar el plazo: *El PP, dispuesto a ampliar el plazo para los descodificadores*. En esta noticia, que ocupa la parte inferior de la columna derecha de la página 31, se recogen declaraciones de la portavoz de telecomunicaciones de PP, Ana Mato, en las que manifiesta “que el plazo podría situarse entre cuatro y seis meses”.

La compatibilidad de los descodificadores usados por Canal Satélite Digital se convierte en noticia el día 11 de marzo en *El Mundo* con el titular: *El descodificador de Canal Satélite no cumple con los requisitos europeos, según Fomento*, y el subtítulo: *Un informe considera que no ha acreditado que sus aparatos sean compatibles*. Esta información se sitúa en las cuatro columnas de la izquierda de la página 30 y ocupa algo más de la mitad de la página. Además, está recuadrada y lleva una fotografía de 2x3 de la presentación del descodificador de Canal Satélite Digital. En el texto se resalta que el informe ha sido elaborado por la Dirección General de Telecomunicaciones, adscrita al Ministerio de Fomento y que a él “ha tenido acceso EL MUNDO”. De este informe se resalta que “no acredita el cumplimiento de los requisitos aplicables al acceso condicional a los servicios de televisión digital” y tampoco “incorpora el algoritmo común europeo”. Además, se señala que con el nuevo Decreto-Ley aprobado por el Gobierno Popular corresponde a esta Comisión de Telecomunicaciones “dictaminar si el aparato puede ser registrado”.

Un día después, el 12 de marzo este diario publica dos informaciones que ocupan cuatro columnas en la página 28. La que se sitúa en la parte superior de la página se titula: *Las empresas de TV digital sólo podrán tener un 25% de las acciones*, y lleva el subtítulo: *CiU no apoyó varias enmiendas del PP*. En este texto se explica que el titular corresponde a una enmienda a la Ley de TV digital, presentada por IU y que fue aprobada en el Congreso y se dice que “esto supone que en la práctica, una vez que entre en vigor la ley, la única plataforma digital existente hasta el momento tendrá que modificar su composición accionarial”, “la empresa de Polanco tendrá que disminuir su participación a partir de ese momento en un 60%”. En el resto del texto se señala que “CiU se alió con el PSOE para que saliera adelante la ampliación de los plazos para adaptar los descodificadores a la normativa vigente” y del resto de enmiendas “destaca la posibilidad de incorporar el sistema *simulcrypt* a los descodificadores siempre que haya un acuerdo entre los operadores”. El segundo texto de esa página está en la parte inferior y se titula: *Ana Mato (PP): “Las enmiendas del PSOE se las ha pasado Prisa”* con el subtítulo: *El PSOE califica el proyecto de ley de “sectario” e IU acusa a los socialistas de defender sólo a las empresas*. En el texto se recogen declaraciones de diputados de los distintos grupos parlamentarios y se señala que en el debate “tanto trasiego sólo podía tener

una justificación: se estaba negociando la aprobación de un proyecto de ley que no era compartido en su totalidad por CiU, el socio parlamentario del Gobierno”.

También el día 12 de marzo, este diario publica un texto de opinión sin firma ubicado en la página dos y con el titular: *El Parlamento, por una genuina competencia en la TV digital*. En el texto se resalta como principal novedad del proyecto de ley sobre televisión digital por satélite la limitación “a un 25% el capital de cada operadora que puede poseer un solo accionista, hasta que no exista competencia efectiva”. A ello se añade “la creación de un terreno de juego nivelado, sin un descodificar que actúe de cancela disuasoria” y se señala que todas “son prioridades importantes para salvaguardar el pluralismo y evitar que un cartel se quede con el santo y la limosna, desequilibrando económicamente, a su favor, todo el sector de los medios de comunicación”.

El día 13 de marzo, *El Mundo* publica otra información referida a la compatibilidad de los descodificadores de la plataforma de Sogecable bajo el titular: *El PP reitera que los descodificadores de Canal Satélite no son compatibles*, y con el subtítulo: *Los usuarios, a favor de los límites accionariales en la TV digital*. En el texto se señala que “Canal Satélite Digital tiene que demostrar primero que es compatible y, después, llegar a un acuerdo con el resto de los operadores del sector. Ninguno de estos dos casos se ha producido”.

Al día siguiente, el 14 de marzo, tres informaciones aparecen en la página 30 de este diario. La más destacada se titula a cuatro columnas: *Cascos: no hay acuerdo sobre el descodificador*, y lleva el subtítulo: *Afirma que el Congreso no ha cambiado la propuesta sobre este aparato*. En este texto se señala que en contra de lo publicado por *El País*, que afirmaba que el PP había aceptado el descodificador de Canal Satélite Digital, la diputada del PP, Ana Mato, explica que “sólo se acepta el sistema *Simulcrypt* empleado por Canal Satélite Digital siempre que se acredite su compatibilidad o haya acuerdo entre operadores, condiciones que hasta ahora no se han cumplido”. En la parte superior de la columna derecha se sitúa otra de las informaciones: *“Hay una operación descarada contra Prisa”, según el PSOE*.

Y por último, debajo de estas dos informaciones, se ubica la tercera de esta página con el titular: *“Canal Plus y Murdoch boicotearon el descodificador universal”*, y el subtítulo: *André Kudelski, presidente de la empresa Nagra, asegura que el aparato de Sogecable no es del todo compatible*. En este último se recogen declaraciones del presidente de Nagra y se resalta que “la polémica historia de los descodificadores para la televisión digital comienza varios años atrás”, “es la historia de un empeño por cerrar el mercado” ya que “los poderosos Canal Plus y BSKyB boicotearon el desarrollo de un aparato compatible par todas las televisiones de pago”.

La última información perteneciente a este bloque temático publicada por *El Mundo* en el mes de marzo corresponde al día 21, se ubica en la página 27 y se titula a cuatro columnas: *La plataforma digital impulsada por Telefónica elige un descodificador con el sistema universal*. Esta información, que se subtitula: *Constituida una sociedad con el grupo Nagra para patentar*

los aparatos, lleva una fotografía de Villalonga y un despiece bajo el titular: *La directiva del fútbol, en junio*. Sobre la opción del descodificador de Telefónica en el texto se señala que “ha optado por utilizar descodificadores con interfaz común, (sistema *multicrypt*), que permiten el acceso universal”, “tal y como especifica la directiva europea y, en particular, la transposición de esa directiva que actualmente se tramita en las Cortes”. Además, se explica que para desarrollar y patentar este sistema en España, “Telefónica ha decidido crear una sociedad al 50% con el grupo Nagra”⁴³¹.

Unas semanas después, el 5 de abril de 1997, se publica otro texto sobre el debate parlamentario, concretamente en la columna derecha y que ocupa la mitad superior, con el titular: *El PP rebaja los plazos de adaptación de los descodificadores*, con el subtítulo: *Los operadores tienen dos meses para llegar a un acuerdo si utilizan el “simulcrypt”, si no deberá emplearse el “multicrypt”*. En el texto se explica que en estas modificaciones han sido presentadas por el PP en el Senado y en caso de que no haya acuerdo, “el PP ha sustituido “podrán” por “deberán” emplearse otros sistemas que puedan operar de acuerdo con la recomendación DVB definida como interfaz común que facilite la operación en modo *multicrypt*”.

Varios días después, el 10 de abril, después de la aprobación en el Senado, este diario publica una noticia con el siguiente titular: *El Pleno del Senado aprueba el proyecto de Ley de TV digital*, y con el subtítulo: *Los operadores deberán usar el sistema “multicrypt” si no llegan a un acuerdo de uso del “simulcrypt”*. Esta noticia se ubica en la mitad superior de la columna izquierda, en la página 24 y en ella se cuenta que “el proyecto está pendiente de la ratificación final del Congreso” y que “todos los grupos suscribieron, excepto el socialista, una enmienda transaccional a propuesta de Coalición Canaria que deja finalmente los plazos de adaptación en tres meses para los nuevos descodificadores y seis para los ya instalados”.

SUBHITO 4: Aprobación definitiva en el Congreso de los Diputados

Tras la aprobación definitiva de la ley de TV digital en el Congreso, *El Mundo* publica diez textos entre los días 18 y 20 de abril de 1997, de los cuales seis son informativos y cuatro corresponden a opinión, tres de ellos firmados, además de dos viñetas con las que también se reflexiona sobre este asunto.

Los textos informativos los encontramos en diferentes secciones: dos de ellos en Sociedad, tres noticias en España y la última en Comunicación, si bien, en la mayoría de los casos se prefirió la página impar y sólo dos noticias están ubicadas en página par. Con respecto a la extensión de estas informaciones, la mitad de ellas ocupan menos de media página, una de ellas es de media página y las dos más destacadas son de tres cuartos de página. Por último,

⁴³¹ Véase ANEXO: documento 99.

hay que señalar que cuatro de las noticias están firmadas por distintos periodistas, mientras que dos de ellas se publican sin firma.

El día 18 de abril es cuando más importancia se da a este tema y *El Mundo* publica tres textos, dos informativos y uno de opinión. Los dos primeros abren la sección de Sociedad y aparecen unidos mediante varios flashes informativos que a modo de antetítulo a cinco columnas engloban los dos textos: *Izquierda Unida y PNV votaron con el PP en la enmienda de los descodificadores – CiU optó finalmente por la abstención aunque expresó su disconformidad con el texto – IU: con el “multicrypt” se defienden los derechos de los ciudadanos*. El texto más destacado de esa página se titula a cuatro columnas: *Aprobada la ley de TV digital que garantiza un descodificador universal*, y lleva el subtítulo: *El Congreso decide que se utilice el “multicrypt” si no hay acuerdo entre los operadores*. En el texto se señala que “de no producirse este acuerdo previo, Canal Satélite Digital tendrá seis meses a partir de la entrada en vigor de esta ley para sustituir sus actuales descodificadores por otros con sistema *multicrypt*” y que “Telefónica y sus socios ya se han decantado por esta última opción técnica”. Además, esta información lleva una fotografía de 2x3 de diputados del PP felicitando al ministro Arias Salgado y un despiece titulado: *“Por el interés general y la libertad de elección”*, donde se recogen declaraciones del ministro de Fomento⁴³². El otro texto informativo del día 18, aparece en la columna derecha de esa misma página bajo el titular: *De la batalla política a la batalla entre plataformas*, y en él se dice que “Canal Satélite anunció que presentará varios recursos ante los tribunales y que solicitará que se suspendan los actos administrativos de aplicación de esa ley” mientras que Pedro Pérez cree que “se trata de una gran medida que será apreciada, especialmente por los usuarios” y afirma que “se sentará a negociar sin prejuicios para llegar a un acuerdo con la plataforma competidora”.

El comentario de opinión de ese día se titula: *La ley de TV digital, un éxito del Gobierno... y de los usuarios*. En este texto, que no tiene firma, se señala que la ley “supone un éxito importante para el Gobierno y muy particularmente para su vicepresidente, Francisco Álvarez Cascos, quien ha sabido sacar adelante una iniciativa difícil en medio de un ambiente de polémica” y que “quienes insistían en tramitar como ley el decreto-ley sobre TV digital les haya salido el tiro por la culata”. Al final, afirma que “los contenidos determinarán el éxito de las plataformas; no los descodificadores privados, exclusivos y excluyentes”. Debajo de este texto, situado en la página 3, aparece una viñeta aludiendo al tema firmada por Ricardo y Nacho. En ella se ve a Polanco en varias viñetas diciendo: “Éste es un país de desagradecidos. Yo, Polanco, que con mis libros de texto he educado a miles de niños. Yo que con el porno de mi TV he contribuido a la natalidad. Yo que he permanecido vigilante para que los fachas de la caverna no alcanzaran

⁴³² Véase ANEXO: documento 100.

el poder... ¡Ahora va el Parlamento y me niega un monopolio de nada! ¡Imagínate el cabreo que tendría yo ahora, si lo hubiera hecho por altruismo en vez de por dinero”⁴³³.

Un día después, el 19 de abril, este diario publica tres textos informativos, dos de ellos en la sección de España en la página 10. El primero se titula: *González derogará la ley “liberalcomunista” de TV digital si llega al poder*, y lleva el subtítulo: *Muy posiblemente la recurrirá ante el TC*. En el texto se recogen las declaraciones del ex presidente contra la ley, y se acompaña de una fotografía de Felipe González con Romano Prodi y un despiece titulado: *Alcaraz (IU): “Ha perdido totalmente la cordura”* en referencia a las palabras de González. El otro texto está en la parte inferior de esa misma página y en él se citan declaraciones fundamentalmente de representantes socialistas en las diferentes cadenas de radio bajo el titular: *Batalla verbal en las tertulias de radio*, y con el subtítulo: *Sauquillo defiende a Prisa por razones “de mercado”, y Arregui critica la “monopolización”*.

El tercer texto que aparece en *El Mundo* el 19 de abril está en la página 24 bajo el cintillo de “Comunicación”, ocupando la mitad superior de las tres columnas centrales y con el titular: *¿Existe el “multicrypt”?*, y el subtítulo: *Nokia asegura tener diseñado, probado y fabricado un descodificador de TV digital que Prisa y el PSOE se empeñan en dar como inexistente*. En el texto que lleva también un infográfico con los dos sistemas de descodificación se afirma que “no sólo existe, sino que fue probado por los organismos normalizadores europeos DVB y CONELEC, lo que no ha ocurrido con el sistema que utiliza Canal Satélite Digital”. En el último párrafo se señala que “es cierto que no existen descodificadores universales disponibles en las tiendas –como ocurre con otros productos que se fabrican bajo pedido– pero el plazo de entrega es igual para cualquiera de los dos sistemas”.

Por último, el día 20 de abril, se publican cuatro textos, uno informativo y el resto de opinión. El primero aparece en la sección de España y de nuevo se refiere a declaraciones de Felipe González sobre la ley de TV digital. Esta noticia que está recuadrada, ocupa algo más de la mitad de la página y cuatro columnas bajo el titular: *González critica a Aznar y a Anguita por su pacto en la TV digital*, y el subtítulo: *Arremete también contra el titular de Interior*. Esta información lleva una fotografía de Felipe González de 3x2 y un despiece con declaraciones de Julio Anguita titulado: *Anguita: “Indecente y charlatán”*.

En cuanto a los artículos de opinión, todos están firmados. El primero aparece en la página 3 y una columna de la página cuatro, dentro del espacio “Cartas del Director”. Este texto, firmado por Pedro J. Ramírez, se titula: *Psicosis Gonsales* y está referido al ex presidente del Gobierno de quien dice que “el mismo día en que se enteró de la constitución de la plataforma pluralista en torno a Telefónica, él que había auspiciado su matrimonio excluyente con Prisa en Cablevisión, puso en marcha una personal cruzada para boicotear la iniciativa. Primero dijo –en clara alusión a la insignificante presencia testimonial de EL MUNDO– que había empresas que

⁴³³ Véase ANEXO: documento 101.

“no merecían” participar en el empeño y enseguida advirtió de que cuando estuviera en sus manos desmontaría el acuerdo. (...) Luego dio alas a la traición del 24 de diciembre y se convirtió en paladín de la iniciativa monopolística resultante”. En la página cuatro también hay una viñeta referida a la televisión digital en el que Cipriá Ciscar dice “he propuesto unos pequeños cambios para el próximo congreso...” y bajo las siglas de PSOE se lee: “Partido Simulcrypt Obrero Español”.

En la página cinco, aparece un segundo artículo de opinión, en la parte inferior firmado por Fermín Bocos y con el titular: *¡Ay de los neutrales!* En él, su autor asegura sobre la batalla digital que “es un negocio de banqueros que permanecen en la sombra, pero en primera fila quienes combaten con ira digna de más noble causa son políticos convertidos en relaciones públicas, periodistas doblados de arbitristas y funcionarios de chip programado con la voz de su amo” y que “la semilla amarga de las dos Españas que renace en cada generación, está de nuevo entre nosotros. No está claro a quién pertenece la mano que mece la cuna, pero sí sabemos que el aire que mueve se torna cada día más irrespirable”. Al final, acaba: “es una batalla con todo a la que todo están sacrificando. Sólo en un punto están de acuerdo: no aceptan a los neutrales”. Encima de este texto aparece otra viñeta firmada por Idígoras y Pachi en la que se ve a Felipe González pensativo: “Si vuelvo a ser presidente derogaré la ley sobre TV digital... pero para derogarla necesito una mayoría absoluta y para tener mayoría absoluta necesito ilusionar al pueblo”. Después de meditar, se le ve ante un público diciendo: “OTAN, de entrada, no”.

El último texto de opinión del día 20 está firmado por Felipe Alcaraz, diputado de IU y Ángel García Castillejo, coordinador del Grupo Parlamentario y se titula: *Democracia digital*, y lleva a modo de subtítulo una presentación del artículo: *La polémica de los descodificadores. Los autores justifican el apoyo de IU a la ley de televisión digital con el argumento de que garantiza los derechos de los ciudadanos frente a las ambiciones empresariales*. En este texto que ocupa casi toda la página 7, los autores explican las ventajas de la ley y señalan en torno a los descodificadores que “es la opción por la libertad” porque “la izquierda se sitúa junto a los ciudadanos y, desde luego, la pugna entre las empresas en ningún caso debe repercutir en perjuicio de los usuarios”.

SUBHITO 5: Advertencias y apertura de procedimiento por la Comisión Europea

Desde el 27 de junio al 24 de julio de 1997, *El Mundo* publica un total de trece textos, de los cuales son todos informativos excepto uno de ellos que es un editorial. Con respecto a la ubicación, ocho textos informativos se situaron en la sección de Comunicación y los cuatro restantes en Sociedad, y tan sólo un día, este diario destacó en portada este asunto. Y por lo que se refiere a las páginas, diez de ellos se ubicaron en página par, mientras que tan sólo dos aparecen en páginas impares.

Asimismo, destacamos que la mitad de los textos aparecen sin firma, tres de ellos pertenecen a Carlos Segovia y otros tres a Mirta Drago, y que en su mayoría son textos breves, que nunca superan la mitad de la página.

Si atendemos al discurso que ofreció *El Mundo* sobre este asunto, el día 27 de junio encontramos tres textos: dos informativos y el editorial, además de destacarlo en portada. En la primera página del diario se sitúa en la parte superior derecha: *La UE da 15 días al Gobierno español para introducir cambios en la ley de TV digital*, y con el subtítulo: *El Ejecutivo anuncia que recurrirá al Tribunal de Luxemburgo si no llega a un acuerdo con la Comisión*. Esta noticia se desarrolla en la página 27 mediante dos textos que ocupan poco más de la mitad superior de la página. El más destacado ocupa cuatro columnas en la parte izquierda, titulado de manera similar a la portada: *La Comisión Europea da 15 días al Gobierno para que inicie los cambios en la ley digital*, y el subtítulo: *Fomento mantiene que, de no existir acuerdo, acudirá al tribunal europeo*⁴³⁴.

En el texto se indica que la “Comisión Europea considera que tanto el *simulcrypt* como el *multicrypt* son abiertos y compatibles y que la ley debe ser modificada para que Canal Satélite no se vea perjudicada” y que “si en 15 días Gobierno y Comisión no han llegado a un acuerdo, el Ejecutivo comunitario pasará a la segunda fase y emitirá un “dictamen motivado” en el que exigirá al Gobierno que introduzca los cambios pertinentes. Si el Gobierno se niega (...) se pasará a la tercera y última fase del procedimiento ya ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea”. Además, la información lleva dos fotografías de un módulo de Arias Salgado y Monti y un despiece titulado: *Las dos cuestiones pendientes* donde se indica que “el Ministerio de Fomento anunció que estudiará la carta de emplazamiento anunciada por la Comisión Europea y formulará las alegaciones pertinentes cuando reciba la comunicación”.

El otro texto de esa misma página ocupa la mitad superior de la columna derecha con el titular: *Vía Digital: sólo es una petición de información*. Aquí se recogen declaraciones del presidente de esa plataforma en las que afirma que el expediente de la UE “se trata de una petición de información y sólo supone que los datos que maneja “son insuficientes”. Al final se señala que Canal Satélite “por el contrario mostró ayer su satisfacción por la decisión de la Comisión”.

El editorial del 27 de junio se titula: *Monopolios en Europa: ¿sí o no?*, y en él se mantiene que hay una contradicción en los argumentos de la Comisión ya que “persigue los sistemas cerrados, monopolísticos” y al mismo tiempo “amenaza y puede incluso sancionar a quienes actúan – como el Gobierno español – para evitar la imposición de esos sistemas cerrados y promueven los abiertos”. Además se dice que “varios comisarios europeos se creen aún la patraña de que el *multicrypt* no existe más que en planos” y que “los intereses del grupo *simulcrypt* y de varios comisarios europeos son inquietantemente paralelos. Y la postura de

⁴³⁴ Véase ANEXO: documento 102.

Polanco, negándose a compartir equitativamente su descodificador con Vía Digital, es reveladora de su esfuerzo por dominar abusivamente el mercado”⁴³⁵.

Tras estos primeros textos, este diario no volverá a publicar nada más hasta el día 2 de julio cuando leemos en la página 32, en la mitad superior de la columna derecha: *IU se suma a la petición de comparecencia del ministro Arias Salgado*, y el subtítulo: *Al igual que el PSOE, pretende que el Gobierno explique su actitud ante el expediente de la UE por la ley de TV digital*.

El día 10 de julio, hay tres informaciones sobre la ley de TV digital en *El Mundo* que ocupan toda la página 26. El más destacado se sitúa en la parte superior izquierda, a cuatro columnas: *El PSOE se moviliza en Bruselas para que la UE fuerce el cambio de la ley de TV digital*, y con el subtítulo: *González, Marín y los eurodiputados socialistas presionan a la Comisión*. Este texto ocupa algo más de la mitad de la página y se acompaña de dos fotografías de Felipe González y Karel Van Miert. En esta noticia se señala que Rubalcaba había asegurado que el Gobierno debía modificar la ley “para evitar el bochorno en Bruselas”, a lo que se añade “pero su partido se ha movilizado para que ese “bochorno” se produzca” y que “González es consciente de que una buena labor de *lobby* es fundamental en el Ejecutivo comunitario”. A continuación se cuentan diferentes reuniones en las que han coincidido miembros de partido socialista con los comisarios europeos. Debajo de esta información aparece otro texto titulado: *El Gobierno enviará el sábado sus alegaciones a la Comisión*, donde se explica que esas alegaciones con las que el Gobierno se propone “defender la ley de televisión digital, en especial la parte que regula la utilización de los descodificadores y obliga a utilizar aparatos compatibles”.

El tercer texto de esa página 26 se sitúa en la columna derecha bajo el titular: *Vía Digital alerta a la UE sobre la posición de dominio de Sogecable*, con el subtítulo: *Explica que Prisa quiere perpetuar en la televisión digital de pago el monopolio que ya tiene en la analógica*. Aquí se cuenta que Vía Digital ha enviado un escrito al comisario europeo de Mercado Interior donde mantiene que en España “sólo se puede garantizar una competencia efectiva si se asegura que en ausencia de acuerdo, el descodificador utilizado por el operador dominante es abierto” y destaca que “el único descodificador que permite esa compatibilidad inmediata es el *multicrypt*”.

El día 13 de julio, aparecen dos informaciones en la mitad superior de la página 44. El más destacado a cuatro columnas: *El Gobierno pide a la Comisión que identifique los daños “irreparables” de la ley de TV digital*, y con el subtítulo: *Asegura a la UE que Prisa busca proteger “un mercado cautivo altamente rentable”*. Este texto lleva una pequeña fotografía de Mario Monti y en él se señala que las alegaciones presentadas por el Gobierno a la Comisión “se centran, especialmente, en las circunstancias del mercado español de la televisión de pago,

⁴³⁵ Véase ANEXO: documento 103.

que obligan a adoptar medidas para evitar un monopolio”. El otro texto se sitúa en la columna derecha y se titula: *Monti: “Es evidente que no van a cambiar”*, donde se citan declaraciones del comisario europeo de Mercado Interior y se indica que “fuentes solventes opinan que el Colegio de Comisarios decidirá el próximo día 23 enviar al Gobierno un dictamen motivado en el que dará un plazo para modificar la ley”.

Un día después, el texto informativo se refiere a la comparecencia del ministro de Fomento en el Congreso para explicar las alegaciones presentadas por el Gobierno a la Comisión. Este texto ocupa dos tercios de la columna derecha, en la página 39, con el titular: *Arias Salgado informa hoy en el Congreso sobre la ley digital*, y con el subtítulo: *El ministro de Fomento relatará las alegaciones presentadas por el Gobierno ante la Comisión Europea*.

El día 15 de julio, *El Mundo* recoge unas declaraciones de Van Miert en un curso en El Escorial y le dedica media columna en la parte superior derecha de la página 32 bajo el titular: *Van Miert critica la “politización” en torno a los descodificadores*, y el subtítulo: *El comisario europeo destacó la libertad con la que actúa la Comisión y su postura a favor de la libre competencia*.

Una semana después, el día 23 de julio, aparece la siguiente información en la mitad superior de la columna izquierda: *La UE decide hoy las medidas contra la ley de televisión digital*, y el subtítulo: *El comisario Mario Monti propone fijar un plazo de un mes al Gobierno para que modifique la normativa*. Al día siguiente, esa decisión ocupa una información más amplia, a cuatro columnas en la mitad superior izquierda de la página 22: *La Comisión Europea insta al Gobierno español a modificar en el mes de agosto la “ley digital”*, y con el subtítulo: *La UE abre la posibilidad de seguir negociando durante ese plazo*. En el texto se señala que para la Comisión, la ley española vulnera tres directivas y 10 artículos por lo que insta al Gobierno a modificarla “mediante la aprobación de un decreto-ley en el mes de agosto” y que “en caso de que continuara el actual diálogo de sordos, la Comisión Europea tiene previsto el próximo 3 de septiembre denunciar la ley española ante el Tribunal de Justicia y pedir con urgencia medidas cautelares”. Esta información se completa con un despiece: *Una sola plataforma*, donde se recoge la postura del presidente de Tele 5 a favor de un único proyecto de televisión digital.

SUBHITO 6: Reforma de la ley y archivo del procedimiento

Desde el 25 de julio, que se inicia el plazo dado por la Comisión Europea al Gobierno, hasta el día 9 de octubre, un día después de que se archivara el procedimiento, este diario publica doce textos sobre este tema, de los cuales son todos informativos excepto uno de ellos que es un artículo de opinión sin firma, por lo que manifiesta la posición del propio periódico.

Todos los textos informativos está publicados en la sección de Comunicación y se reparten casi por igual en páginas pares, cinco de ellos, e impares, los seis restantes. Con respecto a la

extensión, la mayoría de ellos ocupa menos de media página, si bien hay tres textos amplios, de tres cuartos de páginas, y uno de ellos de página completa.

Por último, aunque hay cuatro textos sin firma y dos de ellos firmados por EL MUNDO, de los cinco restantes destacamos que tres de ellos están firmados por Carlos Segovia, enviado especial de este diario y uno de ellos por Amadeu Altafaj, también enviado especial.

El primer texto con el que este diario hace referencia a este tema se publica el 31 de julio de 1997, en la mitad superior izquierda de la página 24, cuando a cuatro columnas titula: *Fomento pedirá a Luxemburgo que confirme si el descodificador de Canal Satélite es abierto*, y el subtítulo: *El Tribunal Constitucional rechaza el recurso de Prisa contra la ley digital*. En el texto, que lleva una fotografía de Arias Salgado antes de su comparecencia parlamentaria de 2x3, se especifica que lo que solicitará el Gobierno es “una prueba técnica para comprobar si el descodificador de Canal Satélite es abierto como manda la directiva comunitaria” y que no se ha admitido a trámite el recurso presentado por Canal Satélite contra la ley porque “no se aprecia que pueda producir un daño reversible”.

Posteriormente, en agosto, *El Mundo* publicó tres textos los días 22 y 23 de agosto. El primer día aparecen dos textos: uno informativo y otro de opinión. La información está recuadrada a cuatro columnas en la parte izquierda de la página 18 y se titula: *El Gobierno propone cambios en la Ley de TV Digital para facilitar un acuerdo con Bruselas*, con el subtítulo: *Permitirá el uso del “simulcrypt” si la UE renuncia a las medidas cautelares*. En el texto se especifica que la propuesta del Gobierno consiste en que “quienes suministren los descodificadores que no incorporen interfaz común (como es el caso del *simulcrypt*, que utiliza Canal Satélite Digital) deben ofrecer a los usuarios la posibilidad de adquirir un módulo adaptador que permita la recepción inmediata de cualesquiera señales emitidas” y que “como prueba de buena voluntad hacia Bruselas, también se compromete a eliminar de la ley las especificaciones técnicas concretas contenidas en el texto actual con el fin de dejar una puerta abierta a la posibilidad de que aparezcan nuevos sistemas técnicos”. Además, el texto se acompaña de una fotografía de Arias Salgado de 2x3 y un despiece titulado: *Llegan los descodificadores “multicrypt”*, donde se señala que “Vía Digital recibirá la próxima semana el primer envío de descodificadores con el sistema *multicrypt* (unos mil aparatos) fabricados por Nokia en Suecia”.

El texto de opinión del día 22 de agosto no está firmado y se encuentra en la página 3, con el titular: *TV digital: una solución surrealista a una situación absurda*. Este comentario se inicia diciendo que el Gobierno “está dispuesto a modificar la Ley de Televisión Digital a cambio de que Bruselas renuncie a pedir medidas cautelares” y tras describir la propuesta del Ejecutivo, el diario mantiene que “la solución deja mucho que desear. Pero tal vez una salida surrealista es lo que demandaba el surrealista planteamiento de la CE: tras pedir descodificadores compatibles, persigue una ley que prohíbe los incompatibles con el argumento de que vulnera

la libre circulación de mercancías. El *lobby* de Prisa ha funcionado en Bruselas mejor que el Gobierno”⁴³⁶.

La respuesta de Bruselas a la propuesta del Gobierno es la que centra el texto publicado por *El Mundo* el día 23 de agosto, también recuadrado a cuatro columnas completas en la página 18. Su titular es: *Bruselas, satisfecha de que el Gobierno acceda a cambiar la Ley de Televisión Digital*, y su subtítulo: *La UE tomará una decisión sobre esas modificaciones antes del día 15*. En esta información se resalta que “la Comisión Europea aplaudió ayer la decisión del Gobierno español de modificar parte de la Ley de Televisión Digital antes del vencimiento fijado por Bruselas para adecuar la norma a la legislación comunitaria” y que “es un indicativo de un mejor clima entre la Comisión y el ministerio de Fomento”. Asimismo, el texto lleva una fotografía de 2x3 de Álvarez Cascos y bajo ella, un despiece titulado: “*Espero que las diferencias queden zanjadas*”, donde se recogen las declaraciones del vicepresidente⁴³⁷.

A este bloque temático corresponden cinco de las informaciones que este periódico difundió en el mes de septiembre de 1997. La primera de ellas se publica al día 2, en la parte superior izquierda de la página 15 donde se titula a tres columnas: *Bruselas aplaza su recurso contra la ley de TV digital hasta conocer los cambios*, con el subtítulo: *Representantes de la CE y del Gobierno se reunirán esta semana*. Esta noticia ocupa la columna izquierda completa y la parte superior (dos módulos) de las dos columnas siguientes y en ella se informa de que “el Ejecutivo europeo no tratará el asunto como estaba previsto en su primera reunión semanal tras la vuelta de vacaciones” sino que “va a dar un margen de tiempo al Gobierno español para que apruebe por decreto ley los cambios en la normativa, antes de pronunciarse sobre la continuación o no del procedimiento de infracción que el pasado mes de julio”.

La modificación esperada por el Ejecutivo comunitario es noticia el día 4 de septiembre, cuando se titula: *El Gobierno modificará la ley como muy tarde el 12 de septiembre*, con el subtítulo: *El portavoz del comisario Mario Monti asegura que Fomento ha comunicado la fecha por carta a Bruselas*. Esta información se sitúa en la columna derecha, ocupando algo más de la mitad superior, de la página 21 y en ella además, se indica que “los contactos entre Bruselas y Madrid para analizar los cambios en la *ley digital* comenzarán antes del día 12” y “las conversaciones serán a nivel técnico”.

El mismo 12 de septiembre, *El Mundo* dedica la mitad superior de la página 29 a dos textos sobre las modificaciones de la ley que se aprobaban ese día. El más destacado se titula a cuatro columnas: *Los descodificadores cerrados podrán seguir en el mercado bajo riesgo de graves multas*, y lleva el subtítulo: *El Ejecutivo aprueba hoy los cambios solicitados por la Comisión Europea*. En el texto se explica que según las modificaciones “el Ejecutivo español proclama la defensa de los descodificadores abiertos y admite al mismo tiempo la posibilidad

⁴³⁶Véase ANEXO: documento 104.

⁴³⁷ Véase ANEXO: documento 105.

de utilizar descodificadores cerrados no compatibles siempre que se advierta de ellos a los usuarios”. Asimismo, “el Gobierno otorga a la Comisión Nacional del Mercado de Telecomunicaciones (CNMT) poderes para, previa denuncia de algún operador, exigir la introducción de modificaciones en este tipo de descodificadores” y “podrá también imponer multas que pueden llegar a los 100 millones de pesetas (0,60 millones de euros) si los propietarios de estos descodificadores cerrados no introducen los cambios exigidos por las denuncias de los operadores”. Estas variaciones están recogidas en un Real Decreto Ley que modifica parcialmente el artículo 7a de la Ley 17/1997 sobre la Televisión Digital así como la Disposición Transitoria Primera. Finalmente el texto, lleva un despice titulado: *50.000 “multicrypt” a punto*, donde se dice que según el contrato suscrito de Vía Digital “a finales de septiembre serán 50.000 (descodificadores *multicrypt*) los que estén disponibles”. La información anterior se completa con la que ocupa la columna derecha de la misma página titulada: *La Ley de TV digital está en vigor desde mayo*, y donde se repasan las principales fechas de esta ley desde que fuera anunciada por el Gobierno el 24 de enero hasta el mes de septiembre.

Varios días más tarde, el 17 de septiembre, este diario publica otra información en la página 32 que ocupa las cuatro columnas de la izquierda. Su titular es: *La Comisión Europea renuncia a suspender la ley de TV digital tras recibir el nuevo texto*, con el subtítulo: *Bruselas no da el caso por cerrado, pero aplaude los “cambios sustanciales”*. En el texto se especifica que la “Comisión Europea ha renunciado a solicitar la suspensión cautelar de la ley española” y que si “detecta nuevas irregularidades abrirá un nuevo procedimiento de infracción, pero no solicitará al Tribunal de Justicia de la Unión Europea la suspensión cautelar”. La noticia, que está recuadrada y lleva una fotografía de 2x3 del ministro Arias Salgado estrechando la mano del comisario Van Miert, se completa con un despice en la parte inferior titulado: *Monti, el obstinado* y una fotografía de un módulo del comisario italiano. En este despice se resalta que “no es fácil que un comisario europeo logre obligar a un Gobierno a rectificar una ley aprobada apenas cuatro meses antes” y que “el comisario tendrá que estudiar ahora si como advierte Felipe González, el ministro de Fomento trata de engañarle con cambios ficticios, o si ha satisfecho sus peticiones con el nuevo Real Decreto”⁴³⁸.

Por último en octubre de 1997, este diario publica tres textos informativos referidos a la decisión de Bruselas de archivar el expediente abierto contra el Ejecutivo español por la ley de TV digital. El día 6 de octubre aparece el primero de ellos que recoge las declaraciones del presidente de la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones, Vázquez Quintana, bajo el titular: *El presidente de la CMT confía en conseguir la paz digital*. Este texto se ubica en la parte inferior de la página 35 a cuatro columnas y se destaca que “defendió la independencia de la CMT, basada en que el Parlamento y los partidos políticos la han dotado de unas condiciones que aseguran la inmunidad de los nueve miembros del Consejo”.

⁴³⁸ Véase ANEXO: documento 106.

Dos días después, el 8 de octubre, en la mitad superior de la página 29 y ocupando las cuatro columnas de la izquierda, se titula: *Bruselas archivará hoy el expediente contra el Gobierno por la ley digital*, con el subtítulo: *Enviará una carta de advertencia al Ejecutivo*. En la noticia se anuncia que el comisario “Monti quiere acompañar la decisión de cierre de procedimiento con una “carta de advertencia” en la que anuncia que vigilará que la ley sea aplicada con arreglo al derecho comunitario” y que “en caso de nuevas infracciones, la Comisión Europea abriría un nuevo procedimiento”. Junto al titular hay una fotografía de 2x2 del ministro Arias-Salgado y debajo un despiece titulado: *Futuro digital para la TV terrestre*.

Al día siguiente, aparece el texto más destacado de este bloque ya que ocupa toda la página 26 y se titula a cinco columnas: *Fin del contencioso de la TV digital*, con el subtítulo: *La Comisión Europea archiva el expediente contra España, aunque permanecerá vigilante*. En el cuerpo de la noticia se recuerda que “para este “visto bueno” el Ministerio de Fomento, ha tenido que introducir cambios en el texto original mediante un decreto-ley, aprobado hace tres semanas. Ahora el Gobierno ya no decide por sí mismo cuáles son los descodificadores aceptables desde un punto de vista técnico, sino que cede estos poderes a un organismo teóricamente independiente, la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones”. Asimismo, se señala que “estas modificaciones son suficientes para Bruselas (...) quien renunció a su amenaza de solicitar al Tribunal de Justicia de la Unión Europea la suspensión cautelar” aunque en “una *carta de advertencia* asegura que una aplicación incorrecta de la ley dará lugar a nuevos contenciosos”. Y una de las razones “sería que la CNMT denegara el permiso para comercializar el descodificador con el sistema *simulcrypt*” ya que “el intento del Gobierno de frenar el uso de ese sistema ha sido el origen del enfrentamiento con Bruselas”.

La información anterior se completa con una fotografía de 2’5x3 de un centro de control de una operadora de televisión digital y dos despieces. El primero se titula: *Bruselas: cinco meses de batalla* y se repasan los principales momentos en el enfrentamiento del Gobierno y la Comisión Europea y además, lleva dos fotos de un módulo de Arias Salgado y Mario Monti. El otro despiece se titula: *De la satisfacción del Gobierno a la “libertad condicional” del PSOE*, y en él se recogen las reacciones tras la decisión de Bruselas de: Álvarez Cascos, Arias Salgado, Pérez Rubalcaba, Felipe Alcaraz, Vía Digital y Canal Satélite, en ese mismo orden⁴³⁹.

2.5.4. *El País vs. El Mundo*

A lo largo de los más de nueve meses analizados, desde que se anuncia el proyecto de ley de televisión digital hasta su posterior reforma y el archivo del procedimiento abierto por la Comisión Europea, han sido importantes las diferencias observadas entre ambos medios de comunicación, tanto en el número de textos publicados como en los géneros utilizados y en la

⁴³⁹ Véase ANEXO: Documento 107.

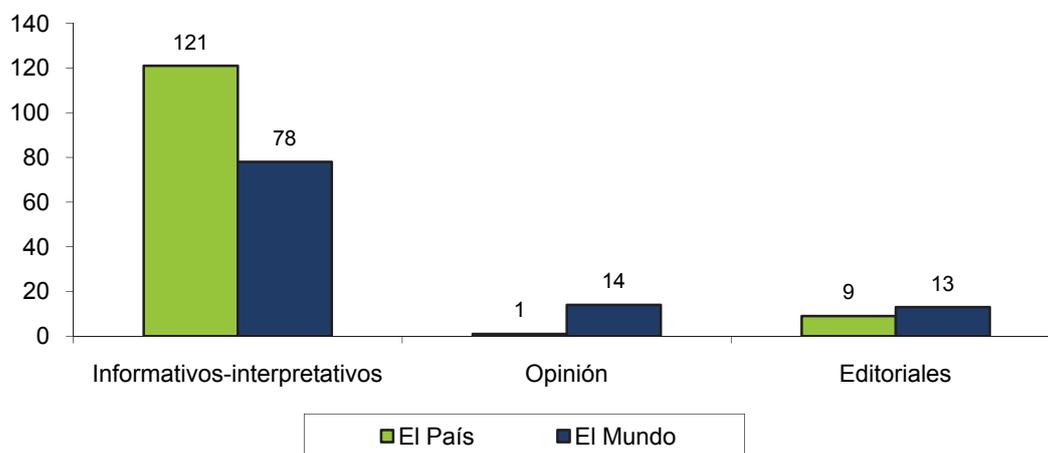
ubicación de los mismos y por supuesto, en el tratamiento que cada uno de ellos dio a este tema.

En primer lugar, recogemos las principales diferencias cuantitativas entre estos dos diarios en varios gráficos, tanto generales como por subhitos, en los cuales podemos observar que mientras que *El País* publica 131 textos, *El Mundo* dedica 105 si bien, este último publica muchos más artículos de opinión y editoriales. No obstante, hay que destacar que durante este tiempo, *El País* se posicionó en nueve editoriales, una cifra elevada en comparación con el resto de hitos analizados y cuando la línea editorial de este diario reserva este género para casos muy concretos y trascendentes.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	121	78
Opinión	1	14
Editoriales	9	13
Total	131	105

Tabla 21

Gráfico 6. Géneros periodísticos



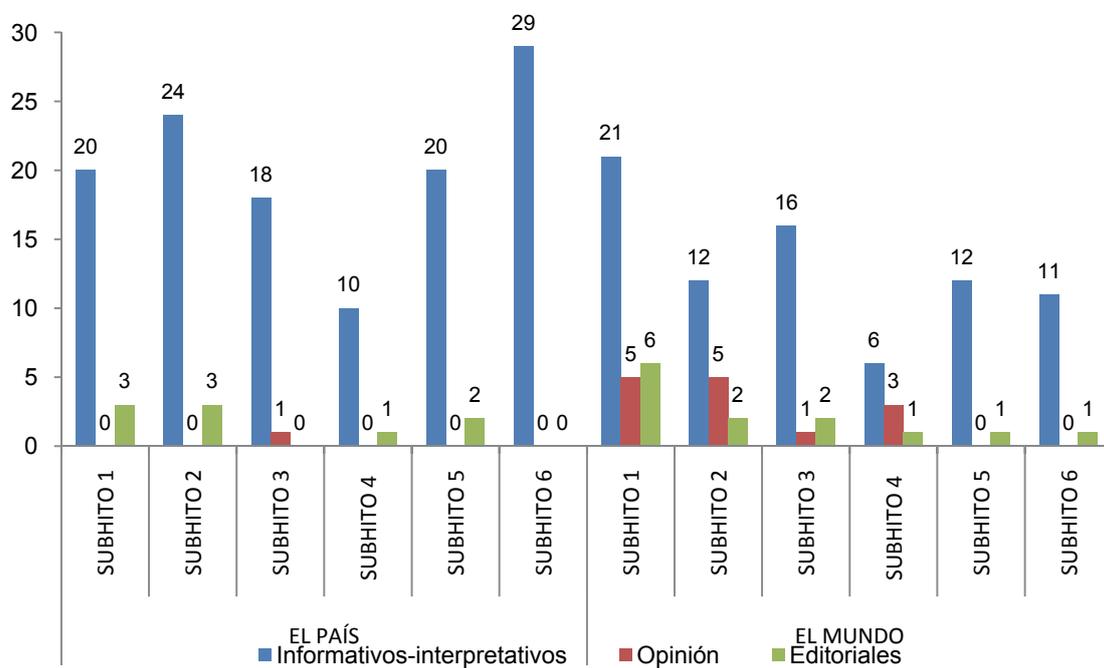
Géneros periodísticos	EL PAÍS						Total
	SUBHITO 1	SUBHITO 2	SUBHITO 3	SUBHITO 4	SUBHITO 5	SUBHITO 6	
Informativos-interpretativos	20	24	18	10	20	29	121
Opinión	-	-	1	-	-	-	1
Editoriales	3	3	-	1	2	-	9
Total	23	27	19	11	22	29	131

Tabla 22

EL MUNDO							
Géneros periodísticos	SUBHITO 1	SUBHITO 2	SUBHITO 3	SUBHITO 4	SUBHITO 5	SUBHITO 6	Total
Informativos-interpretativos	21	12	16	6	12	11	78
Opinión	5	5	1	3	-	-	14
Editoriales	6	2	2	1	1	1	13
Total	32	19	19	10	13	12	105

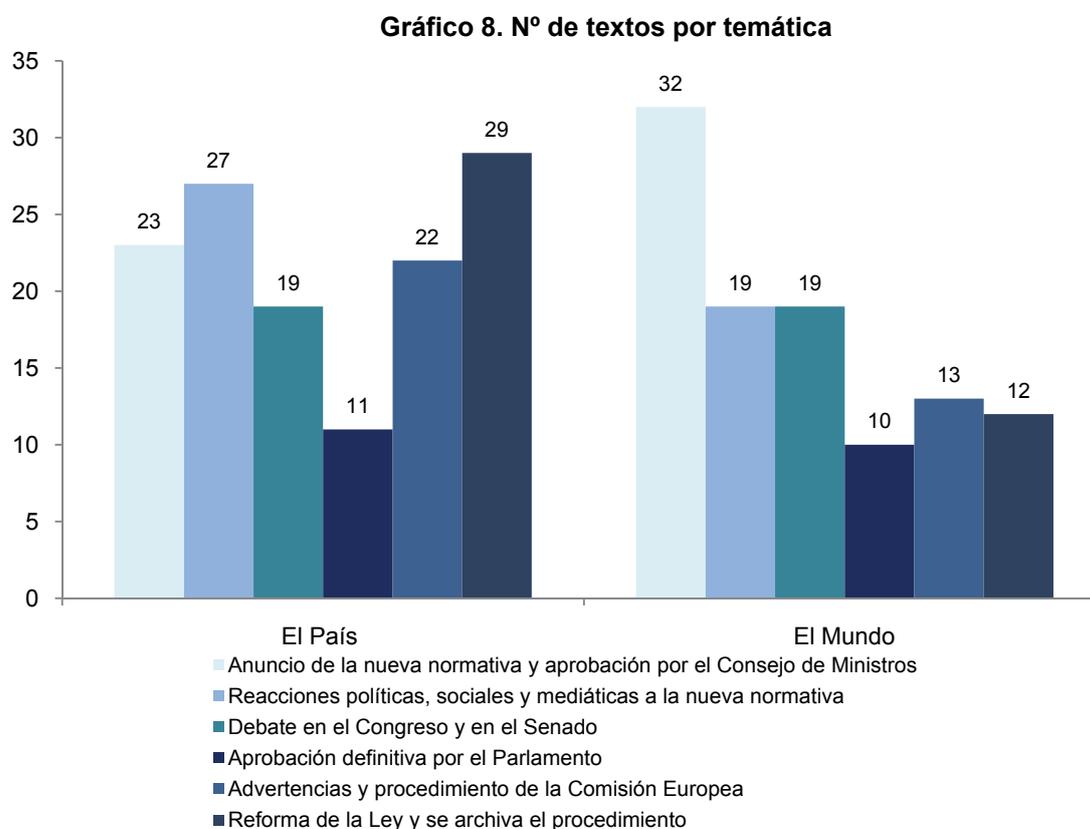
Tabla 23

Gráfico 7. Géneros periodísticos según subhitos



Temática	El País	El Mundo
SUBHITO 1: Anuncio de la nueva normativa y aprobación por el Consejo de Ministros	23	32
SUBHITO 2: Reacciones políticas, sociales y mediáticas a la nueva normativa	27	19
SUBHITO 3: Debate en el Congreso y en el Senado	19	19
SUBHITO 4: Aprobación definitiva por el Parlamento	11	10
SUBHITO 5: Advertencias y apertura del procedimiento de la Comisión Europea	22	13
SUBHITO 6: Reforma de la Ley y archivo del procedimiento	29	12
Total	131	105

Tabla 24



Sección	EL PAÍS						Total
	SUBH. 1	SUBH. 2	SUBH. 3	SUBH. 4	SUBH. 5	SUBH. 6	
Portada	2	6	1	0	2	0	11
Sociedad	7	5	6	-	-	2	20
Comunicación	12	16	12	10	20	27	97
España	-	3	1	-	-	-	4
Economía	-	-	-	-	-	-	-
Opinión	3	3	-	1	2	-	9
Televisión/Radio	-	-	-	-	-	-	-
Suplementos	1	-	-	-	-	-	1
Total (sin contar portada)	23	27	19	11	22	29	131

Tabla 25

Sección	EL MUNDO						Total
	SUBH. 1	SUBH. 2	SUBH. 3	SUBH. 4	SUBH. 5	SUBH. 6	
Portada	7	3	1	-	1	0	12
Sociedad	1	-	-	2	4	-	7
Comunicación	-	-	13	1	8	11	33
España	22	13	4	3	-	-	42
Economía	-	-	-	-	-	-	0
Opinión	9	6	2	4	1	1	23
Televisión/Radio	-	-	-	-	-	-	0
Suplementos	-	-	-	-	-	-	0
Total (sin contar portada)	32	19	19	10	13	12	105

Tabla 26

Sin embargo, las principales diferencias entre ambos diarios, las encontramos de nuevo en el tratamiento que dieron a este tema y en la intencionalidad de sus informaciones. Si *El País* se alinea con las tesis de Canal Satélite Digital y considera que la nueva normativa es intervencionista y va en contra de la libertad de empresa y, en particular de los intereses de Sogecable; *El Mundo*, por su parte, defiende la nueva legislación en materia de televisión digital porque considera, al igual que las tesis del PP, que favorece la competencia y el interés de los consumidores.

Para argumentar sus tesis, ambos diarios utilizan recursos similares e incluso se cruzan acusaciones directas. En este sentido, *El País* habla de “maniobras televisivas del Gobierno” en contra de los “intereses legítimos” de la única empresa que ya ha lanzado su oferta de televisión digital; califica la normativa como “intervencionista y autoritaria” e incluso habla de “tentativa de golpe contra las libertades”, dando como veraz y utilizando como única fuente el comunicado emitido por Sogecable. Además, acusa en sus editoriales al Gobierno de corrupción política y prevaricación y se refiere a *El Mundo* como el “consejero aúlico de Aznar” o “vocero” del Ejecutivo. No se contextualizan correctamente sus informaciones y se recurre

con frecuencia a declaraciones en contra del Reglamento del Gobierno: expertos juristas, sin precisar, o partidos afines (PSOE o CiU).

Por su parte, *El Mundo* se refiere una y otra vez a la normativa sobre la televisión digital como “el Reglamento que impide el monopolio”, “defiende a los consumidores” y “permite el acceso en igualdad de condiciones de todos los proveedores” y lo valora, incluso en sus informaciones, como un “reglamento imprescindible” y una “adecuada respuesta” del Gobierno. Además, este diario se refiere con frecuencia a *El País* como “el principal de los órganos de expresión polanquista”, críticas similares a las del PSOE de quien afirma que “sale en defensa de los intereses millonarios de Polanco”. Igualmente, se utilizan las citas y fuentes de manera interesada, pero en esta ocasión para apoyar la Ley de la Televisión Digital.

Ambos diarios usan el argumento de la libertad de expresión para justificar sus posturas. Si *El País* considera la Ley de Televisión Digital como “un ataque brutal a la libertad de expresión” que “favorece el monopolio de la compañía Telefónica”, en *El Mundo* se recurre a él para justificar esa misma ley afirmando que “impide el monopolio de la TV de pago” (en este caso el de Sogecable) al tiempo que permite “salvaguardar el pluralismo”.

Con respecto a los descodificadores, ambos diarios ofrecen visiones totalmente contrapuestas y reduccionistas. En *El País* se afirma que el único sistema que existe en el mercado es el simlycrypt que “admite programas de distintas plataformas”, mientras que para *El Mundo* se trata de un “producto ilegal”, que “no está homologado”. Sin embargo, cuando hablan del multicrypt, el periódico de Prisa resalta que “no existe para el mercado” y el diario de Unedisa que es “la opción de la libertad”. Ambos periódicos contaron una realidad sesgada, sin explicar ni contextualizar para los lectores estos dos sistemas.

Por último, en relación al procedimiento abierto por la Comisión Europea, *El País* se posiciona a favor, ya que la Comisión es “garante de la legalidad frente al Gobierno” y considerándolo un “fuerte varapalo” que revela “la gravedad y excepcionalidad del asunto”. En el extremo opuesto, en contra, se sitúa *El Mundo* quien insinúa presiones del PSOE a la Comisión (“el lobby de Prisa ha funcionado en Bruselas”), califica la resolución como “surrealista” y afirma que es el Gobierno quien propone los cambios en la ley para “facilitar un acuerdo con Bruselas”.

A continuación, se recogen más detalladamente las referencias de cada medio a las principales categorías temáticas y agentes y que reflejan las posiciones descritas anteriormente.

Categorías	El País	El Mundo
Ley de tv digital	“gran operación política para bloquear la plataforma digital de Canal +”, “intentar frenar el inicio de las emisiones de CSD”, “maniobras televisivas del Gobierno”, “atropellar a CanalSatélite”, “favorecer el monopolio de la compañía Telefónica”, “medidas fiscales y	“impide el monopolio de la TV de pago”, “plan de liberalización”, “antimonopolio”, “reordenar el sector audiovisual”, “un paso decisivo”, “garantizar el acceso en igualdad de condiciones”, “reglamento imprescindible”, “regulación de la TV digital”, “impide el predominio desleal o el

	técnicas contra una empresa”, “impedimentos tecnológicos y fiscales para obstaculizar a Canal Satélite”, “absurdo un decreto en el que el Gobierno se convierte en juez y parte, ya que está en una de las plataformas digitales”, “ataque al Grupo Prisa”, “favorecer el proyecto de la plataforma oficial”, “ataque brutal a la libertad de expresión”	monopolio”, “legislación antimonopolística”, “salvaguardar el pluralismo”, “se defienden los derechos de los ciudadanos”, “por el interés general y la libertad de elección”
Multicrypt	“no existe en el mercado”, “no está comercializado”, “el descodificador de Telefónica será obligatorio si no hay acuerdo”	“no obliga a un acuerdo comercial”, “es la opción por la libertad”
Simulcrypt	“admite programas de distintas plataformas”, “requiere un acuerdo entre operadores”	“descodificador de Polanco”, “queda en la ilegalidad”, “no está homologado”, “tampoco es abierto”, “producto ilegal”
Canal Satélite Digital	“tiene dos meses para llegar a un acuerdo sobre el descodificador con el futuro operador”	“proyecto de Polanco para monopolizar la TV digital”
Proyecto de Telefónica	“se pretende poner el dinero de Telefónica al servicio de una operación esencialmente política, que resulta marginal a su negocio”, “empresa de TV que el Gobierno promueve”	“propone un acuerdo para un sistema universal”, “abierta a todas”, “en condiciones de igualdad”
Comisión Europea	“defensora de la legalidad frente al Gobierno”, “prohíbe toda discriminación”	
Procedimiento Comisión	“abre procedimiento urgente de infracción contra el Gobierno”, “obliga al Gobierno a cambiar su ley digital, so pena de denuncia judicial por unanimidad”, “aprecia inseguridad jurídica y caos legislativo”, “verdaderamente excepcional”, “fuerte varapalo”, “un brillante final para una norma defendida hasta la obstinación por el Gobierno”, “la primera vez que se abre un procedimiento sancionar con advertencias de medidas cautelares desde que entramos en Europa hace 11 años”, “todo un éxito de Arias”, “revela la gravedad y excepcionalidad de este asunto”	“insta al Gobierno español a modificar en el mes de agosto la ley digital”, “imposición de sistemas cerrados”, “archiva el expediente contra España, aunque permanecerá vigilante”, “surrealista planteamiento de la Comisión Europea”
Mario Monti	-	“el obstinado”, “no es fácil que un comisario europeo logre obligar a un Gobierno a rectificar una ley aprobada apenas cuatro meses antes”

Jesús Polanco	-	“negocios al calor de favoritismo gubernamental”, “gran patrón de Prisa”, “Jesús del Gran Poder”, “afán compulsivo de dominio y de dinero”, “pierde el favor oficial y el ventajismo ilegítimo”
Juan Villalonga	“su principal activo es ser compañero de juegos de Aznar”	-
Antonio Asensio	-	“la traición de Asensio”
Miguel Ángel Rodríguez	“hay que hundir a Prisa”, “en ese periódico (El País) hay que poner una bomba”	-
Arias Salgado	“desafía a la Comisión”, “defensa cerrada de la polémica norma”, “tono desafiante”, “se niega a rectificar”	-
José María Aznar	-	“genuino representante de las clases medias”, “defensa de los intereses de la mayoría frente a los privilegios de unos pocos”
Gobierno	“cambia la legislación, por la vía de urgencia, con nocturnidad y alevosía”, “para torpedear la salida de su competidor”, “despeñarse por la pendiente del abuso, el amiguismo y la arbitrariedad y potenciar la crispación”, “intervencionista y autoritario”, “favoritismo hacia el proyecto oficial”, “persecución inmoral y estúpida contra los medios de comunicación que no le son sumisos”, “una mezcla de estilos entre la bravuconería fascista y la manipulación informativa, en la que eran expertos los nazis”, “su desprecio por la forma, que supedita siempre a los fines”, “abuso de poder”, “da marcha atrás frente a Bruselas”, “dobla la rodilla ante Bruselas”	“defender a los consumidores”, “proteger a los consumidores”, “protección de los usuarios”, “defensa de la competencia y el interés general”, “no al hegemonismo”
Felipe González	-	“dio alas a la traición del 24 de diciembre”, “paladín de la iniciativa monopolística”
PSOE	-	“sale en defensa de los intereses multimillonarios de Polanco”, “atacan virulentamente la iniciativa del Gobierno”, “sólo el PSOE está en contra de la decisión del Gobierno”, “todos los grupos menos el PSOE”, “privilegios que el PSOE otorgó a Polanco”, “aislado”, “se queda solo absoluta y patéticamente sólo en su defensa cerrada de los privilegios del grupo empresarial de Polanco”, “la derrota del PSOE parecía más bien la derrota de un hombre”

		ausente (Polanco)", "los eurodiputados socialistas presionan a la Comisión", "buena labor de lobby en el Ejecutivo comunitario"
CiU	"condiciona el voto al <i>decretazo</i> digital a que se tramite después como ley"	-
IU	"paleocomunismo de Anguita"	"aplaude al Gobierno", "no puede haber democracia en medios de comunicación monopolizados"
PNV	"acusa a Prisa de 'caza de brujas' contra el nacionalismo vasco"	"Arzalluz vincula la plataforma de Prisa y los GAL"
El País	"beligerante con todo aquel que no comparte los análisis políticos empresariales de Prisa (artículo de opinión)"	"el principal de los órganos de expresión polanquista", "arremetió ayer contra todos los socios de la plataforma pluralista"
El Mundo	"voceros del Gobierno", "consejero aúlico de Aznar", "habitual portavoz de La Moncloa", "socio de la plataforma del Gobierno", "forma parte de la prensa más adicta al Gobierno"	-

Tabla 27

2.6. Regulación de las emisiones deportivas: *ley del fútbol*

2.6.1. *Contextualización*

Para comprender el contexto en el que se desarrolla la nueva regulación de las emisiones deportivas en televisión, debemos recordar el Pacto de Nochebuena, según el cual Canal +, Antena 3 y TV3 alcanzaron un acuerdo para explotar conjuntamente los derechos de los clubes de fútbol. Unas semanas después, en enero de 1997, estas empresas constituyeron Audiovisual Sport, que sería la sociedad encargada de gestionar esos derechos y nombraron presidente a Manuel Campo Vidal. Como consecuencia de este acuerdo, Antena 3 entraría a formar parte del accionariado de Canal Satélite Digital con un 15% y abandonaría el proyecto de televisión digital liderado por Telefónica.

Además, con la televisión digital por satélite se introducían nuevos conceptos de programación como el pay per view o pago por visión para el cual, los eventos deportivos, y fundamentalmente el fútbol, constituían uno de los principales contenidos.

Por otro lado, y de forma paralela al proyecto de ley elaborado por el Gobierno del Partido Popular, la Comisión Europea aprueba la nueva directiva de Televisión sin Fronteras, una revisión de la ya existente, que entraría en vigor el 1 de julio de 1997 y en la que se aprobó que los grandes acontecimientos deportivos o sociales de interés general eran de obligada emisión en abierto. Para ello, cada Estado miembro podía establecer una lista de acontecimientos que debían emitirse sin codificar, aunque las cadenas de pago hubieran adquirido derechos exclusivos.

Por lo que respecta a la regulación de las emisiones deportivas en España se prolonga a lo largo de cinco meses de 1997, desde que el Gobierno anunció su intención de preparar un proyecto de ley, a principios de febrero, hasta la aprobación definitiva como Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos.

Debido a la gran cantidad de informaciones y opiniones que los dos medios vertieron sobre este asunto durante esos meses, se ha dividido el análisis en varios subhitos para facilitar el estudio, que son los que se detallan a continuación:

- Subhito 1. Anuncio de un proyecto de ley sobre retransmisiones deportivas y aprobación por el Consejo de Ministros (desde el 4 de febrero, fecha en la que los medios recogen el anuncio del vicepresidente primero, Francisco Álvarez Cascos, de preparar un proyecto para regular las emisiones deportivas, hasta el día 23 de ese mismo mes, dos días después de que el Consejo de Ministros aprobara ese proyecto con el objetivo de recoger también las reacciones que provocó a nivel político, social y mediático).
- Subhito 2. Debate del proyecto en el Parlamento y aprobación de la llamada “ley del fútbol” (desde el mes de marzo, que se comienza a debatir en el Congreso esta nueva ley, primero como ley orgánica por entender que afectaba a derechos fundamentales y después

con carácter ordinario, hasta su aprobación definitiva el 3 de julio, transcurren cuatro meses en los que se publicaron numerosas informaciones que nos permitirán conocer qué posicionamiento mantuvo cada grupo político y cada diario en este debate. Además, se creó una Comisión en el Congreso por la que pasaron empresarios, políticos y responsables del fútbol para dar su opinión sobre la nueva regulación).

- Subhito 3. Polémica Antonio Asensio - Miguel Ángel Rodríguez en la Comisión del Congreso (tras la intervención de Antonio Asensio en la Comisión del Congreso que se creó para estudiar la ley de regulación de las emisiones deportivas, se generó una gran polémica ya que el empresario acusó a Miguel Ángel Rodríguez, Secretario de Estado para la Comunicación de amenazarlo tras el acuerdo de Nochebuena con Jesús Polanco. Aunque este asunto se produjo dentro del periodo analizado en el subhito 2, se ha considerado como independiente dada la importancia con la que fue tratado y los agentes implicados directamente. Este tema ocupó grandes informaciones y editoriales en ambos medios entre el 20 y el 29 de mayo de 1997).

2.6.2. *El País*

Desde que el Gobierno anuncia la elaboración de un anteproyecto de ley para regular las emisiones deportivas hasta que ésta es aprobada definitivamente como ley el 3 de julio de 1997, transcurren cinco meses durante los cuales *El País* publica un total de ochenta y tres textos sobre este asunto. Aunque la gran mayoría son textos informativos, se dedican también siete extensos artículos de opinión y tres editoriales. A continuación se describen más detalladamente estos textos y el tratamiento que este diario dio a este tema, siguiendo la clasificación de subhitos descrita anteriormente.

SUBHITO 1: Anuncio de un proyecto de ley sobre retransmisiones deportivas y aprobación por el Consejo de Ministros

En primer lugar, del 4 al 23 de febrero de 1997, este diario publicó veintiséis textos, de los cuales son la mayoría informativos aunque también encontramos un artículo de opinión y un editorial. Con respecto a su ubicación, diez textos informativos se encuentran en página par y los otros catorce en impar, mientras que la gran mayoría de ellos los encontramos en la sección de Sociedad, y más concretamente en las páginas que este diario dedica a Comunicación. Tan sólo el editorial que aparece en Opinión y una noticia publicada en la sección de España, son las excepciones.

Con respecto a la autoría de los textos informativos, volvemos a encontrar que una parte importante, nueve de ellos, están firmados por el propio diario mientras que otra noticia está sin firmar y los catorce restantes corresponde a diferentes periodistas entre los que destacan

Xavier Vidal-Folch y J.S., con tres informaciones cada uno. Por último, y antes de comenzar propiamente con la descripción de los textos publicados, tan sólo mencionar que la mayoría de las noticias son breves, con una extensión de media página o menos, si bien hay dos ocasiones en las que este tema requiere una mayor profundidad para *El País* y se dedican tres cuartos de página, aunque ningún día mereció ser destacado en portada.

Tras el anuncio de Francisco Álvarez Cascos de regular las emisiones deportivas, *El País* publica el 4 de febrero una información en las tres columnas centrales de la página 26 con el siguiente titular: *Cascos dedica el Comité Ejecutivo del PP a debatir el fútbol televisado*, y con el subtítulo: *El Gobierno insiste en regular el deporte en pantalla*. En el texto se recogen las declaraciones del vicepresidente que señalan la importancia de regular el fútbol y se explica en el texto que: “el fútbol televisado sigue preocupando de forma extraordinaria al Gobierno de José María Aznar. Al menos desde el pasado 24 de diciembre” y afirma que el fútbol es “el producto por el que más suspiraba la plataforma que impulsa Telefónica”. Debajo de esta información se incluye otra con el titular: *La Comisión restringe los espectáculos deportivos que se emitirán en abierto*, donde se señala que la Comisión Europea aprobará un documento en el que “los grandes acontecimientos deportivos que deban emitirse por televisión obligatoriamente en abierto se reducen a un mínimo” y deben cumplir los criterios de ser excepcionales, de interés general, organizados con antelación y de trascendencia⁴⁴⁰.

Un día después, el 5 de febrero, este diario dedica cuatro textos, tres informativos y uno de opinión a este tema. En primer lugar se destaca en la página 25 y a cuatro columnas: *El Gobierno elaborará un decreto-ley para regular las retransmisiones deportivas*. Este texto que ocupa más de la mitad de la página, está recuadrado y lleva el subtítulo: *El vicepresidente Álvarez Cascos confirma en el Senado la pretensión del Ejecutivo*. Esta información se completa con un despiece que se titula: *Televisión y fútbol absorben a Cascos*, y donde se dice que el vicepresidente “está consumiendo gran parte de su dedicación de gobernante a obstaculizar el vuelo de Canal Satélite Digital y a presionar a las sociedades del fútbol para torpedear la gestión de sus derechos televisivos por parte de Sogecable y Antena 3”. En este mismo despiece se señala que “Cascos parece haber descubierto ahora que las retransmisiones de fútbol son de interés general” y que “quizás tampoco se había presentado la oportunidad, tan tentadora para la demagogia, de halagar los oídos con promesas de retransmisiones gratis”⁴⁴¹.

En la página siguiente, la 26, encontramos el texto de opinión titulado: *Del fútbol televisado, los liberales y la desinformación*, bajo el encabezamiento “La polémica de los derechos audiovisuales”. El texto que ocupa toda la página, excepto un faldón de publicidad en la parte inferior, está firmado por José Vidal-Beneyto, secretario general de la Agencia Europa para la Cultura. A modo de subtítulo se anuncia la postura que se defiende en el texto: *El autor*

⁴⁴⁰ Véase ANEXO: documento 108.

⁴⁴¹ Véase ANEXO: documento 109.

considera ignorancia, mala fe o simple desinformación la pretensión de regular la totalidad de los acontecimientos deportivos privándolos de su condición mercantil. José Vidal-Beneyto repasa las legislaciones existentes y defiende que “los espectáculos deportivos son en una economía de mercado productos como cualesquiera otros, que se compran y se venden en un marco normativo establecido por las instancias competentes”.

Por último, el día 5 de febrero, este diario publica dos textos informativos más que ocupan casi toda la página 27. En la parte izquierda se titula a tres columnas y junto a una fotografía del presidente del Real Madrid: *Airada reacción del fútbol contra la ley sobre partidos en televisión.* En esta noticia que incluye las declaraciones de presidentes de clubes de fútbol, se subtitula: “*Cascos no nos va a decir qué hacer*”, dice el Athletic. En la mitad inferior de la página se complementa esta noticia con otro texto titulado: *La Liga española tiene más partidos en abierto que los grandes torneos*⁴⁴².

El día 6 continúan las informaciones sobre este asunto en la página 27, con una noticia situada en la mitad superior de las tres columnas centrales, titulada: *La Comisión Europea reducirá las restricciones al deporte codificado*, y con el subtítulo: *El Gobierno de Aznar cambió de postura en dos meses.* Este texto se refiere al documento de la Comisión Europea que se anunciaba el día 4 y que ya ha sido aprobado y según el cual “las medidas restrictivas” a emitir deporte codificado deben reducirse a “lo estrictamente indispensable”. Además, se explica que: “en el coto reservado para las emisiones abiertas de grandes eventos “no estarán incluidos todos los partidos” de una liga de fútbol”.

Un par de días después, el 8 de febrero, este diario dedica la página 23 completa a este tema con cuatro textos informativos. En la columna derecha, encontramos dos de ellos que se titulan: *El Gobierno regulará el próximo viernes el fútbol en TV*, y *Audiovisual Sport asegura una amplia oferta en abierto.* Sin embargo, la información más destacada ese día se titula: *El PP moviliza a sus dirigentes locales en apoyo a la restricción del fútbol codificado*, con el subtítulo: *Los populares invocan que defienden a los pensionistas, parados y asalariados modestos.* En el texto se explica que el PP ha elaborado “un guión de argumentos desde Madrid y se han movilizado para buscar eco a sus mensajes en los medios informativos locales”. Esta información se completa con la de la mitad inferior de la página que se titula: *Comunicado de prensa del PP de Palencia.* En este comunicado se dice que “el PSOE mantiene posturas que sean mediante pago, para unos pocos, en beneficio de las televisiones privadas de sus amigos” y al final se exclama: “¡Con un Gobierno presidido por nuestro Presidente Popular, José María Aznar, no caben los favores a los amigos, no se permite que se dañe a los menos desfavorecidos, siempre defiende el interés y el beneficio general!” “¡Por el bien general: Televisión plural y sin pagar!”⁴⁴³.

⁴⁴² Véase ANEXO: documento 110.

⁴⁴³ Véase ANEXO: documento 111.

Al día siguiente, el 9 de febrero, se continúa con la información que se acaba de describir y se vuelve a titular a cuatro columnas: *El PP adiestra a sus dirigentes con consignas populistas contra Canal+ y Canal Satélite*, y con el subtítulo: *Cascos reparte un 'Argumentario' de nueve folios para combatir el fútbol de pago en TV*. Dos días después, el 11 de febrero, se publica una página completa, con una pequeña foto de Álvarez Cascos bajo el titular: *Anteproyecto de ley de retransmisiones deportivas*. En la entradilla que precede a la reproducción del anteproyecto se explica: "éste es el anteproyecto de ley preparado por el Gobierno para garantizar el derecho de *todos* a las retransmisiones deportivas, que fue publicado ayer en exclusiva por los diario *El Mundo* y *Abc*" y se añade a continuación que *El Mundo* es socio de "la plataforma televisiva promovida por el Gobierno" y el director de *Abc* "representa al grupo mexicano Televisa en esa misma plataforma"⁴⁴⁴.

El mismo 11 de febrero *El País* publica otros dos textos en la página 31. El más destacado ocupa la mitad superior de las tres columnas centrales, está recuadrado y se titula: *"Preocupación" y "asombro" en el fútbol por su regulación en TV*. En este texto que se subtitula: *Los clubes insisten en respetar los contratos firmados*, se anuncia que la Federación Española de Fútbol (FEF) va a realizar un informe jurídico del anteproyecto por parte de expertos⁴⁴⁵. El otro texto se sitúa en la columna izquierda y se titula: *Bruselas cree que España lleva muy lejos el proyecto de deporte televisado*.

Un día después, el 12 de febrero, se publica media columna en la parte izquierda de la página 29 bajo el titular: *Empresarios del cine instan al Gobierno a regular la hora del fútbol televisado*, y se explica que su objetivo "es poner fin a las pérdidas que sufre el sector por esta causa". Dos días más tarde, el 14 de febrero, se publica el resultado del informe que había solicitado la FEF bajo el titular: *La 'ley del fútbol' es inconstitucional, según un dictamen pedido por la Liga*, y con el subtítulo: *El estudio dice que el proyecto del Gobierno afecta a la situación jurídica de los contratos*.

El día 15 de febrero se publican tres textos pertenecientes a este bloque en la página 26. El más destacado abre la página a cuatro columnas con el titular: *Los clubes de fútbol ven peligrar su futuro si el Gobierno altera sus contratos televisivos*. Esta noticia que lleva una fotografía de 2x3 de la asamblea de la Liga se subtitula: *La Liga crea una comisión para dialogar con el Gobierno y clarificar la situación*. Debajo de esta información se publica otra con el titular: *El Gobierno retrasa la ley del deporte televisado para modificar su anteproyecto inicial*. Estas dos informaciones están unidas mediante el mismo recuadro. En la columna derecha aparece el tercer texto titulado: *La oferta de fútbol en abierto incluirá los seis mejores duelos de la Liga*, y se refiere a las condiciones que se firmaron para la constitución de Audiovisual Sport.

⁴⁴⁴ Véase ANEXO: documento 112.

⁴⁴⁵ Véase ANEXO: documento 113.

Cinco días más tarde, el 20 de febrero, el Gobierno se reúne con representantes de la Liga y *El País* publica en la página 30, una noticia a cuatro columnas titulada: *El Gobierno plantea al fútbol ventajas fiscales e insiste en regular las emisiones de televisión*, con el subtítulo: *Varios presidentes reiteraron que el valor de los contratos se debe a su exclusividad*. En la noticia, que ocupa algo más de media página y que lleva una fotografía de 2x3 de la reunión, se explica que se estudió “la reducción del IVA que se aplica al fútbol, un mayor porcentaje de las quinielas y la revisión de los derechos de imagen de los jugadores. Debajo de esta información se publica otra titulada: *Catorce firmas, principalmente de bebidas, dicen que no van a anunciarse en los partidos de los sábados*, y se explica que es un “acto en solidaridad con los hosteleros” que se consideran perjudicados por las emisiones de fútbol.

El día 23 de febrero, dos días después de la aprobación del proyecto por el Consejo de Ministros, este diario publica dos textos, uno informativo y un editorial. El texto informativo, a diferencia del resto, no aparece en la sección de Sociedad sino en la de España, en la página 14. Esta información ocupa la mitad superior de la página y se titula a dos columnas: *Cascos dice que defenderá “caiga quien caiga” el plan de fútbol televisado*. Esta noticia lleva una fotografía de 2x3 de Álvarez Cascos junto a su mujer y el presidente de Aragón junto al titular que se completa con el antetítulo: *El PP dice que González tiene “mono de poder”*. En el texto se recogen declaraciones Álvarez Cascos defendiendo el fútbol en abierto y acusaciones de otros diputados populares contra Felipe González⁴⁴⁶.

El editorial del 23 de febrero se titula: *Jano, en el Gobierno*, en la que se dice de la regulación del fútbol “que es un proyecto de ley que consagra el derecho de injerencia del Gobierno en el fútbol” y que se debe a que “al Gobierno no le gusta que la plataforma digital que está montando con Telefónica, RTVE y Televisa se haya quedado sin los derechos del fútbol y ha decidido impedirlo por vía de ley. Para ello ha izado nada menos que la bandera del derecho a la información ¡deportiva!”. Además, se añade que “El Gobierno ha tenido que inventarse así, con la inestimable ayuda de sus acólitos mediáticos, el falso muñeco de que iba a eliminarse el fútbol en abierto para justificar luego su intervención” y se preguntan: “¿por qué no amparar con el *interés general* las corridas de toros? ¿Las de Jesulín o las de Espartaco? ¿Y un concierto de Madonna? ¿Y qué tal el eslogan de *cine gratis para todos*?”⁴⁴⁷.

SUBHITO 2: Debate del proyecto en el Parlamento y aprobación de la “ley del fútbol”

Este bloque es al que más textos se dedican, fundamentalmente porque el debate se prolongó en el Parlamento desde marzo hasta junio de 1997. En concreto, el diario *El País* publicó cuarenta y un textos, de los cuales casi todos son informativos y tan sólo cuatro fueron artículos de opinión.

⁴⁴⁶ Véase ANEXO: documento 114.

⁴⁴⁷ Véase ANEXO: documento 115.

Con respecto a la ubicación, la mayoría de los textos informativos los encontramos en página par, y dieciséis de ellos, en páginas impares, aunque todos ellos se ubican en la sección Sociedad y más concretamente, en las páginas que este diario dedica a Comunicación. Por otro lado, más de un tercio de los textos informativos están firmados por el propio diario y entre los periodistas destaca José Sámano, que firma siete de ellos. Por último, con respecto a la extensión sobresalen los textos breves, que no superan la mitad de la página.

En primer lugar, durante el mes de marzo de 1997, este diario publicó un solo texto informativo sobre la regulación de las emisiones deportivas el día 5 bajo el titular: *El Gobierno español, aislado en su propuesta de confiscar los derechos adquiridos en televisión*. Esta noticia que se sitúa en la parte inferior de la página 30 y que ocupa cuatro columnas lleva el subtítulo: *La propuesta de Madrid es la más intervencionista de toda Europa*. En el texto se dice que “el Gobierno de Madrid se ha quedado sólo en la Unión Europea en su intento de aplicar la retroactividad a la obligación de emitir en abierto grandes acontecimientos deportivos” y que lo que pretendía el Gobierno era que “la norma fuera retroactiva y sentara una base para anular los contratos ya existentes”.

Posteriormente, en abril de 1997, encontramos catorce textos sobre este asunto, todos ellos informativos, excepto uno que es de opinión. Es concretamente el primer día del mes cuando encontramos los dos primeros textos, en concreto en la página 27. El texto más destacado era el que ocupaba las tres columnas centrales bajo una fotografía de 2x3 de un encuentro de fútbol y cuyo titular era: *El PSOE se pregunta cómo se va a pagar el deporte televisado en abierto*, con el subtítulo: *Los hosteleros insisten en que el sistema actual es “una ruina”*. En esta noticia se recogen las preguntas de la portavoz adjunta del PSOE en el Congreso, Mercedes Aroz, al Gobierno sobre “cómo piensa financiar el incremento del fútbol televisado en abierto que ha sido defendido desde la Moncloa” ya que “según las estimaciones hechas públicas hasta ahora, las compensaciones que los clubes deberían recibir si tuvieran que renunciar a los ingresos pactados con las televisiones se elevarían a unos 45.000 millones de pesetas” (270,46 millones de euros).

El otro texto publicado el día 1 de abril ocupa la columna derecha y se titula: *El 28% de los 22.000 abonados a Canal Digital piden fútbol a la carta*. En esta información se ofrecen datos del seguimiento que han tenido los partidos que esta plataforma ha emitido en *pay per view*: “38 de cada 100 suscriptores siguieron el pasado domingo alguno de los tres encuentros de la Liga de Fútbol que se difundieron a través del sistema de pago por visión, según informó ayer Audiovisual Sport” y “la evolución de los espectadores de fútbol a la carta ha crecido a lo largo de los cuatro fines de semana en los que se ha ofrecido la nueva fórmula de televisión”. Tanto esta información como la anterior aparecen unidas mediante el mismo recuadro.

El siguiente texto de este bloque corresponde al día 15 de abril y ocupa la mitad superior de las tres columnas centrales de la página 27 bajo el titular: *El PP admite que el fútbol en TV no se regule como derecho fundamental*, y con el subtítulo: *PSOE e IU anuncian enmiendas a la*

totalidad. Esta información está recuadrada y lleva una fotografía de un módulo de Fernando Fernández de Trocóniz, ponente del PP en esta ley. En el texto se explica que “el PP defenderá en el Congreso una enmienda al proyecto de ley sobre retransmisiones deportivas, conocida como *ley del fútbol*, para retirarle el carácter de ley orgánica que le atribuyó el Gobierno, con lo cual su contenido dejaría de afectar a derechos fundamentales y su aprobación sólo necesitaría la mayoría simple parlamentaria”. Además se señala que el Partido Popular quiere tramitar esta ley con carácter de urgencia.

Al último aspecto del texto anterior se refiere la información publicada por *El País* un día después en la columna derecha de la página. Este texto que ocupa casi toda la columna se titula: *Críticas catalanas al pacto PP-IU para tramitar el deporte en TV con urgencia*. En el texto se explica que esta petición del Partido Popular fue aprobada el día anterior en la Mesa del Congreso de los Diputados por cinco votos contra cuatro gracias al apoyo de IU y que “supone que el proyecto podría estar aprobado antes del verano”. Con respecto a esta votación, el representante de CiU señaló que “chirría” el acuerdo con el PP y que “resulta perturbador el entendimiento del Gobierno con un partido de origen marxista”.

La retroactividad era otro de los aspectos que planteaba la *ley del fútbol* y sobre ella trata el texto que aparece el día 17 de abril. Esta información que se sitúa en la mitad inferior de la página 34, ocupa cuatro columnas en la parte de la izquierda y se titula: *La directiva sobre deporte en TV “no es retroactiva”, manifiesta Marcelino Oreja, con el subtítulo: La Eurocámara y el Consejo de Ministros pactan la norma Televisión sin Fronteras*. En el texto, que lleva una fotografía de 3x2, se desarrollan las declaraciones de Marcelino Oreja en las que explica que “no hay retroactividad como indica el propio texto, al señalar que se aplicará a contratos firmados después de la publicación de la directiva y relativos a acontecimientos posteriores a su trasposición”, y se concreta que ello significa que “ningún Gobierno podrá invocar a la norma comunitaria para justificar la retroactividad de una norma nacional”.

El día 19 de abril *El País* publica dos textos, uno informativo y uno de opinión. El primero ocupa algo más de la mitad de la columna derecha en la página 27 y se titula: *IU endurece las restricciones del PP a las emisiones en codificado*. En el texto se explica que el Grupo Parlamentario de IU ha presentado en el Congreso una enmienda a la totalidad y un texto alternativo al proyecto de ley del Gobierno con el que “quiere ir más lejos” porque trata de “impedir que pueda ser emitido en sistema codificado o adquirido el derecho de exclusiva sobre cualquier acontecimiento “institucional, cultural, deportivo o de cualquier otro tipo de carácter oficial y de naturaleza profesional”.

El artículo de opinión se titula: *Derecho de información, interés general y ‘hooligans’*, y está firmado por José Vidal-Beneyto, secretario general de la Agencia Europea para la Cultura. Este texto que está recuadrado, ocupa la mitad superior de las páginas 11 y 12. El autor comienza diciendo que “apelar al derecho de información y al interés general para regular desde el poder del Estado la teletransmisión de espectáculos deportivos es tocar a rebato con todas las

campanas, es convocar a la nación a un debate mayor”. A continuación, describe las diferencias entre derecho a la información y derecho de información y entre interés público e interés común, basándose en la filosofía y la práctica jurídica. Tras su exposición, considera que “declarar la teletransmisión de espectáculos deportivos, y en particular de los partidos de fútbol de interés general es, por tanto, considerar que desempeñan una función esencial para el cumplimiento de las personas y de la sociedad” y añade que si los partidos de fútbol “cumplen esa función esencial y deben ser gratuitos, mucho más debería serlo la asistencia al espectáculo futbolístico en vivo. Y si las manifestaciones deportivas tienen esa condición de interés general ¿cómo negársela a las musicales, artísticas, teatrales y culturales en general y cómo no reclamar para ellas esa misma gratuidad?”⁴⁴⁸.

Varios días después, el 22 de abril, aparecen otros dos textos informativos pertenecientes a este bloque. El primero ocupa la mitad superior de la columna izquierda en la página 28, con el titular: *Bruselas afirma su competencia para autorizar el pacto del fútbol televisado*. En esta información se cuenta que “la Comisión Europea ha afirmado su competencia para la autorización del acuerdo notificado en su día por las empresas Gestport, GMA, TV3 y Canal Satélite Digital, por el que se ponían en común los derechos de fútbol adquiridos individualmente por las tres primeras, que dio origen al nacimiento de Audiovisual Sport” y se especifica que “un portavoz de Audiovisual Sport mostró su satisfacción por la prioridad que la Comisión da al asunto”.

El otro texto que se publicó también el día 22, aparece en la mitad inferior de la misma página, ocupando cuatro columnas y bajo el titular: *Los socialistas advierten que el fútbol sólo se puede pagar con el dinero de las televisiones o con impuestos*, y con el subtítulo: *El PSOE propone que la Comisión de Telecomunicaciones decida los eventos en abierto*. En este texto se recogen declaraciones del Grupo Socialista para quien “el proyecto de ley de retransmisiones deportivas es “inoperante”, destila un “autoritarismo” del Gobierno que “apesta”, parece estar redactado “con ignorancia y mala fe” e intenta “torpedear los intereses de determinadas empresas que ya han adquirido los derechos”” y donde afirman que “nos preocupan algunas conversaciones del Gobierno para plantear a los clubes una reducción del IVA o una compensación de las quinielas”.

Un día después, el 23 de abril, el texto informativo se sitúa en la columna derecha de la página 35 y se titula: *Álvarez Cascos vaticina el apoyo de CiU a la “ley del fútbol”*. En el texto se desarrollan las declaraciones del vicepresidente quien “cuarenta y ocho horas antes de que se debate en el Parlamento el proyecto de ley (...) convocó ayer a los periodistas en una de las salas del Congreso para realizar una encendida defensa del texto del Gobierno y vaticinó el apoyo de CiU”. Las posturas de otros grupos en ese mismo debate son a las que se refiere la información que *El País* publicó el día 24 en la mitad superior de la página 31, en concreto en las tres columnas centrales. Esta noticia se titula: *IU y PSOE apoyarán mutuamente sus*

⁴⁴⁸ Véase ANEXO: documentos 116 y 117.

enmiendas a la 'ley del fútbol', y con el subtítulo: *El Parlamento debate hoy sobre las transmisiones deportivas*. En el texto, que está recuadrado y lleva una fotografía de un módulo de Felipe Alcaraz, se especifica además, que "CiU y PP han acercado sus posturas al respecto para que no se repita el caso de la ley de TV digital".

El día 26 de abril, el debate sobre la ley del fútbol vuelve a ser noticia en la página 25, en un texto a cuatro columnas en la parte superior izquierda: *PP y CiU acuerdan que la 'ley del fútbol' respete los contratos televisivos en vigor*, con el subtítulo: *Será obligatorio emitir en abierto un partido por jornada*. El texto ocupa más de la mitad de la página, lleva una fotografía de 3x2 y está recuadrado para destacarlo. En la noticia se explica que "el Grupo Parlamentario Popular accede a suavizar la *ley del fútbol*" porque "elimina el polémico carácter retroactivo de la norma, para que no afecta a los contratos en vigor entre televisiones y clubes". También se señala que "la norma, de sólo siete artículos, ha dado lugar a 90 enmiendas parciales".

Tres días después, el 29 de abril, *El País* publica un texto informativo ubicado en la parte inferior de la página 28 a cuatro columnas y bajo el titular: *La 'ley del fútbol' no tendrá carácter orgánico*. En el texto se especifica que "hubo unanimidad a la hora de acordar el carácter ordinario de la ley", pero continúa las discusiones sobre el carácter retroactivo y que "el Grupo Parlamentario Popular es el único grupo que apoya la inmediata entrada en vigor del proyecto de ley, mientras que PSOE, CiU, IU, PNV y Coalición Canaria son partidarios de dejar la ley sin efecto hasta el 2003, fecha en la que expiran los acuerdos suscritos entre los clubes de fútbol y los operadores".

Por último en abril, el día 30, hay otro texto informativo en este diario, en la parte inferior de la página 27 y también a cuatro columnas: *PSOE, IU y Coalición Canaria retrasan la 'ley del fútbol'*. En el texto se explica que ese retraso se debe a que "acordaron recurrir a la Mesa del Congreso para que decida si la comisión competente para estudiar el proyecto de ley de retransmisiones deportivas es la Constitucional, donde se debatía hasta ahora, o la comisión de Educación". También, se señala que la Mesa del Congreso deberá decidir "sobre las 32 comparencias que ha solicitado el PSOE".

Ya en mayo de 1997, este diario publica un total de dieciséis textos, de los cuales tres son artículos de opinión. El primero de ellos corresponde al día 6 y se trata de un artículo de opinión publicado por el diario *The New York Times* en su espacio "Revista de prensa". Este artículo se titula: *El Gobierno español se suma a la batalla televisiva teñida de fútbol* y se presenta destacando que se trata "de uno de los diarios más influyentes del mundo" el cual "afirma que con su plataforma digital, el partido descaradamente pro empresarial de Aznar actúa como defensor del pueblo y antagonista de la mayor empresa de comunicaciones española". En el texto se habla de la *guerra digital* como "una de las más desagradables batallas empresariales y políticas sobre el futuro de la televisión que Europa jamás haya visto" y "lo que hace esta pelea tan inusual es que pone a la mayor empresa privada de comunicaciones de España frente a Madrid, en contra de la tradición europea de una cómoda

relación entre los medios de comunicación y el Gobierno”. Con respecto al fútbol, se señala que “lo más importante es que las acciones del Gobierno amenazan con debilitar el valor de sus derechos para televisar partidos de fútbol profesional”⁴⁴⁹.

El día 7 de mayo se publica el primer texto informativo de este mes titulado: *La ‘ley del fútbol’ seguirá en la Comisión Constitucional*, que se sitúa en la columna izquierda de la página 30 ocupándola casi por completo. En el texto se señala que la Mesa del Congreso ha decidido que este proyecto de ley debe continuar en esa Comisión y no en la de Educación, como entendían los diputados socialistas, y que seguirá tramitándose por el procedimiento de urgencia. Sobre las comparecencias solicitadas para estudiar en la Comisión este proyecto de ley, se publica otra información el día 9 ubicada en el mismo lugar pero en la página 36, y con el título: *PP y PSOE pactan 16 comparecencias en el Congreso para la ‘ley del fútbol’*.

Los siguientes dos textos sobre este asunto los publica *El País* el día 15 de mayo, uno de opinión y otro informativo. El primero aparecía en la página 26, en la sección de Sociedad y con el cintillo “Comunicación” y ocupaba toda la página, excepto un faldón en la parte inferior de publicidad. El titular de este artículo, firmado por Inés Sabanés Nadal, era: *La ley y la guerra en el fútbol*, y tenía un subtítulo a modo de presentación: *La autora sostiene que la apelación del Gobierno al interés general para regular el fútbol en televisión oculta intereses comerciales y pide racionalidad a todos los grupos políticos para solucionar el conflicto*. En el texto, la autora mantiene que las “consecuencias más apreciables han sido el sobredimensionamiento económico de los derechos de retransmisión y un nuevo varapalo para la Liga de Fútbol Profesional como organismo de representación colectiva de los intereses del sector”, y tras analizar los conceptos de derecho a la información y el interés general, en el que se basa la *ley del fútbol*, dice que “el Gobierno está, por tanto obligado a reconducir la situación hacia un proyecto que inicie la solución del conflicto, conjugando favorablemente: la seguridad jurídica, la pluralidad y concurrencia entre los diferentes operadores, la suficiencia financiera de las sociedades anónimas deportivas sin participación del Estado, los intereses de los usuarios y la protección al conjunto del sistema deportivo”.

El texto informativo de ese día aparece en la página siguiente, la 27, en la parte izquierda, a cuatro columnas: *El PP deja en suspenso los acuerdos del fútbol y las TV gracias a PNV e Izquierda Unida*, y con el subtítulo: *El Gobierno desoye a CiU y provoca el enfado del grupo catalán*. Esta información está recuadrada, lleva dos fotografías de un módulo y ocupa tres cuartos de la página. En el texto se explica que “con los votos a favor del PNV y la abstención de IU, el PP consiguió en la Comisión Constitucional que se diera un empate al votar una enmienda de CiU para que la ley no sea retroactiva. El reglamento de la Cámara rechaza las enmiendas en caso de empate”.

⁴⁴⁹ Véase ANEXO: documento 118.

El día 20 de mayo, aunque las informaciones principales se refieren a la denuncia de Asensio y serán analizadas posteriormente, este diario también publica otro texto informativo sobre las comparecencias que se están produciendo en la Comisión encargada de estudiar el proyecto de la ley del fútbol. Este texto se ubica en la columna izquierda de la página 29 y se titula: *Martín Marín defiende la 'ley del fútbol' y Asensio la considera peligrosa*.

El día 22 de mayo, este diario presenta otras tres informaciones situadas en la página 30 y unidas mediante el mismo recuadro. La noticia principal se sitúa en la parte superior izquierda con un titular a cuatro columnas: *López-Amor dice que negociará parte de sus derechos de fútbol con cualquier operador*, y el subtítulo: *Canal + acepta la propuesta y muestra interés por la Liga de Campeones*. Este texto se refiere a la intervención de López-Amor en la Comisión Constitucional que estudia la ley del fútbol y en la que anunció que “TVE puede negociar con cualquier operador los derechos del fútbol en su poder para que puedan transmitirse en sistema codificado”, “que no sean de interés general o que coincidan en el tiempo con otras emisiones en abierto”. Debajo de esta información aparecen los otros dos textos, cada uno de ellos a dos columnas, el de la parte izquierda titulado: *Baró: “Las exclusivas hacen que España tenga la mejor Liga del mundo”* y corresponde a la intervención en la Comisión del presidente de la Liga de Fútbol Profesional; y el de la derecha se titulaba: *Pujol advierte a IU-IC que abstenerse en la votación de la ley es apoyar al PP*.

El día 28 de mayo aparece otro texto informativo sobre la ley del fútbol en la mitad inferior de la página 32, en las tres columnas centrales y con el titular: *El PP propone que los contratos se sometan al Tribunal de la Competencia*, y el subtítulo: *CiU ya rechazó esa fórmula la pasada semana*. En el texto se explica que “el Grupo Popular hizo pública su intención de añadir una enmienda a la *ley del fútbol* que condiciona los contratos en vigor entre clubes y operadores a que éstos reciban una autorización del Tribunal de Defensa de la Competencia” y que se trata de una “enmienda transaccional a la que en su día presentó sin éxito CiU en la Comisión Constitucional para evitar la retroactividad”.

Al día siguiente, el 29 de mayo, *El País* publica tres textos informativos: dos en la página 28 y el tercero en la página 29. El más destacado de la página 28 se titula a cuatro columnas: *Canal Satélite reclamará indemnizaciones si se expropián sus derechos sobre el fútbol*, y lleva el subtítulo: *Cebrián: “Hay una guerra del Gobierno contra una empresa de comunicación”*. En el texto, que está recuadrado y tiene una fotografía de 2x3 de varios representantes de Canal Satélite y Audiovisual Sport, se especifica que Juan Luis Cebrián y Manuel Campo Vidal advirtieron que la entrada en vigor de la ley del fútbol causará “un daño empresarial [irreparable], pero cuantificable, que tendrá que ser reparado con dinero de todos los contribuyentes”. En la columna derecha aparece el otro texto informativo de la página 28 titulado: *Cascos negocia voto por voto para apuntalar la 'ley del fútbol'*⁴⁵⁰. Por otro lado, en la página 29, el texto principal se sitúa en las tres columnas centrales y ocupa tres cuartos de la

⁴⁵⁰ Véase ANEXO: documento 119.

página, bajo el titular: *La 'ley del fútbol' no se ajusta a la UE, según el Tribunal de la Competencia*, y con el subtítulo: *Un informe de este organismo avala las exclusivas*. En el texto se señala que ese informe fue elaborado en el mes de febrero y que fue remitido al Gobierno y en él se apunta que impedir las exclusivas de pago por visión “es innecesario” y “discrimina negativamente” esta modalidad de pago.

Los últimos textos pertenecientes a este bloque temático en el mes de mayo de 1997 corresponden al día 31 y son dos informativos y uno de opinión. Las informaciones ocupan toda la página 32: el texto principal a cuatro columnas y el otro en la columna derecha. El texto informativo más destacado se titula: *Audiovisual Sport garantiza el cumplimiento de todos los contratos en vigor con los clubes*, y lleva dos subtítulos: *La 'ley del fútbol' reducirá el valor de la Liga, según los titulares de los derechos*, y *Canal Satélite Digital recurrirá la norma ante las instancias españolas y comunitarias*. En el texto se recogen las declaraciones de Manuel Campo Vidal tras la aprobación de la ‘ley del fútbol’ el día anterior con los votos del PP, PNV e IU. Esta información se completa con una fotografía de Campo Vidal y un despiece titulado: *La 'Liga de las estrellas' en peligro*, donde se reproduce lo más destacado de un comunicado difundido por Audiovisual Sport. La otra información de la columna derecha se titula: *Rodríguez compara la 'ley del fútbol' con el divorcio*, y en ella se cita la comparación de Rodríguez para justificar que “toda ley que no tenga contenido penal tiene carácter retroactivo o general”.

Por su parte, el artículo de opinión del día 31 se titula: *El deporte y el Estado* y pertenece al escritor Rafael Sánchez Ferlosio. Este texto se ubica en las páginas 13 y 14, ocupando más de la mitad superior de ambas páginas. Su autor realiza un profundo análisis sobre la ley del fútbol partiendo de la diferencia entre estar al servicio del “interés público” y estar al servicio del “interés *del* público”⁴⁵¹.

Por último, en el mes de junio de 1997, *El País* publicó once textos informativos que deben englobarse dentro de este bloque temático. En primer lugar, aparece una información del día 1 de junio, en las tres columnas centrales de la página 31, titulada: *Campo Vidal reta a Álvarez Cascos a debatir sobre el fútbol televisado*, y con el subtítulo: *El vicepresidente dijo que se intentaba cometer un “expolio”*. En esta información, que lleva una fotografía de un módulo y está recuadrada, se explica que Campo Vidal retó a Cascos a un “debate televisado para aclarar la verdad sobre la llamada Ley del Fútbol” y también se hace eco de unas declaraciones de Cascos en las que afirmaba que el acuerdo vigente sobre el fútbol supone un “expolio porque intentaba codificar el principal partido de cada jornada”. En el texto se puntualiza que estas últimas declaraciones se relacionan con una “información publicada ayer (el 31 de mayo) por *El Mundo*, según la cual, la ley aprobada esta semana en el Congreso evitará que se pueda codificar “el partido más interesante”.

⁴⁵¹ Véase ANEXO: documentos 120 y 121.

El día 5 de junio, la información de este bloque aparece en la página 31, en las cuatro columnas de la izquierda, ocupando más de la mitad de la página. El titular de este texto es: *Álvarez cascados adoctrina a 57 dirigentes del PP en la defensa de la 'ley del fútbol'*, y lleva el subtítulo: *Los populares 'venden' que habrá partidos de interés general y autonómico*. En esta noticia se señala que la finalidad de esa reunión ha sido “instruirles sobre los objetivos de la polémica *ley del fútbol*”, “implicar a toda la organización (del PP) en la defensa de la *ley del fútbol*” ya que el “PP quiere difundir la doctrina de que gracias a este ley se asegura la continuidad de la tradición de ver por televisión gratis el mejor partido de la jornada”. Además, la noticia se acompaña de una fotografía de Ángel Acebes y Álvarez Cascos de 2x3, y debajo de ella, un despiece titulado: *Otro argumentario 'secreto' de trabajo*, donde se describe el documento que Cascos entregó a los dirigentes del PP que acudieron a la reunión “como base de trabajo para entrevistas y actos públicos y les pidió que lo guardaran en secreto”⁴⁵².

Un día después, el 6 de junio, este diario publica otra información titulada: *PP, IU y PNV dan un año de plazo a las televisiones para adaptar sus contratos a la 'ley del fútbol'*. Esta noticia ocupa la mitad inferior de la página 32, en las cuatro columnas de la izquierda. En el texto se especifica que lo anunciado en el titular corresponde a dos enmiendas propuestas en el Senado por IU y el PNV y que el PP apoyará. En concreto, supone que “los operadores de televisión tendrán un año para llegar a un acuerdo sobre los derechos del fútbol y adaptar sus contratos a la futura ley de retransmisiones deportivas. En caso contrario, un consejo formado por directivos de federaciones deportivas y ligas profesionales, representantes de medios de comunicación (...) elevará un informe preceptivo al Gobierno sobre lo que deba hacerse”.

El día 10 de junio, el texto perteneciente a este bloque se encuentra en la página 36, en las tres columnas centrales, ocupando poco más de la mitad de la página y con el titular: *El presidente de la Liga de fútbol destaca la necesidad de las exclusivas*, y el subtítulo: *La plataforma gubernamental quiere conseguir los partidos por los que Canal Satélite ya tiene pagados los derechos*. En el texto se hace referencia a las comparecencias que tienen lugar en el Senado y que ponen en evidencia “que la ley divide a quienes legítimamente han adquirido unos derechos multimillonarios y a quienes quieren disfrutarlos sumándose ahora a ese mercado”. En concreto, se citan parte de las comparecencias de Antonio Baro, presidente de la Liga de Fútbol Profesional quien manifestó su deseo “de que no se perjudique con la ley los derechos suscritos por los clubes”; y de Pedro Pérez, presidente de Vía Digital quien anunció “queremos ofrecer los domingos en pago por visión todos los partidos del fútbol que no se den en abierto o en codificado”.

Al día siguiente, el 11 de junio, se publica otra información en la página 30, en la mitad inferior de la columna derecha bajo el titular: *PP e IU coinciden en que sea Vía Digital la que indemnice a Canal Satélite*. Esta noticia se apoya en declaraciones del diputado del PP, Fernando Fernández de Trocóniz, quien defiende que “en las relaciones entre particulares, si una parte

⁴⁵² Véase ANEXO: documento 122.

se beneficia en perjuicio de la otra, lógicamente tiene que pagar y en el supuesto de que no lleguen a un acuerdo, tendrán que acudir a un tribunal de arbitraje o al Tribunal de Defensa de la Competencia” y que “el Estado no va a pagar, porque la ley no hace una expropiación singularizada, sino una modificación con carácter general”. También se señala que esta postura coincide con una propuesta aprobada por la Ejecutiva Federal de Izquierda Unida.

La siguiente información referida a este bloque temático corresponde al 12 de junio y se sitúa en la columna derecha de la página 35, ocupado tres cuartos de esa columna. El titular es: *PP y PNV dicen que CiU apoya que los contratos del fútbol se adapten en un año*. En el texto se señala que el ponente del PNV en el Senado aseguró “que su partido ha llegado a un principio de acuerdo con CiU, para que este grupo vote a favor de su enmienda, que abre un año de plazo a los operadores de televisión para llegar a un acuerdo y adaptar sus contratos a la ley”, y “en la misma línea se manifestó el PP”, mientras que el PSOE “ha expresado inicialmente su desacuerdo, porque opina que es una modificación que reafirma el carácter retroactivo de la ley”.

Seis días más tarde, el 18 de junio, este diario dedica la página 30 a dos informaciones sobre la ley del fútbol. El texto más destacado ocupa cuatro columnas en la parte izquierda y se titula: *El Gobierno se reserva la potestad de imponer día y hora de los partidos televisados en abierto*, y con el subtítulo: *El PP cambia la 'ley del fútbol' en el Senado para pasar los encuentros al domingo*. En este texto se especifica que “los partidos de fútbol que sean declarados de interés general serán programados, tanto en las televisiones públicas como en las privadas, a la hora y el día que decida el Gobierno”, y que “aunque la ley no lo dice, el propósito es pasar al domingo los partidos en abierto” señalando que la enmienda “intenta proteger a un sector que crea mucho empleo” [la hostelería]. En esa misma información, se recoge la opinión del PSOE para quien “la enmienda fue calificada de intervencionista”. El texto se completa con una fotografía de Ángel Villar en el Senado de 2x3 y un despiece bajo ésta titulado: *CiU incrementa la confusión*, donde se concreta que sorprendió la abstención de CiU a esa enmienda ya que hasta ese momento se había opuesto⁴⁵³.

El otro texto de esa misma página complementa el que se acaba de describir y ocupa la columna derecha bajo el titular: *¿Y ahora qué?* En esta información se dice que “casi cuatro meses después, el proyecto de ley tramitado con carácter de urgencia y aprobado en el Congreso y en el Senado sigue sin despejar las incertidumbres que rodean a políticos, clubes y operadores” y se señalan varias de las dudas que aún mantiene esa ley como qué pasaría si ninguna televisión estuviera interesada en emitir un día en abierto algún acontecimiento considerado de interés general.

El día 24 de junio aparece otra información en la página 23, en concreto en la columna derecha ocupando algo más de la mitad de esa columna. Su titular es: *Las radios privadas se plantean*

⁴⁵³ Véase ANEXO: documento 123.

recurrir la 'ley del fútbol' al Constitucional, y se señala que se están estudiando la presentación de un recurso de inconstitucionalidad al creer que atenta contra el derecho a la información.

Por último, el 27 de junio, este diario publica dos informaciones en la mitad superior de la página 39 bajo el encabezamiento: "Tropiezo audiovisual del Gobierno". La información más extensa es la que se encuentra en las tres columnas de la izquierda bajo el titular: *Cascos asegura que el Estado no tendrá que indemnizar por la 'ley del fútbol'*, y con el subtítulo: *El Congreso aprueba el texto legal con los votos del PP, PNV e IU*. En el texto se indica que "cuatro meses después de su paso por el Consejo de Ministros la *ley del fútbol* fue definitivamente aprobada ayer en el Congreso con los votos de PP, IU y PNV, la abstención de CiU y la oposición del PSOE" y que esta ley "impone un partido en abierto cada jornada y obliga a Canal Satélite, que ha pagado 15.000 millones por la exclusiva del pago por visión, a negociar con la plataforma de Telefónica". También se dice que "tras innumerables retoques, el Gobierno asistió ayer aliviado a su aprobación" y se considera a Álvarez Cascos como el "padre adoptivo de la ley". Precisamente, la información se acompaña de una fotografía de un módulo de Cascos⁴⁵⁴.

El otro texto se sitúa junto al anterior, en las dos columnas de la derecha y con el titular: *El Supremo afirma que el reparto actual de derechos respeta el interés general*. Aquí se recoge parte de una sentencia del Tribunal Supremo del día 16 de junio que "estima que con el reparto vigente de los derechos televisivos del fútbol entre las cadenas autonómicas, TVE, Antena 3 y Canal +, el interés general de los telespectadores aficionados no resulta desatendido".

SUBHITO 3: Polémica Antonio Asensio - Miguel Ángel Rodríguez en la Comisión del Congreso

Tras la intervención de Antonio Asensio en la Comisión del Congreso de los Diputados que debatía el proyecto de la ley reguladora de las emisiones deportivas, el día 20 de mayo de 1997, *El País* publica dieciséis textos sobre el cruce de acusaciones entre el empresario y el portavoz del Gobierno, Miguel Ángel Rodríguez, hasta el día 29 de ese mismo mes. Del total de textos, doce son noticias mientras, dos son editoriales y otros dos son artículos de opinión.

Con respecto a la ubicación de los textos, todos los informativos aparecen en las páginas que este diario dedica a Comunicación, mientras que los géneros de opinión los encontramos en la sección Opinión que este diario abre siempre con los editoriales. La mayoría de las informaciones, diez de ellas, están situadas en página par y aunque muchos textos ocupan menos de media página, encontramos cuatro informaciones que se extienden a lo largo de tres cuartos de página.

⁴⁵⁴ Véase ANEXO: documento 124.

Por último, en relación a la auditoría de las noticias, cabe señalar que siete de ellas están firmadas por el propio diario, dos corresponden a Juan G. Ibáñez, otras dos a Anabel Díez y la última a Camila Valdecantos.

Desde el día posterior a la intervención de Antonio Asensio en el Congreso, *El País* dedica a la denuncia del empresario, en la que asegura que el secretario de Estado para la Comunicación, Miguel Ángel Rodríguez lo amenazó para que no firmara el Pacto de Nochebuena, numerosos textos. En concreto, el día 20 de mayo de 1997, este diario le dedicó tres textos informativos y un editorial. Las informaciones se ubican en la página 28: la más destacada a cuatro columnas y las otras dos en la columna derecha. La primera se titulaba: *Asensio asegura en el Congreso que Rodríguez les amenazó a él y a otros tres directivos de Antena 3*, con el subtítulo: *La denuncia del empresario causa conmoción en todos los partidos políticos*. Esta información tiene una fotografía de 2x3 de Asensio durante su comparecencia y un despiece titulado: *CiU se muestra "horrorizada" e IU cree que Rodríguez debe explicarse*. En el texto se explica que la denuncia de Asensio se avalaba con varias notas firmadas por José Oneto y Jesús Hermida con "las amenazas que les había hecho llegar directamente Miguel Ángel Rodríguez". En la parte final, se contaba que la Secretaría de Estado para la Comunicación había difundido un comunicado en el que afirmaba que "no es serio que se utilice el Parlamento para hacer acusaciones tan graves presentado como único aval el testimonio de tres directivos de Antena 3 con suculentos contratos millonarios". Los otros dos textos de la columna derecha recogían la postura del PSOE y el PP ante esa denuncia. En la mitad superior se titulaba: *El PSOE cree que es una ruptura de las reglas del juego*, y en la mitad inferior: *Trocóniz (PP): "Es un asunto de chiste"*⁴⁵⁵.

El primer editorial de ese día se titulaba: *Rodríguez miente y él lo sabe*, y en él, este diario define su postura: "Creemos a Asensio, a Oneto y a Hermida, frente al mentís Rodríguez. Redactores de este periódico le han oído proferir tantas bravuconadas en tono amenazador sobre EL PAÍS y las otras empresas del Grupo PRISA que su desmentido a Asensio no nos merece crédito", "le consideramos capaz de utilizar la amenaza para evitar el fracaso de sus proyectos de control sobre los medios críticos", "el comunicado de ayer de la Secretaría de Estado de la Comunicación sólo produce escepticismo", "la acusación de Asensio, en sede parlamentaria, es gravísima: Rodríguez no puede, como pretende, zanjarla con la breve nota emitida desde su departamento". Debajo del editorial, aparece la viñeta de Forges dedicada ese día al fútbol. En ella se ve a dos hombres hablando y uno le dice al otro: "Gran ejemplo del interés del Gobierno y el Parlamento por el bienestar ciudadano: ¡La ley del fútbol, prioridad absoluta!", a lo que el otro responde: "¡Qué morro; como si no hubiera cosas mucho más prioritarias!" a lo que apostilla el primero: "Bueno; parece que para ellos entontecer al personal es prioriterrimo"⁴⁵⁶.

⁴⁵⁵ Véase ANEXO: documento 125.

⁴⁵⁶ Véase ANEXO: documento 126.

Un día después, el 21 de mayo, este diario continúa con la denuncia realizada por Antonio Asensio y se publican cuatro textos informativos en las páginas 28 y 29, bajo el encabezamiento: "Acoso a los medios". En la página par, hay una información principal a cuatro columnas titulada: *Rodríguez dice que las amenazas a Asensio fueron hechas en tono coloquial*, y con el subtítulo: *El portavoz del Gobierno comparecerá en el Congreso y afirma que no piensa dimitir*. En el texto, que lleva una fotografía de Rodríguez de 3x2 y una viñeta humorística en la parte superior, se recogen algunas de las declaraciones que el secretario de Estado para la Comunicación hizo a las cadenas de radio y en las que "sin negar las conversaciones con Asensio ni con sus colaboradores, aseguro que no debe interpretarse como una amenaza haber dicho al presidente de Antena 3 que se "atuviera a las consecuencias" si pactaba con el Grupo Prisa". En esa misma página, en la columna derecha se citan declaraciones del vicepresidente Álvarez Cascos sobre este asunto bajo el titular: *Cascos: "Asensio hace un uso sesgado de conversaciones privadas"*.

En la página 29 se encuentran los otros dos textos informativos de ese día. El más destacado aparece bajo una fotografía de 2x4 de las cartas que presentó Asensio y que acreditaban sus amenazas y se titula a cuatro columnas: *"No le van a servir sus guardaespaldas porque el Gobierno tiene muchos más"*, y con el subtítulo: *Miquel Roca y Jordi Vilajoana fueron testigos, en el despacho de Antonio Asensio, de las amenazas de Miguel Ángel Rodríguez*. En el texto se señala que las amenazas "fueron de un desparpajo y de una prepotencia mayor incluso de la que relató Antonio Asensio ante la Comisión Constitucional del Congreso a la vista de las notas escritas por esos directivos, entregadas ayer a la citada comisión y a las que ha tenido acceso EL PAÍS" y después se describe cada una de esas notas. En la columna derecha aparece el otro texto informativo en el que se cuenta que los socialistas "aguardaron a la comparecencia del presidente de Antena 3 TV para terminar de redactar ayer su propuesta de crear una comisión de investigación" sobre "cuáles han sido las actuaciones abusivas que el Gobierno ha realizado, y quiénes son los responsables". Esta última noticia se titula: *El PSOE pide formalmente investigar el "abuso de poder"*⁴⁵⁷.

Un día después, el 23 de mayo, *El País* recoge en su espacio "Revista de Prensa" el editorial publicado por el *Periódico de Catalunya* en el que "responde a comentarios y editoriales aparecidos en *El Mundo* sobre el Grupo Zeta y su presidente, tras la denuncia en el Parlamento sobre las amenazas recibidas por Antonio Asensio". Este editorial se titula: *No nos asustan*, y en él se afirma que "aquellos medios de comunicación que no se apartan ni un milímetro de las determinaciones gubernamentales usa de continuo el principio de la escopeta de perdigones y disparan con la esperanza de que entre calumnia y calumnia algún perdigón dé a la pieza que tratan de cazar" y que "asistimos a una verdadera cacería en su aspecto más desconcertante y desordenado". Además, en el texto se van describiendo y negando las afirmaciones realizadas por el que denominan "diario gubernamental *El Mundo*". Al final se dirigen a Aznar para decirle:

⁴⁵⁷ Véase ANEXO: documento 127.

“la libertad, señor presidente, no puede ser de unos pocos, por más que circunstancialmente los intereses políticos de usted coincidan con los de unos mal llamados periodistas que golpean, hieren e injurian sin cesar. Así es como al fin se desvanecerá no ya su propio poder político, sino también la libertad”⁴⁵⁸.

El día 24 de mayo, *El País* dedica cuatro informaciones y un extenso editorial a la propuesta del PP de investigar los medios de comunicación en la etapa socialista como respuesta a la comisión de investigación solicitada por el PSOE. Las informaciones se sitúan en la página 26: la más destacada en la parte superior a cuatro columnas: *El PP plantea una investigación general sobre los medios de comunicación entre 1982 y 1996*, y con el subtítulo: *El Grupo Popular retirará su petición si los socialistas no indagan en la etapa de Aznar*. Esta información se completa con otras dos que aparecen debajo a dos columnas: *La SER sólo obtuvo 30 de las 320 emisoras de FM adjudicadas en 1989*, y, *El Supremo ratificó la legalidad de las concesiones de televisión*. En la columna derecha se publica el comunicado emitido por el Grupo Prisa y titulado: *PRISA considera la iniciativa una “causa general contra la prensa”*.

El editorial de ese día se titula: *No se bajan del balcón*, y en él sostiene que “al Gobierno no parece bastarle con que la oposición se modere, pretende simplemente que no haya oposición. Lo planteó ayer mediante un chantaje explícito: si el PSOE no retira su propuesta de crear una comisión de investigación sobre los abusos de poder cometidos por el Gobierno contra determinadas empresas privadas de comunicación, el PP propondrá otra comisión paralela que investigue el periodo 1982-1996”. Este diario mantiene que “si se tratase de averiguar algo, y no simplemente de tapar la boca a los que les quieren investigar a ellos, el PP tuvo 13 años en la oposición para plantearlo”. Por ello, considera que esto “es la respuesta irritada de un Gobierno que ha sido cogido en mentira a cuenta de las amenazas del secretario de Estado de Comunicación a un empresario”⁴⁵⁹.

Además de todo ello, el mismo día 24 de mayo, *El País* publica un artículo de opinión en la página 12 firmado por Enrique Bustamante y titulado: *Ceguera de la política*. Su autor considera que el Gobierno está cometiendo errores en las telecomunicaciones y señala que “las decisiones más aberrantes se centran en el reglamento de “liberalización” de las emisiones digitales por satélite y en la regulación propuesta de la transmisión de competiciones deportivas”. Para Bustamante, la ley del fútbol pone de manifiesto el “desconocimiento de que el fútbol y la televisión son dos sectores económicos en continuo proceso de desregulación, privatización y mercantilización” y cree que “es inútil, además de suponer un nuevo freno al desarrollo del satélite y el cable en España”⁴⁶⁰.

Por último, dentro de este tercer subhito, el día 29 de mayo, este diario publica otro texto informativo en la columna izquierda de la página 30 con el titular: *La gran mayoría de los*

⁴⁵⁸ Véase ANEXO: documento 128.

⁴⁵⁹ Véase ANEXO: documento 129.

⁴⁶⁰ Véase ANEXO: documento 130.

españoles cree a Asensio frente a Rodríguez, basándose en una encuesta realizada por Vox Pública⁴⁶¹.

2.6.3. *El Mundo*

A lo largo de los cinco meses transcurridos, desde que se anunció la intención del Gobierno de regular sobre la retransmisión de eventos deportivos hasta que se aprueba definitivamente la ley, *El Mundo* publicó un total de setenta y dos textos, entre los cuales encontramos doce artículos de opinión, seis con firma y otros seis sin ella, además de tres editoriales. A continuación se detallan todos ellos y el tratamiento que *El Mundo* dio a este tema, atendiendo a los tres subhitos en los que se ha dividido este bloque temático.

SUBHITO 1: Anuncio de un proyecto de ley sobre retransmisiones deportivas y aprobación por el Consejo de Ministros

Durante los veinte días de febrero de 1997 en los que se anunció esta nueva regulación y fue aprobada por el Consejo de Ministros, este diario publicó un total de 31 textos, de los cuales veintitrés son informativos, dos son artículos de opinión de diferentes autores y los seis restantes corresponden a géneros de opinión sin firma que recogen la posición del diario. Además, *El Mundo* destacó en portada este asunto en cuatro ocasiones.

Con respecto a la ubicación y extensión de los textos publicados por este diario, debemos destacar que la gran mayoría de las informaciones las encontramos en la sección de España, y sólo dos textos aparecen en la sección de Comunicación. Aunque la mayoría de los textos, dieciséis de ellos, se publican en página par, hay que subrayar que en tres ocasiones se abre la sección de España, que comienza en la página 6, con estas informaciones. Por último, la importancia que este diario otorgó a este asunto también se manifiesta en la extensión de los textos, que en tres ocasiones ocuparon la página completa, con titulares de cinco columnas y en otras nueve ocasiones su extensión fue de tres cuartos de página,

Antes de comenzar la descripción de los textos publicados por este diario, tan sólo reseñar que ocho de las informaciones están sin firmar y dos de ellas corresponden al propio diario, mientras que las trece restantes pertenecen a distintos periodistas y corresponsales.

En primer lugar, el día 4 de febrero, este diario abre con este asunto en portada, en concreto, en la parte inferior, en las tres columnas centrales, con el titular: *Cascos defiende que los principales partidos se emitan por TV abierta*, y con el antetítulo: *Preparan un proyecto de ley orgánica sobre transmisiones deportivas*. En esta misma portada se resaltan tres aspectos de esta noticia: “El vicepresidente plantea la necesidad de garantizar la libertad de información

⁴⁶¹ Véase ANEXO: documento 131.

desde los estadios, tanto para la TV como para la radio”, “invoca la doctrina del Tribunal de la Competencia que pide que los derechos sobre el fútbol se repartan entre todas las televisiones” y “advierte a los clubes de que al quedar en “la mano de una única empresa” pueden tener problemas para pagar a sus estrellas”. Esta información se desarrolla en un texto en la página ocho de la sección de España a cuatro columnas con un titular similar: *La ley regulará el fútbol en televisión para que haya acceso libre a los partidos más importantes*, y con el antetítulo: *Álvarez Cascos elabora un informe para evitar el monopolio de la TV de pago sobre el deporte*. En el texto que se acompaña de una fotografía de 2x3 de Cascos, Aznar y Acebes se afirma que “una ley orgánica regulará próximamente el fútbol en televisión” porque el Gobierno “está dispuesto a actuar para que los ciudadanos no sean discriminados en acontecimientos deportivos de interés general”, “para que una parte sustancial de la población no quede al margen de los acontecimientos por estar sus derechos en manos de canales de pago”⁴⁶².

Esta información principal se contextualiza con otros dos textos informativos en la página diez y bajo el mismo encabezamiento: “Polémica por la plataforma digital”. El texto más destacado en esta página se titula: *Los países de la UE, contra la codificación de transmisiones deportivas*, y lleva el subtítulo: *Diez socios comunitarios ya han normalizado qué citas deportivas deben verse en televisión abierta*, y se describe la situación en esos países. El otro texto ocupa la parte inferior con el titular: *Bruselas acepta suprimir los pagos en los grandes acontecimientos*. A ello, hay que añadirle un texto de opinión sin firma en la página dos y una viñeta humorística en la parte superior de esa misma página. El texto se titula: *El fútbol en TV, por la vía de la sensatez*⁴⁶³, y comienza diciendo que “bajo el sólido impulso del vicepresidente Álvarez Cascos, el PP ha iniciado una reflexión sobre un problema que preocupa a buena parte de la ciudadanía” y que “coincide con esos 12 millones de hogares españoles que no podrán permitirse pagar más de veinte mil duros al año a ninguna plataforma”.

Al día siguiente, el 5 de febrero, este asunto ocupa otras dos páginas en la sección de España, la ocho y la nueve, con cuatro textos bajo el mismo encabezamiento en ambas páginas: “Polémica por la plataforma digital”. En la página par el texto principal se titula: *Los clubes no tiene por qué enfrentarse a la mayoría de los ciudadanos*, y con el subtítulo: *Cascos dice que el público quiere fútbol sin pagar e insta a los grupos a regular la TV a la carta y a explicar su modelo*, y recoge declaraciones de Álvarez Cascos durante su comparecencia en el Senado. Por otro lado, en la mitad inferior de la columna derecha está el segundo texto: *PSOE: El Gobierno es capaz de acabar con la Liga*, y que recoge declaraciones de Almunia.

En la página impar encontramos los otros dos textos del día 5 de febrero. El principal se titula a dos columnas en la parte superior de la página: *La mayoría de españoles quiere que el fútbol en TV se emita en abierto*, y junto él hay un infográfico en el que se representan los resultados de una encuesta realizada por Sigma Dos. La noticia se completa con el antetítulo: *El 67’3%*

⁴⁶² Véase ANEXO: documentos 132 y 133.

⁴⁶³ Véase ANEXO: documento 134.

*aprueba las normas sobre descodificadores, y el subtítulo: Para el 80%, los partidos decisivos deben ser gratis*⁴⁶⁴.

Un día después, el 6 de febrero, este diario abre la sección de España con un texto en la parte superior de la página titulado: *“Luz verde” para emitir en abierto los principales acontecimientos deportivos*, y subtulado: *La Comisión Europea acepta que los Estados miembros decidan qué grandes actos deberán ser emitidos sin codificar*. Este texto lleva una fotografía de 2x3 de Aznar y Gil Robles en La Moncloa y varios flashes informativos como antetítulo a cinco columnas: *El Gobierno reclama un amplio margen para decidir sobre los grandes partidos – También se prepara una nueva directiva sobre concentración de medios de comunicación – Ningún grupo podrá copar más del 30% de la audiencia*⁴⁶⁵.

Ese mismo día aparece en *El Mundo* un suelto de opinión sin firma referido a la misma información que abría la sección de España: *La UE, contra la TV de pago en los grandes choques deportivos*, y donde se explica que el proyecto de la Comisión obliga a las cadenas de televisión a “respetar las disposiciones de cada Gobierno miembro que, en el territorio de su país, especificarán qué acontecimientos deportivos deben ofrecerse *en abierto*”. Con respecto a esto, el diario cree que “es una medida que respeta los intereses del público y en particular su derecho a la información, y es suficientemente flexible para adaptarlo al panorama deportivos de cada Estado”. Debajo de este texto de opinión aparece una viñeta firmada por Ricardo y Nacho en alusión a este tema y en la que se ve a Polanco corriendo en un campo de fútbol con el balón en las manos y se explica: “Polanco, un tanto molesto por la política del Gobierno en el asunto de la televisión codificada, compra la exclusiva de los derechos mundiales de balones redonditos”⁴⁶⁶.

El día 7 de febrero otro texto informativo aparece en este diario, esta vez, en la sección de Sociedad, en una página con el cintillo “Comunicación” y titulado a cuatro columnas: *Canal Satélite Digital sugiere que sólo permitirá que se emita fútbol en abierto por TV los lunes*. El texto que está recuadrado en la mitad superior de la página, lleva dos fotografías de un módulo de Polanco y Campo Vidal y se completa el titular con el antetítulo: *Las cadenas autonómicas quieren mantener la retransmisión de sus partidos de Liga los sábados*, y el subtítulo: *Rechaza unificar las dos plataformas, mientras Campo Vidal no lo descarta*.

Un día después de este comunicado de Canal Satélite, *El Mundo* abre la portada con la respuesta dada por el Ejecutivo a cuatro columnas: *El Gobierno quiere impedir que Polanco elimine el fútbol gratis el sábado*, y con el antetítulo: *Todos los ministros respaldaron ayer el proyecto de Cascos*. Esta información abre también la sección de España con un titular a cinco columnas similar al de portada: *El Gobierno quiere impedir con una ley que Polanco suprima el fútbol gratis los sábados*. En este texto que lleva una fotografía de 2x3 de Miguel Ángel

⁴⁶⁴ Véase ANEXO: documento 135.

⁴⁶⁵ Véase ANEXO: documento 136.

⁴⁶⁶ Véase ANEXO: documento 137.

Rodríguez, se destaca como antetítulo dos aspectos: *El portavoz asegura que la intención es “garantizar el interés de la mayoría de los ciudadanos – El vicepresidente primero dice que Prisa y Antena 3 han quedado “desenmascaradas” al anunciar que sólo habrá partido “en abierto” los lunes*, y en el subtítulo: *Cascos llevará al próximo Consejo de Ministros el proyecto para regular el deporte por televisión*⁴⁶⁷.

El día 9 de febrero, se convierte en noticia dentro de este bloque temático una iniciativa propuesta por Izquierda Unida y se le dedica un texto informativo. Este texto ocupa cuatro columnas y algo más de la mitad de la página y se titula: *IU propone un Consejo que controle el fútbol en la televisión de pago*. En la noticia se explica que se trata de una proposición de ley que propone la creación de un Consejo de la Comunicación “en defensa de la pluralidad de los medios informativos”.

El Mundo dedica un día después, el 10 de febrero, siete textos al anteproyecto del Gobierno sobre las emisiones de fútbol y lo destaca de nuevo en portada con el siguiente titular en la parte superior derecha: *Todas las televisiones podrán ofrecer ‘fútbol a la carta’ a sus abonados*, y destacando tres aspectos de la información en el subtítulo: *Ningún club podrá impedir que se informe desde su estadio, Las cadenas que paguen un canon podrán hacer “carruseles” de televisión en directo, y El Consejo de Deportes fijará la lista de los partidos “en abierto”*. En el interior del diario esta información se desarrolla en las páginas diez, once y doce de la sección de España, a través de cinco informaciones y bajo el encabezamiento: “La batalla digital”.

El primero de esos cinco textos informativos se titula a cuatro columnas en la página diez: *La ley que regulará las transmisiones deportivas da los mismos derechos a cualquier plataforma digital*, con el antetítulo: *Según el anteproyecto del Gobierno, todas las interesadas podrán ofrecer partidos en “pay per view”*, y el subtítulo: *El texto abre el camino al nacimiento de “carruseles deportivos” en televisión*. En esta noticia que lleva un despiece titulado: *Defensa de la Competencia examina las plataformas*, se señala que “el texto, al que ha tenido acceso EL MUNDO, tiene como objetivo proteger el derecho a la información deportiva de las emisoras de radio y televisión; regular los acontecimientos deportivos de interés general y establecer las normas básicas sobre las retransmisiones a través de televisión de pago”. En la misma página pero en la columna derecha se recogen declaraciones del portavoz socialista de Política Social y Empleo bajo el titular: *Griñán descalifica las iniciativas del Gobierno*⁴⁶⁸.

En la página siguiente, la once, se reproduce literalmente el texto íntegro del anteproyecto de ley del Gobierno para la transmisión de acontecimientos deportivos bajo el titular: *Hay que garantizar el derecho a la información de los aficionados*, y el diario señala que la publicación de este texto se debe “a su interés”⁴⁶⁹. Los dos últimos textos informativos de ese día aparecen en la página doce: uno ocupando cuatro columnas y con el titular: *González sospecha que el*

⁴⁶⁷ Véase ANEXO: documentos 138 y 139.

⁴⁶⁸ Véase ANEXO: documento 140.

⁴⁶⁹ Véase ANEXO: documento 141.

PP prometió el fútbol codificado a Televisa, y el subtítulo: *Destaca que nunca utilizó el BOE para atacar a EL MUNDO y acusa al "sindicato del crimen" de intentar arruinar a una empresa privada*; y el otro texto en la columna derecha: *El PP amenaza a González con iniciar acciones legales*. Este último texto se refiere a "acciones legales por calumnias a raíz de las informaciones que señalan que el secretario general del PSOE acusó al PP de haber recibido dinero irregular del propietario de Televisa".

El día 10 de febrero también se publicaron dos textos de opinión: uno sin firma y bajo el titular: *El deporte en TV, un fenómeno de interés social*, donde se describen los principales puntos del anteproyecto y se señala que "defiende el carácter abierto de los grandes eventos deportivos y sienta las bases para un gran debate social y parlamentario". El otro artículo de opinión ocupa la columna izquierda de la página 2 y está firmado por Gabriel Albiac: *Voz del amo*. En éste, su autor repasa algunas declaraciones de miembros del PSOE y afirma que "todos sabíamos, sin necesidad de oírsele, que el PSOE era la empresa de seguridad del *holding* Prisa".

El día 13 de febrero este diario dedica otro texto informativo a este tema en la mitad superior de la página once, en la sección de España: *El Gobierno se plantea retrasar una semana "la ley del fútbol"*, y se especifica en el subtítulo el motivo: *Para escuchar a todos los colectivos afectados*. En el antetítulo de esta noticia se recoge una declaración del vicepresidente: *Cascos: No se restringirán los partidos en abierto*.

Cuatro días más tarde, el 17 de febrero, *El Mundo* publica dos textos informativos más y uno de opinión pertenecientes a este bloque temático. Los dos primeros aparecen en la página diez y once bajo el encabezamiento: "Polémica sobre la TV digital". En primer lugar, una entrevista con Joaquín Almunia titulada: *"Temo que Álvarez Cascos acabe con la Liga de Fútbol"*, y en el antetítulo se recoge: *"Cada vez está más cerca el momento en que mis esperanzas de que fracase la plataforma de Telefónica se van a ver fundadas"*. En la página once, la noticia que se titula a cuatro columnas es: *IU propone que un organismo independiente decida los acontecimientos que se deben televisar en abierto*, con el antetítulo: *Presenta el miércoles una ley antimonopolio para impedir que una empresa tenga más del 25% en una plataforma*, y el subtítulo: *Crea un Consejo de la Comunicación elegido por profesionales, empresas y Parlamento*. A esta última noticia se dedica el texto de opinión sin firma de la página 3, titulado: *IU y los monopolios: una propuesta sensata*. En este texto se considera que la propuesta de Izquierda Unida tiene "aspectos muy positivos" y que de esta forma "tercia IU así en una polémica que toma tintes cada vez más oscuros".

El día 18 de febrero, este diario publica en la columna derecha de una página par de Sociedad y con el cintillo "Comunicación", un texto informativo titulado: *El presidente de Antena 3 se reúne con Cascos*, donde se señala que "fuentes próximas al entorno del vicepresidente calificaron el encuentro como muy poco útil" y en el que "Asensio realizó un relato que carece de relieve sobre su justificación del pacto de Nochebuena con Jesús Polanco y sobre la ruptura de sus compromisos con la plataforma liderada por Telefónica".

El día 22 este bloque temático merece otros tres textos en este diario: dos informativos y uno de opinión. Los primeros en la sección de España, en la página diez y once. El de la página par se titula a cuatro columnas: *El Gobierno acepta que un comité independiente decida qué partidos de fútbol se emitirán gratis*, y lleva el antetítulo: *El Ejecutivo aprueba, tras escuchar a clubes, operadores y partidos, el proyecto de Ley del Fútbol*, y el subtítulo: *Cascos garantiza “talante de consenso” para mejorar la ley en el Parlamento*. Esta noticia se completa con el despiece: *Los clubes han firmado nuevos contratos*, y donde se señala que en estos nuevos contratos “sustituyen a los antiguos y los corrigen en varios puntos”⁴⁷⁰.

El otro texto informativo de ese día se titula: *El PSOE teme que el contribuyente deba pagar fichajes del fútbol*, con el subtítulo: *Almunia dice que algunas medidas anunciadas por el Gobierno buscan “beneficiar a personas muy concretas”*, y en él se recogen declaraciones de Almunia en las que señala que los socialistas “están a favor de que determinados acontecimientos deportivos de gran trascendencia sean necesariamente retransmitidos en abierto”. Por otro lado, el texto de opinión del día 22 está también sin firmar y se titula: *Deporte en TV: el Parlamento tiene ahora la palabra*, y en él se afirma que “es imposible no estar de acuerdo con los aspectos básicos de este borrador, que defiende principios tan elementales como el derecho a la libre información sobre acontecimientos deportivos”.

Un día después, el 23 de febrero, este diario publica los últimos cuatro textos pertenecientes a este bloque temático: dos informativos y dos de opinión, además de abrir la portada con un titular referido al tema a cuatro columnas: *González equipara su defensa del fútbol de pago a su lucha contra la dictadura*. En esta primera página se adelantan otros aspectos de la información en el antetítulo: *Presenta el catálogo de partidos en abierto como “un claro abuso de poder”*, y el subtítulo: *Dice que no tiene acciones en la empresa de Polanco pero que combatirá “cualquier tic autoritario” – Desprecia las medidas económicas y afirma que “la única reforma sería del PP es la del fútbol”*. El texto que desarrolla esta información en el interior del diario abre la sección de Sociedad y se titula: *González acusa a Aznar de “abuso de poder” en el fútbol televisado*. Esta noticia se acompaña de una fotografía de 2x3 de Felipe González y en el antetítulo se destaca otra de las declaraciones del ex presidente que se recogen en el texto: *Afirma que al Gobierno no le parecen servicios esenciales la sanidad o la educación, pero sí el fútbol*⁴⁷¹. En la página siguiente de esa misma sección se recogen declaraciones de representantes del Partido Popular en respuesta a las de Felipe González. Este texto, que aparece debajo de una fotografía de 3x4 de Aznar y su esposa, se titula: *PP: “El PSOE sólo defiende a Polanco”*, y lleva el subtítulo: *Los populares recuerdan que González concedió a Canal Plus “privilegios fiscales por muchos miles de millones”*.

El primer texto de opinión del día 23, aparece en la parte superior de la página cinco, y se refiere a las declaraciones de Felipe González. El texto no tiene firma y se titula: *La defensa de*

⁴⁷⁰ Véase ANEXO: documento 142.

⁴⁷¹ Véase ANEXO: documentos 143 y 144.

Polanco empuja a González al disparate. En él, el diario sostiene que “el secretario del PSOE se pone al servicio de los intereses de Polanco con el fervor de un cruzado” y habla de disparate porque “González equiparó su lucha contra la dictadura con la defensa del fútbol codificado”. Al final se afirma que González “está furioso por la convalidación del decreto ley de televisión digital en el Parlamento y por la habilidad política demostrada por Cascos, que no sólo ha desactivado la guerra de los clubes de fútbol sino que ha empezado a construir un amplio consenso parlamentario respecto a la ley de retransmisiones”.

El otro artículo de opinión lo firma Fermín Bocos y se titula: *Locos por el fútbol*. En este texto su autor se queja de la importancia que ha adquirido el tema del fútbol diciendo: “¡Ya está bien, coño! Ya basta de hablar y hablar del negocio del fútbol como si nos fuera la vida en él, el ser o no ser patrio. Que el Gobierno y la oposición y los mandarines sociales anden a bofetadas por el negocio de las plataformas digitales (...) convirtiendo la vida política española en un barrizal, resulta lamentable” y afirma que: “resulta urticante escuchar a nuestro políticos hablando del fútbol en el tiempo en el que deberían estar trabajando en la solución al problema del paro, el abaratamiento de las vivienda (...) o dándole alguna alternativa eficaz a una Sanidad pública”, y finaliza afirmando: “Qué vergüenza, ya digo, que sigan, como locos, hablando y hablando de fútbol”.

SUBHITO 2: Debate del proyecto en el Parlamento y aprobación de la “ley del fútbol”

Durante los meses de marzo, abril, mayo y junio de 1997, *El Mundo* publicó un total de veintisiete textos sobre el debate del proyecto de ley en el Congreso y en el Senado, de los cuales son casi todos informativos, excepto un editorial y un artículo de opinión sin firma a través de los cuales el diario se posiciona.

Con respecto a la ubicación, encontramos quince textos informativos en página par y los diez restantes en página impar, si bien la mayoría de ellos están ubicados en la sección de Sociedad y más concretamente en Comunicación. Tan sólo tres noticias se trasladan a la sección España.

En primer lugar, *El Mundo* publicó tres textos informativos de forma consecutiva los días 5, 6 y 7 de marzo, todos ellos referidos a la intención del Gobierno español de aplicar retroactividad a la ley sobre la regulación de las emisiones deportivas, en contra de la opinión mayoritaria de la Comisión Europea. El primer texto aparece bajo el cintillo “Unión Europea” con el titular: *El Gobierno pide retroactividad en la ley sobre eventos deportivos*, y el subtítulo: *La delegación española exige que se puedan regular los derechos adquiridos antes de la entrada en vigor de la directiva*. El texto ocupa casi toda la columna izquierda de la página 31 y en él se recoge la petición de la delegación española y se explica que “sin retroactividad, el Gobierno debería esperar años a que vencieran los derechos que, por ejemplo, ostenta en la Liga de fútbol la sociedad Audiovisual Sport, en la que participan Polanco, Asensio y el canal autonómico TV 3”.

En segundo lugar, se publica el día 6 de marzo una información que ocupa cuatro columnas y que se titula: *La UE decide que los grandes acontecimientos deportivos o sociales sean emitidos en abierto*. Esta noticia lleva además, el antetítulo: *Discrepancias entre Bruselas y Madrid sobre si el acuerdo permite la prohibición retroactiva*, y el subtítulo: *Fomento considera que el acuerdo favorece los intereses de los españoles*. En el texto se explica que con esta directiva, que entrará en vigor en el verano, “los gobiernos centrales e incluso los autonómicos podrán fijar una lista de acontecimientos de interés nacional o regional que no podrán ser emitidos sólo por cadenas de pago”. La información se acompaña de una fotografía de 2x3 de varios directivos de Audiovisual Sport y de un despiece titulado: *El domingo arranca el fútbol en “pay per view”*. En este despiece se señala que “tan sólo los 10.000 hogares que tienen instalados el descodificador digital de Canal Satélite podrán ser testigos – si deciden pagar las 995 pesetas (5,98 euros) que cuesta ver cada partido – de la primera experiencia de *pay per view* en España”.

El último texto de este bloque que se publica en marzo se titula a cuatro columnas: *Arias Salgado dice que los derechos adquiridos no escapan a la nueva directiva del deporte*, y lleva el antetítulo: *Van Miert pide dos plataformas y advierte al ministro sobre la doble financiación de RTVE*, y el subtítulo que recoge una declaración de Arias Salgado: *“Es impensable que no veamos los Juegos del 2004 porque ya están comprados”*. En el texto se destacan las declaraciones del ministro de Fomento y se señala que fueron realizadas “tras ver en Bruselas al comisario europeo de Competencia, Karel Van Miert y al de Industria, Martin Bangemann, que cuestionaron algunas de sus medidas”. En concreto, se señala al final del texto que Bangemann anunció “tener dudas sobre si el Real Decreto-Ley sobre televisión digital va demasiado lejos en la adaptación de la directiva de descodificadores”. Esta información que ocupa algo más de la mitad de la página se completa con un despiece titulado: *Cascos ve difícil un acuerdo*, en el que se recogen declaraciones del vicepresidente sobre la dificultad de lograr una sola plataforma.

En el mes de abril de 1997, este diario publicó siete textos informativos pertenecientes a este bloque temático, todos en páginas encabezadas por el cintillo “Comunicación”, en la parte final de la sección de Sociedad. El primero de ellos corresponde al día 15 de abril, en las tres columnas centrales de la página 28, con el titular: *El PP pretende que la “ley del fútbol” se publique en el BOE a mediados de junio*, y con el subtítulo: *Presenta una enmienda para que no tenga el carácter orgánico*. Esta noticia se acompaña de una fotografía de 2x1 de Álvarez Cascos y está recuadrada. En ella se explica que la eliminación del carácter orgánico se debe a que “el PP ha decidido *corregir* al Ejecutivo, atendiendo así los argumentos del informe elaborado por los servicios jurídicos del Congreso: las retransmisiones deportivas no atañen a ningún derecho fundamental” y se señala que “otra razón, no citada por el partido del Gobierno, puede ser que las leyes orgánicas requieren para su aprobación la mayoría absoluta del Parlamento, mientras que las ordinarias sólo mayoría simple”.

El día 17 de abril aparece una nueva información en este diario en la página 26. Este texto, que ocupa más de la mitad de la página y cuatro columnas en la parte izquierda, se titula: *La UE decide que los grandes acontecimientos de interés general no se emitan en codificado*, y lleva el subtítulo: *Cada Estado podrá elaborar una lista, respetando la libre competencia*. En el texto se especifica que la directiva entrará en vigor el día 1 de julio y que las normas no podrán aplicarse con carácter retroactivo, y se acompaña con una fotografía de 1'5x3 de una cámara de Canal Plus en un partido de fútbol.

Varios días después, el 22 de abril, *El Mundo* publica dos informaciones de este bloque temático, ambas en las cuatro columnas de la izquierda de la página 31. La noticia de la parte superior, que ocupa algo más de la mitad de la página, lleva el titular: *La UE investigará el "Pacto de Nochebuena" ante un posible abuso de posición dominante*, y el subtítulo: *Un acuerdo "sin precedentes", según el comisario de la Competencia, Van Miert*. Este texto aparece recuadrado y con una fotografía de 2x3 de Van Miert y en él se señala que esta "investigación no obligará a Audiovisual Sport a paralizar sus actividades" pero que puede concluir "con un *visto bueno*, en el mejor de los casos, o la prohibición del acuerdo y la disolución de Audiovisual Sport, en el peor". En la parte inferior de esa misma página, aparece el segundo texto titulado: *IU sólo apoyará la ley del fútbol si se crea un consejo de comunicación*, y lleva el antetítulo: *Izquierda Unida y PSOE presentan enmiendas a la totalidad de la norma sobre emisiones deportivas en TV*.

El día 25 de abril aparece otro texto informativo, que ocupa algo más de la mitad de la página, en las cuatro columnas de la izquierda y titulado: *El Gobierno salva el primer trámite de la "ley del fútbol" con el apoyo de CiU, PNV y CC*, y con el subtítulo: *La retroactividad de la norma, principal discrepancia entre el PP y sus socios*. Esta noticia lleva una fotografía del descodificador multicrypt con un pie de foto encasillado y titulado: *"El "multicrypt" existe y ésta es su foto"*, en el que se explica que esta frase corresponde a declaraciones de Felipe Alcaraz en el Congreso donde CiU y PSOE no apoyaron la ley de televisión digital. Por lo que respecta a la ley del fútbol, en el texto se explica que el PP contó con los apoyos de CiU, PNV y Coalición Canaria para rechazar las enmiendas de totalidad presentadas por PSOE e IU y se recogen declaraciones de Álvarez Cascos, en las que entre otras cosas, afirma "que no se va a desviar a los canales de pago una parte de la oferta tradicional de retransmisiones gratuitas en abierto (...) y que el Ejecutivo va a buscar acuerdos sobre el órgano a quien corresponda aprobar el catálogo de acontecimientos deportivos de interés general"⁴⁷².

Las diferencias en torno a la retroactividad de esta ley son a las que se refiere la información que este medio presenta el día 26 de abril, en las tres columnas de la derecha de la página 24. El texto se titula: *CiU mantiene que la "ley del fútbol" no debe aplicarse a los contratos en vigor*, y lleva el subtítulo: *El PP quiere que las TV en abierto opten primero por el mejor partido*. En el texto, que lleva una fotografía de un módulo de Álvarez Cascos, se señala que también

⁴⁷² Véase ANEXO: documento 145.

Coalición Canaria está en contra de la retroactividad, un tema sobre lo que “el PP parece dispuesto a no ceder”. También lleva un despiece titulado: *Las 32 peticiones del PSOE*, donde se señala que este partido ha solicitado 32 comparecencias para que “den su opinión sobre el proyecto elaborado por el Gobierno”.

El último texto de este bloque en el mes de abril corresponde al día 29, en la media columna superior izquierda de la página 28. Esta noticia lleva el cintillo: “Polémica” y se titula: *El PP mantiene que la ley del fútbol debe afectar a los contratos en vigor*, con el subtítulo: *PSOE, PNV, CiU y CC se oponen a la retroactividad lo que podría dejar parte de la norma sin efecto hasta el 2003*. En esta información se afirma que “la retroactividad es el caballo de batalla de la ley del fútbol” y que “fuentes parlamentarias informaron a este diario que el PP se *agarrará* a la distinción entre adquisición y ejercicio de los derechos. La ley del fútbol afectará al ejercicio de esos derechos”.

Durante el mes de mayo de 1997, *El Mundo* publicó siete informaciones, tres textos de opinión y un editorial sobre el debate de la “ley del fútbol”. El primero de ellos corresponde al día 10 de mayo y se ubica en la mitad superior de la columna derecha de la página 26, con el titular: *El PP solicita 25 comparecencias ante la Comisión Constitucional*, y el subtítulo: *La lista incluye a los presidentes del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Confederación de Jubilados*. En el texto se especifica que esas comparecencias son “para que expongan su opinión ante la Comisión Constitucional sobre el proyecto de ley de retransmisiones deportivas”.

El siguiente texto de este bloque aparece el día 14 de mayo y es un editorial titulado: *La “crispación” se queda en ruido*. En él, este diario realiza un “inventario del conjunto de elementos que han integrado durante los últimos días el llamado *clima de crispación*” y sitúa de un lado, las noticias judiciales sobre Filesa, el caso Urralburu, el caso Oñederra y sobre Lasa y Zabala; y del otro, una entrevista de Cascos con el abogado de Amedo y “que Antonio Asensio ha dicho que el secretario de Estado de Comunicación le amenazó con la cárcel”. Ante esta situación, *El Mundo* señala que “para algunos partidos políticos y buena parte de los medios de comunicación, lo esencial era lo de Álvarez Cascos y lo de Rodríguez. Lo otro, menudencias”. Sin embargo, este diario considera que se trata de “dos episodios que a duras penas superaban el listón de lo anecdótico, hinchados hasta lo indecible en una operación coordinada entre la jefatura del PSOE y sus órganos de prensa, para que no se hablara de lo realmente sustancial: de que el felipismo va a tener en los próximos meses muchos banquillos en los que sentarse”. Junto a este texto había una viñeta firmada por Ricardo y Nacho, relacionada con lo tratado en el editorial, en el que se ve a Polanco diciendo: “El ambiente de crispación en que está metida España nos es insoportable...”, para después concluir: “...gratis...”⁴⁷³.

Un día después, el 15 de mayo, se publica un texto informativo en la página 26 con el titular: *La Comisión Constitucional del Congreso mantiene la retroactividad en la ley del fútbol*, y con el

⁴⁷³ Véase ANEXO: documento 146.

subtítulo: *Se logra con la abstención de IU, duramente criticada por CiU y PSOE*. Esta información se ubica en la parte superior izquierda a cuatro columnas, ocupa algo más de la mitad de la página, está recuadrada y lleva una fotografía de 2'5x2 de un cámara de televisión. En el texto se cuenta que se mantiene la retroactividad gracias a la abstención de IU en las votaciones de la Comisión Constitucional, ya que "impidió que prosperara una enmienda de CiU para que la ley no afectara a los contratos firmados antes del 21 de febrero". También, se señala que todos los grupos aprobaron que se creara una comisión independiente "encargada de catalogar los acontecimientos deportivos de interés general"⁴⁷⁴.

Aunque a partir del 20 de mayo, la mayoría de las informaciones se dedican a la denuncia de Antonio Asensio sobre las amenazas recibidas de Miguel Ángel Rodríguez que se analizarán posteriormente, también ese día, en la sección de Sociedad aparece otra información, en la página 29 y bajo el cintillo "Comunicación". El titular de este texto es: *Martín Marín: "La ley del fútbol no afecta a los contratos que respetan la libre competencia"*, y el subtítulo: *Asensio asegura que Audiovisual Sport deberá pagar 290.000 millones*. En este texto, que ocupa tres cuartos de la página y se ubica en las cuatro columnas de la izquierda, se recogen las declaraciones del secretario de Estado para el Deporte en la Comisión Constitucional que estudia el proyecto de ley. En esas declaraciones mantiene que "la ley del fútbol no tiene efectos retroactivos" y que la pretensión del Gobierno es "la defensa del interés de los españoles".

Dos días después, también se publica en la página 26 una noticia que se ubica en la mitad superior de la columna izquierda con el titular: *Telecinco duda de que el "pacto de Nochebuena" respete la Competencia*, y con el cintillo: *TVE emitirá en abierto uno de los dos partidos de cada jornada de la UEFA, según el director general de RTVE*".

A partir del día 29, los últimos textos de este bloque en el mes de mayo, se refieren propiamente a la ley del fútbol. En primer lugar el día 29 aparece una información en la página 28, en las tres columnas centrales bajo el titular: *El Gobierno negoció contrarreloj para sacar la incierta ley del fútbol*, y con el subtítulo: *Izquierda Unida vuelve a tener la llave en la votación de esta tarde*. En el texto se explica que el Gobierno "de momento" sólo cuenta con el apoyo del PNV para aprobar que la ley tenga carácter retroactivo, por lo que "Izquierda Unida vuelve a ser clave, como sucedió con la ley de televisión digital". Aunque se señala que IU "parece que optará por la abstención", se recuerda que el texto todavía tiene que pasar por el Senado y volver al Congreso. Este texto se completa con una fotografía de un módulo de Felipe Alcaraz y un despiece titulado: *No existen informes del TDC*, donde se señala que Álvarez Cascos ha negado que "existan informes oficiales del Tribunal de Defensa de la Competencia contrarios al proyecto de ley del fútbol por televisión".

⁴⁷⁴ Véase ANEXO: documento 147.

El día 31 de mayo aparecen tres textos informativos en la sección de España, en las páginas 8 y 9, bajo el encabezamiento: “Ley del Fútbol”. En la página par, hay un texto a cuatro columnas titulado: *IU sostiene que sus enmiendas han derrotado las “intenciones intervencionistas” del Gobierno*, y con el subtítulo: *Denuncia la “irresponsabilidad política” mantenida por CiU y Coalición Canaria*. Este texto recoge declaraciones de Inés Sabanés, diputada y ponente de IU, en las que recuerda que “fue el apoyo de nacionalistas canarios y catalanes lo que impidió que tanto la enmienda de devolución presentada por el PSOE como la enmienda a la totalidad con texto alternativo que defendió IU salieran adelante en su día” y señala que “las enmiendas de IU han conseguido romper la dinámica de confrontación entre las plataformas y abonar el terreno de la negociación entre las mismas”. Este texto se acompaña de una fotografía de 3x2 de Rosa Aguilar junto a Julio Anguita durante el pleno y debajo de ésta un despiece titulado: *Pujol no descarta recurrir la ley*.

En la columna derecha de la misma página anterior aparece otro texto informativo titulado: *El Ejecutivo, dispuesto a “afinar” la ley en el Senado*. En esta noticia se citan declaraciones del portavoz del Gobierno en las que afirma que están dispuestos a “afinar” la ley “a través del diálogo en el trámite del Senado” porque su objetivo es “defender el interés general frente a las situaciones del monopolio”. También aseguró que “el texto aprobado en el Congreso no anula los contratos ya suscritos entre los clubes y la empresa Audiovisual Sport”.

En último lugar, en la página 9 se encuentra el tercer texto informativo del día 31 que ocupa la columna izquierda y la parte superior de las restantes cuatro columnas. El titular de esta información es: *Audiovisual Sport quitaba a las autonómicas el partido más interesante*, con el subtítulo: *Según el pacto que logró Asensio, éstas sólo habrían podido elegir 6 encuentros al año y un Madrid-Barca*. En el texto se señala que la aprobación de la Ley de Retransmisiones Deportivas “ha evitado que el fútbol semanal se convirtiera en fruta prohibida para los aficionados menos pudientes. O al menos, el fútbol más interesante, el del mejor partido de cada jornada, que seguirá emitiéndose en abierto” y que “se evitará así la *expropiación* de un acontecimiento de relevancia social”.

Por último, en el mes de junio de 1997 este diario publicó ocho textos sobre la regulación de las emisiones deportivas, que durante el mes de junio se aprobó en el Senado. Casi todos estos textos aparecen en la sección de Sociedad, la mayoría en páginas con el cintillo “Comunicación”, excepto uno de ellos que es de opinión y la sección específica para ello. El primer texto corresponde al día 4 de junio, una breve información en la parte superior de la columna derecha, titulada: *La ley del fútbol se debatirá en el pleno del Senado el martes 17*, y en la que se añade que los partidos han decidido ampliar hasta el día 5 el plazo de presentación de enmiendas en la cámara alta. Un día después, el texto es también informativo y se titula: *La ley del fútbol beneficia a los clubes y evita los monopolios, según el PP*. En esta ocasión, aparece en la parte superior izquierda a tres columnas en la página 27, y con el subtítulo: *Cascos explica sus efectos a 57 dirigentes de su partido*. En el texto se señala que ha

tenido lugar una reunión en la sede del PP en Madrid, en la que Álvarez Cascos les ha transmitido las ventajas de esta ley.

Al día siguiente, el 6 de junio, se publica otra información en la mitad superior de la página 30, ocupando las tres columnas centrales bajo el titular: *IU presenta la enmienda que da un año para adaptar los contratos del fútbol*, y con el subtítulo: *Doce personas comparecerán en el Senado para opinar sobre la ley*. Esta noticia, que va acompañada de una fotografía de un módulo de Álvarez Cascos, cuenta que la enmienda de IU se ha presentado en el Senado y establece un año para adaptarse los contratos en exclusiva. Si no alcanzan acuerdos en ese plazo, el Consejo de Emisiones y Retransmisiones Deportivas deberá elevar en seis meses un informe al Gobierno.

El día 11 de junio abre la sección de Sociedad, en la página 23, una información que ocupa las cuatro columnas de la izquierda y que se titula: *La UE aprueba la emisión en abierto de los grandes eventos deportivos*, con el antetítulo: *La norma, que entrará en vigor en julio, no adopta medidas contra la invasión de programas de EEUU – El PSOE criticó en la Eurocámara al Gobierno español por la ley del fútbol*; y el subtítulo: *La directiva impone la vuelta de los “rombos” y limita la publicidad en TV*. En la noticia se explica que el Parlamento aprobó la nueva directiva de *Televisión sin fronteras*, que revisa la de 1989, y que en lo que respecta a las emisiones deportivas concede un tiempo a los Estados para elaborar una lista de acontecimientos de interés general para ser emitidos en directo y en abierto y que deberá estudiar la Comisión. Además, la información lleva una fotografía de 2x3 de jóvenes viendo un partido de fútbol y un despiece titulado: *Nuevo aviso de Bangemann*, donde se señala que el comisario europeo de Telecomunicaciones “amenazó al Gobierno español con tomar una decisión contra la ley de televisión digital, si no se produce un acuerdo con descodificadores”.

Un día después, el 12 de junio, es noticia un informe elaborado por la Liga de Fútbol Profesional y a él se le dedica casi toda la columna izquierda de la página 28 bajo el titular: *Los clubes cuestionan que los grandes partidos deban darse en abierto*, y el subtítulo: *Un informe de la Liga Profesional, desvelado por García en la COPE, critica aspectos del texto legal*. En dicho informe se destaca que los grandes partidos “no deberían sujetarse obligatoriamente a su transmisión en abierto por la vía del interés general” porque “se estaría consagrando la imposibilidad de comercialización a través de la TV de pago precisamente de aquellos encuentros que generan mayores ingresos”.

El día 13 de junio, *El Mundo* publica otro texto informativo con el titular: *El Senado aprueba el año de plazo para adaptar los contratos a la ley del fútbol*, y el subtítulo: *Significativa abstención de CiU al ver una cierta mejoría en el texto*. Esta información se sitúa en la parte superior derecha de la página, ocupando tres columnas y algo más de la mitad de la página 28. En el texto se señala que la enmienda se aprobó con el “voto en contra únicamente de los socialistas” y que “más inesperada fue la decisión de CiU, que optó por la abstención pese a que su ponente calificó de “golpe a la libertad de empresa” el artículo 6.2 de la ley que puede

modificar los contratos actuales”. En la parte final, se resalta que “el PP también anunció su intención de proponer que el partido en abierto de los sábados pase los domingos, aunque no se incluirá en esta ley”. Además, la noticia llevaba una fotografía de un módulo de un senador de CiU y un despiece titulado: *Los clubes, satisfechos*, porque según se indica “consideran que está garantizado el cobro de los ingresos pactados por los derechos de televisión”.

Los dos últimos textos se refieren al aspecto señalado en la información anterior de pasar los partidos al domingo. Primero, en un texto informativo publicado el día 18 de junio en las tres columnas centrales de la página 28, titulado: *El Gobierno podrá pasar al domingo el partido de Liga que se emite el sábado*, y con el subtítulo: *El Senado aprueba la ley del fútbol con esta importante modificación*. Sin embargo, y en contra de lo que se había contado el día 13, en este texto se indica que pasar los partidos al domingo fue “la principal novedad que se incorporó al texto de la ley del fútbol”, algo que “había sido reclamado con insistencia por el sector de hostelería”. También se señala que “si finalmente se traslada el partido al domingo, Canal Plus tendrá que elegir otro día para dar su partido codificado”. El texto se completa con un despiece titulado: *Satisfacción en la hostelería*, y con una fotografía del presidente de la Federación de Fútbol de 3x2.

Finalmente, el día 22 se dedica a este tema un texto de opinión, sin firma, en la página 5 con el titular: *Fútbol, televisión y sociedad: sí al partido del domingo*. En este comentario editorializante se resalta que “con fútbol en pantalla, las demás actividades de ocio quedan anuladas” y acaba destacando que “no deja de ser significativo que quienes están en contra del fútbol en domingo gratis, sean los mismos que lo tienen ahora también en domingo, pero cobrando; no deja de ser significativo que quienes están en contra del fútbol en domingo, argumentando que perjudica a los equipos españoles en competiciones europeas, sean los mismos que lo tienen ahora en lunes”⁴⁷⁵.

SUBHITO 3: Polémica Antonio Asensio - Miguel Ángel Rodríguez en la Comisión del Congreso

El diario *El Mundo* centra sus informaciones, entre el 20 y el 22 de mayo de 1997, en la denuncia de Asensio sobre las amenazas recibidas por Rodríguez. En concreto, durante esos días publicó un total de 14 textos, de los cuales nueve son informativos y cinco corresponden a géneros de opinión (tres artículos, un editorial y un artículo sin firma que también recoge la posición del periódico).

La mayoría de los textos, nueve informativos y dos artículos de opinión, están ubicados en la sección España mientras que los tres restantes los encontramos en la sección de Opinión. Con respecto a las páginas, hay un reparto muy equilibrado, ya que cinco de las informaciones están en página impar y las cuatro restantes en página par.

⁴⁷⁵ Véase ANEXO: documento 148.

Por último, la mitad de las informaciones tienen una extensión de menos de media página, aunque hay tres ocasiones en las que ocupan tres cuartos de página. También es reseñable que cuatro de las noticias están sin firmar y las otras cinco corresponden a diferentes periodistas del diario.

Las primeras referencias a este tema las encontramos en *El Mundo* el día 20 de mayo cuando dedica dos textos de opinión y uno informativo. La información aparece en la sección de España en la página 8 y ocupa cuatro columnas en la parte izquierda, bajo el titular: *Asensio afirma que fue Rodríguez quien le amenazó con la cárcel*, y el subtítulo: *Moncloa lo desmiente y el secretario de Estado pide comparecer ante el Congreso*. Junto a este titular, hay una fotografía de Asensio de 3x2 y debajo un despunte titulado: *CiU insinúa que Rodríguez debe dimitir*. En la información se recoge la declaración de Asensio y se dice que “acto seguido blandió unos papeles de tamaño desigual y dijo que se trataba de testimonios de “puño y letra” de directivos de su cadena que daban fe de las amenazas recibidas”. Sin embargo, la mayor parte del texto se dedica al desmentido de Moncloa y los testimonios del Gobierno y del PP. En la misma página de la información anterior, aparece uno de los artículos de opinión de ese día, firmado por Consuelo Álvarez de Toledo y titulado: *El “diputado” señor Asensio*. La autora mantiene que “era tan fuerte el contenido político de su discurso que, más que un editor, Asensio se parecía a algo así como a un diputado de la oposición” y cree que es “sorprendente ver a un empresario tan preocupado por denunciar los peligros que tiene la libertad de expresión hoy en España cuando en realidad de lo que se trataba era de salvar su cuenta de resultados”⁴⁷⁶.

El otro texto de opinión publicado el día 20 de mayo no está firmado y aparece en la página 2 bajo el titular: *Que se conozca todo lo que hubo entre Asensio y Rodríguez*. En este suelto editorializante se señala que “lo que sería necesario conocer es el contexto en el que se produjeron esas manifestaciones; cuántas reuniones tuvieron Asensio y él, qué nivel de confianza alcanzaron en ellas, qué propuestas se cruzaron (...) Sólo contando con todo eso cabría valorar con justicia las frases amenazantes, como mínimo desafortunadas, que Asensio atribuye a Rodríguez”. Encima de este texto hay una viñeta de Gallego & Rey en la que se ve a Aznar exclamando: “¡Pujol me ha dado un cheque en blanco!”, y después aparece Pujol ofreciéndole un bolígrafo y diciendo: “Es para que lo rellenes...”

Un día después, el 21 de mayo, *El Mundo* publica cinco textos informativos, uno de opinión y un editorial. Las informaciones ocupan las páginas 6 y 7 de la sección de España. En la página par se sitúan dos noticias bajo un mismo antetítulo a cinco columnas en el que se recogen varios flashes informativos: *Aznar, que apoyó al portavoz ante Pujol, ordenó cerrar filas – Acebes recuerda los vaivenes de Asensio, que hasta hace poco descalificaba a sus actuales socios – De Grandes se pregunta dónde empiezan los intereses de González y dónde los de Zeta*. La noticia que abre esta página 6 se sitúa en las dos columnas izquierdas y se titula:

⁴⁷⁶ Véase ANEXO: documento 149.

Respaldo unánime del PP a Miguel Ángel Rodríguez, con el subtítulo: *Acusan a Asensio de utilizar insidias para ayudar al PSOE y tapar "los problemas de su empresa"*. En este texto se citan declaraciones de miembros del Gobierno, del Grupo Popular y del partido que "cerraron filas en torno a Miguel Ángel Rodríguez". Junto al titular de la información anterior aparece una fotografía de 3x3, y bajo ella se encuentra otro texto informativo titulado: *El PP cree tener los apoyos para crear su comisión*. En el texto se señala que se trata de la "propuesta de comisión de investigación sobre los abusos de poder, que, contrariamente a la presentada ayer por los socialistas, extiende sus objetivos al periodo de los gobiernos de Felipe González"⁴⁷⁷.

En la página 7 se sitúan los otros tres textos informativos de ese día, uno en las tres columnas centrales y los otros dos en cada una de las columnas restantes. El más importante se titula: *Asensio pidió 12.000 millones, 120 emisoras y créditos "blandos"*, y lleva el subtítulo: *Radiografía de una ruptura entre el presidente de Antena 3 y el Gobierno*. En esta noticia, que lleva dos fotografías de un módulo de Asensio y Rodríguez, se especifica que "según fuentes de La Moncloa", Antonio Asensio reclamó al Gobierno "un trato privilegiado para sus empresas, que incluía una cadena de emisoras de radio, 12.000 millones de pesetas (72,12 millones de euros), la presidencia de la plataforma digital encabezada por Telefónica y créditos blandos para sacar a la calle la edición madrileña de *El Periódico de Catalunya*". Por otro lado, el texto de la columna derecha se titula: *Rodríguez: "González me utiliza para atacar al Gobierno"*, donde se cuenta lo que dijo el secretario de Estado de Comunicación, en una "inesperada" rueda de prensa en La Moncloa. Por último, el texto informativo de la izquierda de la página 7 se titula: *Falsa versión del vicepresidente de Antena 3*. En este texto se señala que "entre los testimonios que el presidente de Antena 3 Televisión (...) figura una falsa versión de un encuentro mantenido por el vicepresidente de la cadena, Manuel Campo Vidal, el pasado 28 de diciembre en un hotel de Madrid, con el director de EL MUNDO, Pedro J. Ramírez, a instancias del primero". A este mismo tema se refiere uno de los artículos de opinión, firmado por Pedro J. Ramírez, bajo el título: *Declaración del director de EL MUNDO*, y donde señala: "me parece inaudita la divulgación, con fines políticos y hasta partidistas, de lo que consideré un mero cambio de impresiones entre colegas, en línea con las muchas otras reuniones que hasta esa fecha había mantenido tanto con Campo Vidal como, más habitualmente, con Antonio Asensio" y puntualiza "yo jamás dije lo que él dice que dije".

El editorial del día 21 de mayo se titula: *La paja y la viga*, y comienza diciendo: "Si el asunto no fuera en el fondo tan serio, sería para tomárselo a chirigota. Que se haya formado un coro integrado por Antonio Asensio, el PSOE y CiU para denunciar "el grave peligro" que corre la libertad de expresión porque el portavoz del Gobierno, Miguel Ángel Rodríguez, le dijera o le dejara de decir al presidente del Grupo Zeta esto o aquello parece de broma". También se indica que "CiU haría mejor en quedarse al margen de esta comedia y no pretender (...) que lo de Miguel Ángel Rodríguez es como para sentirse *horrorizado*. Por lo menos mientras no revise

⁴⁷⁷ Véase ANEXO: documento 150.

los criterios que autorizan a sentir horror por esto después de no haber manifestado ningún sentimiento especial, ante, por ejemplo, los crímenes de los GAL”. En el editorial, este diario pide que Rodríguez acuda al Gobierno y que se investiguen los abusos de poder en el mundo de la Comunicación⁴⁷⁸.

Por último, el día 22 de mayo, *El Mundo* publica otros cuatro textos, esta vez tres informativos y uno de opinión que aparecen en la sección de España, en las páginas 8 y 9. En la página par, hay tres textos: dos informativos y uno de opinión. El que abre esta página se titula a dos columnas en la parte superior izquierda: *Aznar da pleno respaldo a Rodríguez frente a acusaciones “injustas”*, y con el subtítulo: *Dice que no hablará con González de crispación*. Junto a ese titular se sitúa una fotografía de 2x3 del presidente del Gobierno y debajo de ésta, el texto de opinión firmado por Consuelo Álvarez de Toledo: *... Y Rodríguez se fue a los toros*. Su autora cuenta que “a los toros se fue Miguel Ángel Rodríguez el lunes, tendido alto, mientras que en el Congreso, Asensio pretendía empitonarle, con la querencia de siempre, falta de nobleza, buscando el encuentro a traición” y que se sigue “erre que erre (erre de Rodríguez), mientras que los GAL y la corrupción, el compadreo mafioso y el abuso de poder, se van de rositas”. También señala que Aznar ha apoyado a Rodríguez y que aunque “hay quien pretende repetir en Aznar el destrozo que se perpetuó en Suárez. Sería de imbéciles tropezar en la misma piedra”. En la misma página 8 aparece un tercer texto, en este caso informativo en la parte inferior de la página y titulado: *Las amenazas de Asensio, “un debate semántico” según Cascos*. Aquí se recogen las declaraciones del vicepresidente sobre el asunto, en las que afirma que “la cuestión no va mucho más allá de una distinta interpretación del sentido de las palabras”.

En la página siguiente, la 9, aparece el último texto informativo bajo el titular: *El director de TV 3 tuvo la “percepción” de que hubo amenazas de Rodríguez a Asensio*, con el subtítulo: *Contradice la versión de los hechos que recoge Campo Vidal en su carta*. En esta noticia, que ocupa la mitad superior de la página en las tres columnas de la izquierda, se señala que el director de TV3 dijo que “aunque no escuchó la voz del secretario de Estado, tuvo la percepción de que hubo amenazas”, lo que contradice la descripción de Campo Vidal porque aseguraba “que tanto él como las personas que se encontraban en el despacho del presidente de Antena 3 pudieron escuchar la voz de Rodríguez porque estaba activado el sistema *speaker* (manos libres) del teléfono”⁴⁷⁹.

2.6.4. *El País* vs. *El Mundo*

Aunque las diferencias entre ambos diarios son fundamentalmente cualitativas, es decir, en el tratamiento que dieron a las categorías analizadas y a los agentes implicados en la regulación

⁴⁷⁸ Véase ANEXO: documento 150.

⁴⁷⁹ Véase ANEXO: documento 152.

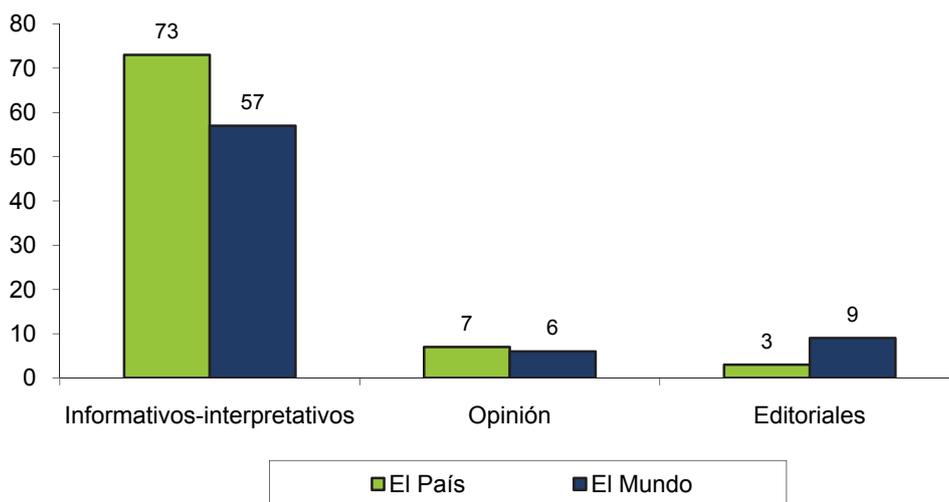
de las emisiones deportivas, también encontramos algunas diferencias cuantitativas, tanto en el número de textos, en los géneros utilizados y en la ubicación de los mismos.

En primer lugar, exponemos en los siguientes gráficos las diferencias cuantitativas entre ambos periódicos en el periodo analizado en este sexto hito, es decir, de febrero a junio de 1997.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	73	57
Opinión	7	6
Editoriales	3	9
Total	83	72

Tabla 28

Gráfico 9. Géneros periodísticos



Más detalladamente, las diferencias cuantitativas según los géneros utilizados en cada subhito se recogen en las siguientes tablas y gráficos.

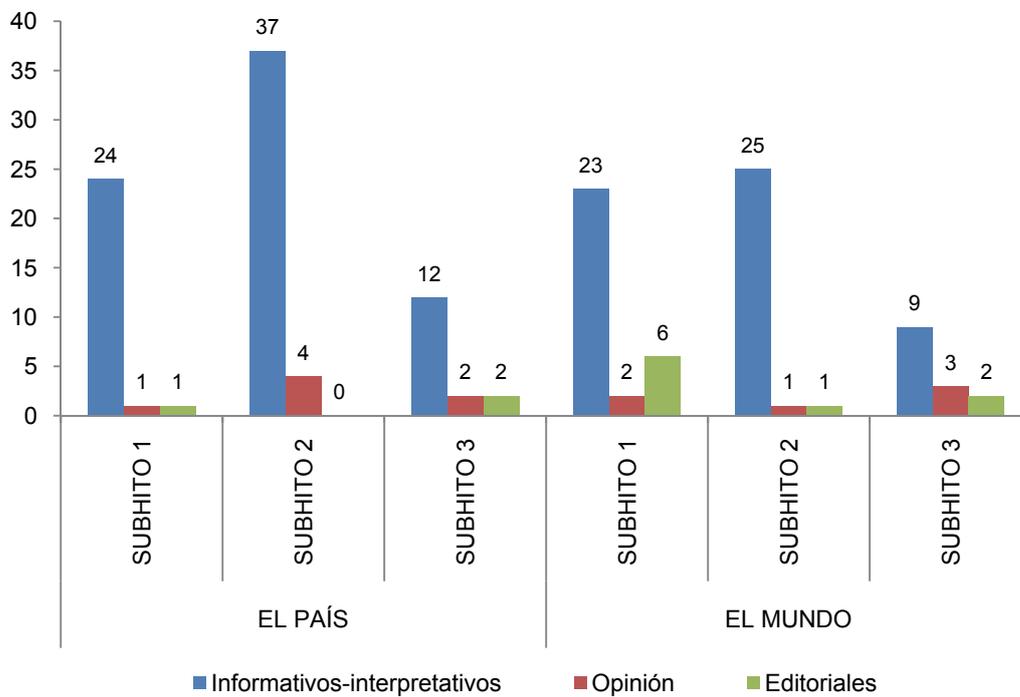
Géneros periodísticos	EL PAÍS			
	SUBHITO 1	SUBHITO 2	SUBHITO 3	TOTAL
Informativos-interpretativos	24	37	12	73
Opinión	1	4	2	7
Editoriales	1	-	2	3
Total	26	41	16	83

Tabla 29

Géneros periodísticos	EL MUNDO			
	SUBHITO 1	SUBHITO 2	SUBHITO 3	TOTAL
Informativos-interpretativos	23	25	9	57
Opinión	2	1	3	6
Editoriales	6	1	2	9
Total	31	27	14	72

Tabla 30

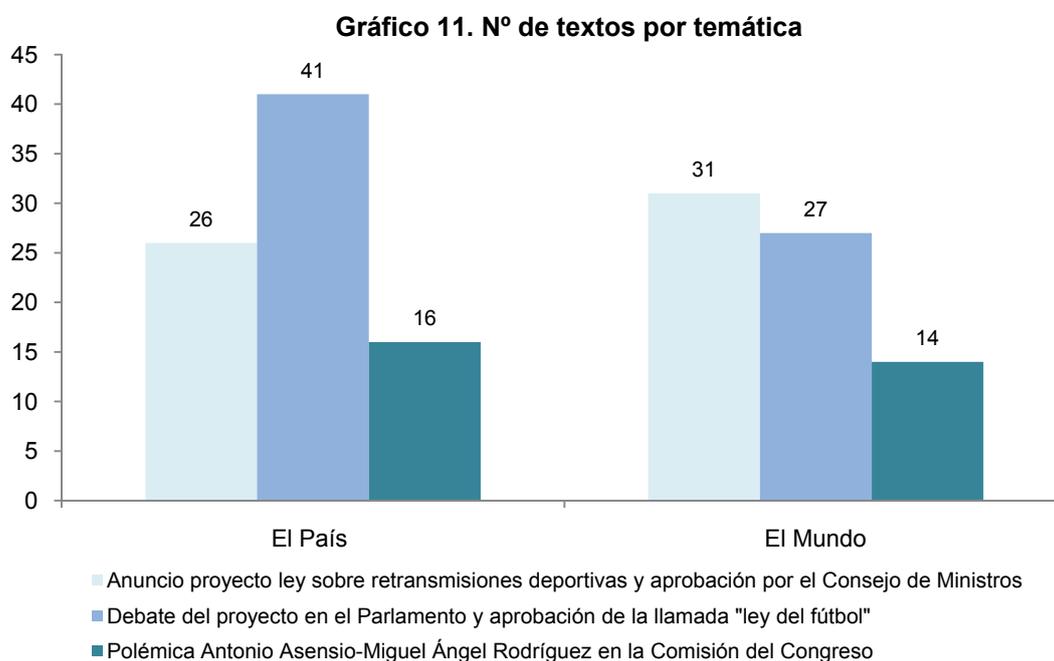
Gráfico 10. Géneros periodísticos según subhitos



A continuación, recogemos las diferencias según la temática, es decir, el número de textos en función del subhito analizado y más tarde, cerramos estas diferencias cuantitativas con dos tablas en las que se muestra la ubicación que cada diario dio a los textos.

Temática	El País	El Mundo
SUBHITO 1: Anuncio proyecto ley sobre retransmisiones deportivas y aprobación por el Consejo de Ministros	26	31
SUBHITO 2: Debate del proyecto en el Parlamento y aprobación de la llamada "ley del fútbol"	41	27
SUBHITO 3: Polémica Antonio Asensio-Miguel Ángel Rodríguez en la Comisión del Congreso	16	14
Total	83	72

Tabla 31



Sección	EL PAÍS			Total
	SUBHITO 1	SUBHITO 2	SUBHITO 3	
Portada	-	-	-	-
Sociedad	5	-	-	5
Comunicación	19	37	12	68
España	1	-	-	1
Economía	-	-	-	-
Opinión	1	4	4	9
Televisión/Radio	-	-	-	-
Suplementos	-	-	-	-
Total (sin contar portada)	26	41	16	83

Tabla 32

Sección	EL MUNDO			Total
	SUBHITO 1	SUBHITO 2	SUBHITO 3	
Portada	-	-	-	-
Sociedad	-	-	-	-
Comunicación	3	22	-	25
España	21	3	11	35
Economía	-	-	-	-
Opinión	7	2	3	12
Televisión/Radio	-	-	-	-
Suplementos	-	-	-	-
Total (sin contar portada)	31	27	14	72

Tabla 33

Por último, recogemos cómo describieron y definieron los dos diarios a las categorías temáticas y los agentes que fueron protagonistas en este bloque temático. En esta ocasión volvemos a encontrar, que *El País* se posiciona con las tesis de Canal Satélite Digital, con los mismos argumentos que defiende el PSOE y acusando al Gobierno de legislar para atacar a Polanco, mientras que *El Mundo* adopta las tesis del PP y defiende el interés general de la nueva regulación sobre las emisiones deportivas.

En ese sentido, el diario del grupo Prisa recurre de nuevo a argumentos ya utilizados cuando se trataba la ley de televisión digital, y vuelve a acusar al Gobierno de injerencia y de legislar de manera intervencionista. Utiliza como fuentes aquellas opiniones en contra de la ley: “airada reacción del fútbol contra la ley” y culpa al Gobierno y a sus “acólitos mediáticos” de demagogia cuando se refieren a retransmisiones gratis. De la misma manera, en *El Mundo* nos encontramos una vez más la idea de lucha contra el monopolio y garantía de la libertad de información para apoyar la nueva legislación del Ejecutivo. Además, en este último diario se defiende y alaba al vicepresidente Álvarez Cascos del que se asegura ha dado un “sólido impulso” a la televisión digital gracias a su “habilidad política” y se critica la posición de CiU en este asunto.

Con respecto a Antonio Asensio y a sus declaraciones, *El País* se posiciona a favor del presidente de Antena 3 y en contra de Miguel Ángel Rodríguez porque tal y como afirman en un texto aparentemente informativo “no les merece crédito su desmentido” al igual que a “la gran mayoría de los españoles” que “creen a Asensio”. Sin embargo, para *El Mundo* el presidente de Antena 3 da una versión falsa y duda de las cartas que presente Asensio en la Comisión parlamentaria para avalar su testimonio, cartas que para el diario del grupo Prisa son la fuente principal sobre la que basan sus informaciones.

A continuación se recogen detalladamente todas las categorías temáticas y de agentes y las referencias de ambos diarios en este periodo.

Categorías	El País	El Mundo
Ley del fútbol	“polémica de los derechos audiovisuales”, “restricción del fútbol codificado”, “inconstitucional”, “consagra el derecho de injerencia del Gobierno en el fútbol”	“defiende que los principales partidos se emitan por TV en abierto”, “evita el monopolio de la TV de pago sobre el deporte”, “garantizar la libertad de información”, “acceso libre a los partidos más importantes”, “para que los ciudadanos no sean discriminados”, “para que una parte sustancial de la población no quede al margen”, “regular los acontecimientos deportivos de interés general”, “defiende el carácter abierto de los grandes eventos deportivos”
Francisco Álvarez Cascos	“está consumiendo gran parte de su dedicación de gobernante a obstaculizar el vuelo de CSD (...) y torpedear la gestión de los derechos televisados por parte de Sogecable y Antena 3”, “padre adoptivo de la ley”	“el sólido impulso del vicepresidente”, “por la vía de la sensatez”, “talante de consenso”, “habilidad política”
Miguel Ángel Rodríguez	“proferir bravuconadas en tono amenazador sobre El País”, “capaz de utilizar la amenaza para evitar el fracaso de sus proyectos de control sobre los medios críticos”	-
Gobierno	“ignorancia, mala fe o simple desinformación”, “invocan que defienden a los pensionistas, parados y asalariados modestos”, “consignas populistas contra Canal + y Canal Satélite Digital”, “al Gobierno no le gusta que la plataforma digital que está montando con Telefónica, RTVE y Televisa se haya quedado sin los derechos del fútbol y ha decidido impedirlo por vía de ley. Para ello ha izado nada menos que la bandera del derecho a la información ¡deportiva!”. “ha tenido que inventarse así, con la inestimable ayuda de sus acólitos mediáticos, el falso muñeco de que iba a eliminarse el fútbol en abierto para justificar luego su intervención”, “pretende simplemente que no haya oposición”, “la apelación del Gobierno al interés general para regular el fútbol en televisión oculta intereses comerciales”	“quiere impedir que Polanco elimine el fútbol gratis el sábado”, “garantizar el interés de la mayoría de los ciudadanos”, “garantizar el derecho a la información de los ciudadanos”, “proteger el derecho a la información deportiva”
Felipe González	-	“se pone al servicio de los intereses de Polanco”, “está furioso”

PSOE	-	“era la empresa de seguridad del <i>holding</i> PRISA”, “solo defiende a Polanco”, “voto en contra únicamente de los socialistas”
IU	-	“propuesta sensata”, “tercia así en una polémica que toma tintes cada vez más oscuros”
Antonio Asensio	-	“se parecía a algo así como a un diputado de la oposición”, “en realidad de lo que se trataba era de salvar su cuenta de resultados”, “utilizar insidias para ayudar al PSOE”, “reclama un trato privilegiado para sus empresas”
Canal Satélite Digital	-	“sólo permitirá que se emita fútbol en abierto por TV los lunes”
El Mundo	“dispara con la esperanza de que entre calumnia y calumnia algún perdigón dé a la pieza que trata de cazar”, “diario gubernamental”	-
El País	-	“órgano de prensa del PSOE”

Tabla 34

2.7. Telefónica compra Antena 3

2.7.1. Contextualización

Para comprender los cambios estructurales que introdujo la compra de Antena 3 por parte de Telefónica es necesario describir cómo estaba la situación previamente en cada una de las plataformas.

Tras el pacto de Nochebuena, Antena 3 se retiró del proyecto de televisión digital liderado por Telefónica y entró en el accionariado de Canal Satélite Digital que quedó configurado de la siguiente forma: 85% Sogecable, 7,5% Antena 3 y 7,5% Gestora de Medios Audiovisuales, éstas dos últimas propiedad de Antonio Asensio.

Gráfico 12

Canal Satélite Digital	
Sogecable	85%
Antena 3	7,50%
GMA	7,50%

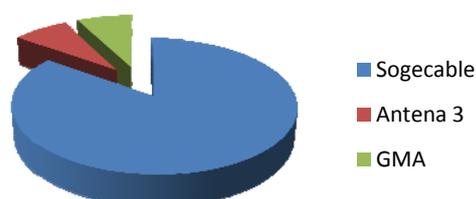


Tabla 35

Por otra parte, con la salida de Antena 3 de la plataforma liderada por Telefónica, Televisa que hasta ese momento tenía un 17% incrementó su participación hasta el 25,5%. De esta forma, el accionariado en marzo de 1997 quedaba configurado de la siguiente manera:

Gráfico 13

Vía Digital	
Telefónica	35,00%
DTH España	25,50%
RTVE	25,50%
Grupo Recoletos	5,00%
Telemadrid	4,00%
TVG	2,00%
Canal 9	2,00%
COPE	0,25%
El Mundo	0,25%
Las Provincias	0,25%
Promociones Periodísticas Leonesas	0,25%
Época	0,10%

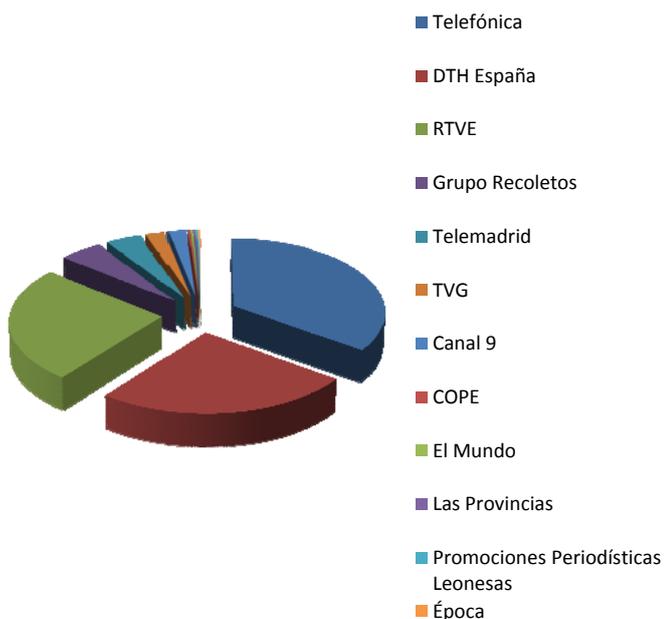


Tabla 36

Con respecto al gráfico anterior, tan sólo especificar que DTH España era la filial española del grupo mexicano Televisa y que la participación de RTVE en este proyecto se hizo a través de TVE Temática.

Unos meses más tarde, a principios de julio de 1997 y pocas semanas antes de la compra de Antena 3, se anuncia una nueva modificación en el accionariado de Vía Digital con la salida del Grupo Recoletos. Esta empresa pone a la venta su 5% por discrepancias con otros dos socios de la plataforma: Televisa y TVE.

Más allá de los cambios estructurales, la salida de Antena 3 del proyecto digital de Telefónica significaba también la pérdida para esta plataforma de los derechos de los clubes de fútbol para la retransmisión de partidos en la modalidad de pago por visión, uno de los contenidos más valorados para este nuevo modelo de televisión.

Por todo ello, la compra de Antena 3 por parte de Telefónica implica importantes modificaciones, tanto a nivel estructural como de contenido. Por un lado, la compañía de Villalonga estará presente en las dos plataformas de televisión digital ya que entrará en Canal Satélite a través del accionariado de Antena 3 y de Gestora de Medios Audiovisuales; y por otro lado, a nivel de contenido, ya que también implicaba la entrada en Audiovisual Sport a través de GMA y con ello, se adueñaba de los derechos de retransmisión de los clubes de fútbol que hasta ese momento pertenecían a GMA.

Desde que Telefónica anuncia la compra de Antena 3, el 23 de julio de 1997, este tema centró la mayoría de las publicaciones de los dos medios que estamos analizando, primero con el hecho de la compra en sí y posteriormente con las reacciones y denuncias que este asunto provocó a nivel mediático y político. A continuación, describimos cómo trataron este tema ambos diarios, desde el 24 de julio hasta el 24 de agosto de ese año.

2.7.2. *El País*

Durante un mes, a partir del 24 de julio de 1997, *El País* publicó casi todos los días alguna noticia sobre la compra de Antena 3, las reacciones que este tema provocó o las denuncias que se interpusieron. En total, cuarenta y cuatro textos, además de destacarse en portada en tres ocasiones. Aunque la mayoría de los textos publicados son informativos, excepto un artículo de opinión, en este mes se dedicaron tres editoriales a este tema a través de los cuales el periódico se posicionó sobre este asunto.

Con respecto a la ubicación y extensión de las noticias, podemos destacar que siempre se publican en la sección de Sociedad y más concretamente, treinta y siete informaciones, en las páginas que dentro de esa sección se dedican a Comunicación, además hay un reparto bastante equitativo con respecto a las páginas pares e impares, ya que diecinueve textos está en página par y los veintiún restantes en impar. Por otro lado, debemos destacar que la mitad

de los textos informativos son de menos de media página, aunque se publican once noticias cuya extensión es de tres cuartos de página y en total, a lo largo de este mes encontramos siete páginas completas y nueve páginas de tres cuartos, lo que pone de manifiesto la importancia que este diario dio a este tema.

Por último llama la atención que la mayoría de las informaciones, veintiséis de ellas, están firmadas por el propio periódico, mientras que las restantes corresponden: una a Agencias y el resto, trece en total, a diferentes periodistas de este diario, entre los que destacan Santiago Carcar con seis noticias firmadas y Xavier Vidal Folch con otras tres.

El primer día analizado sobre esta temática corresponde al 24 de julio cuando *El País* abre su portada con el titular a cuatro columnas: *Telefónica compra las acciones de Asensio en Antena 3*, bajo el antetítulo: *Convulsión en el mapa televisivo español*. Esta información se desarrolla en el interior a través de dos textos, que ocupan la página 26 de Sociedad. El más destacado, ocupa las cuatro columnas de la izquierda y se titula: *Telefónica y los bancos Santander y BCH compran a Asensio el 56% de Antena 3*, y el subtítulo: *La compañía de Villalonga se queda con el 51% de la empresa de Asensio para el fútbol*. Esta noticia se acompaña de una fotografía de 2x3 de Villalonga y Asensio y un gráfico con el accionariado de Antena 3. En el texto se señala que mediante el acuerdo se compra el 56% de las acciones de Antena 3 que pertenecían a Asensio, de las cuales Telefónica adquiere el 25%, “límite máximo legal” y el resto se lo reparten entre los bancos Santander y BCH, y también Telefónica compra el 51% de la sociedad Gestora de Medios Audiovisuales (GMA)⁴⁸⁰.

Tanto en la portada como en el texto anterior se indica que este pacto “tiene amplias consecuencias” porque “además de convertirse en el principal accionista de la cadena de televisión (...) Telefónica va a tener una presencia importante en las dos plataformas digitales a la vez, puesto que Antena 3 y GMA participan con un 7'5% cada una en el capital de Canal Satélite Digital”. Asimismo, se resalta que “la operación negociada por Villalonga con Asensio trata de dar un vuelco a la incómoda situación en la que entró el proyecto digital del Gobierno tras el acuerdo alcanzado en diciembre entre Antena 3 y PRISA para explotar los derechos televisivos de los clubes de fútbol”. Por otro lado, en la columna derecha de esa misma página se ubica la segunda información que se dedica a este tema con el titular: *Un proyecto plagado de bandazos*, donde se repasa la evolución del proyecto Vía Digital desde los primeros contactos de Telefónica con Kirch y la intención de liderar la plataforma TVE.

El día 24 de julio, *El País* también dedica un editorial a este tema: *Seísmo audiovisual*⁴⁸¹, y en el que se mantiene que “el Ejecutivo ha pilotado otra operación que modifica sustancialmente la propiedad de la televisión privada en España (...) Telefónica entra a participar en la televisión

⁴⁸⁰ Véase ANEXO: documentos 153 y 154.

⁴⁸¹ Véase ANEXO: documentos 155. En este editorial también se opina sobre la exigencia de la Comisión Europea al Gobierno español para que modifique la ley digital, pero esta parte ya ha sido desarrollada en el bloque temático correspondiente.

(...) siguiendo estrategias de su Gobierno, en pleno disfrute de un monopolio en la telefonía básica –aún vigente– y con una licencia general de cable”. Además, cree que “la estrategia es demasiado arriesgada empresarialmente, pero muy rentable para el Gobierno” porque “ante las insalvables dificultades de la plataforma gubernamental que comandaba, Telefónica se introduce en la propiedad de su competidor, Canal Satélite Digital, y en Audiovisual Sport, que controla los derechos del fútbol. Un pie en cada plataforma, y eso en nombre de una política que dice luchar contra los monopolios. Lo que Telefónica no había conseguido compitiendo, lo logra con su avasallador potencial monopolístico”. Para concluir, afirmando que “el asfixiante intervencionismo del Gobierno en la comunicación subió ayer un nuevo escalón”.

Un día después, el 25 de julio, este medio publica otros tres textos informativos sobre esta compra y las reacciones que ha provocado, que ocupan casi dos páginas completas: dos de ellos, en la página 25, y el tercero en la página 26. El texto más destacado de la página impar ocupa las cuatro columnas de la izquierda y se titula: *El PSOE dice que Telefónica ha actuado “como un instrumento político del Gobierno”*, con el subtítulo: *El sindicato CCOO pide una investigación parlamentaria sobre la compra de Antena 3*. Aquí se recogen fundamentalmente las reacciones del PSOE, a través de Joaquín Almunia quien mantiene que Asensio “ha recibido presiones fuertes y duras” para que vendiera sus acciones. Debajo de dos fotografías de un módulo de Almunia y Esteve, se incluye un despiece titulado: *Una “operación comercial”, según Rodríguez*, donde se explica la postura del Gobierno a través de su portavoz quien asegura que “no ha intervenido en la negociación” y “desconoce los términos del acuerdo”. El otro texto, de la columna derecha se titula: *Cebrián afirma que el Ejecutivo ha invadido los medios*.

La información sobre este asunto se completa el día 25 con un texto a cuatro columnas, que ocupa algo más de la mitad de la página 26 y se titula: *Telefónica pidió el lunes el apoyo del BCH y Santander para ayudarle a controlar Antena 3*, con el subtítulo: *La cotización de Telefónica en Bolsa cayó ayer más que el índice de Madrid*. En el texto se especifica que a cambio de su participación “los bancos recibieron seguridades de que Antonio Asensio recibiría el dinero necesario para levantar los créditos contraídos con ambas entidades”. En un despiece titulado: *Posible abuso de posición dominante*, se destaca la participación de Telefónica en las dos plataformas.

El día 26 de julio se publican otros dos textos unidos mediante un mismo recuadro en las cuatro columnas de la izquierda de la página 24. La información de la parte superior se titula: *Telefónica cuenta con un cambio en la ley del que podrían beneficiarse sus socios en Antena 3*, y el subtítulo: *Se plantea quitar el tope del 25% en manos de cada dueño y permitir la salida a Bolsa*. En el texto, acompañado de dos gráficos, se especifica que “Telefónica cuenta con que se va a promover un cambio en la ley de televisión privada para eliminar los topes actuales –25% en manos de cada accionista–, lo cual garantizaría que los bancos podrán vender ventajosamente lo que acaban de comprar, incluso a través de la Bolsa” e insiste, afirmando

que “Telefónica ha embarcado a los bancos en esta operación sabiendo que la prohibición legal se va a convertir en papel mojado tan pronto como lo quiera el Gobierno”. Por otro lado, el texto de la parte inferior de esta página se titula: *El PSOE pide que se aclare el papel de los bancos en la toma de una televisión por Telefónica*.

Al día siguiente, el 27 de julio, la opinión de Felipe González sobre la compra de Antena 3 abre la portada de *El País* a dos columnas en la parte izquierda: *González acusa al Gobierno de un control masivo de la televisión*, y el antetítulo: *Califica de “fujimorada” la compra de Antena 3*. Esta información se desarrolla en la página 18, en un texto titulado de forma muy similar y situado en la parte superior izquierda a cuatro columnas. Además, el texto está recuadrado, ocupa algo más de la mitad de la página y lleva una fotografía de Felipe González mostrando dos páginas del diario *El Mundo*. En las declaraciones del ex presidente que aparecen en este texto, mantiene que “hace tres meses el Gobierno legisló sobre la televisión digital y el fútbol diciendo que actuaba “para defender los intereses generales y evitar supuestas prácticas monopolísticas”, y ahora “con la misma cara” justifica y ampara la maniobra de Telefónica diciendo que “son operaciones empresariales””. Asimismo, González cree por “este camino de acoso político y financiero van a llegar a convertir al Grupo PRISA un poco en el símbolo de las luchas por la libertad de expresión” mientras que acusó a *El Mundo* de ser la “hoja parroquial del nuevo Gobierno”, “su particular boletín oficial”⁴⁸².

El día 28 de julio, este diario dedica la columna derecha de la página 20 también a este tema bajo el titular: *López Garrido dice que Telefónica es “el brazo armado del Gobierno”*. En el texto se especifica que López Garrido es el secretario federal de Nueva Izquierda, quien “criticó duramente la acción de Telefónica” y considera que “peligra enormemente la pluralidad de este país”. Al final también se señala que “el actual equipo directivo de Antena 3 presenta hoy su dimisión” y que “José María Mas, procedente de Bancaja y desde hace un mes, secretario general de Telefónica” se apunta como el nuevo presidente de la cadena privada.

Los siguientes textos relacionados también con la compra de Antena 3 corresponden al día 29 de julio de 1997 y ocupan las cuatro columnas de la izquierda en la página 20. En la parte superior, el titulado: *La Comisión Europea examinará la entrada de la Compañía Telefónica en Antena 3 TV*, y el subtítulo: *Dirigentes comunitarios lamentan la “intervención política” en la televisión española*. En concreto se señala que la Comisión examinará el acuerdo y sus repercusiones en los derechos de retransmisión en exclusiva de la Liga y que dicha intervención se acelerará “si hay alguna denuncia por parte de cualquier competidor”. Este texto se acompaña de una fotografía de Karel van Miert, y bajo ella un despiece: *La lupa del comisario*, donde se señala que el acuerdo de Telefónica se estudiará atendiendo al reglamento de concentraciones y al que persigue los abusos de posición. En la parte inferior de

⁴⁸² Véase ANEXO: documentos 156.

la página, aparece otra información que complementa la anterior: *La compra cuesta 62.500 millones de pesetas (375,63 millones de euros)*⁴⁸³.

Al día siguiente, el 30 de julio se publican dos textos más: uno en la columna derecha de la página 30 titulado: *El Santander dice que Antena 3 le cuesta un 12% más de lo notificado*, donde se cuenta que en la comunicación enviada a la Comisión Nacional del Mercado de Valores se cometió un error, por lo que se ha mandado un segundo informe en el que se indica que el desembolso del Banco Santander ha sido de 10.700 millones (64,3 millones de euros); el otro texto se sitúa en las tres columnas centrales de esa misma página, en la mitad inferior y se refiere a la presentación de Vía Digital. Esta segunda información se titula: *Vía Digital no explica qué cine tiene contratado al anunciar 35 canales*, y el subtítulo: *Cambia un 31% de las acciones, de las que TV 3 asume el 5%*. En el texto se describe el acto de presentación pública de los canales donde se señaló que el “paquete básico incluirá la programación de seis televisiones autonómicas, tres canales de información (...) y muchos canales especializados en cine, pero no dijo que contratos tiene cerrados”, ofrecerá “dos canales deportivos, dos de documentales y dos infantiles, además de un canal de telenovelas y otro de información financiera”.

El último texto que sobre este tema publica *El País* en julio aparece el día 31, en la mitad superior de la columna derecha de la página 23 bajo el titular: *La CMT decide pedir información sobre la venta de Antena 3*. Aquí se anuncia que la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones “emprende un seguimiento” de la operación señalando que se ha abierto un periodo para solicitar información.

Ya en agosto de 1997, este diario continúa publicando noticias sobre las reacciones que ha provocado la compra de Antena 3. En concreto, el día 1 de ese mes, dedica una página y media a dos denuncias sobre la compra de la televisión privada, además de destacarlo en la portada de ese día, en las dos columnas de la derecha: *Tele 5 y Canal Satélite Digital cuestionan la legalidad de la compra de Antena 3*, con el antetítulo: *Sogecable denuncia a Telefónica ante Bruselas*. En la página 22 se titula a cinco columnas: *La compra de Antena 3, denunciada ante la UE*, con el subtítulo: *Canal Satélite mantiene que la operación de Telefónica constituye un abuso de posición dominante*. Este texto se acompaña de una fotografía de Asensio y Villalonga tras el acuerdo y un gráfico de 3x2 sobre la posición de Telefónica en Antena 3 y en la TV digital. En esta noticia se destaca que para Canal Satélite “la operación constituye un abuso de posición, que da lugar a prácticas contrarias a la libre competencia” y su escrito de queja ante la Comisión dice que “Telefónica intenta extender la posición dominante de la que disfruta en el mercado del cable al mercado adyacente de la televisión digital por satélite”⁴⁸⁴. Por otro lado, la queja de Tele 5 ocupa la mitad superior de la página 23, a cuatro columnas: *Tele 5 denuncia que Telefónica sea accionista al mismo tiempo*

⁴⁸³ Véase ANEXO: documentos 157.

⁴⁸⁴ Véase ANEXO: documentos 158.

de *Antena 3* y de *Sofres*, con el subtítulo: *Pide al Gobierno que defienda la neutralidad del sistema de medición de audiencias*. En esta información se explica que Telefónica es accionista con un 25% de *Sofres*, la entidad encargada de medir las audiencias de las televisiones.

Junto a la información de la denuncia de *Tele 5* aparece otro texto, en la mitad superior de la columna derecha titulado: *El consejo de TV-3 rompe su unidad por culpa de Vía Digital*, donde se señala que “el detonante es la decisión adoptada por el director general” de *TV 3* de integrarse con un 5% en la “futura plataforma gubernamental”, una decisión que “sólo pudo aprobarse por mayoría simple”.

Un día después, el 2 de agosto, se vuelven a publicar otros cuatro textos, dos de los cuales hacen referencia a informaciones del día anterior. Así en las tres columnas centrales de la página 19 y ocupando dos tercios se titula: *PSC e IC afirman que TV3 entra en Vía Digital por presiones políticas*, con el subtítulo: *Consideran que la operación responde a un pacto Pujol-Aznar*. Estos eran precisamente los consejeros que rompieron la unanimidad en el Consejo de *TV3*. Debajo de esta noticia y a cuatro columnas aparece otra en la que se recoge un comunicado de *Tele 5* con el titular: *Tele 5 reitera la necesidad de que el Ejecutivo suspenda la compra de Antena 3 por Telefónica*. También en esa página, pero en la parte inferior de la columna derecha, hay otro texto: *Telefónica se integra en el capital de Lolafilms*, donde se señala que pasará a controlar un 35% de la productora.

El cuarto texto del día 2 de agosto ocupa la página 20 excepto la mitad inferior izquierda y el módulo inferior de toda la página que está dedicado a anuncios. El titular de esta información es: *En manos de Arias Salgado*, con el subtítulo: *La venta de Antena 3 Televisión plantea numerosos interrogantes legales a los que deberá responder el Ministro de Fomento*. En este texto, que tiene dos fotografías de un módulo de *Villalonga* y *Arias Salgado*, se señala que el Ministerio de Fomento “debe revisar la legalidad de la operación y dar en función de ello su autorización” y también es “quien ha autorizado la subida de las tarifas que Telefónica aplicará en 1998” y “quien determina el régimen de explotación, hasta ahora de monopolio, de la compañía”. Por ello, se plantean algunos interrogantes que debe responder como: “¿Se corresponde la entrada en el negocio de la televisión generalista con el objeto social de Telefónica?”; “¿Es posible ser accionista de las dos plataformas?”; “¿Cómo es posible que Telefónica garantice al *BCH* y *Banco Santander* que les comprará todas sus acciones en *Antena 3* y con precio pactado?”.

Tres días más tarde, el 5 de agosto, este diario publica un extenso artículo de opinión que ocupa casi toda la página 20, firmado por *Enrique Bustamante* y titulado: *Una “operación comercial”*. En este texto, su autor considera la compra de *Antena 3* “una pésima noticia para todos los demócratas de este país” porque “viene a confirmar la decisión, la firmeza, la audacia incluso del Gobierno de *Aznar* y del Partido Popular en el control y el sojuzgamiento de los grandes medios de comunicación españoles”. Analiza todos los medios de comunicación y

afirma que “si se suman los medios estatales gubernamentalizados, los medios privados entusiastas y los medios controlados a través de las empresas públicas privatizadas o en proceso de serlo, es casi toda la arquitectura de la comunicación social en España la que queda bajo el control del Gobierno de Aznar”, por lo que asegura que “estamos ante un proceso de politización de la comunicación española”⁴⁸⁵.

Varios días después, el 8 de agosto, este diario anuncia en su página 20, recuadrada y a cuatro columnas: *Fomento autorizó la compra de Antena 3 por Telefónica antes de cerrarse la operación*, con el subtítulo: *Un documento oficial dice que fue aprobada el 24 de julio y el acuerdo se alcanzó el 25*. Este texto se acompaña de una foto de la copia del documento y un gráfico con los accionistas de Antena 3 antes de la venta y debajo un pie de foto titulado: *Celeridad contra complejidad*, donde se señala que “la compleja operación de compra de Antena 3, en cuyo capital participaban un buen puñado de sociedades choca con la celeridad con la que se ha autorizado la operación”. Y en el texto, se pregunta: “¿Cómo es posible que Fomento autorizara una operación aún no cerrada, antes incluso de que recibiera información definitiva sobre la misma la Comisión Nacional del Mercado de Valores, el órgano al que debían informar las tres empresas con presencia en la Bolsa implicadas en la compra?”. El texto se completa con un despiece titulado: *¿Una “operación comercial”?*⁴⁸⁶

A esta autorización de Fomento le dedica *El País* un editorial de ese 8 de agosto titulado: *Fomento vertiginoso*, donde se sostiene que con la autorización “se percibe más claramente que el Gobierno no sólo estaba al *tanto*, sino al *mando* de la misma: orientando y facilitando la negociación” porque “se sabe por el minucioso relato de los adalides de la operación, que el complejo acuerdo se alcanzó en la madrugada del 24 al 25. Pero el documento de Fomento precisa que el expediente de autorización fue resuelto el 24”. Esto significa que “el Gobierno dio el visto bueno político – además del registral – un día antes de que vendedor y comprador fijaran las condiciones cuya adecuación a la ley debía verificar el Gobierno”⁴⁸⁷.

Tras ese anuncio de la autorización de Fomento, el día 9 se convierte en noticia las reacciones políticas que ésta produjo, en un texto a cuatro columnas en la página 20 con el titular: *Rato dice que “no puede comentar” la previa aprobación de Fomento a la compra de Antena 3*, y el subtítulo: *PSOE e Izquierda Unida creen que el Gobierno estuvo detrás de la operación*. Es el día 12 cuando *El País* recoge la explicación de Fomento a través de dos textos que ocupan la mitad superior de la página 19. El más destacado a cuatro columnas y con una fotografía de un módulo de Arias-Salgado, se titula: *Fomento dice ahora que el visto bueno a la venta de Antena 3 fue solo una “autorización previa”*, y con el subtítulo: *La inscripción se cerró con los datos que aportaron las empresas mientras negociaban*. En esta información se recoge un comunicado de Fomento en el que se insiste que se trataba de “una autorización previa y no

⁴⁸⁵ Véase ANEXO: documentos 159.

⁴⁸⁶ Véase ANEXO: documentos 160.

⁴⁸⁷ Véase ANEXO: documentos 161.

una aprobación de una operación ya realizada⁴⁸⁸. El otro texto está en la columna derecha con el titular: *El PSOE tacha de “estrambótica” la explicación del Gobierno*.

Un día después, el 13 de agosto, este diario dedica toda su página 19 a la operación de compra de Antena 3 mediante tres textos. El principal ocupa cuatro columnas y más de la mitad de la página y se acompaña con una foto de archivo de 2x3 de Arias Salgado y el comisario Van Miert. En este texto se informa: *La Comisión Europea abre la investigación sobre la compra de Antena 3 por Telefónica*, y en el subtítulo se especifica: *Bruselas exige a Fomento explicaciones sobre la legalidad de la operación*. En esta noticia se señala que “el Gobierno se arriesga también a que la Comisión, tras abrir un procedimiento de infracción, adopte medidas provisionales urgentes que le obliguen a suspender la autorización previa de la operación de venta, si es que ha sido ya formalmente otorgada”. Debajo de este texto aparece otro titulado: *Fomento replica, pero no explica*, donde se informa de que el ministerio de Fomento ha enviado un comunicado en respuesta a la carta de la Comisión y donde se recoge que “se adjudica la contestación, pero señalando que no es su departamento el responsable de las irregularidades, si es que se hubieran cometido”. Finalmente, la página la completa el texto de la columna derecha en el que se describen las ramas de negocio de Telefónica bajo el titular: *Un gigante omnipresente en el sector audiovisual*.

El día 13 de agosto, este tema vuelve a centrar la atención del diario, al que le dedica de nuevo dos textos ubicados en la página 20. El más destacado ocupa casi tres cuartos de la página y está titulado a cuatro columnas: *Telefónica vulnera la Ley de TV Privada al admitir que controla Antena 3 con sólo el 25% del capital*, y lleva el subtítulo: *En su informe a la CNMV, la compañía reconoce un riesgo superior a los 80.000 millones*. En este texto, que está ilustrado con un gráfico en el que se representa la posición de Telefónica en Antena 3 y en la TV digital, se explica que “la compra del 25% de las acciones de Antena 3, por las que ha pagado 25.984 millones, le otorga el control absoluto de la sociedad” por lo que “designará la mayoría de los miembros del consejo de Antena 3 y de la comisión ejecutiva”. *El País* argumenta que este anuncio “propio de un accionista con mayoría en el capital (51%), sólo se entiende a la luz de los compromisos alcanzados entre Telefónica y los bancos Santander y BCH, pero vulnera la legislación vigente”. Esta información se completa con otro texto situado en la columna de la derecha y titulado: *La compra se “formalizó” el pasado día 7*, en el cual se explica que según el informe remitido por Telefónica a la CNMV los “últimos documentos contractuales se formalizaron el siete de agosto” lo que confirmaría que “el Ministerio de Fomento autorizó la operación mucho antes de que el acuerdo estuviera cerrado en todos sus términos, dando por buena la información que le proporcionaron las empresas” a finales de julio.

Un día después, este tema vuelve a ocupar toda la página 20, con otros dos textos. El más destacado ocupa cuatro columnas y se titula: *La Comisión Europea impide a Telefónica tomar el control de Antena 3 Televisión*, y con el subtítulo: *Bruselas bloquea la venta de los derechos*

⁴⁸⁸ Véase ANEXO: documentos 162.

de *fútbol de Audiovisual Sport a Vía Digital*. El texto se acompaña de una reproducción de la carta enviada a Telefónica y un despiece en el que se recoge el texto íntegro de esa carta: “*La CE no aceptará hechos consumados*”. La columna derecha lo ocupa otro texto: *Llueve sobre mojado*, en el que se dice que la dura advertencia de la Comisión “supone un nuevo contratiempo para el Gobierno, inspirador de la operación, y otro encontronazo con las autoridades comunitarias”.⁴⁸⁹

Esa nueva advertencia de la Comisión también se convierte en el tema de un editorial del día 14 de agosto titulado: *Otra advertencia*. En este texto, el diario dice que “una vez más, la Comisión Europea tiene que intervenir, entre sorprendida y alarmada, para advertir a España que en la Unión Europea hay que respetar las reglas y que no se admiten los desafueros. El motivo también se repite: la televisión digital y los derechos del fútbol televisado”. Asimismo, señala que “Telefónica tiene que frenar sus ímpetus, tan aplaudidos y secundados desde el Ministerio de Fomento, avalista de lujo en la autorización de la compra-venta”. Al final, se pregunta: “¿Sería posible que en este caso, y por una vez, se olvidara la prepotencia y se escuchara a Bruselas?”⁴⁹⁰.

El día 15 de agosto, este diario publica cinco nuevos textos, tres en la página 18 y dos en la página 19 bajo el encabezamiento: “La batalla audiovisual” y una entradilla común a cinco columnas titulada: *El proyecto del Gobierno*, donde se destaca: “la batalla audiovisual arrecia: Telefónica decidió ayer ignorar las advertencias de Bruselas (...) cuestionó la competencia de la Comisión Europea para supervisar sus compras y amenazó con emprender acciones legales”. El texto más destacado de la página 18 está titulado a cuatro columnas: *Telefónica desafía a Bruselas y cuestiona su competencia para intervenir en sus operaciones*, con el subtítulo: *La compañía amenaza con emprender acciones legales contra la Comisión Europea*. En esta información que se acompaña de una fotografía de 3x2 en el centro se dice que “Telefónica ha decidido seguir al pie de la letra la estrategia de enfrentamiento con Bruselas iniciada por el Gobierno a propósito de la *ley de televisión digital*”, “en abierta rebeldía a las recomendaciones comunitarias y menosprecio a sus funciones”. Los otros dos textos complementan al anterior: el de la parte inferior recoge las declaraciones del vicepresidente bajo el titular: *Cascos reconoce que los movimientos en el sector audiovisual responden a “un proyecto del Gobierno”*, y la otra información, en la columna derecha, cita las opiniones del director general de Canal Satélite Digital con el titular: *Ferrús critica la “posición dominante” de Telefónica*.

En la página 19 encontramos los dos textos restantes, el más destacado a cuatro columnas y bajo el titular: *Bruselas ha impedido la toma de control de Antena 3 por Telefónica dada su “gravidad”* y el subtítulo: *La Comisión Europea asegura que “mantiene su competencia sobre la operación”*. Por otro lado, el segundo texto que aparece en esta página está ubicado en la

⁴⁸⁹ Véase ANEXO: documentos 163.

⁴⁹⁰ Véase ANEXO: documentos 164.

columna de la izquierda y se titula: *El PSOE pide la comparecencia de Villalonga en el Congreso* y se explica que esta solicitud es para que “informe ante la Comisión de Infraestructuras de la adquisición del 25% de Antena 3 Televisión y de los objetivos de la operación”.

El día 18 de agosto se reúnen en un texto situado en la columna derecha de la página 20 y bajo una fotografía de un módulo de Cascos, varias declaraciones y acciones del Gobierno para justificar su apoyo a la compra de Antena 3, con el titular: *De “operación comercial” a “proyecto del Gobierno”*.

El punto final en la operación de compra de Antena 3 lo ponen las informaciones del día 19 y 20 de agosto. En primer lugar, el día 19 se publican dos textos que ocupan la página 20 bajo una entrada común a cinco columnas titulada: *La batalla audiovisual*. El texto más destacado se titula a cuatro columnas: *Telefónica materializa la toma de control de Antena 3 y nombra al 50% de sus consejeros*, y con el subtítulo: *La operación vulnera el artículo 23 de la Ley de Televisión Privada*. Este texto aparece debajo de una fotografía de 2x4 del nuevo consejo de Antena 3, y en él se señala que “Telefónica cumplió ayer su decisión de tomar el control absoluto de Antena 3” ya que “en abierta contradicción con la Ley de Televisión Privada en vigor la compañía que preside Juan Villalonga nombró ayer cinco de los 10 miembros del nuevo Consejo de Administración de la cadena” lo que “equivale al 50% del capital de la sociedad” y vulnera el artículo 23 de dicha ley. Además, esta noticia lleva un despiece titulado: *Los hombres de la compañía*, en el que se nombran todos los consejeros. El otro texto del día 19 se sitúa en la columna derecha y se titula: *Cascos avala las promesas de Villalonga*, y en él se recogen declaraciones del vicepresidente en las que reconoce que “hay una puerta abierta” a posibles cambios en la Ley de Televisión Privada, algo que es “condición indispensable para que Telefónica cumpla la palabra dada a las entidades financieras: garantizar la inversión de 19.000 millones y sacar a bolsa Antena 3”⁴⁹¹.

Por último, tras el nombramiento del nuevo consejo de Antena 3, la reacción de Bruselas se recoge en *El País* el día 20, en un texto situado en la parte superior de la página y titulado a cuatro columnas: *Bruselas convoca a Telefónica para que explique con detalle su entrada en Antena 3 Televisión*, y con el subtítulo: *La compañía rectifica y acepta la supervisión de la Comisión Europea en la compra*. En el texto, acompañado de una fotografía de un módulo de Villalonga, se señala que “es un evidente giro respecto a lo manifestado el pasado jueves, cuando cuestionó las competencias de la Comisión sobre la operación e incluso amenazó con acciones legales al Ejecutivo comunitario, Telefónica ha atendido la solicitud de Bruselas de informar sobre los acuerdos adoptados”⁴⁹².

⁴⁹¹ Véase ANEXO: documentos 165.

⁴⁹² Véase ANEXO: documentos 166.

2.7.3. *El Mundo*

A partir del 24 de julio de 1997, *El Mundo* publicó un total de cuarenta textos sobre la compra de Antena 3 y las reacciones que este asunto provocó a nivel político, empresarial y social. En concreto, desde el 24 de julio al 24 de agosto, este diario dedicó veintinueve noticias, seis artículos de opinión, dos editoriales y otros tres sueltos sin firma que también reflejan la posición del propio periódico, además de destacar este tema en portada en dos ocasiones.

Con respecto a la ubicación, encontramos las informaciones y opiniones repartidas en diferentes secciones: diez noticias y dos artículos en Sociedad, tres informaciones y un artículo de opinión en España, otras quince noticias en Comunicación, un artículo de opinión en Economía, un reportaje en el suplemento Crónica y los editoriales y el resto de artículos en Opinión. Por ello, lo más destacado es que estas informaciones abrieron sus respectivas secciones en cinco ocasiones: tres veces en Sociedad, una en España y por último el suplemento Crónica.

Además, este diario también se valió de la extensión de sus textos para destacar este asunto. De esta forma, encontramos tres informaciones de página completa, cinco de tres cuartos de página y un reportaje de tres páginas. El resto de textos informativos, corresponde a seis noticias de media página y otras catorce de columna.

Por último, con respecto a la autoría de sus informaciones, más de la mitad de sus textos están sin firmar mientras que tan sólo doce corresponden a diferentes periodistas del diario, entre los que destaca Casimiro García Abadillo y Mirta Dragó con tres noticias cada uno. Sin embargo, lo más destacado es que uno de estos mismos periodistas, en concreto Casimiro García Abadillo firma uno de los artículos de opinión bajo el titular: *Del pacto de Nochebuena al de Santiago*.

Con respecto al tratamiento y la descripción que este diario hizo de este asunto, debemos situarnos en primer lugar en el día 24 de julio cuando *El Mundo* publica dos textos sobre la compra de Antena 3, uno informativo y otro de opinión, abriendo la sección de Sociedad, en la página 21. El texto más destacado es el informativo, titulado a cuatro columnas: *Telefónica ultima la compra del paquete de control de Antena 3*, y con el subtítulo: *Asensio vende también el 51% de Gestora de Medios Audiovisuales*. Mientras, el texto de opinión se encuentra en la columna derecha: *Del pacto de Nochebuena al de Santiago*, firmado por C. García-Abadillo. Ambos textos, se engloban dentro de la misma temática con un antetítulo común a cinco columnas: *Los bancos BCH y Banesto, permanecen en la cadena con un 25% cada uno – El desembolso de Telefónica y de las entidades bancarias ascienden a 51.000 millones de pesetas (306,52 millones de euros) – La empresa televisiva ha sido valorada en 92.000 millones (552,93 millones de euros)*.

Además de los datos aportados en los elementos del titular, en el texto informativo se explica que “la operación implica la salida del accionariado de Antonio Asensio y su dimisión como presidente de la cadena privada de TV”, y que la entrada en GMA “permitirá a Vía Digital tener opción a los derechos de retransmisión de la liga de fútbol”. Asimismo, se señala que esta operación “se enmarca en la estrategia de las grandes operadoras del mundo a estar presentes en los medios de difusión” y que el cambio de gestión en Antena 3 y GMA “implica un viraje inmediato en el nuevo negocio de la televisión digital, puesto que la cadena participa en la plataforma impulsada por el Grupo Prisa”. Por su parte, García-Abadillo mantiene en su artículo que este acuerdo “es el cambio del cambio”, “un movimiento empresarial que ha dejado boquiabierto a casi todo el mundo y que ha aterrorizado a unos cuantos”, “una auténtica revolución en el equilibrio de poder”. Del mismo modo, considera “que si el Pacto de Nochebuena significó una derrota para el Gobierno, el “acuerdo de Santiago” supone para Aznar una victoria en toda regla” ya que Telefónica “se hace con una participación en la sociedad que controla los derechos del fútbol y entra de rondón en Canal Satélite Digital (...), Jesús Polanco va a tener sentado en su consejo a sus más directos rivales”⁴⁹³.

Al día siguiente, las reacciones a este acuerdo abren la portada de *El Mundo* a cuatro columnas y con una fotografía en el centro de Asensio y Villalonga: *La entrada de Telefónica en Antena 3 desata las iras del PSOE y Polanco*. Esta información abre también la sección de Sociedad y se completa con tres textos más que ocupan las páginas 23 y 24 casi por completo. En la página 22, la primera de Sociedad, hay un único texto a cinco columnas similar al de portada: *La entrada de Telefónica en Antena 3 provoca la respuesta airada del PSOE y del Grupo Prisa*, completado con el antetítulo: *Telefónica controlará el 25% de Antena 3; el BCH, el 23%, y Banesto, el 20% - El PSOE dice que la operación supone una regresión de la democracia y Cebrián la achaca a una maniobra de Aznar a través de su amigo Juan Villalonga*, y con el subtítulo: *Compra junto a BCH y Banesto el 43'7 de la cadena de TV por 41.500 millones (249,42 millones de euros)*. Este texto se acompaña de una fotografía en el centro de la página de Asensio y Villalonga de 2x3 y un despiece en la parte inferior: *La operación, a examen*, donde se explica que la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones se comprometió a estudiar la operación de compra⁴⁹⁴.

En la página 23 hay dos textos bajo un destacado en la parte superior de la misma que dice: “El BBV se mostró de acuerdo con la entrada del Santander y el Central Hispano en Antena 3. Narcís Serra critica a Villalonga por comprar una cadena “asociada con los medios que se oponen al Gobierno””. El texto más destacado de esta página ocupa cuatro columnas y más de la mitad superior: *Rodríguez afirma que los socialistas tienen dos varas de medir las operaciones comerciales*, con el subtítulo: *El cambio en Antena 3 sorprendió a directivos de la comunicación y la política*. El otro texto ocupaba la mitad de la columna derecha y se titulaba:

⁴⁹³ Véase ANEXO: documentos 167.

⁴⁹⁴ Véase ANEXO: documentos 168 y 169.

El Gobierno aprueba la entrada de Itochu en Vía Digital, con el subtítulo: *La sociedad japonesa es accionista de la plataforma Perfect TV y pertenece al primer operador mundial, NTT.*

La página 24 de ese día, 25 de julio, la ocupa por completo un texto de opinión firmado por Jesús Cacho con el título: *Al cacique del felipismo ya no le canta el canario*, y bajo el encabezamiento: “Telefónica desembarca en A-3”. Esta página se agiliza visualmente con tres fotografías en la parte derecha: una de Villalonga, en la parte superior, y bajo ellas las otras dos: una de Asensio y otra de Polanco. En su artículo, Jesús Cacho afirma que los siete meses transcurridos entre el Pacto de Nochebuena y la compra de Antena 3 han sido “cruciales para el diseño del futuro mapa de los medios de comunicación de este país y para el pluralismo informativo”. Además, cuenta que “Juan Villalonga cometió en diciembre pasado un error de bulto” pero “a partir de enero el Gobierno reaccionó por fin tratando de oponerse al monopolio de Polanco con dos leyes mal engendradas y peor paridas (...) que a pesar de todo hicieron mella”. Narra la estrategia de Villalonga y al final brinda por el presidente de Telefónica “que ha protagonizado un golpe cuya importancia el tiempo irá dimensionando” pero que ha conseguido que “el revolcón de Bruselas haya perdido automáticamente su importancia con este acuerdo”⁴⁹⁵.

Ese mismo día, *El Mundo* también dedica un editorial a este asunto bajo el titular: *El futuro de Antena 3* y donde el diario considera la operación de compra “absolutamente coherente desde el punto de vista empresarial” y “prometedora para el reforzamiento del pluralismo informativo y el reequilibrio del mapa de los medios en España”. Además, afirma “que tiene inevitable trascendencia política” pero que “no estamos ante una operación de origen y gestación políticos”. Después de valorar positivamente esta compra para todos los sectores, señala que “lo único objetable con fundamento sería la presencia de Telefónica en las dos plataformas digitales como secuela del pacto Asensio- Polanco” y se dan varias opciones: “la solución más obvia sería poner a la venta ese 15% de Canal Satélite, pero también cabría utilizarlo como palanca de una negociación para llegar a la salida razonable que siempre ha defendido EL MUNDO: una única plataforma en la que nadie tenga el dominio sobre los demás y que sirva de soporte neutral a los contenidos más plurales posibles”. Junto a este editorial, hay una viñeta firmada por Idígoras y Pachi, en las que tras los últimos problemas se ve a Polanco llamando al teléfono de la esperanza⁴⁹⁶.

Un día después, el 26 de julio, este diario dedica de nuevo dos páginas completas a este tema a través de tres textos informativos y un texto de opinión. En la página 19 que abre la sección de Sociedad, hay dos textos bajo un mismo antetítulo a cinco columnas: *El presidente de Vía Digital reitera su oferta para emitir por la plataforma partidos de fútbol en la modalidad de “pago por consumo” – Valora positivamente la entrada de una “multinacional española” en la cadena de televisión de Antena 3.* Bajo este antetítulo aparece una fotografía a cuatro columnas de

⁴⁹⁵ Véase ANEXO: documento 170.

⁴⁹⁶ Véase ANEXO: documento 171.

Asensio y Villalonga tras la firma y debajo el texto titulado: *Telefónica sólo apostará por la plataforma Vía Digital*, y el subtítulo: *Pedro Pérez asegura que la operadora tendrá “los dos pies” en esa sociedad*. El otro texto de esta página está en la parte inferior de la página, en las tres columnas de la derecha con el titular: *José María Mas, nuevo presidente de Antena 3*, donde se anuncia que el secretario general de Telefónica asumirá la presidencia⁴⁹⁷.

En la página 20 se encuentra el otro texto informativo de ese día bajo el encabezamiento: “Telefónica desembarca en A-3”. El texto ocupa las dos columnas de la izquierda con el titular: *Trece meses, dos alianzas y una revolución*, y con el subtítulo: *Villalonga ha privatizado Telefónica, ha formado equipo con British Telecom y MCI, y se ha asegurado la TV digital*. Aquí se hace un repaso a la trayectoria de Villalonga desde su llegada a la presidencia de Telefónica el 7 de junio de 1996. Por lo que respecta a la televisión digital se dice que Villalonga ha logrado que “Telefónica estrenará en el próximo septiembre Vía Digital con *fútbol de primera*”. En las tres columnas restantes, hay tres fotografías con pie de foto encasillado en las que se recoge: la primera aparición en la noche del acuerdo, la firma nueve horas después y el abrazo final de Villalonga y Asensio y se cuenta esa larga espera hasta que concluyeron las negociaciones a altas horas de la madrugada⁴⁹⁸.

El texto de opinión del día 26 de julio no tiene firma, aparece en la página 3 y se titula: *El PSOE vuelve a quedarse solo en defensa del bolsillo de Polanco*. Aquí se mantiene que “es una lástima que la prometedora nueva dirección del PSOE vuelva a encallar en el arrecife de siempre”, “ha bastado que la “convulsión” por la entrada de Telefónica en Antena 3 llegue al bolsillo de Polanco para que reaparezcan los tics gregarios del felipismo puro y duro”, “el PSOE ha vuelto a comportarse como brazo político del grupo Prisa y sus multimillonarios socios”⁴⁹⁹.

Un día después, el 27 de julio, *El Mundo* abre de nuevo la portada con las reacciones del PSOE ante la compra de Antena 3. En esta ocasión bajo una fotografía de 3x4 de Felipe González con dos páginas de este diario se titula: *González equipara la compra de Antena 3 a las medidas dictatoriales de Fujimori*, y el subtítulo: *Presenta a Polanco como ‘símbolo de la libertad de expresión’ – Exhibe aparatosamente páginas atrasadas de EL MUNDO para acusarlo de ser el ‘guionista’ del nuevo mapa mediático español*. Estas declaraciones de Felipe González, junto a otros dos textos informativos más, se desarrollan en la página 6 que abre la sección de España y que presenta un antetítulo común a cinco columnas: *Asegura que el grupo Prisa se va a convertir en “el símbolo de la libertad de expresión” – Dice que el Gobierno ha cumplido las “amenazas de Rodríguez y “ha puesto en marcha todas las baterías” – Bromea sobre la supuesta compra de Tele 5*. El texto más destacado de esta página es el que recoge las declaraciones de González que ocupa cuatro columnas y se acompaña de una fotografía del ex presidente. Los otros dos textos se sitúan en la columna derecha, uno en la mitad

⁴⁹⁷ Véase ANEXO: documento 172.

⁴⁹⁸ Véase ANEXO: documento 173.

⁴⁹⁹ Véase ANEXO: documento 174.

superior: Cisneros: “*La P del PSOE no es de Partido, es de Prisa*”, y el otro en la parte inferior: *Anguita recuerda que la postura de IU no ha cambiado*⁵⁰⁰.

Además de los tres textos anteriores, el 27 de julio también se dedica el editorial a las declaraciones de Felipe González: *Un cruzado llamado González*. En este texto el diario mantiene que “ni siquiera Polanco defiende sus propios intereses con tanto entusiasmo y agresividad como el ex secretario del PSOE” quien “ha elegido como campeón de la libertad al empresario que ha monopolizado la televisión de pago en España por concesiones administrativas”. Afirma que Felipe González “ha ligado, hace mucho tiempo, su suerte política a la del imperio de Polanco, al que defiende a capa y espada”, “trueno ante la opinión pública con la infantil pretensión de hacer creer a los ciudadanos que quien toca los intereses económicos de Prisa amenaza la libertad de expresión” por lo que “Polanco debería condecorar a este fiel cruzado que se está quedando sólo en la causa de Prisa” mientras “el resto de las fuerzas políticas ven en la entrada de Telefónica una gran oportunidad para Antena 3 más que una catástrofe para la democracia”. Junto al editorial hay una viñeta de Idígoras y Pachi titulada *La Cabina*, en la que se ve a alguien atrapado en una cabina de Telefónica, y cuando un hombre pregunta: “¿Es José Luis López Vázquez?”, otro responde: “No, es Felipe González”⁵⁰¹.

En la misma página que el editorial y la viñeta anterior hay otro texto de opinión firmado por Fermín Bocos y titulado: *Guerras de generales*. El autor considera que se asiste a una nueva batalla en la que “cuando se habla de libertad de expresión, en realidad quieren decir, ambición de poder” y en la que las verdaderas víctimas son: “los soldados, los cronistas, columnistas o tertulianos de a pie que, ya digo, ingenuamente, aspiran a la coherencia de lo que dicen o escriben”.

También el día 27 de julio, este diario dedica a la compra de Antena 3 un reportaje en el suplemento *Crónica* de tres páginas y una de las cartas que Pedro J. Ramírez publica en su espacio “Cartas del director”. El reportaje se titula *El desquite* y se presenta bajo la introducción: “Siete meses después de que Antonio Asensio rompiera sus compromisos con la plataforma liderada por Telefónica y se llevara con él y con Polanco los derechos televisivos del fútbol, Villalonga se ha tomado el desquite. Con la compra de la mayoría de Antena 3, Telefónica será parte y juez de la batalla digital”. Por su parte, el texto del director ocupa la página 3 y una columna de la página 4 y se titula: *Un nuevo actor entra en escena*, donde Pedro J. Ramírez califica la operación de “brillantez y coherencia empresarial” y considera que “supone más que una *convulsión*, una notable ampliación del escenario de los medios de comunicación”⁵⁰².

⁵⁰⁰ Véase ANEXO: documento 175.

⁵⁰¹ Véase ANEXO: documento 176.

⁵⁰² Véase ANEXO: documentos 177, 178, 179, 180 y 181.

Al día siguiente, el 28 de julio, en la mitad superior de la página 28, a cuatro columnas, se publica otro texto de opinión sobre las declaraciones de González. Este artículo lo firma Aurora Pavón y se titula: *González, a la chepa de Polanco*. En el texto, se afirma que González “ha salido a defender a Polanco y a ponerle un pedestal para que se exhiba el editor como paladín, mártir y víctima de la libertad de expresión”, “presenta a Polanco como sor Teresa de la libertad, y habla de Aznar como si fuera el *golpista* Fujimori”, “González anda subido a la chepa de Polanco y no se quiere bajar, porque quiere que el editor lo lleve, a caballito, hasta la puerta de La Moncloa”. Pero también afirma que “Aznar y el PP quieren tener más y más y contar con un grupo de comunicación aliado, como el que González tiene en Prisa a la vista está, como se ve en el golpe de Telefónica, en la ley del fútbol y en la de la televisión digital”.

El 29 de julio, *El Mundo* presenta de nuevo dos textos más: uno informativo y otro de opinión. El primero en la sección de Sociedad, en la página 23, con el cintillo “Comunicación”, ocupando las cuatro columnas de la izquierda: *La cadena catalana TV3 ultima su entrada en Vía Digital con un 5% de las acciones*, y con el subtítulo: *La plataforma presenta hoy su oferta de programación con 35 canales*. Con respecto a lo anunciado en el titular, el texto especifica que TV3 pide “ciertas garantías para la industria catalana, así como la protección del idioma” y que con este acuerdo “la operadora reduce así su participación de un 35% inicial a un 30%, en el proceso de adaptación a la ley de televisión digital que fija un límite máximo de un 25%”. Además, en la información se detallan los paquetes que componen la oferta básica de Vía Digital y a cuya campaña televisiva “han respondido cerca de 900.000 personas” de las que unas “70.000 corresponden a personas que han mostrado su interés por abonarse”. Este texto lleva una fotografía de 2x3 de Asensio y Villalonga y debajo un despiece titulado: *Villalonga defiende la entrada en Antena 3*.

El texto de opinión del día 29 de julio aparece en la sección de Economía en la página 27, en la columna izquierda. Se titula: *¿Duopolio mediático?*, y lo firma Juan Francisco Martín Seco. Su autor mantiene que la estrategia de defender la operación de compra de Antena 3 por su carácter estrictamente comercial es equivocada ya que “es difícil creer que algo que afecte a los medios de comunicación se halle desgajado de la política” y “que en principio no hay nada malo en que se trate de una operación política, todo depende de la finalidad y de los resultados”. Por eso señala que “el problema en este momento es descubrir cuáles son las intenciones del Partido Popular y del Gobierno” y se pregunta: “¿Pretende simplemente desmontar el tinglado mediático anterior o construir el suyo propio copiando miméticamente una vez más la manera de actuar del Partido Socialista?”.

Por último, en el mes de julio, el día 30, *El Mundo* publica tres nuevos textos, esta vez dedicados a la presentación de la oferta de los contenidos de Vía Digital, además de destacarlo en portada. De los textos, dos son informativos y ocupan la página 24 bajo un encabezamiento en el que aparecen logotipos de doce de los canales de esta plataforma. El texto más destacado ocupa cuatro columnas, con una fotografía de varios asistentes de 2x3 y se titula: 35

canales y 30 películas diarias, por 2.500 pesetas (15,03 euros), con el subtítulo: *Vía Digital ofrecerá fútbol, cine, deportes, música y noticias a partir de septiembre*. En el texto se señala que “una auténtica televisión temática será ofrecida por Vía Digital en España a partir de septiembre (...) por menos de 2.500 pesetas (15,03 euros)” y que “se adelantó que en diciembre la oferta se completará con otros nueve canales dedicados al cine”. En palabras de Pedro Pérez se resalta que “Vía Digital ofrecerá cine (...) pero no vamos a pasar por las durísimas condiciones de las grandes compañías de EEUU” en respuesta a las críticas de Canal Satélite. Además se indica que “Vía Digital será la única plataforma de televisión que cuente con todas las televisiones autonómicas en su programación”. Debajo de la fotografía del texto anterior, se incluye un despiece titulado: *Los partidos de Liga*, donde se asegura que “Vía Digital ofrecerá partidos de fútbol de la Liga y de la Copa en la modalidad de *pago por consumo*. La plataforma ofreció más de 130.000 millones de pesetas (781,32 millones de euros) a Audiovisual Sport para abrir una *taquilla* en la que se emitirán los partidos” y que “Pedro Pérez da por descontado que la respuesta será positiva”. Por otro lado, y como complemento de la información principal, en la columna derecha aparece otro texto: *Uno a uno, los 35 canales del paquete básico*, donde se describe el contenido de cada uno de los canales de esta plataforma⁵⁰³.

Por otro lado, el texto de opinión del día 30 de julio, se encuentra en la página 2, no tiene firma y se titula: *Vía Digital, más por menos*. Aquí se habla de la oferta de esta plataforma y se dice que “promete un número muy superior de canales a la oferta de Polanco y a un precio muy inferior” y se cree que “Vía Digital no sólo va a enriquecer el mapa audiovisual sino que se presenta como una alternativa mucho más barata al monopolio que hasta ahora ha disfrutado Polanco y que está a punto de saltar por los aires”⁵⁰⁴.

Un par de días después, pero ya en agosto de 1997, este diario publica tres informaciones en la página 20, de las cuales dos de ellas se refieren a las reacciones tras la compra de Antena 3 y la otra a la estructura de Vía Digital. El texto más extenso es el que se sitúa en la parte inferior de la página, a cuatro columnas con el titular: *Telecinco: Telefónica será controlador y controlado en las audiencias*. En este texto, que se acompaña de una fotografía de un módulo de Silvio Berlusconi, se informa de que “Telecinco destacó un inconveniente creado en la medición de audiencias con la entrada de Telefónica en Antena 3” ya que “la operadora posee un 25% de las acciones de Sofres y realiza el transporte de los datos que se gestiona confidencialmente”. También se señala que “un portavoz de Sofres manifestó que la empresa ya ha entablado conversaciones con Telefónica para que abandone su accionariado”. El otro texto relacionado con la compra de Antena 3 se sitúa en la mitad superior de la columna derecha con el titular: *Prisa denuncia ante la UE la entrada de Telefónica en Antena 3*, y con el subtítulo: *Las autoridades europeas obligaron al grupo a deshacer una alianza con Telefónica para explotar la TV por cable*. Aquí se especifica que Canal Satélite ha pedido a la UE “que

⁵⁰³ Véase ANEXO: documento 182.

⁵⁰⁴ Véase ANEXO: documento 183.

abra un expediente de infracción contra Telefónica por su entrada en Antena 3” y al mismo tiempo también “denuncia la compra de la sociedad Gestora de Medios Audiovisuales”.

El tercer texto del día 1 de agosto se encuentra también en la página 20, en la mitad inferior de la columna derecha: *IU rechaza que TVE disminuya sus acciones en Vía Digital*. En concreto, este partido se opone a que la participación pase de un 25% a un 17%. En el último párrafo, que se destaca con las primeras palabras en negrita se informa de que Jorge Sánchez Gallo ha sido designado director general de producción de Vía Digital.

Al día siguiente, el 2 de agosto, este diario publica otros tres textos en la página 20. Esta vez, el más destacado está recuadrado en las tres columnas centrales, ocupando algo más de la mitad superior de la página y con el titular: *La UE duda de que exista “dimensión comunitaria” en la compra de Antena 3*, con el subtítulo: *Van Miert estudiará en septiembre la denuncia de Prisa contra Telefónica*. En esta noticia, se informa de que la Comisión duda de la dimensión de la operación y por ello “no aplicará sus normas más duras para analizar la denuncia presentada por el grupo Prisa”. Además, el texto lleva una fotografía de 2x1 del comisario Van Miert y un despiece titulado: *Cuatro frentes en Bruselas*, donde se citan los procesos que tiene abiertos la Comisión Europea sobre “la batalla de televisión digital” en España: Telefónica en Antena 3, Audiovisual Sport, ley digital y ley del fútbol⁵⁰⁵.

Otro de los textos de ese segundo día del mes, se sitúa en la columna derecha, ocupando dos tercios de la misma bajo el titular: *TV 3 producirá el 25% de los contenidos españoles de Vía Digital*, y el subtítulo: *La cadena contará con dos canales en el paquete básico, que serán emitidos exclusivamente en catalán*. En esta noticia se dice que el acuerdo incluye también “la retransmisión en catalán de acontecimientos deportivos y de cine de pago, así como una versión catalana de la guía de programación de Vía Digital” y que los consejeros del PSC y de IC votaron en contra. Por otro lado, el tercer texto está en la parte inferior de la página a cuatro columnas: *Telefónica entra en la mayor productora de cine*, con el antetítulo: *Compra el 35% de Lolafilms, la sociedad del productor Andrés Vicente Gómez*.

El día 5 de agosto, la información sobre Vía Digital se sitúa en la página 18, ocupando algo más de la mitad superior de la columna derecha. El titular es: *El especialista Salomon gestionará los canales de cine de Vía Digital*, con el subtítulo: *El ex presidente de Warner seleccionará las mejores películas de las productoras de EEUU para la plataforma*. En el texto se señala que Michael Jay Salomon es “el mayor especialista mundial en la gestión de paquetes de cine de alta calidad para la televisión de pago”. También está relacionado con la oferta comercial de Vía Digital el texto que *El Mundo* publica el día 7, en la columna derecha de la página 20 y que se titula: *Vía Digital incorpora los cuatro canales temáticos de Multicanal*, y se especifica en el subtítulo: *Se trata de programación dedicada al cine de EEUU, la música española, los documentales y los niños*.

⁵⁰⁵ Véase ANEXO: documento 184.

Las negociaciones con Direct TV son las que centran la información del día 9 de agosto, también en la columna derecha de la página 18: *Vía Digital negocia la entrada de Direct TV como socio de referencia*, y con el subtítulo: *Es la mayor empresa de televisión digital por satélite del mundo y controla el 52% del mercado norteamericano*.

El día 12 de agosto, este diario vuelve al tema de la compra de Antena 3 con un texto titulado: *“La autorización de compra de Antena 3 se ajusta a la ley”*, y el subtítulo: *El Ministerio señala que su función no es aprobar la operación sino confirmar que se cumplen los requisitos*. Esta noticia se ubica en la columna derecha de la página 22 y en ella se informa de un comunicado emitido por Fomento y donde se afirma que el procedimiento por el que se autorizó la compra de Antena 3 a Telefónica se realizó “con pleno respeto a la ley” y consistió en “la previa autorización administrativa” basada en los documentos que aporten los solicitantes. También se cuenta que el grupo Socialista ha solicitado la comparecencia urgente de Rafael Arias Salgado ante la Comisión de Infraestructura del Congreso para que explique si hubo o no irregularidades administrativas en la compraventa de Antena 3.

Un par de días más tarde, el 14 de agosto, *El Mundo* destaca en la parte superior izquierda de la página 18 a cuatro columnas: *La UE se declara no competente para autorizar la compra de Antena 3, según Telefónica*, con el subtítulo: *La compañía pacta con BCH y Santander que gestionará la cadena privada*. En este texto, que ocupa la mitad de página y está recuadrado, se señala que Telefónica ha informado de una carta que le ha remitido la Dirección General IV de la Unión Europea en la que según la compañía le “comunica que la operación de compra de Antena 3 no es de su jurisdicción” porque tanto la “empresa compradora como la cadena privada de televisión desarrollan más de las dos terceras partes de su negocio en España”. Asimismo, en la noticia se adelanta que “Telefónica asumirá la gestión de Antena 3” y que se trata de un acuerdo de gestión “como los muchos que se suelen firmar cuando en una sociedad confluyen un socio industrial y otros financieros” por lo que no vulnera el artículo 23 de la Ley de Televisión Privada⁵⁰⁶.

El día 15 de agosto este diario continúa con la postura de la Unión Europea en la compra de Antena 3, mediante un texto que ocupa la columna izquierda y la mitad superior de las cuatro columnas restantes y que se titula: *La CE niega que haya paralizado la entrada de Telefónica en A-3*, y el subtítulo: *“Aún no ha tomado posición” sobre esta operación, dice el portavoz de la Comisión, que lamenta la interpretación de una carta enviada a la compañía*. En el texto se señala que “la Comisión minimizó ayer el tono y el contenido inusualmente duros” de una carta anterior del responsable para los asuntos de competencia en la que “conminó a Telefónica a comunicar los resultados de la asamblea extraordinaria de Antena 3 que se celebra el día 18 de agosto”. También se dice que la Comisión lamentó la divulgación de esa carta porque “utiliza un lenguaje inusualmente duro y que va más allá de lo que señala el procedimiento normal”. Esta noticia se acompaña de una fotografía de 2x3 de Asensio y Villalonga que lleva

⁵⁰⁶ Véase ANEXO: documento 185.

un pie de foto titulado: *Tras la firma, la denuncia* y donde se recuerda que tras el acuerdo, Canal Satélite denunció a Telefónica por abuso de posición dominante⁵⁰⁷.

En la misma página que el texto anterior, pero en la mitad inferior y a cuatro columnas se reproduce íntegramente un comunicado emitido por Telefónica, cuyo titular es: *Telefónica denuncia "manipulación informativa"*. En el editorial de ese día titulado: *Prisa, víctima de sí misma*, se dedica un espacio a las declaraciones de la Comisión y a la carta anterior que se señala en la información y se resalta que "la Comisión Europea ha negado que sea verdad la presunta noticia que *El País* publicó ayer" y que "se ha limitado a informar a las partes del estado del litigio y a pedir que se la tenga al tanto de las novedades que hay al respecto", por lo que dice "allá se las apañe el diario de Polanco para explicar a sus lectores por qué les miente". Y sobre el tono de la carta señala que es "impertinente y conminatorio en una operación comercial que no tiene la menor dimensión comunitaria".

El día 19 de agosto, *El Mundo* informa en su página 20: *José María Mas, nombrado nuevo presidente de Antena 3*, con el subtítulo: *El consejo de la cadena se compromete a crear la figura del defensor del espectador y un estatuto de redacción*. En esta noticia que ocupa toda la página, excepto un faldón de publicidad en la parte inferior, se cuenta que "el nuevo consejo, resultado de los recientes cambios accionariales que se han producido en la compañía, ha reducido sus integrantes e incorpora a tres representantes de Telefónica" y que "el Banco Santander sigue sin representación en el consejo de administración". La información se acompaña de una fotografía junto al titular de 2'5x3 de José María Mas y un despiece titulado: *Críticas a la "insidiosa" campaña de Prisa*, donde se recogen las declaraciones del nuevo presidente de Antena 3 en las que se explica que "mantuvo en una reunión a puerta cerrada con altos directivos de la cadena".

En un suelto de opinión sin firma del día 19 titulado: *Antena 3 Televisión se relanza, Audiovisual Sport se replantea*, se hace referencia al nuevo consejo de Antena 3 diciendo que "el acuerdo entre Telefónica, el Banco Santander y el BCH supone un respaldo financiero de primera importancia para A3 TV, que tiene ahora ante sí una gran oportunidad para consolidarse dentro del mercado de la televisión privada".

El último texto que publica este diario perteneciente a este bloque lo encontramos el día 24 de agosto y complementa la información sobre el nuevo consejo de Antena 3 ya que se trata de una entrevista con su presidente, José María Mas, titulada: *"Otros ambicionan poder, a nosotros nos mueven criterios empresariales"*, y como antetítulo se recogen otras respuestas del entrevistado: *"Con la entrada de Telefónica, Antena 3 ha incrementado su valor en un 50%"*, *"Hemos cursado un requerimiento notarial para elegir en segunda opción el partido en abierto"*, *"GMAF va a cumplir todos los contratos firmados con sus clubes"*. Esta entrevista que ocupa toda la página 20 se acompaña de una fotografía de 3x2 de José María Mas.

⁵⁰⁷ Véase ANEXO: documento 186.

2.7.4. *El País* vs. *El Mundo*

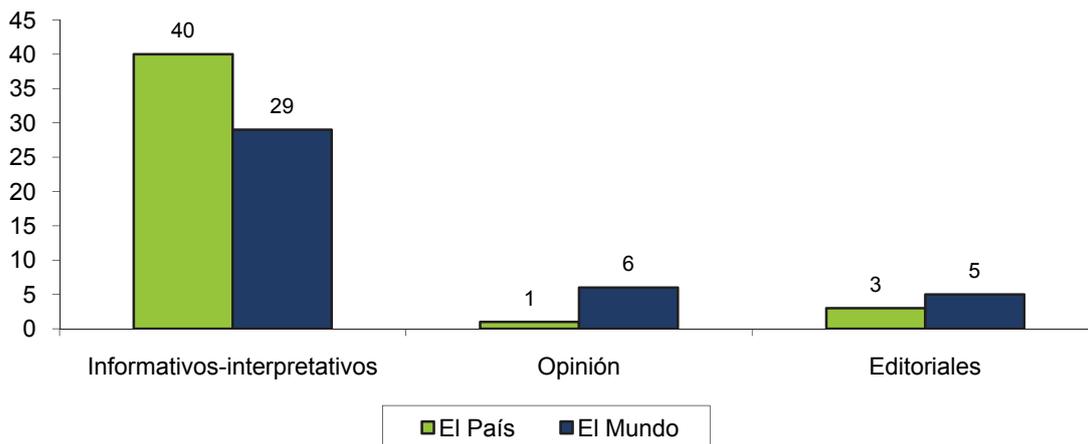
Durante el mes que transcurre entre el 24 de julio y el 24 de agosto de 1997, los dos diarios publican un número similar de textos sobre la compra de Antena 3, las reacciones que esta operación provocó a nivel mediático y político y las implicaciones y modificaciones estructurales que como consecuencia se produjeron en la cadena de televisión privada, en la televisión digital, y en Gestora de Medios Audiovisuales. Las principales diferencias que observamos entre los dos medios corresponden a los géneros periodísticos empleados, a la ubicación de los mismos y, sobre todo, al tratamiento que dieron a este asunto y a sus protagonistas.

En las siguientes tablas y gráficos se recoge el número total de textos publicados en este periodo en cada medio, diferenciando por géneros periodísticos: si eran informativos-interpretativos, artículos de opinión o editoriales; así como por las secciones en las que estos aparecieron.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	40	29
Opinión	1	6
Editoriales	3	5
Total	44	40

Tabla 37

Gráfico 14. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	3	2
Sociedad	3	12
Comunicación	38	15
España	-	4
Economía	-	1
Opinión	3	7
Suplementos	-	1
Total (sin contar portada)	44	40

Tabla 38

Sin embargo, como se ha señalado anteriormente las principales diferencias que encontramos responden al tratamiento que cada diario dio a este asunto y a los actores implicados. Mientras que *El País* critica la operación de compra, argumentando monopolio y control mediático por parte de Telefónica y el Ejecutivo, *El Mundo* la considera una gran operación empresarial que equilibra el mapa audiovisual y da un vuelco al abusivo control de la televisión de pago que hasta ese momento había ejercido el “imperio de Polanco”. Además, nos encontramos que *El País* acusa a Telefónica de lo mismo que *El Mundo* a Prisa, de ser un “gigante omnipresente en el sector audiovisual”, una posición dominante lograda gracias al intervencionismo del Gobierno.

A continuación, se recogen las principales frases que resumen estos argumentos y describen las categorías temáticas y de agentes implicados, según cada periódico.

Categorías	El País	El Mundo
Telefónica	“lo que no ha conseguido compitiendo, lo logra con su avasallador potencial monopolístico”, “posible abuso de posición dominante”, “un gigante omnipresente en el sector audiovisual”, “desafía a Bruselas”, “abierto rebeldía a las recomendaciones comunitarias y menosprecio a sus funciones”	“será juez y parte de la batalla digital”, “brillantez y coherencia empresarial”
Telefónica compra Antena 3	“convulsión en el mapa televisivo español”, “prácticas contrarias a la libre competencia”, “plantea numerosos interrogantes legales”, “de operación comercial a proyecto del Gobierno”	“se enmarca en la estrategia de las grandes operadoras del mundo a estar presentes a los medios de difusión”, “implica un viraje inmediato en el nuevo negocio de la televisión digital”, “es el cambio del cambio”, “un movimiento empresarial que ha dejado boquiabierto a casi todo el mundo y que ha aterrorizado a unos cuantos”, “una auténtica revolución en el equilibrio de poder”, “supone para Aznar una victoria en toda regla”, “desata las iras del PSOE y de Polanco”, “absolutamente coherente desde el punto de vista empresarial”,

		“prometedora para el reforzamiento del pluralismo informativo y el reequilibrio del mapa de los medios en España”, “tiene inevitable trascendencia política pero no estamos ante una operación de origen y gestación políticos”, “supone más que una <i>convulsión</i> , una notable ampliación del escenario de los medios de comunicación”
Vía Digital	“futura plataforma gubernamental”, “TV3 entra en Vía Digital por presiones políticas”	“la entrada en GMA permitirá a Vía Digital tener opción a los derechos de retransmisión de la liga del fútbol”, “será la única plataforma de televisión que cuenta con todas las televisiones autonómicas en su programación”, “Vía Digital ofrecerá partidos de liga y de la Copa en la modalidad de pago por visión”, “promete un número muy superior de canales a la oferta de Polanco y a un precio muy inferior”, “no sólo va a enriquecer el mapa audiovisual sino que se presenta como alternativa mucho más barata al monopolio que hasta ahora ha disfrutado Polanco”
Sogecable	“denuncia a Telefónica ante Bruselas”	-
Juan Villalonga	-	“cometió en diciembre pasado un error de bulto”, “ha protagonizado un golpe cuya importancia el tiempo irá dimensionando”
Jesús Polanco	-	“va a tener sentado en su consejo a sus más directos rivales”, “empresario que ha monopolizado la televisión de pago en España por concesiones administrativas”
Gobierno	“ha pilotado la operación”, “asfixiante intervencionismo del Gobierno en la comunicación”, “ha invadido los medios”, “camino de acoso político y financiero que convierte al Grupo Prisa en símbolo de la libertad”, “casi toda la arquitectura de la comunicación social en España queda bajo el control del Gobierno de Aznar”, “proceso de politización de la comunicación española”, “no solo estaba al tanto, sino al mando de la misma, orientando y facilitando la negociación”, “inspirador de la operación”	-
Rafael Arias Salgado	“avalista de lujo en la autorización de la compra-	-

	venta”, “debe revisar la legalidad de la operación”	
PSOE	-	“dice que la operación supone una regresión de la democracia”, “ha bastado que la ‘convulsión’ por la entrada de Telefónica en Antena 3 llegue al bolsillo de Polanco para que reaparezcan los tics gregarios del felipismo puro y duro”, “el PSOE ha vuelto a comportarse como brazo político del grupo Prisa y sus multimillonarios socios”, “vuelve a quedarse solo en la defensa del bolsillo de Polanco”, “vuelve a encallar en el arrecife de siempre”
Felipe González	“acusa al Gobierno de un control masivo de la televisión”, “califica de fujimorada la compra de Antena 3”	“equipara la compra de Antena 3 a las medidas dictatoriales de Fujimori”, “presenta a Polanco como símbolo de la libertad de expresión”, “ni siquiera Polanco defiende sus propios intereses con tanto entusiasmo y agresividad”, “ha ligado, hace mucho tiempo, su suerte política a la del imperio de Polanco al que defiende a capa y espada”
Comisión Europea	“una vez más tiene que intervenir, entre sorprendida y alarmada, para advertir a España que en la UE hay que respetar las reglas”	“duda de que exista ‘dimensión comunitaria’ en la compra de Antena 3”, “no aplicará sus normas más duras para analizar la denuncia presenta por el grupo Prisa”, “se declara no competente”
El Mundo	“hoja parroquial del nuevo Gobierno”, “su particular boletín oficial”	-
El País	-	“allá se las apañe el diario de Polanco para explicar a sus lectores por qué les miente”, “insidiosa campaña de Prisa”

Tabla 39

2.8. Vía Digital inicia sus emisiones

2.8.1. Contextualización

A lo largo de 1997, Vía Digital fue modificando las fechas de inicio de sus emisiones en varias ocasiones. Si en un principio se anunciaban para marzo y posteriormente para junio, finalmente el comienzo de la comercialización y emisión de su oferta se fija para mediados de septiembre y cuatro días antes, exactamente, el 11 de septiembre de 1997, se presenta oficialmente la oferta con la que arranca esta plataforma de televisión digital. Sin embargo, debemos recordar que ya a finales de julio, tras la compra de Antena 3, se celebró un acto de presentación de esta oferta digital que hemos recogido en el hito anterior y en el que se anunciaban 35 canales por un precio de 2.500 pesetas mensuales (15,03 euros).

El principal hecho que debemos recordar de todo lo analizado hasta ese momento y que influirá en los contenidos que ofrece esta plataforma, es la compra del 49% Gestora de Medios Audiovisuales en la misma operación en la que Telefónica adquiere el 25% de Antena 3. Con ello, la compañía telefónica se garantizaba los derechos de retransmisión de algunos equipos con los que podría ofrecer fútbol en la modalidad de pago por visión.

En este apartado se analizarán los textos publicados por cada diario del 12 al 19 de septiembre, es decir, durante la semana posterior a la presentación oficial del inicio de las emisiones, siguiendo con ello, el mismo criterio que cuando analizamos el inicio de las emisiones de Canal Satélite Digital, en enero de 1997.

2.8.2. *El País*

Durante la semana del 12 al 19 de septiembre de 1997, *El País* publicó tan sólo dos textos informativos sobre el inicio de las emisiones de Vía Digital, ambos en página par y en la sección de Sociedad, concretamente en Comunicación. Además, ambas noticias están firmadas por el propio diario.

El primer texto de este bloque lo encontramos el mismo 12 de septiembre, una información que ocupa tres cuartos de la página 26, ubicado en las cuatro columnas de la izquierda y bajo el titular: *La plataforma que ampara el Gobierno regala toda su programación hasta diciembre*, con el subtítulo: *50 canales gratuitos en una empresa que cuenta con un 30% de capital público*. En el texto se indica que la oferta consiste en “44 canales gratis para los abonados hasta el 1 de diciembre, y otros seis más cuya gratuidad se extenderá hasta el 31 de diciembre” y que “la plataforma que impulsa el Gobierno soportará esta costosa promoción con fondos cuya cuantía no quiso revelar el presidente de Vía Digital” aunque se apunta que “con Telefónica y cinco televisiones públicas al frente, Vía Digital no tiene problemas de dinero”. Además, se señala que “*El Mundo* se encargará de la comercialización publicitaria de la revista de Vía Digital, una guía mensual para los abonados” y que “el Grupo Recoletos mantendrá el

5% que tenía” al mismo tiempo que “se está pendiente de colocar otro 17% que es muy probable que sea adquirido por la norteamericana Direct TV”. Al final del texto, se dice que “el presidente de Vía Digital se mostró muy seguro de poder ofrecer partidos de Liga en pago por visión a partir del día 28” aunque “reconoció que sólo podrá seleccionar aquellos encuentros en los que participen equipos de Gestora de Medios Audiovisuales de Fútbol”⁵⁰⁸.

Este primer texto se acompaña de un gráfico con la oferta de Vía Digital y un despiece debajo titulado: *Pedro Pérez rectifica datos facilitados minutos antes por su empresa*, donde se recogen declaraciones del presidente de Vía Digital en las que concreta que los eventos a la carta que se soliciten en pago por visión no son gratuitos ni están incluidos en la oferta, si no que costarán “500 pesetas (3,01 euros) por filme desde el principio, mientras que el fútbol en pago por visión costará 995 (5,98 euros)”.

Tras el inicio de las emisiones de Vía Digital el día 15 de septiembre, el segundo texto que este diario publica sobre esta plataforma corresponde al día 17, en la columna derecha de la página 34 y con el titular: *No hay comprador para el 5% de Recoletos en Vía Digital*. En esta noticia, que no se refiere exactamente a la oferta o el inicio de las emisiones, se señala que dos meses después del anuncio de su salida de la plataforma, aún no se ha encontrado comprador y que el presidente de Recoletos considera que eso se une a que “ahora se está produciendo una reestructuración del accionariado de Vía Digital en el sentido que deseaba Recoletos, lo cual abre la puerta a la posibilidad de que nosotros reconsideremos la decisión de irnos”.

2.8.3. *El Mundo*

Durante la semana que estamos analizando, del 12 al 19 de septiembre de 1997, *El Mundo* publicó siete textos sobre el inicio de las emisiones de Vía Digital, seis de ellos informativos y un artículo de opinión firmado por Javier Ortiz. Todas las noticias sobre este tema las encontramos en la sección de Comunicación, mientras que el artículo se ubica en las páginas de Opinión de este diario.

Con respecto a los textos informativos, debemos destacar que cuatro de ellos están en página par mientras que tan sólo dos aparecen en páginas impares y la mayoría de ellos ocupa menos de media página. En concreto, tan sólo hay una noticia de mayor extensión y que ocupa la página completa. Además, con respecto a los autores de estas informaciones, es necesario subrayar que dos de ellas están sin firma, una corresponde al propio diario, mientras que las tres restantes están firmadas por Mirta Dragó en dos ocasiones, y Francisco J. López/ Charo Marcos.

⁵⁰⁸ Véase ANEXO: documento 187.

El día después de la presentación de la oferta de canales de Vía Digital, el 12 de septiembre, este diario publica dos informaciones sobre el mismo que ocupan toda la página 30. El texto más destacado se titula: *50 canales gratis durante los tres próximos meses*, con el subtítulo: *Vía Digital arranca el lunes con una oferta que permitirá ver sus programas pagando sólo la cuota de enganche*. Esta noticia ocupa la columna izquierda y la mitad superior de las cuatro restantes, y lleva una fotografía de Pedro Pérez y un despiece en el que se describe la oferta de esta plataforma con el título: *Así son los 35 canales del Paquete Básico*⁵⁰⁹.

En la información sobre la presentación de la oferta de Vía Digital se resalta que “arranca con una llamativa oferta de lanzamiento” en la que “el interesado sólo tendrá que pagar 5.000 pesetas (30,05 pesetas) por la cuota de enganche” y que tiene en el cine “su pieza angular” porque “todos los días el telespectador tendrá a su disposición 101 títulos distintos”. Asimismo, se destaca que esta plataforma “tiene muy clara la estrategia a seguir para el cine de estreno: no negociar con las superproductoras norteamericanas la adquisición de exclusivas, pagando precios por encima del mercado” y que “tan sólo falta por concretar la definitiva composición del accionariado”. El otro texto informativo que completa esta página ocupa la mitad inferior a cuatro columnas y debajo de un gráfico con los siete canales de Cine temático. El titular de este texto es: *De las 32.500 pesetas (195,33 euros) de CSD... a las 5.000 pesetas (30,05 euros) de Vía Digital*, y en él se describen las dos ofertas y sus precios para mostrar que “Vía Digital se lanza al mercado con una oferta más barata que la de su competidor”.

Un día después, el 13 de septiembre, en la mitad inferior de la columna derecha de la página 24, podemos leer: *Ferrús dice que la oferta de Vía Digital tiene poca calidad*. En concreto, el director general de Canal Satélite considera que el anuncio de que Vía Digital no cobrará durante los tres primeros meses es “una muestra de la desesperación que tienen por la poca calidad de contenidos que han conseguido para su lanzamiento”.

El día 15 de septiembre se publican dos noticias que ocupan toda la página 33. La principal es la ubicada en las dos columnas de la izquierda bajo el titular *Vía Digital ofrece desde hoy 48 canales de televisión*, con el subtítulo: *Los abonados recibirán gratis la programación y el descodificador hasta el primero de diciembre*. El texto de esta información cuenta que “el equipo técnico contratado por Vía Digital comenzó a primera hora de hoy la instalación de antenas parabólicas a los primeros 3.500 abonados” y que “en el fin de semana se recibieron más de 40.000 llamadas en el centro de atención al cliente”. Además en esas dos columnas se incluye un despiece titulado: *La oferta más completa y económica*, en el que se resalta: “mucha programación de calidad por poco dinero es la consigna con la que se ha diseñado la oferta de Vía Digital, en la misma línea de las más importantes plataformas”. Las tres columnas restantes de la página 33 del día 15 están ocupadas por dos fotografías de 2x3 con pie de foto encasillado en los que se describe el centro de atención al cliente y el trabajo de los operarios,

⁵⁰⁹ Véase ANEXO: documento 188.

que es lo que se muestra en cada una. Debajo de ellas, hay otra noticia titulada: *La tecnología a punto*, en el que se habla de la plantilla y la tecnología del centro de distribución digital⁵¹⁰.

Un día después, el 16 de septiembre, *El Mundo* publica otro texto informativo en la mitad superior derecha de la página 27, a dos columnas y con el titular: *Vía Digital consigue 10.000 abonados en menos de un día*, y el subtítulo: *500 llamadas con petición de alta por hora*. En esta noticia, que está recuadrada, se cuenta que “las llamadas de los interesados colapsaron la centralita” y que “durante las primeras horas de emisión no se pudieron ver algunos de los canales que aporta RTVE” debido a un “error de ‘encaje’”⁵¹¹.

Por último, el artículo de opinión de este bloque temático aparece el día 17 de septiembre, en la columna izquierda de la página 2, firmado por Javier Ortiz y con el titular: *Por sólo 5.000*. El autor afirma “que está el personal que echa humo” porque “podemos estar en los albores de una transformación social de amplias consecuencias” ya que “si con cuatro, cinco o seis canales de TV, los miembros de las familias españolas habían conseguido no hablarse apenas, e incluso no mirarse casi, con un centenar al alcance de la vista, el efecto aislante será ya total”.

2.8.4. *El País* vs. *El Mundo*

Durante la semana del 12 al 19 de septiembre de 1997, las dos cabeceras trataron el inicio de las emisiones de Vía Digital pero con importantes diferencias cuantitativas y cualitativas. Mientras que *El País* publica tan sólo dos noticias sobre este hecho, el diario *El Mundo* le dedicó seis informaciones y un artículo de opinión.

A continuación, se resume en las siguientes tablas y gráficos cómo repartieron los textos en función de los géneros periodísticos empleados y su ubicación en las páginas de los diarios.

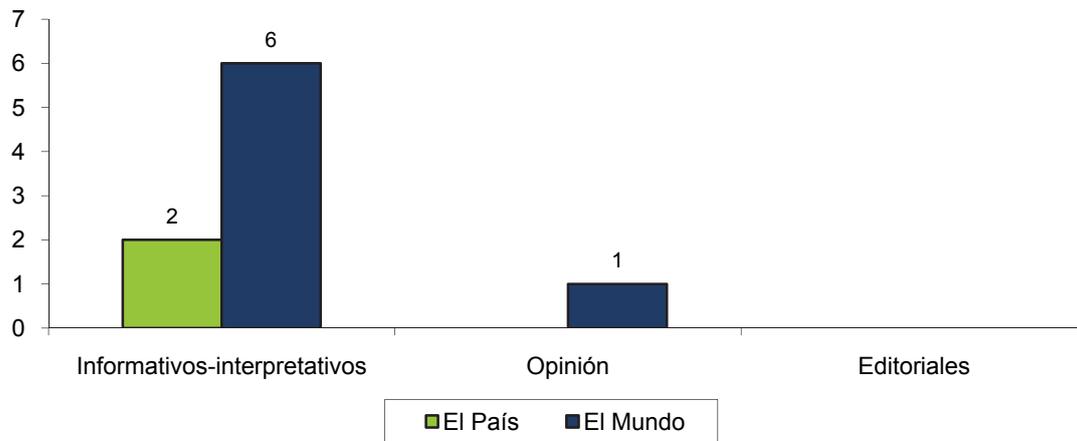
Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	2	6
Opinión	-	1
Editoriales	-	-
Total	2	7

Tabla 40

⁵¹⁰ Véase ANEXO: documento 189.

⁵¹¹ Véase ANEXO: documento 190.

Gráfico 15. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	-	-
Sociedad	-	-
Comunicación	2	6
España	-	-
Economía	-	-
Opinión	-	1
Suplementos	-	-
Total (sin contar portada)	2	7

Tabla 41

Sin embargo, las principales diferencias fueron de nuevo cualitativas, ya que mientras *El País* destaca el apoyo del Gobierno en esta plataforma digital y el dinero público con el que cuenta y critica la promoción de lanzamiento, *El Mundo* la califica como la “más completa y económica”, con una “llamativa oferta de lanzamiento” y “más barata que la de su competidor” (Canal Satélite Digital). Además, *El Mundo* describe uno a uno los 35 canales del Paquete Básico y hace hincapié en la oferta cinematográfica, información pseudopublicitaria, la misma estrategia que adoptó *El País* cuando se presentó la oferta de Canal Satélite Digital.

En la siguiente tabla, se recogen las principales descripciones que cada diario otorga a esta oferta y a los agentes implicados en la misma.

Categorías	El País	El Mundo
Inicio emisiones Vía Digital	"la plataforma que ampara el Gobierno", "44 canales gratis para los abonados hasta el 1 de diciembre, y otros seis más cuya gratuidad se extenderá hasta el 31 de diciembre", "cuenta con un 30% de capital público", "la plataforma que impulsa el Gobierno soportará esta costosa promoción con fondos cuya cuantía no quiso revelar el presidente de Vía Digital", "con Telefónica y cinco televisiones públicas al frente, Vía Digital no tiene problemas de dinero"	"arranca con una llamativa oferta de lanzamiento", "el interesado sólo tendrá que pagar 5.000 pesetas (30,05 euros) por la cuota de enganche", "tiene en el cine su pieza angular", "todos los días el telespectador tendrá a su disposición 101 títulos distintos", "tiene muy clara la estrategia a seguir para el cine de estreno: no negociar con las superproductoras norteamericanas la adquisición de exclusivas, pagando precios por encima del mercado", "tan sólo falta por concretar la definitiva composición del accionariado", "Vía Digital se lanza al mercado con una oferta más barata que la de su competidor", "la oferta más completa y económica", "mucho programación de calidad por poco dinero es la consigna con la que se ha diseñado la oferta de Vía Digital, en la misma línea de las más importantes plataformas", "Vía Digital consigue 10.000 abonados en menos de un día", "500 llamadas con petición de alta por hora", "las llamadas de los interesados colapsaron la centralita"
Canal Satélite Digital	-	"De las 32.500 pesetas (195,33 euros) de CSD... a las 5.000 (30,05 euros) de Vía Digital"
Pedro Pérez	"reconoció que sólo podrá seleccionar aquellos encuentros en los que participen equipos de Gestora de Medios Audiovisuales de Fútbol"	-
Jaume Ferrús	-	"dice que la oferta de Vía Digital tiene poca calidad", "considera la promoción de Vía Digital es una muestra de la desesperación que tiene por la poca calidad de contenidos que han conseguido para su lanzamiento"
El Mundo	"se encargará de la comercialización publicitaria de la revista de Vía Digital"	-

Tabla 42

2.9. Acuerdo para la retransmisión de partidos de fútbol en *pay per view* para la temporada 1997/1998

2.9.1. Contextualización

Aunque los acontecimientos que provocaron primero el enfrentamiento y la polémica y posteriormente el acuerdo para la retransmisión de los partidos de fútbol en la modalidad de pago por visión, se producen fundamentalmente a partir de julio de 1997, cuando Telefónica anuncia la compra del 25% de Antena 3 y el 49% de Gestora de Medios Audiovisuales, es necesario recordar brevemente los antecedentes previos para contextualizar este bloque temático⁵¹².

En primer lugar, debemos remontarnos al 24 de diciembre de 1996, fecha en la que Sogecable, Gestora de Medios Audiovisuales y TV3, empresas que tenían por separado los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol, alcanzaron un acuerdo para explotarlos conjuntamente. Unas semanas después de este Pacto de Nochebuena, en enero de 1997, se creaba Audiovisual Sport participada por Sogecable-Gestión de Derechos Audiovisuales (Gestport) con un 40% del capital, Gestora de Medios Audiovisuales (vinculada a Antena 3 y a Antonio Asensio) con otro 40% y TV3, con el 20% restante. De esta forma, el fútbol en abierto quedaba en manos de las autonómicas y Antena 3⁵¹³; el fútbol en codificado para Canal + que emitiría los domingos y la modalidad en *pay per view* (ppv) para Canal Satélite Digital. Además, desde la constitución de Audiovisual Sport, los diferentes socios decidieron nombrar a Manuel Campo Vidal como presidente de esta sociedad.

De forma paralela a la creación de Audiovisual Sport, el Gobierno anunció, a finales de enero de 1997, su intención de regular por ley el fútbol en televisión, un proyecto que tras numerosos debates y alguna polémica finaliza con la aprobación de la Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos. En el artículo 5 de esta ley se estableció que en las competiciones de Liga y Copa serían considerados de interés general un encuentro por cada jornada, por lo que deberían ser emitidos en abierto, en directo y para todo el territorio nacional. En el caso de la emisión de acontecimientos en la modalidad de *pay per view*, esta ley obligaba a los titulares de los derechos televisados a compartirlos con todos los operadores que lo solicitaran y establecía un plazo de un año, tras la entrada en vigor de la ley, para alcanzar un acuerdo. Si transcurrido ese tiempo no se hubiese producido un consenso, el Consejo para las Emisiones y Retransmisiones Deportivas elevaría en el plazo de seis meses un informe preceptivo al

⁵¹² Esta contextualización se ha redactado tomando como fuente lo aportado por Gema Alcolea en su libro *La televisión digital en España*, Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2003, pp.62-74; y lo publicado por *El País* y *El Mundo* desde agosto hasta octubre de 1997.

⁵¹³ Las cadenas autonómicas, agrupadas en la FORTA, continuarían emitiendo todas las semanas un partido en abierto hasta la temporada 2002/2003; y Antena 3, además de reservarse la emisión de veinte partidos en abierto de la competición de Copa, seguiría emitiendo un partido los lunes durante la temporada 1996/1997.

Gobierno y a la Comisión de Educación y Cultura del Congreso de los Diputados y efectuaría las oportunas recomendaciones a los respectivos titulares de los derechos.

Tras la aprobación de la llamada “ley del fútbol” el escenario era el siguiente: Canal Satélite Digital poseía la titularidad de los derechos de pago por visión de los partidos de la Liga Profesional de Fútbol y de la Copa de SM el Rey desde la temporada 1998/1999 hasta 2002/2003. Sin embargo, tras la creación de Audiovisual Sport, se había cedido el usufructo de esos derechos a esta sociedad aunque para la modalidad de pago por visión su ejercicio se realizaría únicamente a través de Canal Satélite Digital. Por este motivo, durante la temporada 1996/1997, la televisión digital de Sogecable emitió 31 partidos en esta modalidad, desde aquel 9 de marzo en el que se retransmitió el encuentro Betis-Atlético de Madrid, un partido que inauguró una nueva oferta de televisión en España.

Sin embargo, a finales de julio de 1997, se produjo un hecho que supuso un importante giro en el contexto de los derechos de retransmisión de partidos de fútbol en la modalidad de pago por visión. El 23 de julio Telefónica anunció la compra del 25% de Antena 3 Televisión y el 49% de Gestora de Medios Audiovisuales (GMA), tenedora a través de Gestora de Medios Audiovisuales de Fútbol (GMAF), del 40% de Audiovisual Sport. De esta forma, la compañía telefónica se hacía presente en esa sociedad y cuando Vía Digital presentó su oferta, pocos días después, anunciaba la emisión en pago por visión de partidos en los que participasen los equipos cuyos derechos pertenecían a GMAF.

A partir de ese momento, comienza una nueva etapa de acusaciones, denuncias y polémicas entre Canal Satélite Digital y Vía Digital. Si estaba claro que los derechos de retransmisión en *pay per view* desde la temporada 1998/1999 hasta la 2002/2003, pertenecían a Canal Satélite Digital, no lo era tanto la titularidad de los derechos para la temporada 1997/1998.

El 30 de julio de 1997, tras la presentación de la oferta de Vía Digital, Canal Satélite Digital interpuso una demanda por competencia desleal y manifestaciones engañosas a los consumidores al anunciar que ofrecerían partidos de Liga en *pay per view* y depositó los 150 millones de pesetas (0,90 millones de euros) que exigió el juez para asegurar la demanda. Aunque en un primer momento, el juez impuso medidas cautelares a Vía Digital que prohibían manifestar y publicitar partidos en pago por visión, diez días después, el 14 de agosto, rectificó su decisión y levantó en una nueva acta esas medidas, al considerar que CSD no había acreditado su propiedad en exclusiva de los derechos de emisión para la temporada 1997/1998, reconociendo eso sí sus derechos en exclusiva a partir de 1998/1999.

A dos semanas del comienzo de la competición de Liga, el 18 de agosto, se celebró la primera reunión del Consejo de Administración de Audiovisual Sport, tras la compra de GMA por Telefónica. Una reunión a la que se llegaba tras anunciar Gestora de Medios Audiovisuales su intención de romper los contratos suscritos con Canal Satélite Digital para la temporada 1997/98 y poner a disposición de Vía Digital esos derechos. Esa primera reunión, en la que se

sustituyen los cuatro consejeros que representaban a Antonio Asensio y se ratifica a Manuel Campo Vidal como presidente, finalizó sin dar solución a los nuevos problemas planteados. La situación llegó a tal extremo que cuando a finales de agosto comenzó la Liga, Canal Satélite Digital no pudo ofrecer en la modalidad de pago el encuentro entre los clubes Mallorca-Valencia ya que el Mallorca impidió que los equipos técnicos de la plataforma televisaran el partido. Asimismo, la Televisión de Galicia negó la señal a Canal Satélite Digital del encuentro Compostela-Sporting.

Pero los problemas para Audiovisual Sport aumentaron aún más, cuando el 27 de agosto la Comisión Europea remitió a los socios de esa empresa un escrito en el que cuestionaba el acuerdo entre Sogecable, Gestora de Medios Audiovisuales y TV3, porque entendía que restringía la libre competencia, a la vez que les comunicaban que la exclusiva de los derechos en *pay per view* durante cinco temporadas en manos de Canal Satélite Digital no les parecía adecuado y les concedía un plazo de un mes para que se presentaran nuevas propuestas.

En este contexto, se siguen produciendo las reuniones de Audiovisual Sport, sin llegar acuerdos, y se admite la dimisión de Manuel Campo Vidal, dos semanas después de haber sido renovado, designando en su lugar como presidente a Pedro Ramón y Cajal. Además, ante la imposibilidad de entendimiento, Canal Satélite Digital anunció la suspensión temporal de la emisión de partidos en pago por visión en espera de que los tribunales tomaran una decisión definitiva.

Por su parte, Vía Digital continua con el anuncio de partidos en pago por visión, aunque pospone esta emisión varias semanas consecutivas justificando que no había ningún partido entre dos equipos cuyos derechos perteneciesen a GMAF. Finalmente, a principios de octubre esta televisión digital emite en abierto los partidos Valladolid-Valencia y Compostela-Mallorca como oferta promocional, algo que también genera polémica porque CSD argumenta que los derechos en abierto pertenecían a las autonómicas.

Además, a finales de octubre, Canal Satélite Digital y Gestport presentaron una querrela criminal contra Antonio Asensio y dos de sus colaboradores por presuntos delitos de estafa en relación con los derechos de fútbol. Según el texto de la denuncia, cuando se constituyó Audiovisual Sport, Asensio, entonces presidente de Antena 3 Televisión, cedió derechos, aduciendo que se hallaban libres de cargas y gravámenes, sin advertir que habían sido pignorados con anterioridad, en garantía de un préstamo de 12.500 millones de pesetas (75,13 millones de euros) concedido a GMA por Antena 3.

Ante este contexto, y a petición, entre otros, de la FORTA y los clubes de fútbol, a finales de octubre se anuncian y comienzan las reuniones entre los representantes de Vía Digital, Canal Satélite Digital y TV3 para alcanzar un acuerdo. Y será precisamente a partir de este momento, donde comenzamos nuestro análisis, para conocer las informaciones publicadas los días previos al acuerdo, alcanzado finalmente el 17 de noviembre de 1997, y los posteriores al

mismo, para ver cómo reflejaron las reacciones que se produjeron, es decir, analizaremos todas las noticias y artículos correspondientes a esta temática durante el mes de noviembre.

2.9.2. *El País*

Este diario publicó cinco textos pertenecientes a este bloque temático a lo largo del mes de noviembre de 1997, todos ellos informativos y en la sección de Sociedad, concretamente, en las páginas que se dedican a Comunicación. Asimismo, con respecto a la ubicación y extensión de estas noticias, debemos señalar que encontramos tres informaciones en páginas impares y las otras dos en páginas pares y ninguna de ella supera la media página. Por último, tenemos que destacar que todas las noticias están firmadas por el propio diario.

Las dos primeras noticias correspondientes a este tema las publica el diario *El País* el día 8 de noviembre, en la página 31, a cuatro columnas y unidas mediante un mismo recuadro. La información más destacada ocupa algo más de la mitad de la página, lleva una fotografía en el centro de 3x2 de un cámara de televisión y se titula: *Vía Digital rompe el diálogo para un acuerdo sobre el fútbol televisado en 'pago por visión'*, con el subtítulo: *La plataforma de Telefónica impide el pacto por segunda vez en dos meses*. En esta noticia se explica que el anuncio de Vía Digital de emitir fútbol en pago por visión “ha reabierto la guerra del fútbol” y ha sido valorado por Canal Satélite “como la ruptura del diálogo” ya que la decisión “vuelve a situar a Vía Digital al margen de la legalidad y comunica que estudia acciones civiles y penales en defensa de sus derechos”. Además, considera que “para mayor confusión, la plataforma de Telefónica asegura que ese encuentro no costará nada al espectador, aunque lo anuncie como si fuera de pago”⁵¹⁴.

El otro texto del día 8 aparece debajo del anterior y lo complementa porque está dedicado al “anunciado debú de la emisión de fútbol en pago por visión – esta vez sin el eufemismo de “en pruebas” – por Vía Digital”. Su titular es: *Ni pago ni visión*, porque se especifica que “el partido será gratuito como anuncia la propia empresa liderada por Telefónica” y que “tampoco podrá ser visto por parte de sus abonados porque sus descodificadores no han sido preparados aún para recibir emisiones codificadas”. Además, se señala que si Vía Digital emite el partido en abierto “entrará de lleno en colisión con las autonómicas, únicos propietarios de los derechos en abierto de los clubes”.

Dos días después, el 10 de noviembre, este diario publica otro texto de este bloque en las tres columnas de la izquierda de la página 32: *Vía Digital reconoce deficiencias en la retransmisión del partido de fútbol*, y con el subtítulo: *“Ha sido un error de compromiso, de todo”, dice Jesús Gil*. La información ocupa la mitad de la página, está recuadrada y en ella se cuenta que “la

⁵¹⁴ Véase ANEXO: documento 191.

pantalla negra fue lo que se encontraron numerosos abonados de Vía Digital, la plataforma que apoya el Gobierno”.

La información sobre el anuncio de un acuerdo entre todas las partes para la retransmisión del fútbol se produce el día 18 de noviembre cuando leemos a cuatro columnas: *Acuerdo de Telefónica, TV 3 y Sogecable para el fútbol en pago por visión de la Liga 97-98*, con el subtítulo: *Canal Satélite y Vía Digital transmitirán partidos en “igualdad de condiciones”*. La noticia ocupa más de la mitad superior de la página, en la parte izquierda, está recuadrada y lleva un cintillo titulado: *Los políticos, satisfechos*, donde se recogen declaraciones de diferentes representantes políticos. En el cuerpo de texto se considera que “la paz del fútbol televisado quedó sellada para esta temporada con el acuerdo (...) que permitirá que las dos plataformas digitales ofrezcan fútbol en pago por visión a partir del próximo domingo”. Asimismo se reproduce el comunicado emitido de forma conjunta y las reacciones desde ambas plataformas porque “el acuerdo fue aplaudido por las dos plataformas digitales”⁵¹⁵.

El último texto de este bloque corresponde al día 29 de noviembre y aunque no está directamente relacionado con el acuerdo, sí habla sobre la emisión de partidos en pago por visión. Esta noticia está ubicada en la parte inferior de la página 35 y se titula a cuatro columnas: *Audiovisual Sport exige al Madrid que cumpla sus contratos y no impida televisar el partido contra el Celta*. En esta noticia se señala que el problema es que “el Real Madrid reclama unos pagos por el llamado Canal Blanco, acuerdo que el Consejo de Audiovisual Sport nunca autorizó”.

2.9.3. *El Mundo*

Durante el mes de noviembre de 1997, *El Mundo* publicó dieciséis textos relacionados con las negociaciones y el acuerdo para la retransmisión de partidos en pago por visión, todos ellos informativos. Con respecto a la ubicación, estas noticias están situadas en su mayoría en la sección de Comunicación y en dos ocasiones las encontramos en Sociedad, mientras que casi todos los textos, quince concretamente, están publicados en página par.

Por otro lado, debemos destacar que casi todas las noticias son breves y no ocupan más de media página, si bien es cierto, que el día que se informa del acuerdo, este diario dedica una página completa con tres informaciones. Por último, y en relación a la autoría de las noticias, diez de estos textos están sin firma, tres corresponde a Mirta Drago, uno de ellos a Francisco J. López y los dos restantes están firmados conjuntamente por ambos periodistas.

La primera información de este bloque corresponde al mismo día 1 de noviembre cuando *El Mundo* titula: *Las TV digitales ultiman un acuerdo para compartir el fútbol*, con el subtítulo: *A*

⁵¹⁵ Véase ANEXO: documento 192.

última hora de ayer faltaba limar algunos flecos del pacto para la “paz”. Esta noticia se sitúa en la mitad superior de la página 30, ocupando las cuatro columnas de la izquierda, está recuadrada y junto al titular lleva una foto de 3x2 de Pérez y Ferrús. En el texto se informa de que del acuerdo depende que “desde este mismo fin de semana o más tardar desde el próximo, los abonados de las dos plataformas pueden seguir alguno de los siete partidos que no se emiten por las televisiones convencionales” y que “son los equipos los que han presionado para que las dos plataformas lleguen a un acuerdo, puesto que todos recibirán un porcentaje del dinero recaudado a través del *pago por visión*”⁵¹⁶.

Unos días más tarde, el 4 de noviembre continúa sin llegarse a un acuerdo y este diario titula en la columna derecha de la página 36: *Las plataformas de TV buscarán un árbitro para la guerra del fútbol*, y con el subtítulo: *Firmarán un acuerdo a partir de mañana para compartir, mientras tanto, los derechos de los partidos en “pago por visión”*. Aquí se anuncia un “principio de acuerdo para comenzar a emitir partidos” si bien se señala que esto “no supone, el fin de la guerra del fútbol”.

Posteriormente, el día 8 de noviembre, se dedica una información que ocupa más de la mitad de la página 26 y cuatro columnas con el titular: *Vía Digital ofrece el domingo el Atlético de Madrid- Compostela*, y con el subtítulo: *Regalan un bono para el “pago por visión”*. Junto al titular hay una foto de 3x2 del centro de control de Vía Digital y en la noticia se señala que “tras la transmisión de algunos partidos en pruebas en septiembre, Vía Digital pone en marcha así las emisiones de partidos en *pago por visión*” aunque “tal como anunció Vía Digital en su oferta de lanzamiento, este partido no tendrá coste para el espectador a pesar de que se emite en codificado”. Al final del texto, se indica que con el anuncio de este partido “Canal Satélite Digital anunció que Vía Digital rompe el diálogo y vulnera la legalidad”.

El partido de Vía Digital vuelve a ser noticia el día 9 cuando en la mitad superior de la columna derecha, en la página 36 se titula: *Vía Digital emite hoy el partido Atlético de Madrid-Compostela*, con el subtítulo: *La plataforma regala un bono de cinco encuentros a sus abonados para que prueben el “pago por visión”*. Y un día después, el 10, también en la columna derecha de la página 36, aparece otra información con el titular: *Vía Digital emitió un partido de la Liga en “pago por visión”*, con el subtítulo: *Los abonados a la plataforma pudieron seguir el encuentro entre el Atlético de Madrid y el Compostela*. En el texto se destaca que “Vía Digital cumplió su promesa de ofrecer gratis el fútbol durante la promoción de lanzamiento” y “el canal Fut 1 permaneció *abierto* para todos los abonados que lo solicitaron previamente por teléfono”. Las noticias sobre este partido finalizan el día 11, cuando en la mitad superior de la columna derecha, en la página 32, este diario titula: *Más de 5.000 abonados a vía Digital vieron el Atlético-Compostela*, con el subtítulo: *Según esta plataforma digital, sólo 1.252 de los suscriptores que no lo solicitaron no vieron el partido en “pago por visión”*.

⁵¹⁶ Véase ANEXO: documento 193.

Por otro lado, el día 12 de noviembre, *El Mundo* vuelve a anunciar otro partido de Vía Digital. Esta vez en la columna izquierda de la página 29, ocupando algo más de la mitad de la misma, y con el título: *Vía Digital emitirá hoy en “pago por visión” el partido Mérida- Sporting*, con el subtítulo: *Pedro Pérez desvincula la emisión de partidos de Liga de las negociaciones con Canal Satélite Digital*.

Casi una semana después, el 18 de noviembre, el acuerdo entre las empresas con derechos de emisión del fútbol merece para este diario tres textos que ocupan toda la página 32. El más destacado se titula a cuatro columnas: *Acuerdo entre las dos plataformas de TV para dar fútbol en “pago por visión” esta temporada*, con el subtítulo: *Vía Digital y Canal Satélite negociarán cuanto antes los derechos hasta el 2003*. En el cuerpo de esta noticia se dice que “el partido de ida de la guerra del fútbol terminó en empate técnico para Vía Digital y Canal Satélite” ya que “las dos plataformas de televisión digital podrán emitir fútbol en *pago por visión* durante la presente temporada en igualdad de condiciones (...) tras varias semanas de anuncios en falso y de dos años de combate”. Asimismo, se indica que “se han comprometido a reiniciar “cuanto antes” las conversaciones, esta vez sobre los derechos de las próximas cinco temporadas”. Esta información se acompaña de tres fotos de un módulo de los representantes de GMAF, de los clubes y de Prisa. Y debajo de esta noticia, aparece otro texto titulado: *¿Qué puede pasar a partir del próximo año?*, donde se analiza la situación y se considera que “todo parece indicar que, en línea con lo que marca la ley, todos los operadores que deseen ofrecer fútbol en *pago por visión* podrán hacerlo también a partir de la próxima temporada”. Por último, ese día se completa la página con un tercer texto en la columna derecha donde se recogen las declaraciones de los políticos bajo el titular: *Satisfacción en todos los partidos políticos*⁵¹⁷.

Los siguientes textos de *El Mundo* se refieren a las consecuencias positivas para las plataformas tras el anuncio del acuerdo. Así el día 19 de noviembre, en las tres columnas centrales de la página 32 se titula: *Vía Digital y Canal Satélite darán partidos de Liga este fin de semana*, con el subtítulo: *El sábado no se emiten en abierto los encuentros del Madrid y del Barça*. La información ocupa algo más de la mitad de la página, está recuadrada, lleva una foto de 2x1 de Pedro Pérez y un despiece titulado: *Fútbol y cine: 150.000 millones*. En el texto se resalta que aún no se saben los partidos que se retransmitirán en *pago por visión* pero que “el principal beneficiado de la *paz digital* será el telespectador”. Y un día después, el 20 de noviembre, se vuelve a insistir: *Las dos plataformas darán este fin de semana siete partidos de Liga*, con el subtítulo: *Ofrecerán el sábado el Athletic-Real Madrid y el Oviedo-Barcelona, y el domingo el resto de la jornada*. Esta noticia se encuentra en la columna derecha, ocupando dos tercios de la misma.

El mismo día que se retransmiten los primeros partidos tras el acuerdo, el 22 de noviembre, este periódico dedica una información más en la columna izquierda de la página 26, titulada: *El*

⁵¹⁷ Véase ANEXO: documento 194.

pacto permite a las plataformas ofrecer hoy dos partidos de fútbol, y amplía en el subtítulo: *Los abonados de Vía Digital y Canal Satélite podrán seguir el Oviedo-Barcelona y el Athletic de Bilbao-Real Madrid*⁵¹⁸. En el cuerpo de la noticia, que ocupa un poco más de media columna, se señala que “la tregua en la guerra del fútbol se convertirá hoy en realidad” y que “aún quedaban flecos legales pendientes” pero que “esa dificultad no obstaculizó una autorización provisional para emitir siete partidos en *pago por visión* durante este fin de semana”. Asimismo, se indica que “en todos los casos, los encuentros costarán 995 pesetas (5,98 euros) cada uno. En el caso de Vía Digital, los abonados han recibido un abono gratis para cinco partidos, dentro de su promoción de lanzamiento”.

El día 23 de noviembre, en la mitad superior de la columna derecha de la página 30 se titula: *El Oviedo impidió que se viese su partido con el Barça en “pago por visión”*, y lleva el subtítulo: *La directiva del equipo asturiano alegó que no se había “ensombrecido” Asturias, como dice su contrato televisivo*. En el texto se explica que “la directiva ovetense alegó que en su contrato televisivo con Sogecable, la empresa propietaria de Canal Satélite Digital, se acordó que en los encuentros que se jugasen en el Carlos Tartiere se debía ensombrecer Asturias” y que Jaime Ferrús, director general de Canal Satélite “anunció que iniciaran las acciones legales que correspondan a estas coacciones”. Y un día más tarde, el 24, es Vía Digital la que anuncia acciones legales, en una noticia en la columna derecha de la página 32 con el titular: *Vía Digital estudia emprender acciones legales contra el Oviedo*”.

En último lugar, *El Mundo* publicó el día 27 de noviembre otra información relacionada con este bloque temático, aunque no directamente con el acuerdo alcanzado entre las empresas propietarias de los derechos del fútbol, sino que se refiere a la querrela que interpuso Canal Satélite contra Asensio. Esta noticia se encuentra en la parte inferior derecha de la página 30 y se titula a cuatro columnas: *Asensio asegura que cedió el fútbol a Canal Satélite sin “cargas”*, con el antetítulo: *El ex presidente de Antena 3 declaró ayer ante el juez que instruye la querrela presentada por el grupo Prisa*.

2.9.4. *El País* vs. *El Mundo*

Durante el mes de noviembre de 1997, ambos diarios publicaron informaciones relacionadas con las negociaciones y el posterior acuerdo para la retransmisión de partidos de fútbol en la modalidad de pago por visión para la temporada 1997/1998. En esta ocasión, las diferencias más destacadas son fundamentalmente cuantitativas ya que *El Mundo* triplicó el número de noticias publicadas por *El País*, aunque también podemos ver algunas diferencias en el enfoque con el que fueron tratadas.

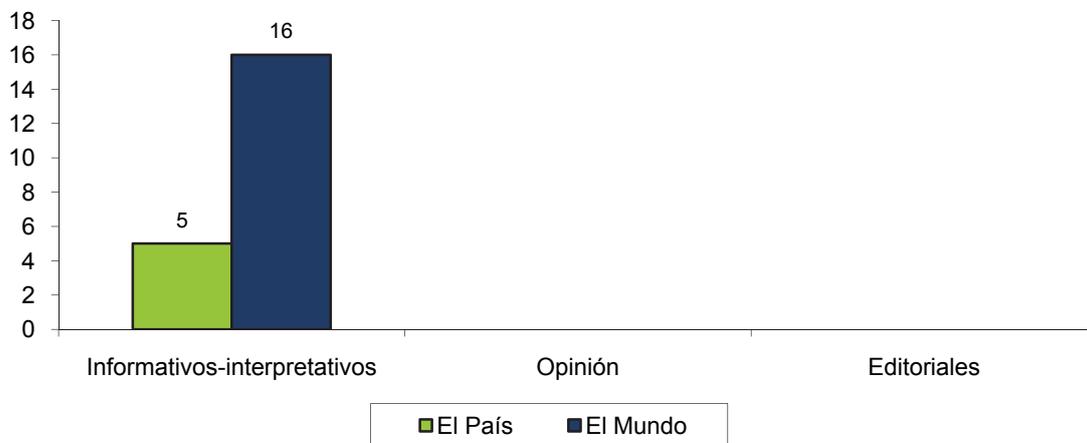
⁵¹⁸ Véase ANEXO: documento 195.

A continuación, en las siguientes tablas y gráficos, se comparan ambos diarios en relación con el número de textos publicados y la ubicación de los mismos.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	5	16
Opinión	-	-
Editoriales	-	-
Total	5	16

Tabla 43

Gráfico 16. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	-	-
Sociedad	-	2
Comunicación	5	14
España	-	-
Economía	-	-
Opinión	-	-
Suplementos	-	-
Total (sin contar portada)	5	16

Tabla 44

Por último, se recoge el tratamiento cualitativo que realizó cada diario de las categorías temáticas relacionadas con las negociaciones y el acuerdo para la retransmisión de partidos en pago por visión para la temporada 97/98. Aunque en las informaciones previas al acuerdo, *El País* destaca que es Vía Digital quien rompe el diálogo e impide el pacto así como las deficiencias técnicas en la emisión de partidos que ha tenido esta plataforma, una vez alcanzado el acuerdo, este diario se limita a emitir el comunicado conjunto y a resaltar que ambas plataformas emitirán en “igualdad de condiciones”.

Sin embargo, *El Mundo* desvincula la emisión de partidos, motivo por el que Canal Satélite Digital considera que Vía Digital rompe el diálogo, de las negociaciones y en las informaciones posteriores al acuerdo se refiere al mismo como “la tregua en la guerra del fútbol”, resalta que “el principal beneficiado de la paz digital será el telespectador” y apunta que es un primer paso para iniciar cuanto antes las “conversaciones sobre los derechos de las próximas cinco temporadas”.

Categorías	El País	El Mundo
<p>Acuerdo para la temporada 97/98</p>	<p>“Acuerdo de Telefónica, TV 3 y Sogecable para el fútbol en pago por visión de la Liga 97-98”, “Canal Satélite y Vía Digital transmitirán partidos en igualdad de condiciones”, “los políticos, satisfechos”, “la paz del fútbol televisado quedó sellada para esta temporada”, “permitirá que las dos plataformas digitales ofrezcan fútbol en pago por visión a partir del próximo domingo”, “el acuerdo fue aplaudido por las dos plataformas digitales”</p>	<p>“acuerdo entre las dos plataformas de TV para dar fútbol en “pago por visión” esta temporada”, “Vía Digital y Canal Satélite negociarán cuanto antes los derechos hasta el 2003”, “pacto por la paz”, “el <i>partido de ida</i> de la guerra del fútbol terminó en empate técnico para Vía Digital y Canal Satélite”, “las dos plataformas de televisión digital podrán emitir fútbol (...) en igualdad de condiciones (...) tras varias semanas de anuncios en falso y de dos años de combate”, “el principal beneficiario de la paz digital será el telespectador”, “el pacto permite a las plataformas ofrecer hoy un partido de fútbol”, “la tregua de la guerra del fútbol se convertirá hoy en realidad”, “aún quedan flecos legales pendientes”, “se han comprometido a reiniciar cuanto antes las conversaciones, esta vez sobre los derechos de las próximas cinco temporadas”</p>
<p>Vía Digital</p>	<p>“rompe el diálogo”, “impide el pacto por segunda vez en dos meses”, “ha reabierto la guerra del fútbol”, “vuelve a situarse al margen de la legalidad”, “para mayor confusión asegura que ese encuentro no costará nada al espectador, aunque lo anuncie como si fuera de pago”, “entrará de lleno en colisión con las autonómicas”, “reconoce deficiencias en la retransmisión del partido”</p>	<p>“regala un bono para el pago por visión”, “pone en marcha las emisiones de partidos en pago por visión”, “regala un bono de cinco encuentros a sus abonados”, “cumplió su promesa de ofrecer gratis el fútbol durante la promoción de lanzamiento”</p>

Tabla 45

2.10. Primer anuncio de fusión y posterior ruptura del acuerdo

2.10.1. Contextualización

El primer acuerdo de fusión entre ambas plataformas digitales se produce el 21 de julio de 1998, aunque tan sólo durará unos dos meses, ya que a principios de octubre de ese mismo año asistimos al anuncio de ruptura del mismo. Sin embargo, para comprender cómo se produce ese acuerdo es necesario realizar una contextualización de los meses previos, comparando los dos operadores en sus aspectos técnicos, societarios y económicos.

El 11 de febrero de 1998, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones aprobó la inscripción de las dos plataformas en el registro oficial de operadores de televisión digital, cerrando de esta forma la polémica originada por la llamada *ley de televisión digital* y la cuestión de los descodificadores. Sin embargo, los descodificadores de las dos plataformas seguían sin ser compatibles, motivo por el cual la CMT les obligó a informar a sus abonados a través de los contratos de la incompatibilidad de ver la programación de la otra plataforma con el mismo descodificador. Mientras que Vía Digital se distribuía por el sistema de satélites Hispasat y utilizaba un descodificador multicrypt, Canal Satélite Digital empleaba los satélites Astra y un descodificador simulcrypt.

Por ello, antes del acuerdo de fusión, encontramos un panorama con dos plataformas radicalmente distintas en lo que se refiere a los aspectos más técnicos y a la estructura de socios, mientras que la coincidencia es bastante mayor en lo relativo a contenidos. Por un lado, la iniciativa de Vía Digital presentaba una estructura de socios más amplia, en la que se incluían diversos representantes del panorama español de medios, y una serie de socios internacionales del negocio de la televisión, como eran Televisa, Direct TV⁵¹⁹ e Itochu, mientras que Canal Satélite Digital, por su parte, era un proyecto que giraba en torno a Canal Plus España y Sogecable. Sin embargo, para ambas plataformas, el fútbol y el cine eran los dos pilares fundamentales sobre los que apoyaban su oferta digital.

Con respecto a la facturación, las dos plataformas de televisión digital por satélite sufrieron pérdidas bastante significativas durante 1997, debido a las importantes inversiones necesarias, sobre todo en lo que se refiere a derechos de antena, fundamentalmente fútbol y cine. Por un lado, Canal Satélite Digital tuvo unas pérdidas de 13.500 millones de pesetas (81,14 millones de euros) ocasionadas por el lanzamiento y el primer año de vida de la operadora, unas pérdidas que Sogecable compensó con el resultado positivo de Canal +, reconociendo en total unos beneficios de 296 millones de pesetas (1,78 millones de euros)⁵²⁰. Por otro lado, la cifra de pérdidas de Vía Digital fue muy similar en 1997, elevándose a 13.743 millones de pesetas

⁵¹⁹ A principios de enero de 1998, Direct TV entra en el accionariado de Vía Digital con una participación del 6,9%, a través de Galaxy Latin America (GLA), la compañía de Direct TV para el mercado norteamericano. (Véase *El Mundo*, día 16 de enero de 1998).

⁵²⁰ Véase *El País*, día 16 de junio de 1998.

(82,60 millones de euros), si bien esta plataforma se constituyó a finales de enero y no comenzaría sus emisiones hasta septiembre de 1997.

Por último, conforme iba avanzando 1998, las cifras de la televisión digital crecían de forma significativa. Así, Canal Satélite Digital, que comenzó el año con 320.000 abonados, alcanzó durante el mes de junio los 500.000, después de haber contado con 381.000 en febrero y 468.000 al acabar abril. Por su parte, Vía Digital, que había lanzado su oferta en el último trimestre de 1997, tenía 320.000 suscriptores a mediados de mayo, tras haber superado los 185.000 a mediados de marzo⁵²¹.

En este contexto, se anunciaba la fusión de ambas plataformas a finales de julio de 1998, una decisión que respondía fundamentalmente a intereses económicos y que estaba en línea con los que estaba sucediendo en otros mercados internacionales. A continuación, se describirá cómo reflejó cada diario este acuerdo y las conversaciones y reacciones posteriores, hasta el anuncio de ruptura a principios de octubre de ese mismo año.

2.10.2. *El País*

Desde el 22 de julio de 1998, el día después del anuncio de acuerdo entre las dos plataformas, hasta el día 3 de octubre de ese mismo año, los dos días siguientes a que se consumara la ruptura de las conversaciones, este diario publicó doce informaciones sobre esta temática, si bien durante los primeros dos días, lo destacó en portada y abrió la sección de Comunicación con estas noticias.

Con respecto a la ubicación, casi todas las informaciones están en la sección de Comunicación y tan sólo una de ellas se publicó en Sociedad, mientras que hay nueve textos en página par y tres en impar. Por otro lado, casi siempre fueron textos de menos de media página, aunque durante los dos primeros días tras el acuerdo, *El País* dedicó tres páginas casi completas a este asunto.

Por último, debemos destacar que la mayoría de las noticias están firmadas por el propio diario, en concreto, nueve de ellas, mientras que las tres restantes: una pertenece a Agencias, otra a Xavier Vidal Folch y la última a Susana Pérez de Pablos.

Con respecto a la descripción que realiza *El País*, el 22 de julio lo destaca en portada, en la parte inferior y en las tres columnas centrales con el titular: *Acuerdo de Telefónica y Sogecable para crear una plataforma común*. En esta primera página se explica que ambas empresas “anunciaron ayer un compromiso de acuerdo para el desarrollo de una plataforma común” y “que el pacto ha sido establecido sobre bases paritarias y que se someterá a las autoridades

⁵²¹ Cifras recogidas en el capítulo de José Miguel Roca “La televisión digital por satélite en España”, en BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María: *Presente y futuro de la televisión digital*, Edipo, Madrid, 1999, p. 107.

competentes”. Asimismo, se detalla que se ha fijado la fecha del 30 de septiembre para concluir el pacto y que trabajarán “en beneficio de sus clientes, proveedores y accionistas”. En portada se remite a la página 20 para completar la información.

En el interior del número de ese 22 de julio, encontramos una información titulada a cinco columnas: *Sogecable y Telefónica alcanzan un principio de acuerdo para una plataforma digital común*, y se completa con el subtítulo: *Un comunicado conjunto fija el 30 de septiembre para concretar el pacto sobre bases paritarias*. Esta información ocupa menos de tres cuartos de página, ya que los módulos inferiores están dedicados a publicidad y la columna de la derecha está recuadrada y habla sobre una información de la CNN que no está relacionada con este tema. Además, la noticia del acuerdo se ilustra con dos fotografías horizontales de 2x3 módulos: una en la parte superior del acto de lanzamiento de Canal Satélite Digital con Polanco en el centro de la imagen, y otra debajo en la que se ve a Juan Villalonga y Pedro Pérez en la fiesta inaugural de Vía Digital. De este modo, el texto de la noticia se limita a la entradilla y a la columna de la izquierda donde se reproduce el comunicado conjunto de ambos operadores y se contextualiza al final con la información sobre la fecha de lanzamiento de cada una, el número de abonados y se recuerdan los intentos previos para alcanzar un acuerdo, así como que “a lo largo de la temporada pasada compartieran los derechos audiovisuales de la Liga de Fútbol para el pago por visión”⁵²².

Un día después, el 23 de julio, este asunto volvió a ser destacado en el sumario de la portada, en la columna izquierda, y se nos remitía a las páginas 23 y 24 donde se desarrollaba detalladamente a lo largo de cinco informaciones que ocupaban las dos páginas casi completas y que aparecían bajo el cintillo “Hacia una plataforma digital común”. En primer lugar, en la página 23 hay dos noticias: la más destacada bajo el titular: *Sogecable y Telefónica comunican a la UE su proyecto de oferta digital conjunta*, y la segunda, en la columna derecha: *Novedades para la programación*. En la primera de ellas se explica que las dos plataformas “dirigieron ayer una primera comunicación a la Comisión Europea en la que dan cuenta de su intención de organizar una plataforma digital común a partir de los actuales servicios de Canal Satélite Digital y Vía Digital” y se adelanta que el acuerdo “será suscrito hoy por ambas partes” y que serán “dos bancos norteamericanos de inversiones los que efectuarán la evaluación del pacto y del valor de las dos compañías”. Además, citando fuentes cercanas a la negociación se indica que “Sogecable tendrá el 50% de la futura plataforma digital común y llevará la gestión de programación de la misma. El otro 50% queda reservado, fundamentalmente, a Telefónica y a los demás accionistas de Vía Digital que deseen continuar adelante” y que en la futura plataforma común “Telefónica actuaría esencialmente como socio tecnológico”. Por otro lado, en el segundo texto se adelanta que los usuarios “no observará de inmediato ningún cambio” y que “la programación de la futura plataforma común se hará sobre la base de la oferta de Canal Satélite Digital e incluirá también elementos aprovechables de Vía Digital” y que “los

⁵²² Véase ANEXO: documentos 196 y 197.

negociadores han llegado al compromiso de que hasta el 30 de septiembre, fecha fijada para concluir los detalles del pacto, también Vía Digital podrá emitir partidos” de fútbol en pago por visión.

Las informaciones anteriores se completan con las tres que encontramos en la página 24, unidas mediante un mismo recuadro y que están ubicadas a la izquierda, ocupando cuatro columnas. En la parte superior, se recogen las reacciones de diferentes grupos políticos, sindicatos y medios de comunicación bajo el titular: *Rubalcaba: “Es el acta de defunción de una operación del Gobierno contra una voz crítica”* y el subtítulo: *El Ejecutivo valora positivamente el pacto*. Los elementos del titular ocupan las dos columnas de la izquierda y en las otras dos hay cuatro pequeñas fotografías de un módulo de diferentes políticos: Pérez Rubalcaba, Arias-Salgado, Pujol y Alcaraz. En el texto, este diario destaca declaraciones del Gobierno en las que se insiste en que ha sido un “acuerdo empresarial”, “una decisión empresarial” ya que el “mercado es libre y los acuerdos entre empresas también lo son”, en el mismo sentido en el que se pronunciaron Jordi Pujol, José Juan González de Txabarri, Cándido Méndez, Francisco López-Amor o Tele 5, que destacaron que se trataba de un “pacto anunciado” y se felicitaron por el mismo. Sin embargo, la declaración más destacada y la más extensa es la del secretario de Relaciones con los Medios del PSOE, Alfredo Pérez Rubalcaba, para quien “el acuerdo es un fracaso del Gobierno y algunos grupos mediáticos hoy están fastidiados”. Esta información se complementa con las dos que hay en la parte inferior, cada una a dos columnas: la primera sobre la postura de la LFP: *La Liga de Fútbol aplaude el pacto entre plataformas*; y la segunda sobre la reacción de los consumidores: *División de opiniones entre consumidores y usuarios*⁵²³.

Varios días después, el 28 de julio de 1998, encontramos una nueva información sobre este bloque temático, en las dos columnas de la derecha de la página 23 con el titular: *Marcelino Oreja ve muy positiva una futura plataforma digital común*. En el texto se recoge la valoración de comisario europeo que calificó el acuerdo como “enormemente positivo” porque es importante que se creen “fuertes empresas audiovisuales (...) para salvaguardar el modelo europeo de sociedad (...) y hacer frente al potencial de la industria estadounidense”.

Para este diario, agosto de 1998 transcurre sin noticias al respecto y será ya en septiembre de ese año, exactamente el día 11, cuando volvamos a leer una información relacionada con este tema: *Telefónica y Sogecable explican en Bruselas su proyecto digital*. Está ubicada en la página 34, en la parte superior de las tres columnas centrales, y destacada con un recuadro y una pequeña foto del comisario Van Miert. En el cuerpo de la noticia se explica que el día anterior los presidentes de las dos plataformas mantuvieron una reunión en Bruselas para presentar al comisario de la Competencia “su proyecto de unión” y explicarle que la fusión “no pretende convertir al ente resultante en un monopolio”. Asimismo, se recoge que “al no disponer del alcance exacto del proyecto, Van Miert prefirió aplazar sus opiniones hasta después de la notificación”.

⁵²³ Véase ANEXO: documento 198.

Pero, a pesar de las buenas intenciones manifestadas en Bruselas, el 1 de octubre se consumó la ruptura de las conversaciones y un día después, leemos en *El País*: *Telefónica da por concluida la negociación para una plataforma digital común en Sogecable*. Esta información, que encontramos en la página 36, está en las cuatro columnas de la izquierda, lleva el subtítulo: *Canal Satélite anuncia fútbol en exclusiva y Vía Digital dice que también dará partidos*, y está ilustrada con una fotografía de 3x2 de Juan Villalonga. En la noticia se recoge que “Telefónica da por concluidas las conversaciones” mientras que Sogecable “reconoce que no ha sido posible concluir en el plazo previsto” aunque las dos versiones coinciden en que “existen grandes diferencias respecto a las valoraciones de las respectivas compañías” y se añade que el “fracaso de las negociaciones vuelve a colocar al fútbol en el centro de los problemas más inmediatos” ya que “Canal Satélite no compartirá más derechos de fútbol con Vía Digital”⁵²⁴.

El texto anterior se completa con otro en la parte inferior de esa misma página y a tres columnas bajo el titular: *Notas al final de un plazo*, donde se recogen los comunicados que enviaron ambas operadoras con sus versiones respectivas: Sogecable afirmaba “Cumplido el plazo (...) no ha sido posible concluir las negociaciones (...) para la constitución de una sociedad común de televisión digital vía satélite. (...) Sogecable reitera su continua disposición al diálogo”, mientras que “Telefónica da por concluidas las negociaciones (...) reitera su apuesta por la competencia (...) y confirmamos nuestro compromiso para continuar desarrollando un proyecto de Televisión Digital por Satélite que suponga la mejor oferta para los hogares españoles”.

Por último, el día 3 de octubre, este diario cierra este bloque temático con dos nuevas informaciones que ocupan la página 34, excepto el faldón publicitario. En la parte izquierda de la página, a cuatro columnas y destacado con un recuadro, podemos leer: *Políticos y directivos del sector audiovisual lamentan la ruptura del pacto digital*, y el subtítulo: *TV-3, Tele 5 y RTVE esperan que Telefónica y Sogecable vuelvan a negociar*. En el texto se recogen las declaraciones de los directores generales de varias empresas de comunicación que expresan que “las negociaciones se tomarán de nuevo” y que “el acuerdo se acabará produciendo”, aunque también casi al final, se citan las palabras de Pedro Pérez, presidente de Vía Digital, quien “achacó la ruptura a que alguien quería mandar por encima de cualquier cosa”. Esta noticia, además de dos fotos de un módulo de Jordi Vilajoana y Marcelino Oreja, lleva también un despiece titulado *Sogecable anuncia que pedirá responsabilidades* y donde se recoge que esta empresa “anuncia que ha adoptado medidas para exigir responsabilidades por algunas informaciones que lesionan gravemente el crédito y el nombre de Canal Satélite Digital” en referencia a JP Morgan que “había valorado en menos de 10.000 millones de pesetas (60,10 millones de euros) a Canal Satélite”⁵²⁵.

⁵²⁴ Véase ANEXO: documento 199.

⁵²⁵ Véase ANEXO: documento 200.

La otra información de este último día ocupa la columna derecha de la página 34 y se titula: *Audiovisual Sport confirma que Vía Digital no puede dar fútbol*. Aquí se recoge que esta comunicación se debe a que “Canal Satélite ha decidido no seguir compartiendo los derechos que le pertenecen”, aunque Vía Digital considera que “ha sido desposeída unilateral e injustificadamente de los derechos que le asisten en virtud de la relación jurídica que tiene concertada y que mantiene con Audiovisual Sport para la emisión de partidos en la presente temporada” y anuncia “acciones jurídicas”.

2.10.3. *El Mundo*

Desde el 22 de julio al 3 de octubre de 1998, *El Mundo* publicó veintiún textos relacionados con el acuerdo de fusión y posterior ruptura entre las dos plataformas, de los cuales, catorce son informaciones, tres son artículos de opinión y los cuatro restantes son un editorial y tres sueltos sin firma que recogen la postura del propio diario sobre este asunto. Además, fue destacado en portada en cuatro ocasiones.

En cuanto a las secciones donde los encontramos, principalmente destacan Comunicación y Sociedad, con ocho textos cada una, aunque también debemos dirigirnos a Opinión, donde aparece el editorial y tres artículos y por último, en Economía donde se publica un artículo de opinión. Además, los textos informativos se reparten nueve en páginas pares y cinco en páginas impares.

Con respecto a la extensión de los textos informativos, debemos destacar que hay una información de página completa, cuatro noticias de tres cuartos de página, otras tres informaciones de media página y las cinco restantes de menos de media página. Finalmente, debemos mencionar que cinco de estas noticias están sin firma y una firmada por el propio diario, mientras que el resto pertenecen a distintos periodistas entre los que destaca Carlos Segovia, corresponsal en Bruselas, que firma cuatro de ellas y José María Zavala con dos noticias.

Las informaciones sobre este asunto arrancan en el diario *El Mundo* el mismo 22 de julio, un día después del anuncio de acuerdo cuando se abre la portada a cuatro columnas con este tema: *Polanco y Telefónica pactan la fusión de las dos plataformas digitales*, con el subtítulo: *Canal Satélite y Vía Digital se repartirán el 50% del accionariado sin vetos de ningún tipo – La presidencia será rotatoria, el consejero delegado lo pondrá Polanco y el director general, Villalonga*. En esta primera página podemos leer que ambos presidentes “cerraron ayer la cruenta y larga guerra que mantenían con un acuerdo para fusionar las dos plataformas” y se remite a la página 21 para completar la información. En páginas interiores, también se dedica especial relevancia a este tema ya que se abre con ella la sección de Sociedad, dedicando la página completa a este asunto con un texto informativo a cuatro columnas y una opinión sin

firma en la columna derecha, todo ello bajo varios flashes informativos a módulo de antetítulo: *Para el nuevo proyecto valdrán todos los descodificadores que se utilizan actualmente – Canal Satélite nombrará el consejero delegado y Vía Digital el director general – El acuerdo deberá quedar concluido antes del próximo 30 de septiembre.*

El texto más destacado de este primer día se titula: *Polanco y Telefónica pactan la fusión de las dos plataformas de TV digital*, y lleva el subtítulo: *Vía Digital y Canal Satélite compartirán el 50% del capital de la nueva sociedad*, además está ilustrada con una fotografía de 2x3 de Jaume Ferrús y Pedro Pérez, los responsables de las dos operadoras y un despiece titulado *El encuentro de los gigantes*. En el cuerpo de texto se explica que “la guerra digital se cerró ayer” y que “como resultado de la paz nacerá una plataforma de televisión digital común” en la que “contarán cada una con un 50% del accionariado de la nueva compañía” y “no se han fijado vetos para ninguno de los accionistas”. Además, se resalta que de esta forma “desaparece el litigio por el fútbol” y que “en una sola reunión, Villalonga y Polanco, cerraron dos guerras, la del fútbol y la digital” porque “los hasta ayer irreconciliables contendientes manejan ahora expectativas espectaculares para su negocio de televisión de pago. Ni vencedores ni vencidos”. Por otro lado, en la columna derecha hay un texto de opinión dividido en dos y que se titula: *El fútbol entró en guerra en la era analógica ...Y estalló en la era digital*, donde se repasan los antecedentes de los derechos del fútbol televisado cuando antes “los ciudadanos veían un partido de cada jornada, los sábados por la noche y *gratis total*” pero “el impacto que tuvo el partido del domingo en el número de abonados de Canal Plus fue impresionante: el fútbol pasaba a ser la llave de la audiencia o de cualquier proyecto de nuevas televisiones”, una historia que finaliza con el Pacto de Nochebuena al que califican como el principio “de la guerra” porque “quien tenía los derechos del fútbol, tenía en exclusiva la llave de la TV digital. Ahí nació la guerra del fútbol y la posterior ley que obliga a un acuerdo entre las partes”⁵²⁶.

Además, el 22 de julio, este diario también publicó en la sección de Opinión un comentario sin firma sobre este asunto bajo el titular *¿Un pacto equitativo, o más bien la última victoria de Polanco?*, donde se argumenta que aunque en el anunciado acuerdo “se ha impuesto la *Realpolitik* de los negocios” ya que “cada una de las dos plataformas estaba en camino de perder 50.000 millones de pesetas (300,51 millones de euros) este año (...) habrá que conocer en todos sus extremos los detalles (...) para saber a ciencia cierta si se trata de una solución equilibrada (...) o si tras el aparente equilibrio se esconde una toma del control por parte de uno de los dos grupos”. Además, finaliza señalando que aún hay factores que están por dilucidar como “¿qué sucederá con las tarifas, tan abarataadas merced a la competencia? ¿Qué dirán los organismos de defensa de la competencia, españoles y comunitarios?”

Un día después, el 23 de julio, *El Mundo* vuelve a destacar el tema en portada, en esta ocasión en la parte inferior de las dos columnas de la izquierda con el titular: *Bruselas no autorizará el*

⁵²⁶ Véase ANEXO: documentos 201 y 202.

“pacto digital” si crea un monopolio y con el antetítulo: *Preocupación entre las asociaciones de consumidores*. Esta información se desarrolla ampliamente en tres páginas completas de la sección de Sociedad y en uno de los editoriales de ese día titulado: *Fin de la guerra digital*, en el que a pesar de la valoración positiva del acuerdo de la mayoría de dirigentes políticos y empresarios del sector audiovisual, el periódico considera que puede haber “consecuencias negativas sobre la competencia y el pluralismo” aunque “el acuerdo tiene una lógica empresarial que no cuestionamos” y apunta que “existe el riesgo de que la situación vuelva a ser la de comienzos de 1996 (...) Telefónica pone su enorme potencial tecnológico al servicio de Prisa, aunque hay que valorar el hecho de que ahora la gestión de la nueva plataforma será compartida cuando Polanco siempre había considerado este negocio como un feudo propio”. Por último, este diario señala que esta operación se inscribe en “el actual clima de distensión entre el Gobierno y su principal adversario mediático”⁵²⁷.

Con respecto a las páginas interiores de Sociedad, el día 23 de julio, encontramos tres noticias y un amplio artículo de opinión firmado por Jesús Cacho, que ocupa toda la página 20. La primera de las informaciones aparece en la página 18, abriendo la sección y con varios flashes informativos a modo de antetítulo a cinco columnas: *La Comisión Europea analizará “si la alianza deja el mercado abierto a nuevos competidores” – El comisario Van Miert dice que el caso tiene “dimensión comunitaria” – El acuerdo lo estudiará “con el reglamento de concentración de empresas”*. El titular de la información va a tres columnas y es similar al de la portada: *Bruselas advierte que no autorizará el nuevo pacto entre Telefónica y Polanco si se crea un monopolio*. En el texto se recoge que “Van Miert exige a Polanco y Villalonga que comuniquen la operación en Bruselas antes de ponerla en marcha” y que “la nueva entidad no podrá operar sin el “visto bueno” previo de Bruselas que puede tardar entre uno y cinco meses”. Además, se explica que el comisario “está a favor como filosofía general de que haya más de una plataforma de TV digital en cada país, porque fomenta la competencia y abarata los precios para los espectadores”. Toda la página se ilustra con una infografía en la parte inferior donde se detallan los accionistas, satélites, descodificador y número de abonados de cada plataforma y se acompaña de un despiece titulado *Polanco quiso evitar el examen de la UE*, donde se cuenta que anteriormente el empresario quiso “analizar si era posible llegar a un pacto que no fuese sometido después al examen de las autoridades de la Competencia de la Unión Europea”⁵²⁸.

En la página 19, del día 23 de julio, encontramos otras dos noticias a cuatro columnas. En la parte superior, ocupando más de media página e ilustrada con una fotografía de 3x2 del centro de distribución de Vía Digital, una información que recoge las distintas reacciones de los partidos políticos, el Gobierno y las asociaciones de consumidores y aunque la mayoría coinciden en resaltar positivamente el acuerdo, el texto se titula: *Preocupación en los consumidores por la plataforma única*, y es precisamente con estas declaraciones con las que

⁵²⁷ Véase ANEXO: documento 203.

⁵²⁸ Véase ANEXO: documento 204.

se inicia el cuerpo de la noticia, resaltando que “las asociaciones de consumidores han sido los únicos que emitieron ayer una nota discordante” señalando que “la anulación de la competencia redundará de manera clara en la calidad y en el precio”. En la parte inferior de la página se recogen las declaraciones de empresarios y dirigentes de medios con el titular: *El sector de la comunicación aplaude el acuerdo*⁵²⁹.

Por último, Jesús Cacho en su artículo de opinión, titulado *Villalonga agita bandera blanca; Polanco gana*, considera que el acuerdo beneficia a Jesús Polanco ya que aunque “parecía que el jefe acababa de dar otro gran golpe” en referencia a Villalonga y a la anterior compra de Antena 3, “el único que realmente tenía motivos para estar encantado la noche del martes 21 de julio del 98 era Jesús Polanco” y afirma que “Villalonga firma su rendición ante un Polanco más *Jesús del Gran Poder* que nunca” porque aunque “mandan los números (...) eso ya lo sabía Villalonga hace tiempo y sabiéndolo decía que no pactaría con el hombre que había intentado arruinar no sólo su carrera sino la marcha en los mercados de la propia operadora”. El autor argumenta que “Telefónica podía ir muy lejos al margen, de espaldas o en contra de Polanco y su grupo” y que “podía sostener la *guerra mediática* con relativa comodidad, dada la fortaleza de su *cash flow*” pero que “el castigo diario al que le ha sometido la *armada polanquil*, bombardeando sus flancos desde los distintos medios del grupo un día sí y otro también” ha conseguido que Villalonga se haya “cansado de aguantar los ataques de Prisa en solitario y ha decidido tirar de chequera y comprar la paz” y “al final *don Juan* ha terminado hincando la rodilla”. Asimismo, mantiene que “el acuerdo salva a Sogecable de la quiebra a medio plazo”, “Polanco gana (...) Villalonga cede y compra su tranquilidad”, y que para ello, a Polanco “le ha bastado utilizar su receta de siempre (...) la del miedo a vivir enfrentado al grupo Prisa” porque “Villalonga estaba harto de recibir en su culo muchas de las patadas que Polanco dirigía a Aznar” ya que “a Polanco no le gusta la competencia y cuando le sale una, la compra o la destruye”.

Al día siguiente, el 24 de julio, *El Mundo* dedica una noticia más a este asunto que además de abrir de nuevo la sección de Sociedad también es destacada en portada, concretamente, en la parte superior de la columna de la derecha con el titular: *Bloqueada la firma del acuerdo entre Polanco y Telefónica sobre la TV de pago*, y con tres subtítulos en los que se recogen los principales aspectos: *Prisa se niega a aceptar que la gestión compartida sea “paritaria”*; *Malestar en Vía Digital ante el anuncio de que la base de la programación unificada será la de Canal Satélite Digital* y *Otra asociación de usuarios de radio y televisión expresa su preocupación por el acuerdo*. En páginas interiores, encontramos de nuevo un titular similar, esta vez a cuatro columnas, las mismas que ocupa toda la noticia que además está resaltada tipográficamente con un recuadro, una fotografía del centro de distribución de señales de Vía Digital y un despiece titulado *Entre la discrepancia, la duda y el apoyo*. En la información se explica que el principio de acuerdo “quedó bloqueado ayer por diferencias entre las partes” ya

⁵²⁹ Véase ANEXO: documento 205.

que “Polanco se negaba a aceptar que la gestión compartida de la nueva sociedad sea “paritaria””. Además, basándose en “fuentes consultadas por este diario” *El Mundo* asegura que “en Telefónica y en Vía Digital causó indignación la aseveración del diario de Polanco, ayer, de que la programación de la nueva plataforma quedaría a cargo de Canal Satélite Digital y se haría sobre la base de su oferta actual” y valora la información de *El País* diciendo que “en claro tono despectivo (...) decía que la nueva programación incluirá “elementos aprovechables” de la oferta de Vía Digital”. No obstante, la parte final de la noticia nos explica que las negociaciones continúan y que aún queda por “dilucidar el reparto del accionariado (...) y si se opta por uno de los dos sistemas de satélites con los que operan las plataformas existentes”. Por último, en el despiece se recoge un comunicado de la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR) en el que expresan su “temor porque la desaparición de las dos alternativas actuales pueda producir una situación de monopolio”.

La siguiente noticia la podemos leer un día más tarde, el 25 de julio, en la columna derecha de la página 22 bajo el titular: *El PSOE vaticina que la plataforma única pasará el examen de Bruselas*, y en ella se recogen declaraciones de un eurodiputado socialista y otro del PP, del presidente del Parlamento Europeo y del coordinador de IU en el que valoran qué posición adoptará la Comisión Europea ante este acuerdo. Varios días después, el 30 de julio, se nos explica que se han retomado las negociaciones tras el bloqueo provocado por la negativa de Polanco “a aceptar una gestión compartida paritaria, es decir, al 50%”, una información breve en la parte inferior de la página 22 y con el titular: *Telefónica y Sogecable reinician la negociación para la plataforma única*.

Ya en agosto de 1998, este diario publica cuatro textos sobre este asunto. El primero de ellos, el día 2 de agosto, un artículo de opinión firmado por Casimiro García-Abadillo en la sección de Economía que se titula *Enredo (o “culebrón mediático”)*. A lo largo del texto, su autor argumenta que el acuerdo entre ambas plataformas era algo deseado en el Gobierno por el desgaste que estaban sufriendo desde el grupo Prisa y donde Telefónica tenía un papel muy importantes, con frases como: “El Gobierno quería la paz con Polanco”, “la culpa de que la lluvia fina no hiciera crecer la hierba de la intención de voto para el PP la tenían las portadas de *El País*”, “a medida que el enfrentamiento de Prisa con el Gobierno se fue endureciendo, el papel de la compañía que preside Juan Villalonga fue eclipsando al del resto de sus socios” ya que “Telefónica es, con diferencia, la compañía mejor pertrechada del país para afrontar con éxito un conflicto de desgaste”. Pero también afirma Casimiro, que Canal Satélite también necesita el acuerdo: “el editor necesita la paz tanto como el propio Gobierno” ya que se pregunta “¿Hasta cuándo iban a seguir sus socios desembolsando el dinero que necesitaba Canal Satélite para ganarle la batalla a su rival?”, pero también porque estaba afectando a la credibilidad: “la guerra mediática estaba dañando a Prisa en el mayor activo que tiene cualquier medio de comunicación. No se puede mantener el liderazgo durante mucho tiempo si los lectores o los oyentes comienzan a desconfiar de la objetividad de los medios que leer o escuchan”. Al final, el autor plantea algunas dudas ya que dice que habrá que saber “si es una

paz duradera o una simple tregua” y los próximos meses serán importantes para saber “si Polanco cumple su parte del pacto reduciendo de manera apreciable su beligerancia contra el Gobierno”.

Ya no habrá más informaciones hasta el día 20 de agosto, cuando este diario publica media columna en la parte izquierda de la página 22 y con el cintillo “Polémica”. El titular de esta noticia es *IU “mirará con lupa” el acuerdo de Canal Satélite y Vía Digital* y en el cuerpo de la noticia se recogen las declaraciones de Felipe Alcaraz, portavoz de este partido político, en las que afirma que “a su juicio no puede haber una fusión que genere abuso de dominio y los interesados “tendrán que hacer las cosas viene” para evitar problemas con las autoridades españolas y comunitarias” y que “su formación quiere lo mejor para los usuarios”.

Una semana después, el 27 de agosto, este tema volverá de nuevo a la portada de *El Mundo*, pudiendo leer en la parte superior de la columna derecha *Las dos plataformas unifican la tarifa del fútbol de pago en el precio más alto* y se detalla que “como parte del ese acuerdo, Vía Digital sube 200 pesetas (1,20 euros) el precio por cada encuentro hasta igualarlo con el que Canal Satélite fijó la temporada pasada”. Además, se remite a la página 22 donde se amplía la información en un texto a cuatro columnas en el que se explica que “como paso previo a su anunciada fusión las dos plataformas de televisión digital han decidido unificar el precio por cada partido de la Liga de fútbol 1998-99 que comienza este fin de semana” y que también “han llegado a un acuerdo para ofrecer dos tipos de abono: uno de 19 partidos (...) y otro de 38” y otro cambio es que “no habrá fútbol los lunes por Antena 3” y que “los derechos de la Liga de fútbol ya no corresponden a la Forta, sino a Audiovisual Sport”. Esta noticia se complementa con dos despieces: *La UE, escéptica ante la fusión* y *“En abierto y para todo España”*; el primero dice que “la Comisión Europea realizará un examen sobre los resultados de la fusión, que califica de “tema siempre polémico y discutible en el que las autoridades y la Comisión tiene por misión el velar por el mantenimiento de la competencia”, y el segundo explica que en cumplimiento de la llamada *ley del fútbol* debe emitirse un partido en abierto y para todo España y que como las autonómicas sólo cubre el 69% del territorio, es necesario un acuerdo con TVE, pero que “a tan sólo dos días vista del comienzo de la Liga, las negociaciones siguen, pero no hay acuerdo”.

Ese mismo día, este diario también publica un suelto en la sección de Opinión, sin firma, y que se titula *Televisión: menos y peor fútbol gratis, y más caro el de pago*, donde mantiene que “a partir de esta temporada el fútbol televisado gratuito perderá en cantidad y en calidad. En cantidad, porque los lunes ya no se retransmiten ningún encuentro. Y en calidad, porque las cadenas autonómicas sólo tendrán derecho a elegir en siete ocasiones qué partido de la jornada prefieren”, señalando que “el lado positivo de este acuerdo (...) estriba en que se ha puesto fin a una situación que tenía no poco de caótica” y “el lado negativo, ya bien constatable, está en que esa *normatización* se hace a expensas de los consumidores”.

El día 10 de septiembre los presidentes de las dos plataformas se reúnen con el comisario europeo para explicarle su proyecto, y ese día *El Mundo* publica algo más de media columna en la página 29 con el titular *Villalonga y Polanco “sondearán” hoy a Van Miert sobre la fusión* donde se explica que esta reunión permitirá “conocer las posibilidades de que la fusión pueda ser aprobada por la Comisión antes de notificar formalmente el proyecto en octubre”. Al día siguiente, este mismo asunto ocupará las cuatro columnas de la izquierda de la página 32 bajo el titular *Villalonga: “Hay química entre Polanco y yo, y ambición de hacer muchos proyectos juntos”* y el subtítulo *Los presidentes de Telefónica y Prisa presentan a la UE la fusión de las plataformas*⁵³⁰. En la información, que está recuadrada y tiene dos fotografías, una de Villalonga y otra de Polanco, se resalta la buena relación entre los dos presidentes con expresiones como “se presentaron ayer como dos amigos y socios con un amplio futuro”, y la relación de cordialidad ofrecida en la rueda de prensa posterior a la reunión con Van Miert: “Nosotros nunca hemos estado peleados, fueron otras cuestiones”, aseguró Polanco (...) y “en tono de broma remachó (...) “Yo soy más maduro y mucho mayor que Villalonga así que le he dicho que tenemos que darnos prisa”. Sobre la postura de Van Miert, en la crónica se dice que “no anticipó ninguna opción sobre si autorizará la fusión y advirtió tanto a Polanco como a Villalonga que no permitirá la creación de un monopolio”. Esta información se complementa con el despiece *De ronda con los comisarios en Bruselas*, donde se dice que también se entrevistaron con Marcelino Oreja “quien se mostró más cálido que Van Miert con el proyecto”.

A finales de septiembre de 1998, el día 30, encontramos un nuevo texto de este bloque temático con el titular *Galdón pedirá apoyo a Van Miert contra la fusión digital*, y el subtítulo *Temer que pueda perjudicar a Cableuropa*. En la noticia que ocupa las dos columnas de la derecha de la página 38, casi completas, se informa de que “el presidente de Cableuropa, Eugenio Galdón, recurrirá al comisario europeo de Competencia, Karel Van Miert, para impedir que el nuevo *imperio digital* que preparan (...) Villalonga y (...) Polanco, perjudique a los intereses de su empresa especializada en distribución de televisión por cable”, y se añade que esta petición “se produce pese a los acuerdos recientemente suscritos por su empresa con Sogecable para la distribución por Cableuropa de determinados canales”.

Los siguientes textos que este diario publica sobre este tema tratan ya sobre la ruptura de las negociaciones. El primero de ellos el día 2 de octubre de 1998 cuando en la página 34 y destacado a cuatro columnas leemos: *Telefónica rompe las negociaciones con Sogecable para crear una plataforma digital*. Esta información comienza explicando que “la valoración de ambas plataformas y el reparto de la gestión de la futura sociedad han sido los principales detonantes de esta decisión”, para recoger posteriormente los comunicados emitidos por cada una de las operadoras. En primer lugar, el de Sogecable en el que se expresa que “no ha sido posible concluir las negociaciones desarrolladas a lo largo de estas semanas para la constitución de una sociedad común de televisión digital vía satélite” y donde reconoce que “el

⁵³⁰ Véase ANEXO: documento 206.

principal escollo han sido las valoraciones de las respectivas compañías” aunque reitera su “continua disposición al diálogo”. A continuación, se reproduce el comunicado de Telefónica en el da “por concluidas las negociaciones mantenidas con Sogecable” y explica que “las diferencias sobre las valoraciones, la estructura accionarial, el modelo de gestión y los contenidos de programación hacen inviable la consecución de un acuerdo para la constitución de una plataforma conjunta”. Posteriormente, se recoge la valoración realizada por JP Morgan en la que se destaca que Canal Satélite “en cualquiera de los escenarios posibles tendría un valor negativo de al menos 40.000 millones de pesetas (240,40 millones de euros)” y que además parte “con una situación patrimonial neta negativa” mientras que “Vía digital cuenta con un valor patrimonial positivo de 31.000 millones de pesetas (186,31 millones de euros)”. Además, en la información se argumenta que el banco ha llegado a estas conclusiones porque “las deudas de Sogecable, dueña del 90% de Canal Satélite, han pesado como una losa a la hora de establecer una valoración”. Esta noticia se acompaña de un despiece titulado *La malograda fusión abre paso a la competencia*, donde se señala que la “primera consecuencia positiva de la ruptura afecta al consumidor” ya que “la competencia entre dos plataformas digitales, en lugar de existir una sola, debería beneficiar al usuario si, como resulta lógico, bajan los precios en el futuro”⁵³¹.

Por último, el día 3 de octubre, encontramos dos textos: uno informativo en la página 28 con el titular: *Audiovisual Sport prohíbe a Vía Digital que emita mañana los partidos de fútbol*, y un artículo de opinión firmado por Federico Jiménez Losantos en la página 5 titulado *La piscina*. La noticia, que ocupa algo más de la mitad de la página y que va a cuatro columnas, señala que la “primera consecuencia” tras la ruptura de las negociaciones es que “Vía Digital no podrá emitir este domingo los ochos encuentros de fútbol programados” y que esta plataforma considera que “ha sido desposeída unilateral e injustificadamente de los derechos que le asisten en virtud de la relación jurídica que tiene concertada y mantiene con Audiovisual Sport para emitir partidos en pago por visión en la presente temporada” y anuncia “la adopción de acciones jurídicas”. Al final de la información se recoge la postura de Canal Satélite que señaló que “Vía Digital no podrá emitir, a partir de mañana, ni un solo encuentro de los ochos programados cada domingo” y de Audiovisual Sport que puntualizó que “nunca ha existido una autorización formal de Audiovisual Sport a Vía Digital para que emita los partidos de fútbol, sino que el compromiso era entre Canal Satélite y Vía Digital hasta el pasado 30 de septiembre”. Esta información se completa con un despiece que recoge declaraciones del presidente de Vía Digital bajo el titular *Pedro Pérez culpa a Sogecable*.

Por su parte, Federico Jiménez Losantos intenta dar respuesta a la posibilidad de si la ruptura de las negociaciones pueda significar la vuelta a “los tiempos de guerra mediática”, explicando que es difícil que se reproduzca ya que en el “origen de todo estuvo aquel acuerdo entre Asensio y Polanco para establecer un monopolio del fútbol que a su vez hiciese posible el

⁵³¹ Véase ANEXO: documento 207.

monopolio de la televisión de pago”. Este autor considera que “el envite tenía una dimensión política evidente, al poco de llegar el PP al poder. Aquello era como extender la partida de defunción informativa al Gobierno Aznar y avalar un crédito sin límite para la vuelta de González, previo paso por Pujol. La cosa estaba tan clara que hasta el presidente se sublevó” y añade que de “aquella movida salió: una ley que obliga a emitir gratis un partido de fútbol semana, una plataforma digital que agrupó a buena parte de los medios informativos amenazados por el polanquismo...” y que con ello se “llegaba a un cierto equilibrio, que siempre será mejor que el desequilibrio patrocinado por Polanco y el PSOE” y mantiene que “el Gobierno del PP ha perjudicado menos a la libertad y ha respetado más a los adversarios que el felipismo”. Sin embargo, para Jiménez Losantos las negociaciones han significado un “desencanto” para la “derecha independiente” ya que ha permitido saber que “Villalonga tiene “química” con Polanco y chapotea feliz en su piscina, aunque de pronto se salga”.

2.10.4. *El País* vs. *El Mundo*

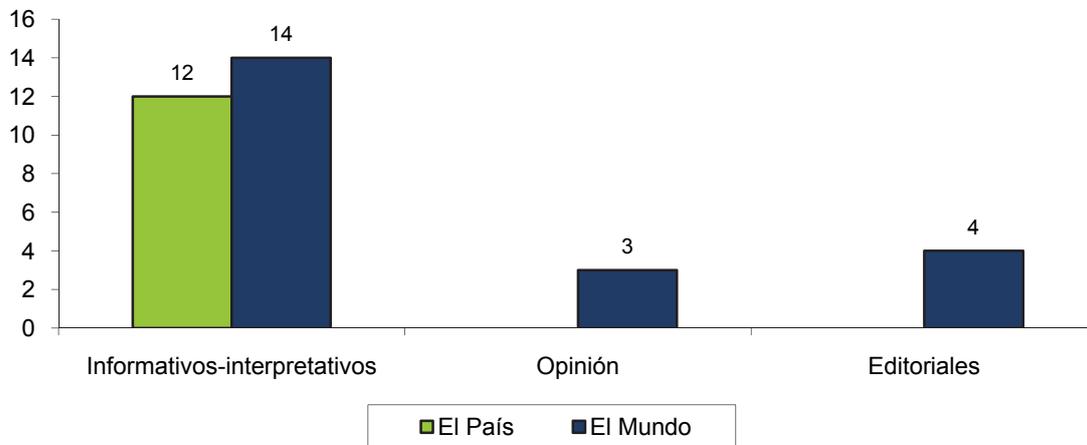
Las diferencias entre ambos medios son evidentes tanto a nivel cuantitativo como cualitativo, ya que *El Mundo* no sólo publicó casi el doble de textos desde julio a octubre de 1998, sino que también utilizó los géneros de opinión, algo que no encontramos en el diario *El País* durante el periodo analizado. A través de los artículos y editoriales, el periódico se posicionó sobre las negociaciones, el principio de acuerdo y posteriormente, la ruptura del mismo.

En primer lugar, exponemos en las siguientes tablas y gráficos la comparación entre ambos diarios en cuanto al número de textos publicados, los géneros periodísticos utilizados y su ubicación en las diferentes secciones.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	12	14
Opinión	-	3
Editoriales	-	4
Total	12	21

Tabla 46

Gráfico 17. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	2	4
Sociedad	1	8
Comunicación	11	8
España	-	-
Economía	-	1
Opinión	-	4
Suplementos	-	-
Total (sin contar portada)	12	21

Tabla 47

Sin embargo, las diferencias más importantes las encontramos en el tratamiento que cada diario da a este bloque temático: mientras que *El País* ofrece una imagen positiva del acuerdo argumentada a través de los comunicados de ambas entidades y sólo en la ruptura se muestra crítico con Telefónica; *El Mundo* mantiene desde el principio una duda sobre las condiciones del acuerdo, mostrando su oposición a la desaparición de la competencia porque perjudica a los consumidores, personalizando siempre a Canal Satélite en Polanco, pero no haciendo lo mismo con Villalonga y Vía Digital y recurriendo a expresiones bélicas para referirse al conflicto y al acuerdo.

Ambos diarios utilizan las declaraciones que más interesan a su posicionamiento, de esta forma, *El País* destaca tras el acuerdo: “la Liga de Fútbol aplaude el pacto entre plataformas”, mientras que *El Mundo* prefiere señalar “Preocupación entre las asociaciones de consumidores”; y una vez rotas las negociaciones, el primer de ellos titula “Políticos y directivos

lamentan la ruptura”, mientras el segundo opta por destacar que la competencia “debería beneficiar al usuario”.

Todo ello, queda recogido en la siguiente tabla que resume cómo han calificado los dos periódicos las siguientes categorías temáticas y de agentes.

Categorías	El País	El Mundo
Primer acuerdo de fusión	“principio de acuerdo para el desarrollo de una plataforma común”, “el pacto ha sido establecido sobre bases paritarias”, “se someterá a las autoridades competentes”, “comunicado conjunto”, “un acuerdo de intenciones”, “proyecto de oferta digital conjunta”	“Polanco y Telefónica pactan la fusión”, “cerraron ayer la cruenta y larga guerra que mantenían con un acuerdo para fusionar las dos plataformas”, “la guerra digital se cerró ayer”, “como resultado de la paz nacerá una plataforma de televisión digital común”, “la gestión será compartida”, “sobre bases paritarias”, “ni vencedores ni vencidos”, “el nuevo pacto entre Telefónica y Polanco”, “se ha impuesto la <i>Realpolitik</i> de los negocios”, “saber a ciencia cierta si se trata de una solución equilibrada (...) o esconde una toma de control por parte de uno de los grupos”, “el acuerdo salva a Sogecable de la quiebra a medio plazo”, “las consecuencias negativas que pueda tener sobre la competencia y el pluralismo”, “temor a una situación de monopolio”
Ruptura de las conversaciones	“Telefónica da por concluida la negociación”, “Sogecable reconoce que no había sido posible concluir en el plazo”, “vuelve a colocar al fútbol en el centro de los problemas”, “la decisión de Telefónica”	“Telefónica rompe las negociaciones”, “la valoración de ambas plataformas y el reparto de la gestión de la futura sociedad han sido los principales detonantes de esta decisión”, “el puzle no encaja”, “la primera consecuencia positiva afecta al consumidor”, “abre paso a la competencia”, “la ruptura de las negociaciones deja a Vía Digital sin la posibilidad de compartir con Canal Satélite los derechos del fútbol en pago por visión. Una <i>guerra</i> que se reabre ahora”, “las <i>espadas</i> vuelven a estar en lo alto”
Derechos del fútbol / ppv	“Canal Satélite ha decidido no seguir compartiendo los derechos que le pertenecen”, “Vía Digital anuncia acciones jurídicas (...) porque ha sido desposeída unilateral e injustificadamente de los derechos que le asisten en virtud de la relación jurídica que tiene concertada y que mantiene con Audiovisual Sport”	“Si algún mango tiene de la sartén, Jesús Polanco, presidente de Sogecable, ése es el de los derechos del fútbol en pago por visión hasta la temporada 2000-2001”, “Vía Digital no podrá emitir, a partir de mañana, ni un solo encuentro de los ocho programados cada domingo”

Canal Satélite Digital	“la plataforma que trajo a España la televisión digital por satélite”, “no compartirá más derechos con Vía Digital”, “preferimos la continuidad de la competencia a una fusión que lesione los intereses de Canal +”, “anuncia medidas para exigir responsabilidades”	“un valor negativo de al menos 40.000 millones de pesetas (240,40 millones de euros)”, “una situación patrimonial neta negativa de 10.000 millones de pesetas (60,10 millones de euros)”, “las deudas de Sogecable, dueña del 90% de Canal Satélite han pesado como una losa a la hora de establecer una valoración”
Vía Digital	“se incluirá también elementos aprovechables de Vía Digital”, “reitera su apuesta por la competencia”, “nuestro compromiso para continuar desarrollando un proyecto de Televisión Digital por Satélite que suponga la mejor oferta para los hogares españoles”,	“Telefónica podía sostener la guerra mediática con relativa comodidad dada la fortaleza de su <i>cash flow</i> ”, “un valor patrimonial neto positivo de 31.000 millones de pesetas (186,31 millones de euros)”
Polanco y Villalonga	-	“los hasta ayer irreconciliables contendientes”, “dos de los protagonistas de la denominada <i>guerra digital</i> de los últimos tiempos (...) se presentan ahora como dos amigos y socios con un amplio futuro”
Jesús Polanco	-	“el único que realmente tenía motivos para estar encantado”, “más Jesús del Gran Poder que nunca”, “Polanco gana”, “a Polanco no le gusta la competencia, y cuando le sale una, la compra o la destruye”
Juan Villalonga	-	“firma su rendición”, “al final <i>don Juan</i> ha hincado la rodilla”, “Villalonga cede y compra su tranquilidad”
Gobierno	“acuerdo empresarial”, “decisión empresarial”, “el mercado es libre y los acuerdos entre empresas también lo son”, “valora positivamente el pacto”	“el Gobierno quería la paz con Polanco”, “hundir a Polanco estaba saliendo demasiado caro, no solo económica, sino también políticamente”, “ha perjudicado menos a la libertad y ha respetado más a los adversarios que el felipismo”
Comisión Europea	-	“no autorizará el pacto si crea un monopolio o incurre en un abuso de posición dominante”, “escéptica ante la fusión”
Marcelino Oreja	“Es muy favorable”, “enormemente positivo”, “intentar salvaguardar el modelo europeo de sociedad”	“si no se permite a las empresas europeas convertirse en grandes grupos, tendrán muy complicado competir con los multimedia norteamericanos y japoneses”, “se mostró más cálido con el proyecto”

<p>Karel van Miert</p>	<p>“lo indispensable es que el mercado de la televisión digital permanezca abierto”</p>	<p>“está a favor, como filosofía general, de que haya más de una plataforma (...) porque fomenta la competencia y abarata los precios para los espectadores”, “no permitirá la creación de un monopolio”</p>
<p>El País</p>	<p>-</p>	<p>“<i>la armada polanqui</i>”, “el diario de Polanco”, “tono despectivo”, “la culpa de que la lluvia fina no hiciera crecer la hierba de la intención del voto para el PP la tenían las portadas de <i>El País</i>”</p>
<p>Abonados / Ventajas e inconvenientes una plataforma</p>	<p>“en beneficio de sus clientes”, “un camino que mejorará sustancialmente el servicio a los clientes”, “no observarán de inmediato ningún cambio”, “opiniones contrarias”, “anula la competencia en un sector emergente”, “se puede dar el mismo servicio o un servicio más amplio con mejores condiciones de precio”</p>	<p>“preocupación en los consumidores por la plataforma única”, “no habrá perjuicio para los ciudadanos mientras siga existiendo competencia”, “la competencia entre las dos plataformas debería beneficiar al usuario, si como resultado lógico, bajan los precios en el futuro”</p>

Tabla 48

2.11. Sogecable y Telefónica acuerdan explotar conjuntamente los partidos de Liga y Copa del Rey hasta la temporada 2008/2009

2.11.1. Contextualización

Poco antes de la finalización de la temporada 1997/98, los acuerdos entre ambas operadoras de televisión digital por satélite volvieron a hacerse necesarios para la retransmisión de partidos de fútbol en pago por visión a partir de agosto de 1998. Además, el plazo de un año concedido por la Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos, para alcanzar un acuerdo en la emisión de partidos de *pay per view* finalizaba por esas fechas. En concreto, en mayo de 1998, Vía Digital expresó su deseo de negociar con Canal Satélite Digital la explotación de los derechos de fútbol para las siguientes temporadas.

Sin embargo, tal y como hemos analizado en el hito anterior, en julio de 1998 la situación cambió sensiblemente cuando Sogecable y Telefónica anunciaron un acuerdo de intenciones para construir una plataforma digital común, negociación que debía finalizar el 30 de septiembre. En ese contexto, en agosto de ese año, ambas plataformas iniciaron su colaboración unificando los encuentros de fútbol en pago por visión y su precio que se fijó en 7,18 euros por partido.

Pero llegado el 30 de septiembre, el acuerdo no fue posible y el día 1 de octubre de 1998, Telefónica dio por terminadas las negociaciones con Sogecable, y con ello, la cuestión del fútbol se situó de nuevo en el centro de la polémica. Como explica Gema Alcolea, “tras la ruptura, Canal Satélite Digital dejó bien claro que Vía Digital no tendría fútbol, ya que los derechos de emisión de los partidos de Liga eran suyos legalmente hasta el año 2001, a lo que VD respondió que tenía la autorización de Audiovisual Sport para dar fútbol televisado esa temporada. Lo cierto era que Sogecable había permitido a VD que compartiese los derechos de retransmisión para las cuatro primeras jornadas de Liga como muestra de buena voluntad durante el desarrollo de las negociaciones de fusión, decisión que en aquel momento quedaba revocada. Por este motivo, Vía Digital presentó una demanda civil contra Canal Satélite Digital y Audiovisual Sport por acción de competencia desleal, demanda que fue retirada poco días más tarde durante la convocatoria de las partes realizada por el juez que la tramitaba”⁵³².

El año 1999, comenzó de nuevo con polémica por la emisión del Barça-Madrid, ya que Audiovisual Sport se negaba a que ese partido fuese retransmitido en abierto por las televisiones autonómicas ya que en el acuerdo con la FORTA firmado en diciembre de 1997, las autonómicas se comprometieron a televisar en abierto cada temporada sólo uno de los partidos entre estos dos clubes de fútbol. Esta polémica llegó hasta el Consejo para las Emisiones Deportivas y se convirtió de nuevo en un centro de debate entre diferentes

⁵³² ALCOLEA, Gema: *La televisión digital en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla, 2003. pp. 62-74

dirigentes políticos al entender que debía declararse “partido de interés general”, aunque finalmente la FORTA sólo consiguió emitir como máximo una hora del partido.

Unos meses más tarde, en mayo de 1999, Vía Digital anuncia la compra de los derechos de televisión para España del Mundial de Fútbol 2002, aunque los partidos de la selección se tendrían que dar en abierto.

Finalmente, el 17 de junio de 1999, sólo unos días después de que VD adquiriera los derechos televisivos del F.C. Barcelona desde 2003 hasta 2008 por aproximadamente 390 millones de euros (65.000 millones de pesetas), Telefónica y Sogecable alcanzaron un acuerdo de aplicación inmediata para la retransmisión de los partidos de fútbol de Liga y Copa –además de otras competiciones- en la modalidad de pago por visión, hasta la temporada 2008/2009. Este acuerdo supuso la apertura de la exclusiva del *pay per view*, que ostentaba hasta entonces Canal Satélite Digital, y suscitó de nuevo las dudas en la Comisión Europea, que anunció a finales de junio una investigación sobre este acuerdo, investigación que se prolongará hasta noviembre del año 2000.

Además, durante el periodo de la investigación abierta por Bruselas, Canal Satélite Digital compartió sus derechos de televisión con otros operadores: el 21 de septiembre de 1999, la plataforma permitió al operador de cable ONO retransmitir los partidos de la Liga y la Copa del Rey en pago por visión, autorización a la que en junio de 2000 se sumó la plataforma digital terrestre Quiero Televisión.

A continuación se analizarán los textos publicados por *El País* y *El Mundo* desde el 18 de junio de 1999 hasta el 24 de noviembre del año 2000, relacionados con esta temática, distinguiendo dos subhitos:

- Subhito 1. Anuncio del acuerdo entre Sogecable y Telefónica para compartir los derechos de Liga y Copa hasta la temporada 2008/2009: textos publicados entre el 18 y el 29 de junio de 1999.
- Subhito 2. Investigación de la Comisión Europea: desde el 30 de junio de 1999 hasta el 24 de noviembre del año 2000.

2.11.2. *El País*

Durante todo el periodo analizado, del 18 de junio de 1999 hasta el 24 de noviembre de 2000, este diario publicó tan sólo trece textos informativos sobre este asunto, siendo en ocasiones, más relevante su silencio que sus publicaciones. A continuación se describe detalladamente cómo contó tanto el anuncio del acuerdo entre ambas plataformas como la investigación iniciada por la Comisión Europea.

SUBHITO 1: Anuncio del acuerdo entre Sogecable y Telefónica

El acuerdo entre ambos operadores se produce el 17 de junio de 1999, y un día después, *El País* dedica dos noticias a este tema que ocupan la página 37 de Comunicación. Además, los dos textos están firmados por el propio diario.

El texto más destacado se titula a cuatro columnas: *Canal Satélite y Vía Digital compartirán el fútbol*, y se completa con el subtítulo: *La cadena de pago Canal + se asegura el partido del domingo para los próximos 10 años*. En la noticia se explica que “el trato tiene validez desde hoy hasta junio del 2009 en el caso de la Liga y la Copa del Rey, y desde la temporada 2000/2001 hasta la 2002/2003 en la Liga de Campeones” y que “las televisiones públicas continuarán ofreciendo el partido semanal de los sábados, y Canal + mantendrá a su vez el de los domingos”. Asimismo, se concreta que este acuerdo “supone la apertura de la exclusiva del pago por visión, que actualmente ostenta Canal Satélite Digital, a favor de Vía Digital hasta el final de la temporada 2008-2009” y que en lo referente a la Liga de Campeones implica “la apertura de la exclusiva que actualmente ostenta Vía Digital, en televisión de pago o de pago por visión, a favor de Canal Satélite Digital para las temporadas 2000/2001 a 2002/2003” por lo que “Vía Digital, la plataforma de Telefónica, mantendrá la exclusiva durante la próxima temporada, pero concede a Canal Satélite la opción de compartirlas durante las tres campañas posteriores”. También se destaca en la noticia que “como importante novedad, también se prevé la explotación en Internet del pago por visión de los partidos de Liga y Copa hasta el final de la temporada 2008/2009, por una nueva sociedad participada por Sogecable y Telefónica”.

Esta información, que se basa en un comunicado conjunto de ambas plataformas y en las declaraciones ofrecidas en rueda de prensa por Arturo Baldasano, presidente ejecutivo de Telefónica Media y Javier Díez de Polanco, consejero delegado de Sogecable, califica el acuerdo como “un marco de estabilidad” que “garantiza la normalización y un clima de pacificación en torno a los derechos audiovisuales del fútbol” del que se beneficiarán “clubes, operadores y, sobre todo, los telespectadores”. También se destaca la contribución de TV3 en el acuerdo y se califica a su director general, Jordi Vilajoana, como “baluarte y artífice de lo conseguido” que “ha aportado su buen juicio y punto de equilibrio para dirimir diferencias”.

Por último, al final de la noticia se detalla que al ser preguntados si esto podía interpretarse como un primer paso para la fusión de las dos plataformas, los representantes de los dos operadores negaron este extremo con expresiones como “no tiene más perspectivas que todas las referencias mencionadas” y “que esto pueda suponer el inicio de unas negociaciones de fusión, en absoluto”⁵³³.

⁵³³ Véase ANEXO: documentos 208, 209, 210 y 211. (Este documento se ha recuperado a través de la hemeroteca digital de *El País* - <http://elpais.com/diario/>- en la que se encuentran recogidos los textos que se publicaron en la edición impresa).

Por otro lado, el segundo texto publicado por *El País* ese día se titulaba: *Un estadio para millones de personas*, y en él se describen las ventajas de la “modalidad de teletaquilla”. Según el diario, este sistema “instaurado en España por Canal Satélite Digital durante la temporada 97-98, permite ampliar los estadios a millones de personas” y de este modo “los clubes ingresan una parte importante del dinero que generan, y los espectadores tiene garantizado ver a su equipo durante todo el campeonato, juegue donde juegue”. Además, se destaca que “ha permitido aumentar los presupuestos de los clubes españoles, que pueden competir así con los de otros países europeos y fichar a las mejores estrellas” y “todos los interesados en presenciar los demás choques de la jornada tendrán acceso a ellos mediante cualquiera de las dos plataformas de televisión digital”.

SUBHITO 2: Investigación de la Comisión Europea

El 30 de junio de 1999, Bruselas anuncia la investigación sobre el acuerdo alcanzado entre Sogecable y Telefónica para explotar conjuntamente los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol en pago por visión. Sin embargo, *El País* no publicará ningún texto relacionado directamente con esta temática hasta el 13 de abril del año siguiente, si bien en el último semestre de 1999 encontramos algunos textos vinculados a este asunto y que vamos a recoger a continuación. En total, desde junio de 1999 hasta noviembre del año 2000, periodo que hemos determinado para este subhito, este diario dedica once textos informativos al bloque de los derechos de los partidos de fútbol en televisión, todos ellos en las páginas de Comunicación.

La primera noticia que encontramos en este periódico corresponde al día 22 de septiembre de 1999, cuando en la página 34 podemos leer: *Canal Satélite compartirá el fútbol con el operador de cable ONO*, y en el subtítulo: *Firmado un acuerdo por cuatro años, ampliable a otros proyectos*. En el cuerpo de texto, que ocupa menos de media página en las tres columnas centrales, conocemos que ambas entidades “han firmado un acuerdo por el que ONO podrá retransmitir los partidos de la Liga Nacional de Fútbol y de la Copa del Rey, en la modalidad de pago por visión”, un acuerdo de cuatro años cuya novedad es que “ONO se convierte en la primera empresa de cable que va a retransmitir en directo en España, partidos de fútbol en la modalidad de pago por visión”.

Los tres siguientes textos que publica *El País* durante 1999 corresponden al mes de noviembre, exactamente a los días 23, 24 y 25 y se refieren al anuncio de Canal 9 de abandonar Vía Digital al no cederle esta plataforma los derechos para retransmitir los partidos en abierto del Valencia en la Liga de Campeones. El primero de estos tres días, este diario titula: *Canal 9 anuncia que se va de Vía Digital porque no le cede fútbol*, con el subtítulo: *La televisión valencia quería ofrecer al Valencia en Europa*; al día siguiente la noticia es: *Vía Digital y Canal 9 batallan por fútbol propiedad de TVE*, y en ella se explica que finalmente “Vía

Digital anunció la cesión a Canal 9 del derecho de retransmisión de un partido de la Liga de Campeones, el Valencia –Gironde, cuyos derechos para emitir en abierto son propiedad de TVE” y que “ pese a que finalmente no pudo emitir el encuentro, Canal 9 rectificó la amenaza lanzada el día anterior de abandonar Vía Digital”. Por último, el 25 de noviembre hay una breve noticia más sobre este tema con el titular: *El PP da por hecho que Canal 9 ofrecerá partidos de Vía Digital*.

Ya no volvemos a leer ninguna información relacionada con la temática analizada hasta el día 13 de abril del año 2000, cuando en la página 40, a cuatro columnas se titula: *Bruselas objeta el acuerdo de Telefónica y Sogecable sobre la explotación del fútbol*, y con el subtítulo: *Cuatro semanas para contestar un pliego de cargos por supuesta violación de reglas comunitarias*. En el texto se puntualiza que “la Comisión Europea decidió ayer enviar un pliego de cargos contra Telefónica Media y Sogecable por el acuerdo que estas empresas le notificaron en septiembre de 1999 para explotar derechos audiovisuales de la Liga española de fútbol y de la Copa del Rey” y que “da a las empresas afectadas un plazo de cuatro semanas para presentar observaciones”. Asimismo, se explica que “esto es un paso previo para levantar la inmunidad frente a sanciones; inmunidad de la cual se benefician las dos empresas por haber notificado voluntariamente sus acuerdos”. La noticia se basa en el comunicado emitido por la CE y en las declaraciones de Mario Monti, comisario europeo de la Competencia quien afirmó que “la Comisión considera que existiría una importante restricción de la competencia en el mercado” que “acarrearía el cierre del mercado a los nuevos entrantes y la eliminación de competidores potenciales”, por ello mantiene que “debemos asegurarnos de que la competencia no se ve perjudicada por la compra de derechos” ya que “el sistema de explotación de tales derechos conduciría a un aumento de los precios que los abonados deben satisfacer para ver los partidos en la modalidad de pago por visión”.

Ese mismo día, y justo debajo del texto anterior, se publica otra noticia con el titular: *El pacto de 1999 abrió los derechos a otros operadores*, donde se recoge la “sorpresa” de Telefónica Media y Sogecable por el pliego de cargos anunciado en Bruselas ya que según mantienen en un comunicado conjunto el acuerdo notificado en 1999 “abrió a otros operadores el acceso al fútbol televisado” y especifican que “de hecho, desde la actual temporada, Vía Digital y Cableuropa /ONO ya están disfrutando de una licencia no exclusiva de los derechos de pago por visión, y otros operadores disponen de ofertas para adquirir sendas licencias en las mismas condiciones” y puntualizan que “cabe resaltar que no se trata de una decisión final, sino de un paso preliminar de ese procedimiento”⁵³⁴.

En mayo de 2000, *El País* publica otra información en la página 41, concretamente el día 5 en la mitad superior de la página y en las cuatro columnas de la izquierda con el titular: *Canal + y Canal Satélite televisarán la Liga de Campeones en la temporada próxima*, y el subtítulo:

⁵³⁴ Véase ANEXO: documento 212.

Sogecable ejerce la opción de compra prevista en los acuerdos de 1999 con Telefónica. La noticia, que va ilustrada con una fotografía de 2x3 módulos de un partido de fútbol, explica que “la compra de los derechos de emisión de la Liga de Campeones por parte de Canal + forma parte del desarrollo de los acuerdos alcanzados entre Sogecable y Telefónica para compartir los derechos de Liga, la Copa del Rey y la Liga de Campeones” ya que el “acuerdo preveía la apertura de la exclusiva que poseía Telefónica respecto a la Liga de Campeones en el sistema de pago por visión por tres temporadas” y que “Canal + acaba de ejercer la referida a la temporada 2000/2001”. Además, especifica que “el coste de esta adquisición es de 4.500 millones de pesetas (27,05 millones de euros)”.

Un mes después, el 28 de junio, leemos en la página 38: *Canal Satélite Digital abre a Quiero los derechos del fútbol televisado*, con el subtítulo: *Liberalización de los precios que puede cobrar cada operador*. En la noticia que está situada en las tres columnas de la derecha, recuadrada y con una fotografía de un cámara de televisión, se explica que “Canal Satélite ha abierto los derechos del fútbol televisado de la Liga de Fútbol y de la Copa del Rey a la empresa Quiero (...) al precio de 11.250 millones de pesetas (67,61 millones de euros)”. En el cuerpo de texto se especifica que “el propietario de los derechos para emitir fútbol televisado de Liga y Copa en España es Canal Satélite hasta la temporada 2002/2003. Pero que ese contrato ya quedó abierto a otros operadores hace ahora un año, a raíz del acuerdo entre Sogecable y Telefónica (...) también a ONO en septiembre de 1999 y a partir de ahora se abren a la plataforma digital terrestre Quiero Televisión” y que “en paralelo con estos acuerdos quedan liberalizados los precios” ya que “a partir de la temporada próxima, todos los operadores que distribuyen el fútbol nacional en teletaquilla tendrán plena libertad para determinar el precio al que sus clientes pagarán estos servicios”. Al final de la información se recoge que “según fuentes de la negociación, Quiero Televisión se ha comprometido por escrito a retirar la demanda que presentó en su día ante el comisario de la Competencia de la Unión Europea, Mario Monti, basada en que no se les abría el contrato para emitir fútbol, y en que Telefónica y Sogecable se había puesto de acuerdo para fijar precios únicos”.

Una semana más tarde, el 5 de julio, la noticia que publica este diario hace referencia a la compra de partidos de la selección española por Vía Digital con el titular: *Vía Digital compra cuatro partidos de la selección española de fútbol que TVE rechaza por caros*. La información, que encontramos en la parte inferior de la página 38, a cuatro columnas, concreta que se trata “de los cuatro partidos de clasificación para el Mundial 2002 que la selección española de fútbol va a jugar en el extranjero” pero que “choca contra la ley del fútbol, que no sólo fue bandera del Gobierno durante 1997, sino que está vigente” ya que el catálogo de eventos aprobados la temporada anterior incluía como acontecimientos de interés general “los partidos de la selección nacional española absoluta masculina en competiciones oficiales”, un hecho que “haría teóricamente inviable televisar cuatro partidos oficiales de la selección por un sistema que no sea gratuito”.

Unos quince días después, el 19 de julio, la información es: *Las televisiones de pago retiran en Bruselas sus denuncias por los contratos del fútbol*, y se acompaña del subtítulo: *Canal Satélite abre los derechos de emisión a la Agrupación del Cable por 8.212 millones*. En la noticia, que ocupa la mitad superior de la página 39, a cuatro columnas, se cuenta que “se acabó la guerra entre las televisiones de pago por la Liga Española de Fútbol y la Copa del Rey” ya que “Canal Satélite Digital y la Agrupación de Operadores de Cable (AOC) firmaron ayer un pacto por el que Canal Satélite, como propietaria de los derechos de emisión, abre ese contrato a los operadores de la agrupación del cable. Esta última, a cambio, se compromete a retirar la denuncia que había presentado ante la Comisión Europea” por lo que “ya no queda en pie ninguna de las demandas que las televisiones de pago plantearon en Bruselas por este asunto”. Asimismo, se detalla en el cuerpo de la noticia que “la autorización alcanzará hasta el final de la temporada 2008/2009, si Canal Satélite consigue renovar la propiedad de los derechos a partir de la temporada 2003/2004; y si Audiovisual Sport renueva el usufructo de esos derechos” y que “otra de las circunstancias que acompañan al fin de esta *guerra* es que cada uno de los operadores televisivos fijará libremente los precios que cobrará a sus clientes para servirles los encuentros”⁵³⁵.

Por último, el 24 de noviembre de 2000, *El País* publica el último texto de este bloque temático bajo el titular: *Bruselas retira la amenaza de multa a Telefónica y Sogecable por el fútbol*, con el subtítulo: *La Comisión Europea considera que existe “competencia leal” en el sector*. En la entradilla se recoge que “Sogecable y Telefónica comunicaron el acuerdo a Bruselas, lo que en principio hacía inviable la multa, pese a lo cual la Comisión amenazó con imponer una sanción. Ahora ha descartado esta hipótesis porque los derechos son compartidos con otros operadores y porque alguno aplica tarifas diferentes”. La información que ocupa media página, en la mitad superior de la página 43, a cuatro columnas, y con una fotografía de un módulo de Mario Monti, se basa en un comunicado emitido por el comisario europeo en el que expresa “su satisfacción por lo ocurrido” ya que “los espectadores españoles se benefician ahora de unas campañas muy interesantes de suscripción a la televisión de pago a consecuencia de la fuerte competencia” y “agradeció a la autoridades españolas la ayuda prestada en el restablecimiento de la competencia leal en el sector”, aunque se anunció que la Comisión Europea seguirá investigando en los próximos meses “para determinar si se está produciendo alguna vulneración” por lo que no “prevé adoptar una resolución definitiva al respecto hasta finales de 2001”⁵³⁶.

⁵³⁵ Véase ANEXO: documento 213.

⁵³⁶ Véase ANEXO: documento 214.

2.11.3. *El Mundo*

Durante el periodo analizado en este apartado, es decir, desde el 18 de junio de 1999 hasta el 24 de noviembre de 2000, *El Mundo* publicó en total veintitrés textos, de los cuales son todos informativos excepto un suelto de opinión sin firma y tan sólo destacó el tema en una ocasión en la primera página. A continuación, se describe más detalladamente qué contó sobre este bloque temático y cómo lo contó este diario, distinguiendo entre los dos subhitos correspondientes.

SUBHITO 1: Anuncio del acuerdo entre Sogecable y Telefónica

El Mundo publicó sobre el acuerdo para la explotación conjunta de los derechos del fútbol en la modalidad de pago por visión, tres textos durante los días 18 y 19 de junio de 1999: dos noticias y un suelto editorializante sin firma. Los dos textos informativos están ubicados en la sección de Sociedad, exactamente en la página 34, uno de ellos firmado por el periodista Borja Echevarría y el otro, sin firma.

El primer día analizado, el 18 de junio, este diario publica dos textos: una noticia y el suelto de opinión. El primero de ellos, que ocupa las cuatro columnas de la izquierda de la página 34, está recuadrado y se titula: *Vía Digital y Canal Satélite compartirán los derechos de retransmisión de la Liga*, y se completa con el subtítulo: *Este domingo podrán verse los partidos en pago por visión en ambas plataformas*, y el antetítulo: *Televisión / El acuerdo afecta a la Liga de Campeones*. En el texto se informa de que ambas plataformas “alcanzaron un acuerdo de aplicación inmediata para la retransmisión de los partidos de Liga y Copa hasta la temporada 2008/2009 y en las distintas modalidades de pago” y que “el pacto afecta también a la Liga de Campeones, de la que Vía Digital posee los derechos compartidos con TVE para los cuatro años venideros”. Además, se concreta que “este acuerdo no afectará ni a la emisión de las ligas de fútbol extranjeras (...) ni a la del Mundial del 2002”. A continuación, se detalla que los dos directivos de las plataformas: Arturo Baldasano, presidente de Telefónica Media, y Javier Díez de Polanco, consejero delegado de Sogecable, “mostraron su satisfacción (...) después de más de dos años de conflictos” y afirmaron que el acuerdo “no supone un paso previo a la fusión de ambas plataformas”. Por último, se detalla que “de cara al futuro, este acuerdo incluye dos grandes novedades: la creación de una nueva sociedad al 50% entre Telefónica y Sogecable, con la intención de explotar en Internet el pago por visión de los partidos de la Liga y de la Copa del Rey (...) y la cesión de los derechos del fútbol a Televisión Cable para cuando esta tecnología esté disponible” y que durante la rueda de prensa “no quisieron hablar de cifras concretas”.

Además, a lo largo de la noticia, se insiste en varias ocasiones en los derechos que había adquirido recientemente Vía Digital: “alcanzaron un acuerdo (...) sólo unos días después de que Vía Digital adquiriera los derechos televisivos del Barcelona desde el 2003 al 2008 por una

cifra aproximada de 65.000 millones de pesetas (390,66 millones de euros)”; “en los últimos tres meses Vía Digital se ha hecho con los partidos de la Liga de Campeones y ha alcanzado una posición dominante en las negociaciones con distintos clubes para hacerse con sus derechos en el futuro –el acuerdo con el Barcelona duplica la cantidad que el club catalán recibía de TV3”. Esta información va ilustrada con una fotografía de Díez de Polanco y Baldasano durante la presentación del acuerdo y se acompaña de un despiece titulado: *Una historia de encuentros y rupturas*, donde se repasa las disputas y negociaciones de ambas empresas desde el pacto de Nochebuena, en 1996, hasta esa misma semana cuando “Telefónica y el F.C. Barcelona llegaron a un acuerdo por el que el Barcelona cedía todos los derechos de emisión de sus encuentros a Vía Digital a partir del 2003”. En esa cronología se explica que el acuerdo alcanzado entre las dos plataformas “significa el final de una larga guerra que ha tenido a este deporte como punto de discordia”⁵³⁷.

Por otro lado, el comentario de opinión, publicado por *El Mundo* también el 18 de junio, se titula: *Se acabó el monopolio del fútbol televisado: ojo con el duopolio*. En este artículo, el diario afirma que el acuerdo beneficia “en primer término a los propios espectadores” ya que con él “se pone fin a la guerra que las plataformas digitales han mantenido por los derechos de emisión de los partidos, algo de lo que se pueden congratular todos los aficionados al fútbol”. Además, se explica que como “Vía Digital deberá pagar 15.000 millones de pesetas [90,15 millones de euros] (cuando antes Canal Satélite había llegado a pedir 50.000 millones [300,51 millones de euros]) el acuerdo también resulta bastante ventajoso para Vía Digital”. Sin embargo, el periódico también apunta que puede haber “ciertos riesgos para el telespectador” y lo argumenta: “en primer lugar, el Gobierno tiene que asegurar que se cumpla de forma efectiva la ley del fútbol, que obliga a transmitir en abierto los partidos que son de interés general” y “también habrá que vigilar de cerca los precios del fútbol en las próximas temporadas” porque “si se permite que Canal Satélite y Vía Digital pactaran subirlos, se estaría facilitando un duopolio de hecho, que perjudicaría otra vez, a los espectadores”⁵³⁸.

Al día siguiente, el 19 de junio, *El Mundo* publica otra noticia sobre este asunto, concretamente, sobre las reacciones políticas al acuerdo entre Canal Satélite y Vía Digital. La información ocupa media página y está situada en las cuatro columnas de la izquierda, con un titular a dos columnas: *Los partidos aplauden el acuerdo sobre el fútbol televisado*, y el subtítulo: *IU, sin embargo, sostiene que se está creando una situación de monopolio*. Junto al titular, en las otras dos columnas hay cuatro fotografías de un módulo: una de Ana Mato (PP), otra de Alfredo Pérez Rubalcaba (PSOE), la tercera en la parte inferior de Felipe Alcaraz (IU) y junto a ésta, la de Ricard Burballá (CiU). En el cuerpo del texto se comienza explicando que el acuerdo “provocó ayer reacciones mayoritariamente favorables entres los partidos políticos”, para recoger a continuación las declaraciones de distintos dirigentes políticos. En primer lugar, las de Ana Mato, portavoz de Telecomunicaciones del PP, que “calificó ayer de positiva la solución

⁵³⁷ Véase ANEXO: documento 215.

⁵³⁸ Véase ANEXO: documento 216.

adoptada” aunque “advirtió que el acuerdo no debe impedir que se cumpla la Ley del Fútbol y que todas las jornadas se televisen en abierto el partido más interesante”. A continuación, se recogen las declaraciones de Pérez Rubalcaba quien aseguró “que su partido respeta el acuerdo alcanzado” y “precisó que lo único que les preocupa es que se garantice que sigue habiendo fútbol en abierto”. En tercer lugar, y como únicas voces en contra, se citan las palabras de Felipe Alcaraz para quien “el acuerdo perjudicará a los espectadores” y “confirma un régimen de monopolio en la explotación de los derechos del fútbol”. Por último, podemos leer la valoración de CiU que fue “muy positiva” ya que “contribuirá a abaratar el coste al consumidor”.

SUBHITO 2: Investigación de la Comisión Europea

Desde el 30 de junio de 1999, fecha en la que la Unión Europea anuncia la investigación sobre el acuerdo alcanzado entre Sogecable y Telefónica, hasta el 24 de noviembre de 2000, día en que Mario Monti, comisario europeo de la Competencia, comunica el cierre de uno de los procedimientos, *El Mundo* publicó veinte textos informativos relacionados con esta temática, de los cuales la mitad los encontramos en la sección de Sociedad y la otra mitad en Comunicación y tan sólo un día se destacó en portada este asunto.

Con respecto a la ubicación, extensión y autoría de estas noticias, podemos destacar que trece de ellas fueron publicadas en página par y que la mitad de los textos ocupan poco más de media página. Además, al tratarse de una investigación de la Comisión Europea, la mayoría de las informaciones, en concreto catorce de ellas, están firmadas por Carlos Segovia, el corresponsal de este periódico en Bruselas.

El primer texto que encontramos en este diario durante este periodo corresponde al día 30 de junio de 1999 y se titula: *Bruselas investigará el acuerdo entre Vía Digital y Sogecable*, con el subtítulo: *Considera “excesivo” el reparto firmado sobre el fútbol*. La noticia, que ocupa las tres columnas centrales de la página 33, cuenta que “la Comisión Europea investigará el reciente acuerdo (...) para verificar si vulnera la libre competencia” ya que “detectan, sobre todo, dos problemas. Por un lado, consideran “excesivo” el plazo de control de los derechos del deporte rey (...). El segundo problema es el capítulo de Internet del acuerdo anunciado el pasado 17 de junio” porque “es una concentración empresarial que podría constituir un monopolio”.

La siguiente información sobre este asunto se publica varios meses después, el 25 de noviembre, bajo el titular a cuatro columnas: *Economía crítica ante Bruselas el pacto de Polanco y Villalonga sobre el fútbol en TV*, y se complementa con el antetítulo: *Polémica / La Comisión Europea abre una investigación oficial contra las plataformas digitales*, y el subtítulo: *Defensa de la Competencia y Bruselas detectan peligro de posición dominante*. Este texto, recuadrado y ubicado en la parte izquierda de la página 34, ocupa tres cuartos de la página y lleva dos fotografías de un módulo de Polanco y Villalonga. En el cuerpo de la noticia se explica

que el acuerdo “puede suponer un abuso de posición dominante en el mercado audiovisual español, según coinciden, en un análisis preliminar, el Ministerio de Economía y la Comisión Europea” porque “ambos organismos consideran excesivo (...) el reparto de derechos de retransmisión (...) con lo que el acuerdo podría ser finalmente prohibido o recortado”. Además, se especifica que “el caso es de dimensión comunitaria (...) por lo que Bruselas tendrá la última palabra y decidirá si prohíbe, limita o autoriza el pacto” y que este organismo considera el fútbol como un “elemento clave para atraer audiencias” por lo que “no se puede permitir que una alianza acumule derechos más allá de tres años”. Por todo ello, “se ha dado un mes al resto de grupos audiovisuales para que presenten observaciones si lo consideran necesario”.

El resto de textos se publicarán ya en el año 2000. El primero de ellos, el 1 de febrero, en media columna izquierda de la página 34, bajo el titular: *La UE considera “dominante” el pacto de Sogecable y Telefónica*, y con el cintillo “Derechos del fútbol”. En la noticia se explica que la Comisión Europea considera que el acuerdo “plantea serios problemas de competencia” ya que “la estrategia de ambas compañías puede cerrar los mercados de la televisión de pago al libre mercado”. Estas conclusiones corresponden a una evaluación preliminar elaborada ante “las quejas presentadas por la Agrupación de Operadores de Cable españoles (AOC) y Onda Digital”. Diez días más tarde, la noticia se titula: *Audiovisual Sport no teme la posible sanción de Bruselas*, en esta ocasión en la columna derecha también de la página 34 y con el mismo cintillo que la información anterior.

Un par de meses después, el día 13 de abril, *El Mundo* destaca en la parte inferior izquierda de su portada: *La UE expedienta a Polanco y Villalonga por repartirse los derechos del fútbol en televisión*, y en el subtítulo: *Acusa a Sogecable y Telefónica de fijar los precios*. En el texto de la primera página se anuncia que “la Comisión Europea envió ayer un pliego de cargos a Sogecable y Telefónica por considerar que el acuerdo (...) constituye una presunta violación de las reglas de la competencia” y se remite a la página 32, donde se completa con otros dos textos que ocupan la mitad superior. El más destacado de ellos se titula: *La Unión Europea considera que “el reparto para televisar el fútbol vulnera la competencia”*, y se acompaña del antetítulo: *Multas / Sogecable y Telefónica podrían ser sancionadas hasta con el 10 por ciento de la facturación*, y el subtítulo: *Bruselas abre expediente sancionador por el acuerdo de Audiovisual Sport*. En esta noticia se explica que “las empresas implicadas disponen ahora de un plazo de cuatro semanas para contestar a las alegaciones de Bruselas” ya que si “no se modifica el acuerdo (...) podría desembocar en la supresión de inmunidad de multas, de la que disfrutaban tras el acuerdo (...) y enfrentarse a una sanción que puede ascender a un máximo del 10% de la cifra de negocio de dichas empresas”. Asimismo, se apunta que “Bruselas estima que el pacto puede desembocar en una situación de duopolio” que “tendría graves consecuencias para los consumidores” y que “para Mario Monti, las presentes infracciones que puede suponer este acuerdo son serias”, ya que el comisario teme que el acuerdo implique una “coordinación ilegal de los derechos de retransmisión de fútbol”. Por otro lado, la segunda noticia de ese día, va en la columna derecha, bajo el titular: *Ambas empresas ven “legal” el*

acuerdo, y en ella se reproduce parte del “comunicado conjunto” emitido por Sogecable y Telefónica y en el que consideran “válidos” los acuerdos y “califican de “extraño” que la Comisión plantee ahora la retirada de la inmunidad frente a las multas cuando el acuerdo Audiovisual Sport II, “remedia” los problemas del primer acuerdo, al abrir dicha exclusiva a Vía Digital y Cableuropa-Ono”⁵³⁹.

Más de dos semanas después, volvemos a encontrar una información relacionada con esta temática, en concreto el día 5 de mayo de 2000, cuando en las tres columnas de la izquierda de la página 29, podemos leer: *Sogecable paga 4.500 millones por la próxima Copa de Europa*, con el subtítulo: *Canal Plus y Canal Satélite compartirán derechos con TVE y Vía Digital*. En el cuerpo de texto, que se ilustra con una fotografía de 2x2 de Díez Polanco y Baldasano, se comienza explicado “el fútbol español está de moda en Europa. Y la próxima temporada de la Liga de Campeones promete dar más satisfacciones a los aficionados... y a los índices de audiencia de los afortunados propietarios de los derechos televisivos. Así las cosas, Sogecable no se lo ha pensado dos veces y ha decidido pagar 4.500 millones de pesetas (27,05 millones de euros) a Vía Digital para compartir, a partir de septiembre, la jugosa *tarta* de los partidos europeos” y se especifica que “este nuevo reparto de los derechos del fútbol no es sino el desarrollo del acuerdo denominado Audiovisual Sport II, firmado en junio de 1999 por Telefónica Media y Sogecable”. Por último, al final de la noticia se apunta que esta operación se produce “a pesar del expediente abierto contra ambas empresas por la Comisión Europea” y se recoge que “el último conflicto provocado por los derechos del fútbol ha tenido lugar esta misma semana: la corporación valenciana de radio y televisión (RTVV) ha decidido retirarse del accionariado de Vía Digital por no acceder, el pasado martes, a emitir en abierto el partido Valencia-Barcelona”.

Casi dos meses después, el 27 de junio, *El Mundo* publica en la página 37: *Telefónica y Prisa negocian para salvar su negocio del fútbol*, precedido del antetítulo: *Derechos TV / Ofrecen ceder partidos a Retevisión*. En este texto se explica que “Telefónica y Prisa están intentando cerrar, entre otros frentes, el del negocio futbolístico televisivo” y para ello “negocian con Retevisión (que participa en Quiero TV y en el grueso de la Asociación de Operadores de Cable) un acuerdo para compartir parte de sus derechos de retransmisión del fútbol y evitar así *in extremis* el inminente veto de la Comisión Europea”. Además, se puntualiza que “ante el rechazo de Bruselas y el temor a un veto a su multimillonaria acumulación de derechos de fútbol, Telefónica y Sogecable han aceptado negociar con terceros” ya que “Retevisión mantiene una demanda en Bruselas, pero si la retira, Telefónica y Sogecable verán despejado el horizonte” e insiste “si Quiero TV retira su demanda, es ya poco probable que la Comisión Europea siga adelante”.

⁵³⁹ Véase ANEXO: documentos 217 y 218.

En ese mismo sentido, al día siguiente, leemos en este diario: *Telefónica y Prisa limitan su dominio en el fútbol para eludir el veto de Bruselas*, con el subtítulo: *Venden a Quiero TV en PPV por 20.000 millones con libertad de precios*. En esta noticia se recoge el anuncio del acuerdo alcanzado entre Sogecable y Quiero TV para “compartir la emisión de partidos de la Liga y de la Copa del Rey en pago por visión hasta la temporada 2008/2009” que “supone la apertura del negocio a otro operador de ámbito nacional con lo que los dos grandes grupos mediáticos de España esperan conservar, ya sin problemas legales, su dominio del fútbol televisado hasta el año 2009”, sobre todo porque para cerrar el acuerdo “ha habido una importante concesión: la libertad de precios en el pago por visión”.

El 29 de agosto de 2000, *El Mundo* publica: *Las TV de pago renuncian a la “guerra” y mantienen los altos precios del fútbol*. Esta información, que está destacada con un recuadro y una fotografía de aficionados viendo el fútbol, ocupa las cuatro columnas de la derecha de la página 24 y lleva por subtítulo: *Dos partidos del Madrid cuestan más que un paquete mensual de 50 canales*. En el cuerpo de texto se explica que “cada vez hay teóricamente más competencia en la televisión de pago de España, pero no se nota” ya que “las tres plataformas de televisión de pago de implantación nacional (Canal Satélite Digital, Vía Digital y Quiero TV) son rivales, pero el precio que fijan a sus abonados para ver partidos es el mismo”, un hecho que se debe a que según “fuentes consultadas en las operadoras (...) existe lo que denominaron una “*entente cordiale*” para no iniciar una guerra de precios en un momento en el que aún no han amortizado las considerables inversiones realizadas en la compra de derechos”. Además, se acompaña de un despiece titulado *De los más caros de Europa*, donde se comparan los precios de ppv en España con otros países como Italia, Alemania, Francia y Reino Unido.

Los dos siguientes textos que publica este diario no están directamente relacionados con la investigación de la Comisión Europea, aunque sí tratan el tema de los derechos del fútbol televisado. Por un lado, el 9 de septiembre, encontramos en la página 28: *Sportec amenaza a Prisa y Telefónica con abrir la guerra del fútbol en Internet*, y el subtítulo: *Audiovisual Sport logra “persuadir” al portal para que no dé hoy los goles*. Y varios días después, el 12 de septiembre, la noticia es: *La RFEF y Media Park reclaman dinero a las TV por usar la imagen de los árbitros*, donde se especifica que exactamente lo que piden es “una compensación por la retransmisión por TV de partidos oficiales de la Liga española en concepto de derecho de imagen”.

El 13 de septiembre de 2000, el tema central de la información es de nuevo la postura del comisario europeo de la Competencia. En la columna derecha de la página 30, con el titular: *Monti reclama que bajen los precios del fútbol por TV en España*, se explica que “la Comisión Europea ha detectado que el aumento de competencia en el pago por visión en España no se está traduciendo en un recorte de precios” por lo que anuncia que “vamos a vigilar la evolución

del mercado, porque no es normal que se mantengan las mismas tarifas pese a que haya muchos más operadores que antes”.

Una semana después, el día 19 de septiembre, la noticia versa sobre una nueva reclamación de la Real Federación Española de Fútbol: *La RFEF vetará a las TV los domingos si no compensan al fútbol modesto*, con el subtítulo: *La prohibición de televisar partidos comenzará en el 2001 si no hay arreglo*. En el texto se concreta que este organismo “reclama una compensación económica a Audiovisual Sport para promover el fútbol modesto” y “en caso de que no se atiende la petición, la Federación amenaza con prohibir en un futuro que se televisen partidos los domingos de 18.00 a 21.00 horas” ya que “en las localidades pequeñas, la gente va al bar a ver el partido de los grandes en vez de ver al equipo de la zona”.

Los dos siguientes textos vuelven a referirse a la investigación iniciada por la Comisión Europea. En primer lugar, el 27 de septiembre cuando encontramos en la página 29 la siguiente noticia, titulada a cuatro columnas: *Bruselas relanza su investigación del caso del fútbol en las TV de pago de España*, y con el subtítulo: *Monti teme pactos de precios entre las cadenas y se niega a archivar el expediente*. Más detenidamente en el cuerpo de texto, se nos explica que “la Comisión Europea ha decidido relanzar su investigación contra Audiovisual Sport por presunto cártel de control de precios en el fútbol televisado” y que “pese a la retirada de denuncias, la Comisión Europea no sólo no ha archivado aún los expedientes abiertos, sino que ha requerido información adicional”. Además, se afirma que “si Bruselas concluye que existe realmente un pacto de precios, podría llegar a ordenar el desmantelamiento de Audiovisual Sport”.

Casi un mes después, el 20 de octubre, y con motivo de la emisión en ppv del partido Barça-Madrid, *El Mundo* anuncia que el Ministerio de Economía también investigará el precio de los partidos de fútbol. La noticia que recoge esta información la encontramos en la página 36, ocupando algo más de la mitad superior de la página, en las cuatro columnas de la izquierda, y con el titular: *Economía se une a Bruselas en la investigación del precio del fútbol en TV*, y con el subtítulo: *El Barça-Madrid de mañana valdrá lo mismo en las distintas cadenas de pago*. El texto, ilustrado con una fotografía de 2x3 de aficionados viendo un partido de fútbol en televisión, comienza diciendo “Mucha guerra digital, fútbol de interés general y libre competencia en los últimos años, pero el resultado es que el Barcelona-Real Madrid de mañana no sólo será visto exclusivamente en pago por visión, sino que, además, habrá que pagar el mismo precio” en todos los operadores “y eso que son teóricos competidores”. Además, se asegura que “el Gobierno no ha cumplido sus intenciones de la pasada legislatura de reservar los Madrid-Barça a las cadenas que emiten en abierto, pero vigila los precios” por ello “el Servicio de Defensa de la Competencia del Ministerio de Economía ha decidido unirse a la investigación de la Comisión Europea para dilucidar si existe un cártel entre las cadenas de pago para fijar los mismos precios por el fútbol”.

Las dos informaciones siguientes se refieren al partido Barcelona-Real Madrid y los resultados generados en pago por visión. Así leemos el día 21 de octubre: *El Barça-Madrid batirá el récord del "pago por visión" en España*, con el subtítulo: *Audiovisual Sport se embolsará 1.640 pesetas (9,86 euros) por abonado*; y tres días más tarde, el 24 de octubre: *Más de medio millón de abonados contrataron por TV el Barça-Real Madrid*, completado con el subtítulo: *Las cadenas pulverizan récords de "taquilla" y rozan los 1.000 millones (6,01 millones de euros) de ingresos*.

Un mes más tarde, el 21 de noviembre, la información se refiere a las cifras del fútbol televisado, esta vez, desde la perspectiva de Audiovisual Sport. Por eso, se titula: *Audiovisual Sport asegura que ni un solo club de fútbol es rentable en la TV de pago*, con el subtítulo: *Prisa y Telefónica pactan recortar en futuros contratos lo que pagan a los equipos*. En la noticia, que está situada en las cuatro columnas de la izquierda de la página 36, el periodista se pregunta "¿Se acabó lo que se daba?" y anuncia que "Prisa-Sogecable y Telefónica han acordado no seguir compitiendo entre ellos para la compra de derechos de la Liga de fútbol en TV de pago y se niegan a renovar los contratos con las cantidades multimillonarias pactadas actualmente con los clubes" porque citando declaraciones de un directivo de Sogecable "Audiovisual Sport perdió 11.000 millones (66,11 millones de euros) en 1999 y este año va a perder más de 12.000 millones (74,12 millones de euros), cada vez peor" ya que "el negocio no es rentable con ningún equipo de fútbol, ni siquiera con el Real Madrid o el Barcelona".

Por último, varios días después, la Comisión Europea anuncia el cierre de uno de los procedimientos abiertos aunque *El Mundo* prefiere destacar otro aspecto en su noticia del 24 de noviembre: *Monti decidirá en el 2001 si Audiovisual Sport es ilegal*, con el subtítulo: *La CE ve "varios problemas de competencia" en el fútbol*. Esta información ocupa la mitad superior de la página 45, en las tres columnas de la izquierda, y con una pequeña fotografía de Mario Monti. En ella, se comienza desarrollado lo anunciado en el titular, pero a continuación leemos: "en un comunicado oficial Monti dijo que cerraba uno de los procedimientos abiertos, que era el de multar a las empresas por cerrar el mercado a los competidores en estos primeros años clave para la expansión de la televisión de pago. Pero aseguró al tiempo que este movimiento no prejuzga la decisión final acerca de la compatibilidad de la alianza con las normas de la competencia que prohíben los acuerdos entre empresas" y "señaló que examinará también si es lícito que se acumulen derechos por un plazo tan largo como 11 temporadas". En cuanto a las empresas implicadas, recoge que "Prisa-Sogecable y Telefónica aseguran que no hacen nada ilegal y han logrado, de momento, no recibir sanciones".

2.11.4. *El País* vs. *El Mundo*

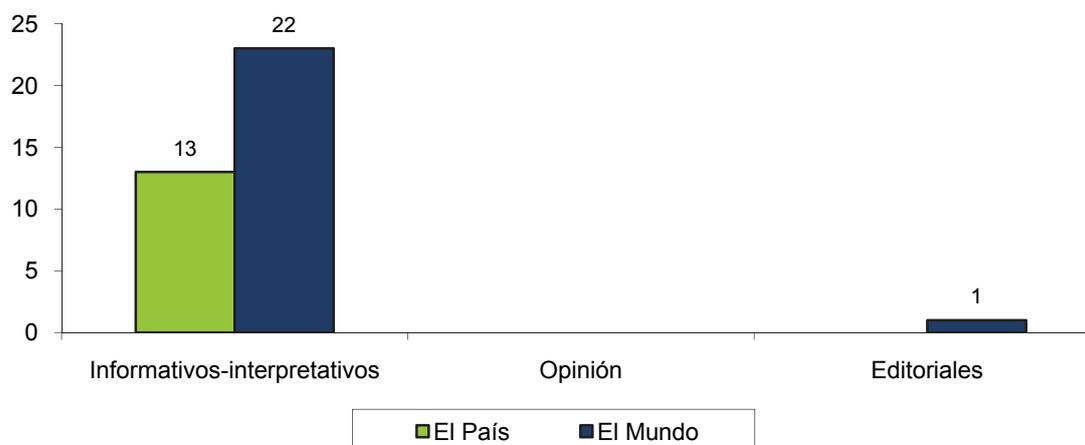
Las diferencias entre ambos diarios en los textos analizados, entre el 18 de junio de 1999 y el 24 de noviembre de 2000, son tanto cuantitativas como cualitativas, es decir, tanto en el número de informaciones publicadas como en el tratamiento que se les da o la perspectiva desde la que se enfocan los hechos.

En primer lugar, observamos que *El Mundo* dedicó casi el doble de noticias a este bloque temático que el diario *El País*, si bien los dos periódicos apostaron en este caso por los géneros informativos ya que tan sólo hemos podido encontrar un artículo de opinión en todo el periodo analizado. A continuación, se recogen todas estas diferencias en las siguientes tablas y gráficos, realizando también una comparativa en función del número de textos publicados en cada subhito analizado y según la sección del diario en la que se han publicado.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	13	22
Opinión	-	-
Editoriales	-	1
Total	13	23

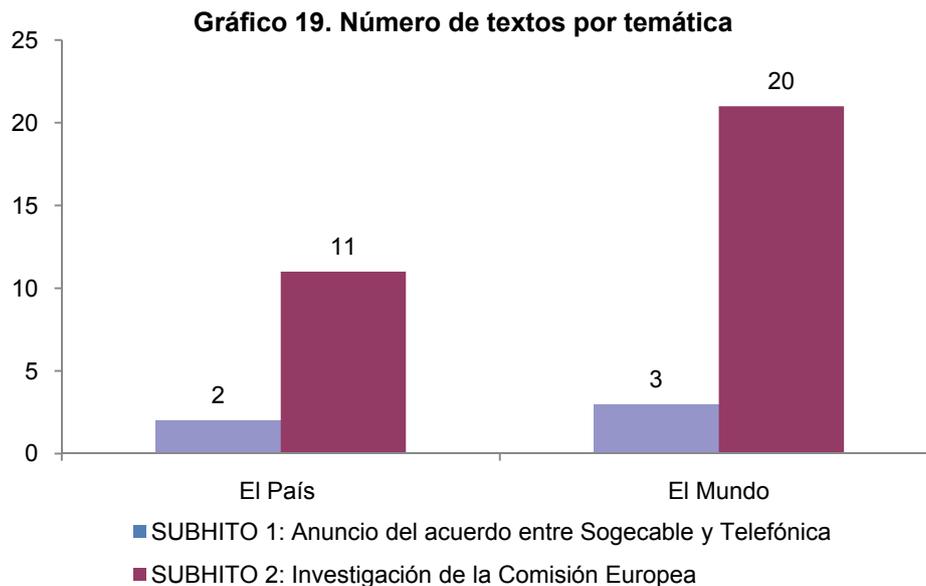
Tabla 49

Gráfico 18. Géneros periodísticos



Temática	El País	El Mundo
SUBHITO 1: Anuncio del acuerdo entre Sogecable y Telefónica	2	3
SUBHITO 2: Investigación de la Comisión Europea	11	20
Total	13	23

Tabla 50



Sección	El País	El Mundo
Portada	-	1
Sociedad	-	12
Comunicación	13	10
España	-	-
Economía	-	-
Opinión	-	1
Suplementos	-	-
Total (sin contar portada)	13	23

Tabla 51

No obstante lo anterior, de nuevo es el tratamiento de ambos diarios donde encontramos las diferencias más importantes, aunque en esta ocasión no sólo por cómo lo contaron sino también por lo que contaron. Lo más llamativo es la ausencia de informaciones relacionadas con el proceso de investigación de la Comisión Europea en *El País*, que tan sólo le dedica alguna noticia los días más destacados pero que obvia el proceso a lo largo del año o que cuando habla de la apertura de los derechos de Canal Satélite Digital a otros operadores no lo presenta como un requisito imprescindible para evitar el procedimiento como sí lo hace *El*

Mundo que además, insiste en la posibilidad de que el acuerdo “vulnere las leyes de la competencia”. Asimismo, es por este último diario por el que conocemos que también se está investigando la posibilidad de “un presunto cártel en la fijación de los precios del fútbol televisado”.

A continuación, se recoge el enfoque desde el que cada diario presentó las categorías principales y los agentes implicados en este bloque temático comprendido entre el 18 de junio de 1999 y el 24 de noviembre de 2000.

Categorías	El País	El Mundo
<p>Acuerdo entre Sogecable y Telefónica para explotar los derechos del fútbol hasta 2008/09</p>	<p>“acuerdo para la explotación compartida del fútbol en teletaquilla”, “permitirá establecer un marco de estabilidad”, “se beneficiarán clubes, operadores y, sobre todo, los telespectadores”, “garantiza la normalización y un clima de pacificación en torno a los derechos audiovisuales del fútbol, un marco de seguridad y estabilidad jurídica”</p>	<p>“compartirán los derechos de retransmisión de la Liga y Copa”, “acuerdo de aplicación inmediata”, “el pacto afecta también a la Liga de Campeones”, “significa el final de una larga guerra que ha tenido a este deporte como punto de discordia”, “satisfacción después de más de dos años de conflictos”, “el fútbol de momento, resolverá sus litigios fuera de los despachos”, “beneficia en primer término, a los propios espectadores”, “algo de lo que se pueden congratular todos los aficionados”, “reacciones mayoritariamente favorables entre los partidos políticos”</p>
<p>Investigación de la Comisión Europea</p>	<p>“objeta el acuerdo de Telefónica y Sogecable sobre la explotación del fútbol”, “pliego de cargos por supuesta violación de reglas comunitarias”, “paso previo para levantar la inmunidad frente a sanciones”, “considera que existiría una importante restricción de la competencia en el mercado”, “acarrearía el cierre del mercado a los nuevos entrantes y la eliminación de competidores potenciales”, “Bruselas retira la amenaza de multa a Telefónica y Sogecable por el fútbol”, “considera que existe “competencia leal” en el sector”</p>	<p>“Bruselas investigará el acuerdo”, “considera “excesivo” el reparto firmado sobre el fútbol”, “abre una investigación oficial contra las plataformas digitales”, “puede suponer un abuso de posición dominante”, “Bruselas tendrá la última palabra”; “La UE expedienta a Polanco y Villalonga por repartirse los derechos del fútbol en televisión”; “Acusa a Sogecable y Telefónica de fijar los precios”; “el reparto para televisar el fútbol vulnera la competencia”; “Sogecable y Telefónica podrían ser sancionadas hasta con el 10 por ciento de la facturación”; “Bruselas abre expediente sancionador”, “estima que puede desembocar en una situación de duopolio”, “inmediato veto de la CE”, “reclama que se bajen los precios del fútbol”, “ha detectado un aumento de la competencia (...) que no se está traduciendo en un recorte de precios”, “teme pactos de precios entre las cadenas”, “presunto cártel de</p>

		control de precios en el fútbol televisado”, “podría llegar a ordenar el desmantelamiento de Audiovisual Sport”, “decidirá en el 2001 si Audiovisual Sport es ilegal”, “cerraba uno de los procedimientos abiertos (...) que era el de multar a las empresas por cerrar el mercado”, “examinará si es lícito que se acumulen derechos por un plazo tan largo como 11 temporadas”
Fútbol / Pago por visión	“la modalidad de teletaquilla, instaurada en España por Canal Satélite Digital durante la temporada 97-98, permite ampliar los estadios a millones de personas”, “los clubes ingresan una parte importante del dinero que generan”, “los espectadores tienen garantizado ver a su equipo durante todo el campeonato, juegue donde juegue”, “la fórmula que ahora se consagra”	“habrá que vigilar los precios en las próximas temporadas”, “si pactaran subirlos se estaría facilitando un duopolio de hecho que perjudicaría, otra vez, a los espectadores”, “existe lo que denominaron una <i>“entente cordiale”</i> para no iniciar una guerra de precios en un momento en el que aún no han amortizado las considerables inversiones realizadas en la compra de derechos”, “de los más caros de Europa”
Canal Satélite Digital	“el propietario de los derechos para emitir fútbol televisado de Liga y Copa en España es Canal Satélite Digital”, “Sogecable, accionista mayoritario de Canal Satélite Digital”	“estará en situación de negociar estos derechos (Liga de Campeones) para los tres años siguientes”, “controlada por el grupo Prisa-Sogecable”
Vía Digital	“la plataforma de Telefónica se beneficiará de ello desde este mismo fin de semana, ya que podrá ofrecer los mismos encuentros que CSD por la modalidad de pago por visión”, “mantendrá la exclusividad durante la próxima temporada (de la Liga de Campeones), pero concede a Canal Satélite la opción de compartirlos durante las tres campañas posteriores”, “televisión de pago controlada por Telefónica”	“posee los derechos compartidos (de la Liga de Campeones” con TVE para los cuatro años venideros”, “impulsada por Telefónica”
Jordi Vilajoana	“baluarte y artífice de lo conseguido”, “ha aportado su buen juicio y punto de equilibrio para dirimir diferencias”	-

Tabla 52

2.12. Canal Satélite Digital y Vía Digital anuncian el acuerdo de integración de su oferta digital

2.12.1. Contextualización⁵⁴⁰

Aunque el anuncio de fusión se produce el día 8 de mayo de 2002, ya desde principios de año encontramos opiniones y declaraciones al respecto de esta posibilidad. En este sentido, el 21 de enero de ese año, podíamos leer como Paolo Vasile, consejero delegado de Telecinco, declaraba que “la fusión de Canal Satélite Digital y Vía Digital es de sentido común” ya que en ningún país del mundo había más de una televisión de pago, mientras que unos días más tarde, en febrero, era el propio Polanco quien negaba las negociaciones entre ambas plataformas aunque matizaba “que en el mercado sólo hay lugar para una plataforma” y en marzo, era la ministra de Ciencia y Tecnología, Ana Birulés, quien argumentaba con el contexto internacional la posibilidad de un acuerdo afirmando que debido al alto coste de los contenidos “se hace difícil que en cada uno de los países de la UE haya más de una plataforma digital” aclarando que en este sector no existían limitaciones accionariales “salvo en temas de competencia”⁵⁴¹.

Para comprender plenamente el contexto en el que se produce el anuncio de fusión de ambas plataformas de televisión digital, describimos a continuación la evolución y situación previa de cada operador atendiendo a diferentes aspectos: estructurales, económicos y número de abonados. En primer lugar, en la siguiente tabla recogemos la estructura societaria de Canal Satélite Digital y sus modificaciones desde 1997 hasta 2002⁵⁴².

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Sogecable	92,50	90,00	92,50	83,25	83,50	83,00
Antena 3 TV	7,50	2,50	2,50	2,25	2,00	2,50
Aurum		7,50				
Proarsa			5,00	4,50	4,50	
Dalbergia						4,50
Warner Bros				10,00	10,00	10,00
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 53

⁵⁴⁰ Para la contextualización de este bloque temático se han usado como fuentes principales el libro de Gema Alcolea (*La televisión digital en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla, 2003) y la tesis doctoral de María José Pérez Serrano (*La concentración de medios en España: análisis de casos relevantes en radio, prensa y televisión*. Universidad Complutense de Madrid, 2004), así como las informaciones publicadas por *El País* y *El Mundo* durante el periodo previo al anuncio de fusión, el 8 de mayo de 2002.

⁵⁴¹ Véanse *El País* y *El Mundo* correspondientes a los días 21 de enero, 8 de febrero y 5 de marzo de 2002.

⁵⁴² ALCOLEA, Gema: Op. cit., cuadro 3.1., p. 93.

Igualmente, podemos observar en el siguiente cuadro la evolución del accionariado de Vía Digital durante el mismo periodo de tiempo⁵⁴³.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Telefónica Media (Admira)	35,00	35,00	68,50	48,60	48,63	48,60
DTH Europa (Televisa)	25,50	17,00	8,77	10,00	10,00	10,00
TVE Temática	25,50	17,00				
GLA Partners (Direct TV)		6,90	6,90	6,90	6,90	6,90
RTL Group Communications					5,00	
Itochu		5,00	1,43	0,95		
Recoletos	5,00	5,00	5,00			
TVC		5,00	1,79	5,00	1,79	
TVAM	4,00	4,00	1,43	0,95	1,90	
TVG	1,90	2,00	0,83	0,56	0,55	
TVV	2,00	2,00	1,67	1,11	1,11	
Media Park			3,20	5,00	5,00	
Entidad Financiera (SMM)				15,62	18,81	18,80
Radio Popular, S.A.	0,25	0,25	Entre todas: 0,37	Entre todas: 0,37	0,03	
Unidad Editorial, S.A.	0,25	0,25			0,04	
P. Leonesas	0,25	0,25			0,04	
Federico Domenech	0,25	0,25			0,17	
Dipe S.A.	0,25	0,10			0,02	
Autocartera					0,01	
Otros						15,70
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 54

Si comparamos ambas estructuras, debemos destacar que mientras Canal Satélite Digital fue un proyecto que giró en torno a Canal Plus España y Sogecable y con pocas variaciones a lo largo de los años, Vía Digital tuvo una estructura societaria más amplia y en la que se produjeron más modificaciones en los porcentajes de cada titular.

Por otro lado, y atendiendo al número de abonados, las cifras de ambos operadores también reflejan diferencias y un crecimiento mayor en Canal Satélite Digital que en Vía Digital. La siguiente tabla recoge la evolución del número de abonados desde sus inicios en 1997⁵⁴⁴:

⁵⁴³ ALCOLEA, Gema: Op. cit., cuadro 3.2., p. 97.

⁵⁴⁴ PÉREZ SERRANO, María José: Op. cit., p. 726.

	1997	1998	1999	2000	2001
Canal Satélite Digital	260.168	599.630	813.490	1.051.563	1.230.038
Vía Digital	150.000	420.000	440.114	633.059	806.379

Tabla 55

En tercer lugar, con respecto a la facturación, ambas plataformas continuaban con pérdidas en el ejercicio 2001, pero de muy distinto nivel ya que la cifra neta de negocio de Canal Satélite Digital fue tres veces superior a la de su competidora, lo que hay que relacionar con el número de abonados y los ingresos obtenidos por cada uno de ellos. Esto provocó que, con unos gastos de explotación no muy dispares (668,55 millones de euros Canal Satélite Digital y 630,13 millones Distribuidora de Televisión Digital), las pérdidas de explotación de la primera plataforma (12,89 millones) fueron muy inferiores a las de Vía Digital (357,80 millones de euros). En definitiva, en el ejercicio 2001, DTS ahondó aún más su negativa trayectoria económico-financiera mientras que los resultados de CSD provocaron su alejamiento del equilibrio que parecía ya inminente en el año anterior, registrando unas pérdidas de explotación de 12,89 millones de euros frente a los 4 millones de 2000.⁵⁴⁵ Todo ello, ponía de manifiesto la diferente evolución de ambas empresas y la posición de liderazgo de Canal Satélite Digital, y confirmaba que este segmento de televisión de pago, cinco años después de su implantación, se encontraba todavía en fase de maduración.

Además, el anuncio de fusión de ambas plataformas se produce precedido por otras noticias en el contexto nacional e internacional que justificaban ese acuerdo. En este sentido, a finales de abril de 2002, la plataforma de televisión digital terrestre Quiero TV anunciaba su liquidación dos años después de comenzar sus emisiones, con 900 millones de euros invertidos y otros 400 millones de euros de pérdidas; mientras que en Europa asistíamos a la suspensión de pagos del grupo alemán Kirch Media y de la cadena británica ITV Digital, debido fundamentalmente a las deudas por la compra de derechos deportivos.

Con todo ello, el 8 de mayo de 2002, Telefónica a través de su filial de medios Admira, y Prisa acordaron solicitar la fusión de Vía Digital y Canal Satélite Digital. Según el acuerdo suscrito por los respectivos presidentes, César Alierta y Jesús de Polanco, Sogecable absorbería Vía Digital y para ello PRISA realizaría una ampliación de capital y ofrecería el 23% de sus acciones a Telefónica y al resto de accionistas de Vía Digital, que pagarían aportando sus acciones de la plataforma. En la nueva Sogecable, PRISA y su socio tradicional Canal Plus Francia controlarían el 46% del capital (23% cada uno) y nombrarían al consejero delegado, en tanto que Telefónica controlaría otro 23% y tendría derecho a nombrar al presidente del Consejo de Administración. Además, la operación contemplaba también la adquisición, por parte de Sogecable, de la participación que en ese momento tenía Admira, la filial de Telefónica en medios de comunicación, en el capital de Audiovisual Sport. A continuación,

⁵⁴⁵ ALCOLEA, Gema: Op. cit., p. 237.

analizamos cómo contó cada medio de comunicación este anuncio de fusión desde el 9 de mayo, el día después de ese acuerdo, hasta el 19 de ese mismo mes, diez días en los que se produjeron las primeras reacciones y opiniones desde el sector político, económico y social.

2.12.2. *El País*

Desde el 9 al 19 de mayo de 2002, *El País* publicó quince textos relacionados directamente con este tema, de los cuales, la gran mayoría son informativos y tan sólo encontramos un editorial y un texto de opinión que corresponde a un carta al director firmada por el ministro de Fomento, Francisco Álvarez Cascos. Además, durante ese periodo, el diario del grupo Prisa destacó en portada este asunto en cuatro ocasiones.

Con respecto a la ubicación y extensión de los textos, debemos destacar que los encontramos en la sección de Economía principalmente, con un reparto equilibrado entre páginas pares e impares, y aunque no siempre son textos muy amplios, durante esos días, *El País* publicó cinco páginas completas con estas informaciones.

Por último, y antes de describir el tratamiento que este periódico dio al anuncio de fusión de las plataformas, reseñar que siete de los trece textos informativos correspondientes a este bloque temático están firmados por *El País*, mientras que los otros corresponden a distintos periodistas de este diario.

El acuerdo alcanzado por ambas plataformas el día 8 de mayo de 2002 abrió la portada del diario *El País* un día después, con una foto, a tres columnas, en la parte superior izquierda de Cesar Alierta y Jesús de Polanco, estrechando sus manos y con el titular: *Sogecable y Telefónica deciden integrar sus plataformas de TV*, y el subtítulo: *La nueva entidad cuenta con 2,7 millones de abonados*. En la primera página se nos explica que el acuerdo se llevará a cabo “mediante una ampliación del 23% del capital de Sogecable, que se cubrirá mediante la aportación de títulos de los accionistas de Vía Digital” y en la que “el nuevo operador, líder de la televisión de pago en España supera los 2,7 millones de abonados y suma unos ingresos de 1.300 millones de euros”. Además, se recoge que la fusión “deberá ser ratificada por los consejos de administración de Sogecable y Admira” y que “queda pendiente de la conformidad de las autoridades de la competencia tanto comunitarias como españolas”.

En páginas interiores, ese mismo 9 de mayo, podemos ampliar la información en la sección de Comunicación, en concreto en la página 33, donde leemos a cinco columnas: *Acuerdo para integrar Sogecable y Vía Digital*. En el cuerpo de la noticia, ilustrada con una foto a cuatro columnas de los presidentes y consejeros de ambas plataformas y varios gráficos en el que se compara el accionariado, la cuenta de resultados de 2001 y el número de abonados, se insiste en la idea de integración y de acuerdo igualitario: “con esta operación, Telefónica igualará con PRISA y el Groupe Canal Plus su participación en Sogecable”, “tendrán cada uno la misma

participación accionarial”. Además, se añade que “según los términos del acuerdo, Sogecable se hace con la participación de Telefónica en Audiovisual Sport” y al final se resalta que “las acciones de Sogecable experimentaron una fuerte subida del 6,01% en la bolsa española”. Asimismo, se afirma que “la operación obedece a la racionalización de la televisión de pago y la industria de contenidos audiovisuales, tal y como está ocurriendo en otros países de nuestro entorno” y se añade que este acuerdo “constituye un paso muy significativo en el desarrollo del mercado audiovisual español y favorecerá la implantación más acelerada de los sistemas digitales en los hogares, en beneficio tanto de los usuarios como de la industria” y que “era un hecho muy esperado por los analistas de este sector por cuanto se producen efectos muy beneficiosos. La posibilidad de este acuerdo siempre había sido interpretada con alzas por los inversores”⁵⁴⁶.

Por último, en la mitad inferior de la columna derecha encontramos otra breve información con el titular: *Una nueva sociedad con más de 2,5 millones de abonados*, donde se recogen las cifras globales de ambas compañías y los “importantes paquetes de derechos audiovisuales” que “ponen en común una potente oferta de contenidos” y precisamente la racionalización de éstos “se presenta como una de las principales ventajas de la fusión”. Tan sólo al final de este texto se apunta que “cada una de las plataformas utiliza diferentes sistemas de descodificación de señales y distribuye sus respectivas ofertas a través de satélites diferentes”.

Un día después, el 10 de mayo, *El País* desarrollaba más ampliamente este asunto a través de dos páginas completas con cinco noticias en la sección de Economía y un editorial bajo el título *La fuerza de la lógica*. De nuevo, se anunciaba en portada, en esta ocasión en el sumario de la columna izquierda y con el titular: *Sogecable se dispara en Bolsa tras anunciar su fusión con Vía Digital*. En las páginas interiores, las noticias se agrupaban bajo el cintillo: “Fusión de las plataformas digitales”. La información más extensa está en la página 78, a cuatro columnas y es la misma que se destaca en portada y donde se resalta el respaldo de la Bolsa a la operación, tanto en el titular: *Sogecable se dispara un 15% en Bolsa tras anunciarse su integración con Vía Digital*, como en el cuerpo del texto: “Los inversores en Bolsa dieron ayer un espaldarazo a la integración de las dos plataformas”, “la Bolsa recibió con euforia la integración de Sogecable y Vía Digital”, “los analistas de bolsa ven de forma muy positiva (la fusión) y que califican como operación necesaria”. Al igual que el día anterior, se habla de “integración” pero se detalla que “según la comunicación remitida ayer a la CNMV, el 77% del capital de la sociedad resultante estará en manos de los actuales accionistas de Sogecable y el 23% restante corresponderá a los de Vía Digital” y se apunta que con la operación “Telefónica pasaría a estar presente en dos televisiones privadas (Canal + y Antena 3), lo que podría obligar a la operadora a desinvertir, ya que la ley de Televisión Privada impide que un mismo operador esté presente en dos canales de televisión”. Esta primera página de Economía se completa con un despiece titulado *Descodificadores y satélites*, donde se apunta que ambas

⁵⁴⁶ Véase ANEXO: documentos 219 y 220.

plataformas tendrán que “acomodar los distintos sistemas de distribución de señales y de acceso condicional”, y con otra noticia en la columna derecha titulada *Las dos ofertas se mantendrán por separado hasta la fusión*, en la que se explica que “mientras se perfila el proceso de integración tanto Canal Satélite Digital como Vía Digital mantendrán su actividad comercial por separado y gestionarán los contenidos de forma independiente”⁵⁴⁷.

En la siguiente página, la 79 de Economía, este diario publica tres informaciones con las reacciones políticas, la postura de la UE y la situación de este sector en Europa. De todas ellas, la más destacada es la que recoge las declaraciones del Gobierno y el resto de partidos políticos y que se titula: *Cascos se queda aislado en el Gobierno con sus críticas a la fusión de los operadores*. En el texto se afirma que aunque desde el Gobierno expresaron “su respeto a las decisiones que adoptan las empresas privadas. Hubo una excepción (...) Cascos cuestionó la operación e incluso insinuó su fracaso”. Además, para este diario la actitud de Cascos al decir que “los monopolios públicos son rechazables, pero que los monopolios privados son insufribles”, entra “en abierta contradicción con la doctrina de ‘plataforma única’ que el propio Ministro defendió desde la vicepresidencia del Gobierno en 1997”. En esta información, el periódico recogía las declaraciones hechas por el ministro de Fomento cinco años atrás, en las que declaraba que “una plataforma en este caso es mejor que dos, sobre todo porque las plataformas son vehículos para competir, no son instrumentos de competencia” y se contraponía con el argumento mantenido por Jesús de Polanco: “Lo que se va a hacer es tan racional que cualquier servicio de defensa de la competencia, aquí o en Europa, lo entendería así, porque de lo que se trata es de salvarse o no y la gente querrá que se salve”.

Por último, en la parte inferior de la página 79 se publica la noticia titulada: *Un sector deficitario y en proceso de integración*, donde el diario contextualiza la televisión de pago en otros países europeos para mostrar que este sector acumula fuertes pérdidas que “les ha llevado al borde de la desaparición (...) o la integración en una sola plataforma”. Asimismo, la columna derecha se completa con la información: *La UE opta por no interferir en la integración de las televisiones*, donde se afirma que aunque la “Comisión Europea se mostró prudente (...) expertos consultados coincidieron en que (...) en principio el examen de la operación correspondería a las autoridades de la competencia españolas y no a las comunitarias”⁵⁴⁸.

El día 10 de mayo, *El País* se posicionaba con respecto a este proceso en el editorial *La fuerza de la lógica* donde lo califica de triunfo: “El acuerdo de las dos plataformas de televisión de pago, Canal Satélite Digital, y Vía Digital, de Telefónica, supone el triunfo de la lógica económica y empresarial sobre el modelo intervencionista que quiso imponer el Gobierno de Aznar. Nadie puede obligar a una empresa privada a perder indefinidamente miles de millones. Para ello es de resaltar la decisión del presidente de Telefónica, César Alierta, de anteponer los derechos de los accionistas a cualquier interés político exterior a la compañía misma”. Según

⁵⁴⁷ Véase ANEXO: documentos 221 y 222.

⁵⁴⁸ Véase ANEXO: documento 223.

este diario, la decisión adoptada “evita situaciones traumáticas y permite defender mejor los derechos de los abonados”. Además, afirma que “el pluralismo de la oferta es el bien mayor que debe protegerse en la operación y no puede argumentarse que la fusión reduce ese pluralismo cuando los hogares españoles reciben diariamente multitud de ofertas de televisión por satélite, dos cadenas públicas, varias autonómicas y locales y otras dos privadas, además de los numerosos canales de cable, cuando las propias plataformas ofrecen programaciones diferentes y plurales, imposibles de identificar con una única posición ideológica”⁵⁴⁹.

Al día siguiente, el 11 de mayo de 2002, *El País* vuelve a destacar en el sumario de su portada este asunto bajo el titular: *Rajoy afirma que el Gobierno respeta el pacto de integración entre Sogecable y Vía Digital* y se nos remite a la página 44 de Economía para ampliar la información. En el interior, a cuatro columnas, este diario considera que tras el Consejo de Ministros el vicepresidente primero del Gobierno “desautorizó ayer indirectamente al titular de Fomento, Francisco Álvarez Cascos, al asegurar que el Gobierno respeta el acuerdo de integración entre Sogecable y Vía Digital”. Además, en la parte inferior de esta noticia se reproduce la carta al director que ha enviado el ministro de Fomento a *El País* y donde afirma que este periódico “ha realizado una manipulación inaceptable de las opiniones expresadas por mi (...) omitiendo partes sustanciales (...) con objeto de hacer creer a los lectores que me contradecía con otras declaraciones sobre el mismo asunto realizadas en 1997” y especifica que omite “la parte en la que yo repetía y recalaba mis palabras de 1997 sobre la conveniencia de la existencia de un gran operador tecnológico con capacidad para dar canales sin discriminación a todas las compañías operadores que quisieran dar servicio de televisión de pago a los ciudadanos”. Por último, en la columna derecha se recoge que las plataformas entregaron al Servicio de Defensa de la Competencia documentación sobre el acuerdo alcanzado para dar los “primeros pasos administrativos” aunque se apunta que este proceso “alcanza dimensiones para someterse al dictamen de la Comisión Europea, ya que el volumen de negocio de los socios de referencia del nuevo consorcio supera los 5.000 millones de euros en el mercado mundial”⁵⁵⁰.

Ya no se publicarán más noticias al respecto en este diario hasta el 15 de mayo, cuando de nuevo en el sumario de portada leemos: *Rato confía en que Bruselas ceda a España la competencia sobre la integración de las plataformas*. Esta información se desarrolla en la página 54 donde se recoge que el vicepresidente económico “argumentará ante Bruselas ‘motivos geográficos’ para defender la capacidad de los organismos reguladores españoles para dilucidar este asunto ya que tanto Sogecable como Vía Digital se dirigen a ‘un público y tienen clientes fundamentalmente españoles’” y se añade que “anunció que había pedido a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones un informe sobre ‘los efectos’ que la operación (...) tendría sobre la televisión en España y, en especial, sobre la televisión de

⁵⁴⁹ Véase ANEXO: documento 224.

⁵⁵⁰ Véase ANEXO: documentos 225 y 226.

pago”. Asimismo, se afirma en esta noticia que “como paso previo al proceso de integración (...) los consejos de administración ratificaron ayer por unanimidad, respectivamente, los términos del acuerdo alcanzado el pasado miércoles por los presidentes de Sogecable, Jesús de Polanco, y de Telefónica, César Alierta”.

Un día después, el 16 de mayo, será la postura de la Comisión Europea la que centre la información de *El País* sobre este asunto, con una noticia en la sección de Economía bajo el titular: *Bruselas afirma que tiene jurisdicción para decidir sobre la integración de las plataformas*, donde se explica que “la clave para los técnicos de la Comisión está en que el grupo Prisa y Canal Plus, gracias a que mantienen su pacto accionarial, ‘van a asumir el control conjunto de Vía Digital’” por lo que ve “la operación como una adquisición de dimensión comunitaria”. Además, en referencia a las palabras de Rato, el día anterior, se recoge que “si el Gobierno español quiere que sea la autoridad nacional de Competencia la que analice el expediente de la operación, Mario Monti recordó que debe plantear formalmente una solicitud”.

El viernes 17 de mayo de 2002, *El País* publica una información sobre la postura de Canal Plus Francia, un día después de romperse los planes de fusión de las dos plataformas en Italia⁵⁵¹, que se titula: *Canal Plus Francia confía en el éxito de la fusión de las plataformas digitales en España*, aunque en la noticia se explica fundamentalmente el caso de Telepiù y Stream.

Por último, el día 19 de mayo de 2002, fecha en la que hemos finalizado este bloque de análisis, el diario del grupo Prisa publica un reportaje de una página en el suplemento Negocios donde se analiza y valora la fusión en el mercado nacional bajo el titular: *La Bolsa aprueba la fusión digital*, con el subtítulo: *Los analistas consideran muy positiva la operación y recuerdan el elevado endeudamiento*. En la información, ilustrada con una fotografía de Luis Abril, César Alierta y Jesús de Polanco en la firma del acuerdo y varios gráficos con los datos de la nueva Sogecable, sus resultados y las evoluciones bursátiles, se reafirma la idea de que “los inversores han dado el visto bueno a la operación de integración (...) con subidas tanto en Sogecable como para las empresas de los principales socios Prisa y Telefónica” y que “la operación será muy favorable en el horizonte del medio y largo plazo”. Al final del reportaje, este diario concluye con una declaración de Ibersecurities en la que afirman “para todos los implicados la noticia es muy alentadora: Sogecable se queda como líder indiscutible de la TV digital. Para Telefónica la operación es también positiva, ya que aunque tenga que aportar dinero para reducir la deuda de Vía Digital, se deshace de uno de sus lastres, que le estaban aportando pérdidas continuas”⁵⁵².

⁵⁵¹ Canal Plus Francia poseía el 90% de la plataforma italiana Telepiù que había negociado su fusión con Stream (controlada por Rupert Murdoch y Telecom Italia), pero finalmente no se logra debido a las duras condiciones impuestas por la autoridad italiana.

⁵⁵² Véase ANEXO: documento 227.

2.12.3. *El Mundo*

Este diario publicó entre el día 9 y el 19 de mayo de 2002 un total de cincuenta y siete textos referidos al anuncio de fusión entre las dos plataformas, entre los que encontramos: treinta y cinco textos informativos, dieciséis artículos de opinión, tres editoriales y tres comentarios editorializantes, así como cinco viñetas. Además durante ese periodo *El Mundo* llevó este asunto a portada en seis ocasiones.

Con respecto a la ubicación de las informaciones, este periódico las destacó ubicándolas fundamentalmente en la sección Primer plano con la que se abría el diario en esas fechas. En concreto, publicó veinticuatro textos en esta sección frente a once en España, tres en suplementos y una en Comunicación. Además, la importancia que le otorgó a este tema se pone de manifiesto también en la extensión de los textos y el número de páginas completas: durante los cuatro días posteriores al anuncio de fusión, *El Mundo* publicó treinta informaciones que ocuparon veintiuna páginas.

Por último, en relación a la autoría de las noticias, encontramos que once de ellas están firmadas por Carlos Segovia, otras once están sin firma y las trece restantes corresponden a siete periodistas y corresponsales distintos de este diario. A continuación, analizamos el tratamiento que *El Mundo* concedió a este asunto.

El día después del anuncio de fusión, el 9 de mayo de 2002, *El Mundo* titula en portada y a tres columnas: *Polanco logra que Alierta le dé el monopolio de la TV de pago*, y completa en tres subtítulos: *Aprobada la fusión por absorción entre Sogecable y Vía Digital / Prisa y sus socios tendrán mayoría y nombrarán al consejero delegado / Telefónica se conformará con un 23% y la presidencia de la sociedad*. En esta información, que se completa con media columna de la página 57, el diario habla de monopolio: “el grupo audiovisual resultante tendrá en la práctica el monopolio de la TV de pago de España con cerca de tres millones de abonados”, “dará lugar a un *gigante* en el negocio de la televisión de pago”; y explica que la operación se llevará a cabo mediante una ampliación de capital de Sogecable en “la que ofrecerá el 23% de sus acciones a Telefónica que, en vez de pagar por ello, cederá Vía Digital” y que “contempla también la adquisición, por parte de Sogecable, de la participación que en la actualidad tiene Admira –la filial de Telefónica en medios de comunicación– en el capital de Audiovisual Sport”. Por último, se apunta que este acuerdo “en todo caso, está pendiente aún de la ratificación de ambos consejos de administración y de las autoridades de Competencia”⁵⁵³.

Además, desde ese primer día, *El Mundo* define su postura con respecto a este tema y publica un breve suelto editorializante, sin firma, que titula: *¿Por qué claudica Alierta ante Polanco?* En este artículo, mantiene: “Según los términos del precipitado anuncio de anoche, Telefónica se conformará con un 23%, vía ampliación de capital en la empresa Sogecable fundada,

⁵⁵³ Véase ANEXO: documentos 228 y 229.

gestionada y dirigida por Polanco y su equipo. A la presunta primera multinacional española le corresponderá proponer una figura decorativa como presidente (...) PRISA se quedará para siempre con el dominio de este importante segmento de los medios de comunicación (...) Si Bruselas o el Servicio de Defensa de la Competencia no lo impiden los grandes perjudicados serán los consumidores (...) La razón de fondo de este acto de entreguismo hay que buscarla en las hemerotecas. Ahora se entiende bien por qué Polanco apostó por un presidente de Telefónica débil y logró que el partido que a menudo secunda sus dictados adaptara su estrategia parlamentaria a su conveniencia empresarial. Triste ecuación en la que la ética informática y la propia labor de oposición han sido objeto de cambalache comercial”.

Sin embargo, será a partir del día siguiente, el 10 de mayo, cuando encontramos en *El Mundo* un mayor despliegue, tanto informativo como de opinión, y siempre, con una postura muy crítica al respecto. Ese día, este diario abre la portada a cuatro columnas con las declaraciones del ministro de Fomento: Cascos: *“El pacto Polanco-Alierta va contra el programa electoral del PP”*, además, anuncia, en ella, su editorial: *Órdago a la grande contra un compromiso esencial de Aznar con sus votantes*, y destaca una parte del acuerdo: *Telefónica pagará 575 millones de euros para sanear Vía Digital antes de entregársela a Jesús Polanco*. Todo ello ilustrado con una caricatura de un cuadro de Velázquez en el que se representa lo que el diario denomina: *La rendición de Alierta*, donde apoyándose en declaraciones de “dirigentes populares” afirma que “resulta incomprensible que la empresa más fuerte y con mayor capacidad tecnológica, Telefónica, sea la que acepte la absorción de su plataforma por la teóricamente más débil liderada por Polanco”⁵⁵⁴. Estos aspectos se desarrollan en las páginas interiores, en la sección Primer plano, desde la 2 a la 7, y también en Opinión, de la 9 a la 11, y lo describimos a continuación.

En primer lugar, en la página 2, aparecen dos informaciones bajo el cintillo: *Nuevo mapa audiovisual / Alierta pide apoyo al Gobierno ante la situación financiera del grupo y Polanco advierte que puede haber “quiebras” / Economía fijará duras condiciones para aceptar la alianza si Monti no asume el caso*. La noticia más destaca hace referencia a los aspectos del acuerdo y se titula de forma similar a la primera página: *Telefónica deberá asumir 575 millones de euros de deuda de Vía Digital antes de entregársela a Prisa*, y en el texto se comienza afirmando que “Telefónica no sólo renuncia a la aventura de dominar la primera cadena de televisión de pago de España a favor del grupo Prisa, sino que pagará un último precio de 575 millones de euros (95.671 millones de pesetas) para dar carpetazo a un viejo sueño iniciado hace cinco años con el beneplácito del Gobierno”, además, se explica que “con la alianza se da el hecho de que Telefónica va a ser, a la vez, socio de dos cadenas concesionarias, Canal Plus y Antena 3 TV, lo que está prohibido por la actual legislación”. Asimismo se recoge que “la deficitaria situación de Vía Digital y del grupo Admira (...) ha sido precisamente el argumento principal esgrimido por Alierta para justificar ante Moncloa la operación, según fuentes

⁵⁵⁴ Véase ANEXO: documento 230.

gubernamentales”. Esta página se ilustra con una fotografía del ministro de Fomento de 3x4 módulos y bajo ella, se recoge la entrevista en exclusiva que se anunciaba también en portada y donde Álvarez Cascos declara: “Este acuerdo contraviene lo que fue el programa electoral del PP en 1996. El PP ha apostado siempre por la tecnología digital como un medio para garantizar el pluralismo en la televisión de pago. Siempre defendimos que debía haber dos plataformas, porque la creación de un monopolio privado va en contra de nuestra doctrina (...)”. Y añadía que “el Servicio de Defensa de la Competencia tendrá mucho que decir sobre el monopolio del uso de la plataforma tecnológica y el monopolio del disfrute de los derechos de pago de los contenidos”, para concluir que “el Gobierno debe actuar en lo que tiene competencias regladas, y lo que compete es vigilar que se cumple la libre competencia”⁵⁵⁵.

La siguiente página, la 3 del día 10 de mayo, la dedica este diario a las reacciones políticas, sociales y empresariales al acuerdo de fusión y destaca en el cintillo: *El director de la OCU advierte que la fusión le “da mucho miedo” porque “puede acabar en monopolio absoluto” / Los empresarios de los sectores cinematográficos, taurino y futbolístico la apoya*, mientras que en titular se recoge: *El PSOE ve “positivo” el pacto porque rentabiliza el grupo*, y en el segundo texto de esta página: *Un panorama lleno de incógnitas para los abonados*.

Si seguimos adelante, nos encontramos en la página 4 las primeras referencias al marco jurídico y al papel de Europa en la regulación de la operación con una información titulada: *El Gobierno pedirá a Bruselas el control de la fusión*, y subtitulada: *La alianza complica el expediente que mantiene la Comisión Europea contra el monopolio del fútbol*. Después de exponer que el acuerdo tendrá trascendencia europea, en el cuerpo de la noticia se mantiene que la Comisión tendrá en cuenta “el expediente ya abierto a Telefónica y PRISA sobre la creación de Audiovisual Sport en el que se estudia si la integración de los derechos del fútbol en una sola sociedad es un monopolio. Entre las posibles consecuencias apuntadas en la información, una de las más relevantes para este diario es que “los consumidores se verán también sometidos a una política de precios mayor que si hubiera más competidores”. Además, en esta página también se publica un artículo de opinión firmado por Fernando López Agudín y titulado *Deprisa, deprisa*, donde el autor repasa las reacciones políticas al acuerdo, tanto del Gobierno como de la oposición, para acabar concluyendo: “Si muchos en Génova y Ferraz ya actúan como actúan, cuando todavía el monopolio no es más que un proyecto, es fácil intuir cómo actuarán cuando el recorte monopolístico de la libertad de expresión, sumado al político, sea un proyecto consagrado. Deprisa, deprisa, nos vamos acercando al peor de los escenarios políticos posibles. Aquel que combina el hambre de los políticos con las ganas de comer de los monopolios”.

En la página siguiente, la 5, este periódico publica otras dos informaciones, en esta ocasión sobre los antecedentes del acuerdo bajo un cintillo común: *Polanco lleva ocho años buscando el monopolio del mercado de la televisión de pago / En varias ocasiones ha intentado llegar al*

⁵⁵⁵ Véase ANEXO: documento 231.

acuerdo con Telefónica, en términos siempre ventajosos para su grupo. La noticia más destacada de esta página lleva a su titular las declaraciones realizadas por el presidente del Gobierno a *Expansión* en una entrevista concedida en marzo de 2000: *“Una fusión lesiva para los consumidores”*, y en el cuerpo de texto se añade que la fusión “es el capítulo final de una larga serie de intentos del grupo PRISA, por hacerse con una posición dominante en el mercado de la televisión de pago”, se repasan los intentos anteriores de acuerdo: Cablevisión, Pacto de Nochebuena, Valdemorillo y se concluye que “si el proyecto sale adelante, el nuevo gigante audiovisual monopolizará la televisión de pago en España y generará fuertes beneficios a corto plazo”. Asimismo en la parte inferior de la página se contrapone lo que dijo Ana Mato en la oposición, en 1985 con la autorización para Cablevisión: “este anuncio consolida un monopolio de hecho (...) perjudica al pluralismo informativo”, y diecisiete años después, en 2002, tras el anuncio de fusión: “el partido no puede opinar sobre operaciones de empresas privadas, de empresas comerciales, que sólo tiene que rendir cuentas a sus accionistas”⁵⁵⁶.

Otra de las informaciones publicadas el 10 de mayo se centra en el grupo PRISA, bajo el titular *Leer, escuchar, ver... en el ‘planeta PRISA’* y se subtitula: *De cómo una modesta editorial de libros de texto se convirtió en un imperio de la comunicación.* En ella, *El Mundo* repasa la evolución de este grupo, que pone como ejemplo de concentración, desde sus inicios hasta la actualidad: “(...) La llegada al poder del PSOE en 1982 permitió el despegue definitivo del grupo, que empezó a iniciarse en el mundo de la concentración y del monopolio. En 1985, PRISA compró el 26% del capital de la Ser y, más tarde, compró al Estado, a bajo precio, su participación institucional. En 1989 se le concedía, en régimen de monopolio, la única televisión de pago en España. Y en 1992 el Gobierno aprobaba la concentración de la cadena SER y Antena 3 Radio, su principal competidor bajo el holding Unión Radio. Esta operación de concentración fue invalidada por el Tribunal Supremo en junio de 2000 y, en la actualidad, el Gobierno estudia las alegaciones de PRISA sobre la manera de cumplir el fallo (...). Recientemente, el grupo PRISA ha comenzado su expansión en Latinoamérica. De momento, ha creado la Unidad de Medios Internacional, que incluye importantes participaciones en varias cadenas de radio de Colombia, México y Bolivia”⁵⁵⁷.

Las últimas informaciones del 10 de mayo se centran en las reacciones de los mercados al anuncio de fusión, con dos informaciones en la mitad superior de la página 7, con los titulares: *Los títulos de Polanco en Bolsa se disparan*, y *La CMNV investiga si hubo información privilegiada.* En estas noticias se resalta que el anuncio “fue aplaudido por la Bolsa, que impulsó al alza la cotización de los principales accionistas de estas empresas”, aunque fue Sogecable la “que protagonizó la mayor subida del mercado continuo español”, algo que también ocurrió el día anterior y que se investigará ya que “se da la circunstancia de que los títulos de Sogecable tuvieron una fuerte subida del 6,01% el pasado miércoles, horas antes de que se conociera la operación”.

⁵⁵⁶ Véase ANEXO: documento 232.

⁵⁵⁷ Véase ANEXO: documento 233.

Sin embargo, será en la página 9 donde encontramos uno de los principales textos del día 10 de mayo, se trata del editorial de *El Mundo* que ocupa toda la página y donde se posiciona el diario ya desde el titular: *Órdago a lo grande contra un compromiso esencial de Aznar con sus votantes*, que se complementa con el subtítulo: *El Gobierno debe reaccionar contra una rendición que refuerza al hombre más poderoso de España, perjudica a los consumidores y amenaza la libertad de expresión*. El periódico interpretó el acuerdo como “el imparable proceso de acumulación de poder de un grupo periodístico que sueña con ser un monopolio informativo en este país (...) No es cierto el argumento de que la fusión era inevitable porque no hay negocio para dos plataformas de pago. Las pérdidas que soportan Sogecable y Vía Digital son la consecuencia de una política faraónica de inversiones y de una gestión sin los pies en el suelo”. Además, este periódico apunta tres “objeciones insalvables” derivadas de la fusión: “una concentración de poder sin precedentes en las manos de un solo empresario (...) Polanco es, de lejos el ciudadano más poderoso de este país y el único capaz de desestabilizar un Gobierno si percibe una amenaza contra sus intereses”; PRISA tendrá “todos los derechos de los equipos de fútbol profesional en España (...) y, así, dispondrá “de un formidable instrumento de control de los clubes”. Y finaliza diciendo que “Polanco carece a partir de ahora de traba alguna para imponer los precios de compra a sus suministradores, para subir o bajar las tarifas a los abonados a su antojo, para imponer sus descodificadores y, en suma, para hacer lo que le venga en gana, ya que no va a tener competencia alguna”. Finalmente, *El Mundo* concluye con una apelación al presidente del Gobierno, de quien decía “se enfrenta al crudo dilema de acabar su mandato con un Polanco más poderoso y una sociedad menos plural que en 1996 o refrendar uno de sus más esenciales compromisos electorales y ser coherente con las mismas convicciones que le han llevado a renunciar a seguir en el poder”⁵⁵⁸.

Los dos últimos textos del día 10 de mayo corresponden a dos artículos de opinión firmados por Federico Jiménez Losantos: *Polanco sobre Aznar*, y Raúl del Pozo: *Muñeco del Plus*. En el primero, su autor mantiene que “Ni siquiera el día en que Polanco ha conseguido finalmente el monopolio del fútbol (...) ha tenido don Jesús un breve y displicente gesto de disculpa, no digamos ya de perdón o de piedad, hacia su víctima favorita: Javier Gómez de Liaño” porque “dos editoriales, dos, lleva perpetrados su prestigioso libelo contra el juez” y concluye “que un empresario quiera ser el dueño, es decir, el amo de todo, es normal. Lo grave es que el Gobierno le deje. O le aplauda”. Por su parte, Raúl del Pozo considera que “el nuevo mapa mediático tendrá repercusiones en la alternativa al Gobierno del PP”, afirma que “la guerra mediática de los ocho años, atroz, en la que no se hicieron prisiones acabó anteanoche, con la destrucción por abordaje, de las empalizadas mediáticas gubernamentales” y crítica la actitud de Aznar porque “no ha puesto el veto a la absorción de Vía Digital por Sogecable. Le han convencido sus *delfines* de que el monopolio de la televisión de pago es una oferta de entretenimiento, de cine y de fútbol sin incidencia en la industria de la ideología, de la

⁵⁵⁸ Véase ANEXO: documento 234.

conciencia y de la información (...). Pero si Aznar aspirase nuevamente a la Presidencia o fuera novelista, director de cine, juez o secretario general del PSOE, hubiera sido menos condescendiente en el intercambio de daños y en las defensas de la competencia”⁵⁵⁹.

Un día después, el 11 de mayo de 2002, *El Mundo* dedicó de nuevo sus primeras páginas a este bloque temático a través de doce informaciones, dos artículos de opinión, un comentario editorializante y dos viñetas. Además, de nuevo volvía a ser el asunto más destacado de la portada con un titular a cuatro columnas en el que leemos: *Rajoy: “El Gobierno defenderá la competencia y el interés general”*, y que se completa con un subtítulo múltiple: *También promete que el pacto entre Polanco y Alierta tendrá que respetar “la legalidad y los derechos de los usuarios” / Álvarez Cascos expuso sus tesis durante el Consejo de Ministros y obtuvo el respaldo de la gran mayoría de los miembros del Gobierno que hablaron a continuación*. Todo ello, con una fotografía del vicepresidente primero durante la rueda de prensa y un recuadro destacando la postura de la oposición: *Zapatero ordena al PSOE respetar lo que decidan las autoridades de la competencia*.

En las páginas interiores, lo primero que encontramos en la página 2, es la información que desarrolla la promesa del Gobierno que se anuncia en portada. Bajo un titular similar al de la primera página y también a cuatro columnas, este periódico expone que “El Gobierno se comprometió ayer oficialmente a “defender la competencia, la legalidad, el interés general y los derechos de los usuarios” como los principios básicos a la hora de juzgar el acuerdo entre Telefónica y Prisa”, añade que el presidente Aznar ha “impuesto silencio a los ministros” y que “eviten pronunciamientos públicos” y se resalta el respaldo al Ministro de Fomento, mayor detractor de la fusión, recalcando que “no está aislado en el Gabinete” y que “expuso sus tesis y la mayoría de los ministros que intervinieron después mostraron sintonía con él”. Esta página se completa con dos noticias breves, una en la que se destaca que el Gobierno quiere asumir el expediente del acuerdo: *Rajoy reclama a Bruselas el control de la fusión*, y otra media columna en las que frente al deseo expresado por Polanco se contraponen la opinión del Gobierno: *“No nos planteamos flexibilizar la Ley de TV privada”*.

En la página siguiente, la tres del día 11 de mayo, *El Mundo* recoge diferentes reacciones entre las que destaca en el cintillo: *El secretario de Organización del PSOE matiza que sólo ve “positiva” la fusión si va en beneficio de los usuarios y consumidores / Laborda dice que el mercado ha logrado lo que quiso impedir Aznar*. En concreto, en la página podemos leer tres noticias, de las cuales la más destacada a cuatro columnas se titula: *Zapatero ordena no entrar en la polémica*, y se completa con el subtítulo: *Pide seguir de cerca el caso, denunciar las contradicciones del Gobierno y respetar la fusión y lo que decidan los órganos de la competencia*. En la parte inferior, la segunda noticia más breve se titula: *Preocupación de los trabajadores de Sogecable por la plantilla*, y se explica que es debido a la posibilidad de que la fusión “signifique un recorte de puestos de trabajo como resultado de la duplicidad de puestos y

⁵⁵⁹ Véase ANEXO: documentos 235 y 236.

funciones”; y en la columna derecha la opinión de los sindicatos: *CCOO apoya con condiciones la fusión de las plataformas*.

Este diario profundiza en las siguientes cuatro páginas del 11 de mayo en diferentes aspectos del acuerdo, como son las cifras de resultados de ambas plataformas, el nuevo mercado audiovisual al que se daría lugar, cómo afectaría a las industrias del cine, la música y el libro y cómo han recogido los otros medios este tema. Con respecto a los números, y aunque se titula: *La televisión de pago, el gran lastre de Telefónica y Prisa*, este periódico afirma que “la deuda de Canal Satélite supone una mayor amenaza financiera para el grupo de Polanco que las pérdidas de Vía Digital para Telefónica”, y que “el mercado cree que Sogecable es la gran beneficiada”. A continuación, bajo la hipótesis de que el acuerdo se extienda a otras “colaboraciones futuras” que implicarían por ejemplo “un monopolio en las ondas”, *El Mundo* titula en la página 5: *Las radios de Prisa y Telefónica copan el 66% de la audiencia*, y subtítulo: *Seis de cada 10 radioyentes escucha alguna de las 70 emisoras privadas controladas por las dos empresas*, si bien se trata de una conjetura de este diario basada en declaraciones de fuentes imprecisas. Al pasar la página, en la mitad superior, encontramos dos nuevas noticias que destacan: *Una fusión que llena de incertidumbre el cine español* y *Un consorcio que planta cara a las grandes multinacionales*. Por último, las informaciones en este día se cierran en la página 7 con un resumen de prensa bajo el titular: *Un tema de portada*⁵⁶⁰, y donde se resalta que “todos los medios impresos, salvo *El País* y *La Vanguardia* destacaron en primera página la fusión de las plataformas digitales”, además “frente a la ubicación política que le dieron otros diarios, el diario de Jesús Polanco dedicó dos páginas al asunto en su sección de Economía, informando de las repercusiones en Bolsa de Sogecable, del futuro de los descodificadores, de la crisis de las televisiones de pago en Europa y de las opiniones de Bruselas al respecto” y se apunta irónicamente que “a sus habituales columnistas no les inspiró esta operación para nutrir sus columnas”.

A continuación, y tras la sección Primer plano donde se publicaron todas las informaciones del 11 de mayo de 2002, pasamos a las páginas de Opinión, donde en primer lugar nos llama la atención un amplio artículo sin firma que ocupa gran parte de las páginas 8 y 9, y donde se argumenta que el acuerdo implica un monopolio en diferentes sectores como la televisión digital, la televisión en abierto, la radio privada, la prensa escrita, el fútbol, el cine, los libros y la música. Todo ello, bajo la pregunta: *¿La rendición de un modelo de sociedad?*, y un antetítulo donde se explica: *Mientras los que se opusieron a la llegada de Aznar al poder festejan el acuerdo entre Polanco y Alierta, la sombra del monopolio y el control se extiende sobre todos los ámbitos de la información y la cultura*. En este comentario editorializante, se oponen diferentes argumentos frente a aquellos que defienden y avalan el anuncio de fusión. En este sentido, frente a aquellos que “sostienen que la fusión era inevitable porque no había negocio para las dos plataformas debido (...) a las millonarias pérdidas que soportaban”, este diario

⁵⁶⁰ Véase ANEXO: documento 237.

afirma que “la ruina de las dos plataformas venía provocada por la agresiva política comercial de Polanco que había encarecido artificialmente el mercado”; en contra de quienes hablan de las pérdidas de Admira, se cree que “Vía Digital era la que tenía un mayor valor estratégico, puesto que disponer de un terminal en cada casa era una clara apuesta de futuro para ofrecer otros servicios de telecomunicaciones”. Además, se critica el tratamiento del diario *El País*: “los medios de Prisa y sus adláteres han intentado ridiculizar al ministro de Fomento (...) manipulando el sentido de las palabras del ex vicepresidente del Gobierno” y se apunta que “no parece probable que Polanco vaya a permitir que un canal de pago controlado por él sirva de *carrier* a productoras como EL MUNDO TV”. Con respecto a la televisión en abierto, se resalta que “dos de las tres cadenas de televisión privada, en manos de la alianza” lo que dañaría “al pluralismo informativo”, además se incumpliría la Ley de TV privada porque “Telefónica será socio de dos: Antena 3 y Canal Plus” y “aunque legalmente no sea incompatible, sí es escandaloso que Sogecable controle una cadena de pago generalista y la única plataforma digital” y se favorecería aún más a Localia TV cuya expansión “se ha visto favorecida por la hegemonía de Sogecable en el sector audiovisual”, pero este periódico confía “que se cumpla la palabra del vicepresidente segundo del Gobierno (...) que defenderá la competencia y el interés general”. Otro de los sectores que más se destaca es el de prensa escrita donde se valora la fusión como una amenaza en la que “la propia independencia de EL MUNDO puede correr peligro” ya que “cuanto más poderoso es Polanco, cuanto mayores son sus fuentes de ingresos fruto de resoluciones gubernamentales, más difícil va a resultar que EL MUNDO pueda seguir compitiendo con *El País* de forma remotamente equitativa” y “aunque los medios de Telefónica aparenten mantener su propia línea, en ninguno de ellos se criticará a Polanco, a cambio de que en los de Prisa no se hable del famoso sobrino ni de nada que incomode a Alierta” porque “Telefónica inclinará aún más la balanza publicitaria a favor de los medios de Prisa”⁵⁶¹.

Bajo el texto anterior aparecen dos viñetas relacionadas con este tema: la primera en la página 8, firmada por Guillermo y en la que se ve a Polanco con la caja de Vía Digital bajo el brazo y diciendo: “No me ha venido (la factura de Telefónica)”, y la segunda en la página 9, de Idígoras y Pachi, en la que se caricaturiza a Harry Potter sonriente mientras afirma en tres flashes: “Soy Harry Potter y tengo poderes extraordinarios: vuelo en escoba, hago hechizos, venzo a los dragones / Estarán pensando que fue la escuela Hogwarts la que me hizo tan poderoso / Pues no. Todo empezó cuando me asocié con Polanco”.

Los dos artículos de opinión del día 11 de mayo corresponden a Javier Ortiz y Martín Prieto. El primero se titula: *Un ataque de “déjà vu”*, y en él su autor mantiene que “la caída de César Alierta en los brazos de Jesús Polanco produce una vivísima sensación de *déjà vu*” porque “es, punto por punto, una reedición del intento de Juan Villalonga de desprenderse a trozos de la rama mediática de Telefónica” y argumenta que ese se ha debido a que “Alierta, como antes

⁵⁶¹ Véase ANEXO: documentos 238 y 239.

Villalonga, se ha mostrado incapaz de entender de qué va esto” ya que “no se ha enterado de que Vía Digital no está para dar dinero (...) que para lo que está es para competir con Canal Satélite, privarle a Polanco del monopolio de la cosa y obligarle a seguir acumulando pérdidas. Para que no se haga el dueño absoluto del negocio del entretenimiento”. Por su parte, Martín Prieto bajo el título *Ciudadano Polanco* hace un perfil del presidente del grupo Prisa de quien opina: “Con apodos de paso de Semana Santa (*Jesús el Rico* o *Jesús del Gran Poder*), Polanco puede acabar con la diversidad de la democracia española como un urbanizador sin escrúpulos puede terminar con la biodiversidad de la fauna y la flora bajo el asfalto del pensamiento único (...) sólo le interesa el poder, el placer de ejercerlo, la genuflexión obligada, el reconocimiento social y los correctivos de su cólera para que todos entiendan, como el buen juez Liaño, que quien se le enfrenta habrá de irse de España”.

Un día después, el 12 de mayo, *El Mundo* vuelve a destacar este asunto en portada, en esta ocasión a dos columnas y con el titular: *Aznar elogia a Cascos pero elude valorar el pacto Polanco y Alierta*. En los dos párrafos de esta primera página se recoge que “durante un acto en Zaragoza, Aznar habló de muy diferentes asuntos. Sin embargo, no hubo ni una mención a la fusión de las dos plataformas. Únicamente, un *guiño* al ministro de Fomento (...) para así desmentir los rumores de crisis en el Gobierno del PP” y se remite a la página 8 donde se amplía la información. En el texto de interior, se puntualiza que Aznar afirmó en dos ocasiones “Mi amigo Paco Cascos, que es el mejor ministro de Fomento que ha habido en la historia de España...” y se insiste un día más en el respaldo del Gobierno a Cascos ya que “según ha podido saber EL MUNDO, en el Consejo de Ministros del viernes Álvarez Cascos expuso, con tranquilidad, su punto de vista sobre la posible fusión. Su análisis fue apoyado implícitamente por un buen número de ministros y, explícitamente, por el titular de Justicia, Ángel Acebes, y por el responsable de Asuntos Exteriores, Josep Piqué”. En la columna derecha de esta página se recogen varias declaraciones del presidente del Gobierno en una entrevista que publica ese mismo día *La Razón* para resaltar que “no quiere desvelar su opinión sobre el acuerdo alcanzado entre Prisa y Telefónica” y que sólo responde: “que den su opinión los que han hecho la operación”.

Asimismo, *El Mundo* dedica uno de sus editoriales del día 12 a la actitud del Gobierno con respecto al acuerdo de fusión de las plataformas, bajo el titular: *Espeso silencio de Gobierno y oposición sobre ‘El Innombrable’*. Este periódico valora como “lo más inquietante de todo” el hecho de que “a pesar de tratarse de una operación de profundo calado social, mediático y político, Gobierno y oposición han extendido un espeso e inexplicable manto de silencio sobre el acuerdo firmado por César Alierta y Jesús de Polanco”, y apunta que es debido a que “Polanco debe tener tanta fuerza o inspirar tanto temor que los líderes políticos ni se atreven a pronunciarlo”. Al final, el diario considera que “puede ser justificable que la oposición se escude en el silencio, si no quiere oponerse a algo, pero de ninguna manera que el presidente del Gobierno no se pronuncie sobre un tema tan importante” porque “este silencio administrativo (...) se presta a todo tipo de interpretaciones. Desde la más obvia –quien calla otorga– hasta

las que mezclan la alianza con el proceso sucesorio de Aznar. Los ciudadanos tienen derecho a saber qué opina de todo esto el presidente del Gobierno”⁵⁶².

Por último, el 12 de mayo, encontramos tres artículos de opinión. Los dos primeros en la página 2, en el espacio “En la red” y bajo la pregunta *¿Aprueba la absorción de Vía Digital por Polanco?* En primer lugar, se presenta la opinión desfavorable, firmada por José Antonio Gómez Marín, donde su autor cree que “aunque la inmensa mayoría de los ciudadanos apoyaría cualquier medida que trate de impedir que la información se concentre en una sola mano (...) hay una inhibición clamorosa (del Gobierno) que deja expuesto al ciudadano” y que “no cree que pueda explicarse en exclusiva por la presión de intereses económicos representados por el sector que lidera Rato” sino por “la debilidad de un Gobierno (...) un Gobierno que se rinde ya a un proyecto monopolístico que no disimula sus designios sino que los exhibe”. A continuación, bajo el titular *Un olvido fundamental* y firmada por Enric Sopena, se presenta la opinión a favor de la absorción. En este caso, su autor considera que “el Gobierno tenía que elegir entre salvar, al menos, los muebles a Vía Digital, amenazada por una carga financiera que empezaba a ser insoportable hasta para Telefónica o correr el riesgo de que acabara sola en el baile Canal Satélite” y “ha acertado” aunque apunta que “la fusión de las dos plataformas no excluye contradicciones preocupantes” donde “tanto el Gobierno como la oposición tiene la obligación de que se cumpla el compromiso (...) de que hay que defender “la competencia y el interés general” y por supuesto, “la legalidad y los derechos de los usuarios”.

El tercer artículo de opinión de ese día corresponde a Jesús Cacho y se publica en la última página del suplemento Nueva Economía, bajo el titular: *Marcial, tú eres el más grande*. Su autor, a partir del principio de “el que resiste gana” expone que “Jesús Polanco llevaba aguantando la embestida desde enero del 97, cuando las tropas *populares*, con el mariscal Cascos al frente, se movilizaron en defensa de una televisión digital plural. Cinco años después, cautivo y desarmado, el ejército de *Pancho Villa* Aznar firma el armisticio y entrega París al enemigo con todas su vituallas (...) a los sones del *Jesús, tú eres el más grande*”. Además, Jesús Cacho se pregunta quién ha convencido a Aznar y apunta que “todas las miradas confluyen en Rato, un hombre asediado por las encuestas y las sospechas, a quienes sus enemigos de partido, que son los peores, suponen capaz de vender su alma al diablo con tal de que el poderoso grupo mediático de don Jesús lo lleve en volandas hasta Moncloa”. Además, en contra del argumento de las pérdidas económicas que justifican la fusión, este autor mantiene que esta operación “permite enmascarar, sepulcro blanqueado con dinero ajeno, la incapacidad gerencial de los dueños de ambas plataformas” y la considera desde el punto de vista político como “la mayor derrota de sus seis años de Gobierno” porque supone “una traición a los electores del PP. Y un éxito redondo de Polanco. Pocas críticas para César Alierta. Obligado a cuidar la cuenta de resultados de su empresa, tiene motivos sobrados para

⁵⁶² Véase ANEXO: documento 240.

estar a bien con Polanco” y concluye su artículo con la pregunta “¿Es este el horizonte, el modelo de país al que aspiraba el señor Aznar en 1996?”.

Al día siguiente, el 13 de mayo de 2002, *El Mundo* vuelve, una vez más, a destacar en portada este asunto también a cuatro columnas: *Los técnicos creen que Alierta deberá vender Antena 3 o Polanco, Canal Plus*, y se concreta en el subtítulo que esto es: *Una vez que Rajoy ha descartado flexibilizar la ley*. Además, hay un segundo subtítulo: *Zapatero: “Ya está bien de que cada vez que este Gobierno tome una decisión no piense más que en los cuatro grupos de poder”*, y también se resalta en portada una entrevista a Jaime Mayor Oreja con el titular: *“El Gobierno defenderá la competencia porque conozco la honradez y firmeza de Aznar”* y un artículo de opinión de García-Abadillo: *La fusión no era inevitable*. Todo ello, ilustrado en primera página con una viñeta de Ricardo en la que vemos al presidente del Gobierno y a su mujer que le dice: “Jose, te encuentro raro últimamente. Como...codificado”, en alusión a la silueta rallada que caricaturiza a José María Aznar.

Para ampliar toda la información de portada de ese lunes, 13 de mayo, debemos dirigirnos a la sección España, a partir de la página 6, donde encontramos tres noticias agrupadas bajo el cintillo: “Nuevo mapa audiovisual / Los expertos de Economía y de Ciencia y Tecnología alertan sobre la vulneración de la Ley de Televisión / Se impondrían limitaciones a la nueva Sogecable tanto en los derechos de fútbol como en el cine” y un titular similar al de la primera página: *Los técnicos ministeriales creen que Telefónica deberá vender Antena 3 TV o Prisa, Canal Plus*. En el texto principal, ilustrado con una fotografía de Rodrigo Rato y César Alierta, se explica que lo anunciado en portada “es la primera medida que podría adoptar el Gobierno contra el acuerdo de fusión” y “el motivo es que el Ejecutivo no tendría que argumentar posición dominante en el mercado o monopolio para forzar la venta, porque no sería una cuestión de competencia, sino de legalidad”. Esta noticia, basada en hipótesis como muestra la utilización de condicionales, apunta además, que “renunciar a una u otra cadena sería teóricamente un duro golpe para los afectados” y que “con el acuerdo con Polanco, Alierta ha parecido transmitir a los inversores la señal de que no apuesta por contar con un fuerte grupo de medios de comunicación”. Las otras dos informaciones que completan la página se titulan: *Sin planes de cambiar la Ley de Televisión Privada*, en la columna derecha, y *Zapatero: “Sólo le va bien” a los poderosos*, en tres columnas en la parte inferior. Mientras que en la primera el diario mantiene que aún en el supuesto de que la ley de televisión privada fuera suavizada “el Gobierno ya ha sentado el precedente, en alianzas como las de BBVA y Telefónica (...) de que no permite a un mismo socio tener una importante presencia en dos empresas competidoras, como Canal Plus y Antena 3”; en la segunda noticia se recogen declaraciones de José Luis Rodríguez Zapatero en las que “envió varios mensajes al Gobierno” como que “Aznar había incumplido su promesa de libre competencia (...) ha defraudado las expectativas de ser un Gobierno tolerante, un Gobierno modernizador”.

La página 7 la ocupa completamente el artículo de opinión de Casimiro García-Abadillo que se destacaba en portada: *La fusión no era inevitable*. Para argumentar su posición en contra de la fusión, el autor describe la situación de la televisión de pago en los diferentes países europeos que muestran que “el panorama europeo no es, como se ha pretendido homogéneo. Hay empresas que sobreviven, otras que quiebran. Y, a veces, como sucede en Francia, la buena gestión permite la supervivencia de dos plataformas”. Por ello, cree que “la absorción de Vía Digital por Sogecable no sólo no era inevitable, sino que beneficia al absorbente, que, por otra parte, logra una alianza con una de las pocas empresas en disposición de generar y adquirir tecnología punta” ya que esta operación “es la única posibilidad de hacer rentable el negocio de la televisión vía satélite para Polanco (...) porque la desaparición de la competencia le permitirá renegociar los derechos del fútbol (...) y rebajar los altos precios pagados a las grandes distribuidoras de cine”. Además, García-Abadillo subraya que este acuerdo no significa “perder una batalla” sino “ceder al competidor no sólo el mercado de la televisión digital, sino la supremacía mediática en todos los terrenos. Quién va a tener las narices de criticar a Polanco cuando se haya consolidado una alianza en la que participan Sogecable, Antena 3, Localia, El País, la Ser y Onda Cero”. Aunque mantiene que “Alierta está en su derecho de no perder dinero” y “Polanco en el suyo de buscar la máxima rentabilidad para sus negocios”, apunta que “los ciudadanos tienen también el suyo a exigir que se cumpla la ley y a que se apliquen los criterios más estrictos de defensa de la competencia”. Por todo ello, al final afirma que “si la ley se retuerce para dar la posibilidad de que el acuerdo se lleve a cabo sin que Telefónica tenga que vender Antena 3 o Sogecable Canal Plus, o bien las limitaciones del Servicio y el Tribunal de la Competencia se circunscriben a aspectos secundarios o cosméticos, habrá que pensar que detrás de la absorción de Vía Digital por Sogecable hay gato encerrado, cosa que, en estos momentos, piensa la mayoría de los ciudadanos de este país”⁵⁶³.

A continuación, encontramos una doble página con la entrevista a Jaime Mayor Oreja, a quien se presenta como “el candidato mejor situado para suceder a José María Aznar” y cuyas primeras preguntas se dedican a la fusión de ambas plataformas, un tema que considera “grotesco (...) que se analice en clave de sucesión” y en el que “está convencido de que el Gobierno defenderá la competencia y el interés general cuando llegue el momento de ver el acuerdo entre Polanco y Alierta, porque conozco la firmeza y la honradez que han presidido, siempre las decisiones del presidente del Gobierno en asuntos delicados”. Por último, afirma que “no contraviene un programa electoral una decisión que no corresponde al Gobierno. Estoy completamente seguro de que en esta cuestión no habrá arbitrariedad por parte del presidente y de su Gobierno”.

El espacio dedicado en la sección España a este bloque temático finaliza el día 13 de mayo, en la página 10 con la reproducción de un artículo de opinión de Alfonso Ussía publicado el día anterior en *ABC*, titulado *No manda*, y en el que se refiere a la figura de José María Aznar de

⁵⁶³ Véase ANEXO: documento 241.

quien el autor cree que “en política, un dirigente que anuncia que abandona el poder, deja automáticamente de ser poderoso”, algo que según él también opinan varios de los candidatos a sucederle que “han aceptado ya que Polanco es mucho más poderoso que Aznar”, entre los que cita a Alberto Ruiz-Gallardón, Rodrigo Rato y Mariano Rajoy. Mientras que considera que “solo Jaime Mayor Oreja y el tapado se mantienen al margen y no se desmarcan de quien, hasta hace pocas semanas, mandaba en el Gobierno”. Con respecto al acuerdo, la postura de Alfonso Ussía es que “Vía Digital pierde y ha perdido más que Canal Satélite” ya que “la más débil, curiosamente, se traga a la más grande por negligente abandono”. Y detrás de todo ello, cree que hay una cuestión política “quien no vea detrás de ella una vía política más que empresarial está en Babia (...) El Gobierno está dividido, y lo de Telefónica no se entiende desde el sentido común. Se mueven los peones, las torres y los alfiles, a espaldas de un rey que se ha comido a sí mismo. La única anotación sincera en su cuaderno no puede ser otra que ésta: Derrota”.

El resto de textos del 13 de mayo los encontramos ya en la sección Opinión, en las páginas 2, 3 y 4 de ese día, en concreto dos artículos de opinión y un editorial. El primero que podemos leer es el de Justino Sinova titulado *¿Es un monopolio o no?*, donde su autor responde diciendo que “si la respuesta es afirmativa, la nueva plataforma de televisión es inaceptable; si la respuesta es negativa, todo quedaría en una operación empresarial”. Sin embargo, considera que la única opción para que no sea un monopolio es “si la nueva entidad se constituyera en vehículo de difusión de distintas ofertas televisivas”, posibilidad que según Justino es la mantenida por Álvarez Cascos desde 1997 y con la que está de acuerdo. Aunque mantiene que “los datos de que disponemos invitan a una intranquilizadora sospecha” con la que “tendremos que lamentar una seria lesión al pluralismo, valor básico de la democracia”. Además, en esta misma página hay un viñeta de Gallego & Rey en la que se ve a José María Aznar de espaldas a una portería en la que le han “colado” Canal Satélite Digital. Por otro lado, el segundo artículo de opinión corresponde a Federico Jiménez Losantos quien bajo el titular *Ante el monopolio*, mantiene que cuando se produce un “monopolio natural (...) obliga a los poderes públicos a arbitrar (...) el Gobierno interviene para evitar unas relaciones distintas del atraco y del sabotaje o piratería”. Y aunque cree que “el monopolio de Sogecable no es natural ni se ha producido naturalmente, sino como fruto de diversas actuaciones políticas al margen y en contra del mercado” considera que “sólo caben dos soluciones: declararlo fuera de la ley o regularlo legalmente como monopolio, con determinadas condiciones. Yo siempre defendí la primera posibilidad, que nos habría ahorrado la segunda, pero sin éxito. Así que lo que ahora toca es legislar”.

El editorial del 13 de mayo se titula *Todos los focos, sobre el vicepresidente Rato*, y donde *El Mundo* vincula la operación de fusión con la política y la sucesión de José María Aznar y apunta directamente al vicepresidente del Gobierno: “A medida que pasan los días, crece la preocupación sobre las consecuencias de la alianza de César Alierta y Jesús Polanco (...) para llegar a la conclusión de que no estamos ante una cuestión de estricto ámbito empresarial, sino

ante un asunto de trascendencia política. (...) No cabe imaginar que el vicepresidente no haya contribuido a que Aznar haya dado el visto bueno de la operación (...) El hecho de que el informe técnico que tiene que velar para que se cumplan las reglas de la competencia dependa del mismo ministro que ha podido alentar la absorción suscita todo tipo de interpretaciones. (...) En ningún caso sería aceptable que el Servicio de la Competencia limitara el acuerdo con unas condiciones meramente cosméticas sobre la parte tecnológica y permitiera la alianza sin restricciones en lo que se refiere a los contenidos. Es una difícil encrucijada en la que el vicepresidente se juega su credibilidad”.

El día 14 de mayo, este diario destaca en portada: *Aznar pide ‘tranquilidad’ en torno a la fusión digital mientras crece el desconcierto en el Gobierno*, en esta ocasión recuadrado en la parte superior de la columna derecha. Esta noticia se desarrolla en la página 10 donde se dice que ante “el asunto del momento en la alta clase política, empresarial y periodística española” Aznar pide “calma” y declara que “lo que tiene que hacerse es que las reglas de la competencia funcionen y para eso Bruselas tiene sus competencias y para eso los servicios de defensa de la competencia de España tendrán que manifestarse. Nosotros siempre hemos dicho que el interés prioritario es la competencia y los derechos de los consumidores”. Sin embargo, el diario apunta que “ni Arenas ni destacados miembros del Gobierno dicen conocer a ciencia exacta cuál será la reacción del presidente” y que “Alerta está considerado un hombre próximo al vicepresidente segundo, Rodrigo Rato, y a éste se atribuye un papel importante en conseguir que se produjera la cita de Moncloa”. En la parte inferior hay otra segunda noticia que recoge declaraciones de directivos de Telefónica bajo el titular *Telefónica reclama ‘flexibilidad’* y que se introducen con el siguiente párrafo “Los directivos de Telefónica continuaron ayer evitando dar más explicaciones públicas sobre el acuerdo, pero lanzaron mensajes sobre la necesidad de la fusión con Sogecable y la comprensión del Gobierno”.

A la noticia principal de ese día hace también referencia el suelto editorializante que encontramos ese día en *El Mundo*. Bajo el titular: *Fusión digital: el Gobierno no sabe / no contesta*, este diario califica la situación “de desconcierto generalizado” ya que aunque José María Aznar “remite a los órganos de defensa de la competencia, éstos dependen del Ministerio de Economía, cuyo titular parece, a ojos de la opinión pública, haber intervenido en el impulso a esta fusión, la suspicacia en torno a esas instituciones es inevitable”. Y cree que “cada vez es más evidente que sólo Rato y el propio presidente tienen hoy alguna idea, dentro del Ejecutivo, del trasfondo de esta importante operación”.

Los dos artículos de opinión que analizan este tema el día 13 de mayo corresponden a Federico Jiménez Losantos y Raúl del Pozo. En el primero de ellos, *Pluralismo*, su autor mantiene que cuando desde el PP se impulsó la creación de Vía Digital “lo importante era, para el Gobierno, el respaldo plural de la alternativa a Polanco y lo importante para esos medios era la seguridad de que el Gobierno les permitiera mantener su voz, siquiera un canalito o dos entre los centenares de la plataforma. Ni Telefónica ni el Gobierno pueden, a mi juicio, cancelar

sin más aquella deuda; antes bien, deberían reservar una parte de la plataforma, un cierto número de canales, para garantizar la pluralidad de contenidos, que es uno de los aspectos más graves (...) de los muchos que representa el Monopolio Sogecable”. Por su parte, Raúl del Pozo se muestra decepcionado con José María Aznar y bajo el título *La capitulación*⁵⁶⁴ afirma “no conozco a ese Aznar que antes de irse ha entregado el destino al enemigo (...) se le ha ablandado la espada y ha utilizado la daga del cortesano. Ha dado un absurdo recital de sumisión que será imborrable para los que hemos creído en él. (...) sin un hábil conchabamiento entre mayordomos, el presidente no hubiera autorizado el disparate de la fusión (...) no entiendo la postura de Aznar (...) ni creo que su decisión esté marcada por el desprendimiento, sino por la rendición. (...) Nunca hasta ahora se había dejado coaccionar (...) Si ha autorizado el apaño para comprar futuro o para que *El País* no publique los *dossiers* de la familia Rato o para que le dejen salir sin un almohadillazo, se ha equivocado (...) Se dijo que las últimas elecciones fueron un duelo que perdió Polanco; ahora Aznar entrega la plaza al derrotado”.

Al día siguiente, el 15 de mayo, la noticia que encontramos en *El Mundo* recoge la posición de la Comisión Europea afirmando que “confirmó ayer oficialmente que considera de “dimensión comunitaria” el acuerdo suscrito entre el presidente de Telefónica y el presidente de Sogecable”. Esta información está publicada en la página 16 bajo el titular: *Bruselas ve el pacto Alierta-Polanco con “dimensión europea” y abre una investigación*, y con los subtítulos: *Rato reclama a la Comisión Europea que le cede el control de la fusión / Aznar asegura ante Alierta que fomentará “la liberalización”*. Al final del texto, en el último párrafo, se recoge que “los consejos de administración de Sogecable y de Admira ratificaron el acuerdo alcanzado por Alierta y Polanco. En el de Admira, los consejeros incluso ovacionaron al presidente, Luis Abril, por la operación que, aunque implica que Telefónica asuma una deuda de 575 millones, supone la venta de Vía Digital, que arrastraba crecientes pérdidas”

Por último, el 19 de mayo de 2002, fecha que marca el final del análisis de este bloque temático, *El Mundo* publica un reportaje y un artículo de opinión en el suplemento Empresas, aunque lo más destacado es la Carta del Director, Pedro J. Ramírez que ocupa dos páginas casi completas bajo el titular: *España no debe pagar esta factura*. En este último texto, el director del periódico no cuestiona el papel del presidente del Gobierno: “Estamos ante un asunto de enorme trascendencia para el futuro de todos cuyo desenlace tendrá un peso importante en el legado de estas dos legislaturas, pero tampoco comparto la opinión de alguno de nuestros más ardientes columnistas haciendo depender el juicio de la Historia sobre José María Aznar”. Cree que no debe ponerse en duda su “honradez ni valentía” y aunque apunta que podría “equivocarse gravemente en este asunto” apela “al buen juicio de un gobernante que siempre ha obligado a cada uno de los protagonistas de la vida pública, fueran amigos, adversarios o enemigos, a asumir la responsabilidad de sus actos”. Con respecto a Rodrigo

⁵⁶⁴ Véase ANEXO: documento 242.

Rato, Pedro J. Ramírez opina que “se han dicho y escrito muchas tonterías estos días sobre el presunto deseo del vicepresidente de ganar el respaldo del grupo Prisa para sus anhelos sucesorios. Nunca un hombre tan inteligente como él iba a enseñar así de burdamente la jugada (...) estoy convencido de que Rato cree sinceramente que la solvencia de Telefónica pasa por la posibilidad de desprenderse de un activo extraordinariamente gravoso para su cuenta de resultados”. En cuanto a las autoridades que deben examinar el acuerdo de fusión, el autor apunta que “es un hecho estadístico que las autoridades de la competencia nunca han permitido ni desde Bruselas ni desde ninguna gran capital europea que un operador dominante del sector de las telecomunicaciones, heredero de un largo monopolio público, se asocie estratégicamente con una empresa de medios de comunicación en perjuicio de las demás” porque “no es tolerable que todas las ventajas tecnológicas acumuladas durante generaciones primen a un proveedor de contenidos sobre los demás”. La solución que propone Pedro J. Ramírez “esencialmente se trata de poner límites equivalentes a los contratos de exclusiva sobre el fútbol y el cine: algo, que debería hacerse incluso al margen de la fusión, pero que se convierte en imprescindible con la fusión” porque “si se les permite asociarse ahora, el día en que haya un gobierno del PSOE –o del PP– en sintonía con Polanco, no habrá límite a su legítima codicia y la hegemonía de la representación democrática sobre los intereses creados se convertirá en pura quimera”.

El reportaje del domingo 19 de mayo, titulado *Alerta roja en la fusión digital*, parte del fracaso de unión de las dos plataformas italianas para analizar las dificultades del acuerdo de fusión entre Canal Satélite y Vía Digital: “las autoridades pondrán límites en la duración de la exclusividad de los contratos de los derechos de fútbol y de películas” aunque se señala que “quizás lo que más preocupa a Polanco es el monopolio que tiene en la televisión analógica de pago con Canal +” porque “la mayoría de los expertos pone en duda que no se abra el mercado”. Este reportaje se complementa con un artículo de opinión firmado por Javier Cremades para quien “el anuncio de fusión evidencia que la televisión en España se encuentra, hoy por hoy, navegando a través de una mar de dudas. Dudas sobre el régimen legal, sobre los gustos del público y sobre el modelo de negocio” y donde, tras repasar los distintos modelos de televisión, argumenta que el mercado de la televisión “presenta, por el número de operadores y condicionantes en juego, todas las características de un sector que necesita, que está pidiendo a gritos, funcionar en libre competencia, pero que por ley continúa sometido aún a las rígidas reglas que marca el servicio público”.

2.12.4. *El País* vs. *El Mundo*

El tratamiento que ambos diarios dieron al anuncio de fusión de las dos plataformas, desde el 9 al 19 de mayo de 2002, presenta importantes diferencias tanto cuantitativas como cualitativas.

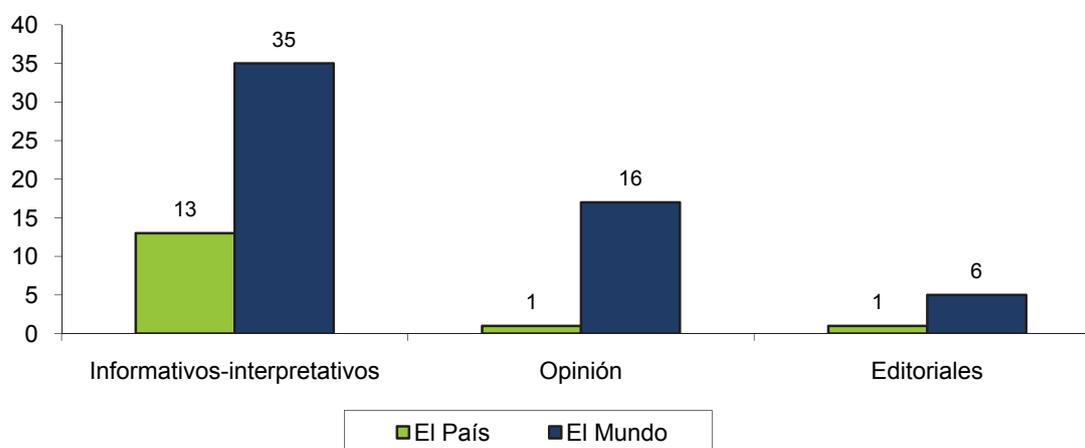
En primer lugar, *El Mundo* le dedicó mucho más espacio a este asunto y con mayor prioridad informativa pues no sólo casi cuadruplicó el número de textos publicados por *El País*, sino que además lo destacó de manera más relevante en la portada y lo trasladó a la sección Primer plano, en las primeras páginas del diario. Además, en cuanto a los géneros periodísticos también son muy evidentes las diferencias: mientras que para el periódico del grupo Prisa, este tema sólo mereció un artículo de opinión y un editorial, la cabecera dirigido por Pedro J. Ramírez desplegó a sus más destacados columnistas que escribieron un total de dieciséis artículos y definió directamente su postura a través de seis editoriales o comentarios editorializantes.

En las siguientes tablas y gráficos se recogen estas diferencias cuantitativas, tanto en relación a los géneros periodísticos empleados como a la ubicación de los mismos en las distintas secciones de los diarios.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	13	35
Opinión	1	16
Editoriales	1	6
Total	15	57

Tabla 56

Gráfico 20. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	4	6
Sociedad	-	-
Primer plano		24
Comunicación	2	1
España	-	11
Economía	11	-
Opinión	1	18
Suplementos	1	3
Total (sin contar portada)	15	57

Tabla 57

Pero hay, además, importantes diferencias cualitativas que encontramos en el tratamiento que realizó cada medio y en la postura que adoptaron frente al anuncio de fusión. En este sentido, mientras *El País* se muestra siempre favorable y destaca los aspectos positivos de la operación, en especial, lo concerniente a la racionalidad económica del acuerdo que valora como el “triunfo de la lógica empresarial frente a la política intervencionista del Gobierno de Aznar”; *El Mundo* es contrario al acuerdo, lo considera un triunfo del monopolio y la concentración informativa, llega a afirmar que se trata de “la mayor derrota del PP” y recurre al argumento de los ciudadanos y de sus derechos para exigir que se cumpla la ley, imponiendo duras condiciones. Una diferencia que se pone de manifiesto también en la manera de presentar el acuerdo: el periódico *El País* prefiere hablar de “integración” y lo describe como una fusión entre iguales, y *El Mundo* se refiere a la operación como fusión por absorción y monopolio.

Además, el periódico de Pedro J. Ramírez subraya en varias ocasiones que se trata de un asunto de “profundo calado social, mediático y político” y relaciona abiertamente el anuncio de fusión con los intereses de los candidatos en suceder al presidente del Gobierno que ya había anunciado que no se presentaría a las próximas elecciones. Por eso, desde sus páginas se insiste en la relación del vicepresidente Rodrigo Rato y César Alierta y se destaca la postura de Álvarez Cascos, único ministro que se desmarcó del resto del gabinete y se mostró en contra del acuerdo. Aún así, *El Mundo* muestra su confianza en las autoridades de la competencia que valorarán el acuerdo y que deben oponerse a él o imponer condiciones exigentes.

En la siguiente tabla, quedan reflejadas las diferencias en el tratamiento que cada diario dio a este asunto, en función, de las categorías analizadas.

Categorías	El País	El Mundo
Anuncio de fusión entre CSD y VD	<p>“deciden integrar sus plataformas”, “dará lugar a una única plataformas de televisión que suma 2,7 millones de abonados”, “Telefónica, Canal + y Prisa tendrán la misma participación en la nueva sociedad”, “operación que obedece a la racionalización de la televisión de pago y la industria de contenidos audiovisuales”, “Sogecable se hace con la participación de Telefónica en Audiovisual Sport”, “un paso muy significativo”, “pone en común una potente oferta de contenidos”, “supone el triunfo de la lógica económica y empresarial sobre el modelo intervencionista que quiso imponer el Gobierno de Aznar”, “evita situaciones traumáticas y permite defender mejor los derechos de los abonados”, “irá en beneficio de todos, incluido el pluralismo de la oferta”</p>	<p>“aprobada la fusión por absorción entre Sogecable y Vía Digital”, “Prisa y sus socios tendrán mayoría”, “Telefónica se conformará con un 23%”, “el grupo audiovisual resultante tendrá en la práctica el monopolio de la TV de pago de España”, “dará lugar a un gigante en el negocio”, “es el capítulo final de una larga serie de intentos del grupo Prisa por hacerse con una posición dominante en el mercado de la televisión de pago”, “el nuevo mapa mediático tendrá repercusiones en la alternativa al Gobierno”, “la sombra del monopolio y el control se extiende sobre todo los ámbitos de la información y la cultura”, “la fusión permite enmascarar la incapacidad gerencial de los dueños de ambas plataformas”, “ha provocado un auténtico terremoto político y mediático”, “la absorción de Vía Digital es la única posibilidad de hacer rentable el negocio de la televisión vía satélite para Polanco”, “quien no vea detrás de ella una vía política más que empresarial, está en Babia”, “no estamos ante una cuestión de estricto ámbito empresarial, sino ante un asunto de trascendencia política”, “el asunto del momento en la alta clase política, empresarial y periodística española”, “un asunto de enorme trascendencia”</p>
Sogecable	-	<p>“planeta Prisa”, “de cómo una modesta editorial de libros de textos se convirtió en un imperio de la comunicación”, “preocupación de los trabajadores por la posibilidad (...) de un recorte de puestos de trabajo”, “la absorción de Vía Digital por Sogecable no sólo era inevitable, sino que beneficia al absorbente”, “este monopolio de Sogecable no es natural ni se ha producido naturalmente, sino como fruto de diversas actuaciones políticas al margen y en contra del mercado”</p>
Telefónica	-	<p>“en lugar de pagar por ello, cederá Vía Digital”, “deberá asumir 575 millones de euros de Vía Digital antes de entregársela a Prisa”, “renuncia a la aventura</p>

		de dominar la primera cadena de televisión de pago a favor de Prisa”, “Vía Digital era la que tenía un mayor valor estratégico”, “Vía Digital pierde y ha perdido más que Canal Satélite”
Jesús Polanco	-	“logra que Alierta le dé el monopolio de la TV de pago”, “quiere ser el dueño, el amo de todo”, “ciudadano Polanco”, “Jesús el Rico o Jesús del Gran Poder”, “puede acabar con la diversidad de la democracia española”, “solo le interesa el poder”, “es probablemente el hombre más poderoso de España”, “debe tener tanta fuerza o inspirar tanto temor”, “las plataformas están arruinadas porque el señor Polanco, para acabar con Vía Digital, se empeñó en compras de contenidos ruinosas”, “su victoria se ha basado en la resistencia”,
César Alierta	“es de resaltar la decisión del presidente de Telefónica de anteponer los derechos de los accionistas a cualquier interés político exterior a la compañía misma”	“la caída de Alierta en los brazos de Jesús Polanco”, “con el acuerdo con Polanco, Alierta ha parecido transmitir a los inversores la señal de que no apuesta por contar con un fuerte grupo de medios de comunicación”, “está considerado un hombre próximo al vicepresidente segundo”
Gobierno	“expresaron su respeto a las decisiones que adoptan las empresas privadas”, “respeto el pacto de integración”, “su papel es garantizar la defensa de la legalidad, de la competencia y de los ciudadanos y no tomar ninguna posición pública”	“respeto a una decisión empresarial”, “defenderá la competencia, la legalidad, el interés general y los derechos de los ciudadanos”, “no nos planteamos flexibilizar la Ley de TV privada”, “no injerencia en decisiones de empresas privadas”, “este silencio administrativo se presta a todo tipo de interpretaciones. Desde la más obvia –quien calla otorga– hasta las que mezclan la alianza con el proceso sucesorio de Aznar”, “desde el punto político, el PP se apunta la mayor derrota de sus seis años de Gobierno”, “situación de desconcierto generalizada”
José María Aznar	-	“le han convencido sus <i>delfines</i> ”, “ha impuesto silencio a los ministros tras las declaraciones del titular de Fomento”, “elogia a Cascos pero elude valorar el pacto Polanco y Alierta”, “pide tranquilidad en torno a la fusión digital”, “antes de irse ha

		entregado el destino al enemigo”, “su decisión está marcada por la rendición”, “nunca hasta ahora se había dejado coaccionar”, “si ha autorizado el apaño (...) se ha equivocado”, “entrega la plaza al derrotado”, “un gobernante que siempre ha obligado a cada uno de los protagonistas, fueran amigos, adversarios o enemigos, a asumir la responsabilidad de sus actos”, “es un político astuto que raras veces hace cabriolas sin red”
Francisco Álvarez-Cascos	“se queda aislado”, “cuestionó la operación e incluso insinuó su fracaso”, “en abierta contradicción con la doctrina de ‘plataforma única’ que defendió desde la vicepresidencia del Gobierno en 1997”, “reacción sumaria”	“fue el que más duramente criticó el acuerdo”, “advirtió que contraviene el programa electoral del PP de 1996”, “no está aislado en el Gabinete”, “su análisis fue apoyado implícitamente por un buen número de ministros”, “la doctrina Cascos suena bien y resuelve el gran propósito del respeto al pluralismo”
Rodrigo Rato	“confía en que la Comisión Europea ceda a España la posibilidad de canalizar el expediente para analizar la integración de las dos plataformas digitales”	“todas las miradas confluyen en Rato, un hombre asediado por las encuestas y las sospechas, a quienes sus enemigos de partido, que son los peores, suponen capaz de vender su alma al diablo con tal de que el poderoso grupo mediático de don Jesús lo lleve en volandas hasta Moncloa”. “no cabe imaginar que el vicepresidente no haya contribuido a que Aznar haya dado el visto bueno a la operación”, “el mismo ministro que ha podido alentar la absorción”, “parece, a ojos de la opinión pública, haber intervenido en el impulso de esta fusión”, “se le atribuye un papel importante en conseguir que se produjera la cita de Moncloa”
PSOE	“lo calificó de positivo”	“ve positivo el pacto porque rentabiliza el grupo”
José Luis Rodríguez Zapatero	-	“ordena respetar lo que decidan las autoridades de la competencia”
Comisión Europea	“se mostró prudente”, “quiere fomentar la televisión digital para favorecer la sociedad de la información”, “son competentes para examinar la integración”, “tiene jurisdicción para decidir sobre la integración”, “ve la operación como una adquisición de dimensión comunitaria”	“abre una investigación”, “confirmó ayer oficialmente que considera de ‘dimensión comunitaria’ el acuerdo”, “pondrán límites a la operación entre Canal Satélite y Vía Digital en la duración de la exclusividad de los contratos de los derechos de fútbol y de películas”

<p>Bolsa</p>	<p>“un hecho muy esperado por los analistas del sector”, “efectos muy beneficiosos”, “Sogecable se dispara en Bolsa”, “los inversores dieron un espaldarazo a la integración”, “recibió con euforia”, “los analistas califican como operación necesaria”, “han dado el visto bueno a la operación”, “muy favorable en el horizonte del medio y largo plazo”</p>	<p>“los títulos de Polanco en Bolsa se disparan”, “el anuncio fue aplaudido por la Bolsa”, “el mercado cree que Sogecable es la gran beneficiada”</p>
<p>Abonados: ventajas e inconvenientes de una plataforma</p>	<p>-</p>	<p>“un panorama lleno de incógnitas para los abonados”, “tendrá indudablemente repercusiones y cambios”, “temor de que la integración suponga la manifestación de un monopolio”, “se verán sometidos a una política de precios mayor”, “una fusión levisa para los consumidores”</p>
<p>El País</p>	<p>-</p>	<p>“los medios de Prisa y sus adláteres han intentado ridiculizar al ministro de Fomento”, “manipulando el sentido de las palabras”</p>

Tabla 58

2.13. Informes, valoraciones y medidas de las autoridades de la competencia ante el acuerdo de fusión de las dos plataformas

2.13.1. Contextualización

Tras el acuerdo de fusión de las plataformas, anunciado el 8 de mayo de 2002, y las inmediatas reacciones políticas, empresariales y sociales que hemos analizado en el bloque anterior, comienza un proceso de varios meses en los que intervienen las distintas autoridades de la competencia, tanto europeas como nacionales. Para entender todo este proceso, y analizar correctamente el tratamiento que dieron ambos medios, consideramos necesario una previa contextualización, de mayo a diciembre de 2002, que exponemos en la siguiente cronología:

- 3 de julio: la Comisión Europea recibe la notificación relativa al proyecto de operación consistente en la integración de Distribuidora de Televisión por Satélite (Vía Digital) en Sogecable.
- 12 de julio: España solicita a la Comisión Europea la devolución del expediente de fusión al considerar que el área geográfica afectada por la operación es el Estado español.
- 14 de agosto: El asunto fue registrado en la Comisión Europea con la signatura nº COMP / M.2845. SOGECABLE / CANAL SATÉLITE DIGITAL / VÍA DIGITAL.
- 16 de agosto: La Comisión Europea considera en su dictamen que la operación afecta fundamentalmente al mercado nacional y remite el expediente a España. La devolución se acompaña de una advertencia sobre la amenaza que para los competidores puede suponer la compra de derechos de las películas y la adquisición y explotación de los partidos de fútbol por parte de la nueva plataforma. La institución europea estima que la nueva empresa digital podría llegar a alcanzar una cuota de mercado superior al 80%, lo que dejaría a sus rivales en serias condiciones de inferioridad. Asimismo, decidió rechazar el argumento de “empresa en quiebra” esgrimido por Sogecable y Telefónica para justificar la fusión como única salida a la televisión de pago en el mercado español.
- 17 de agosto: a partir de esta fecha, comienza el proceso dentro de nuestras fronteras. En primer lugar, el Ministerio de Economía solicita un estudio a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT).
- 28 de agosto: la CMT emite su informe sobre este particular en el que señala que la integración crearía un monopolio de hecho en el mercado de la televisión de pago ya que se traduciría en el control de “los servicios interactivos y contenidos de la sociedad de la información”, pero que “si la operación no se realizara, hay probabilidades de que al final quedase un único operador”.
- 13 de septiembre: el caso se elevó al Servicio de Defensa de la Competencia, órgano consultivo del Ministerio de Economía.
- 17 de septiembre: el Servicio de Defensa de la Competencia emite su informe en el que admite la falta de rentabilidad en la coexistencia y competencia de las dos plataformas de

televisión digital, al tiempo que enmarca su unión en el fuerte proceso de concentración del sector que tiene lugar en Europa. No olvida tampoco destacar las consecuencias derivadas de la operación: el posible refuerzo de Sogecable en la televisión de pago y de Telefónica en la comercialización de servicios de telecomunicaciones. Este informe, no vinculante, es remitido al Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) que tiene dos meses de plazo para emitir su propio dictamen en cualquiera de estos tres sentidos: la aprobación, el rechazo o la autorización con condiciones.

- 4 de octubre: el Gobierno aprueba la supresión de la medida que impedía a un mismo accionista tener más del 49% de una televisión privada y autoriza que pueda tener el 100%. Esta disposición se incluye en la Ley de Acompañamiento a los Presupuestos para 2003 y es la segunda modificación que se hace de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada (la anterior modificación se realizó en 1998, al permitir rebasar el 25% del límite permitido a un accionista para elevarlo hasta el 49%).
- 14 de octubre: el Gobierno estudia modificar otro aspecto de la Ley de Televisión Privada, en concreto la norma que prohibía a un mismo accionista participar a la vez en dos o más cadenas de televisión. El PSOE lo tacha de “impresentable” e IU de “golpe de Estado audiovisual”.
- 13 de noviembre: el Tribunal de Defensa de la Competencia emite su dictamen según el cual autoriza la fusión de Canal Satélite Digital y Vía Digital pero les impone 10 condiciones, cuya supervisión deberá recaer en la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT) porque considera que “la operación notificada puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en el mercado de la televisión de pago y demás mercados afectados”. Lo hace en una apretada votación, que termina en empate y se decide con el voto de su presidente, Gonzalo Solana González. En el informe se advierte de la necesidad de arbitrar medidas para evitar el monopolio, sobre todo, en las películas de estreno de pago por visión (debido a los contratos a largo plazo firmados en exclusiva por CSD y VD con las majors) y apuesta por el desarrollo de una manera neutral de acceso a los contenidos en igualdad para todos los operadores, incluidos los de cable y otras cadenas de televisión. Las condiciones más estrictas se refieren a la limitación de los derechos del cine a un año y a tres los del fútbol. En definitiva, se impide la posibilidad de cualquier tipo de alianza de ambas empresas en el ámbito de los medios de comunicación y se obliga a CSD y VD a no aumentar su coste a los abonados con motivo de la integración y a mantener una política única de precios en todo el territorio nacional.
- 19 de noviembre: el Tribunal de Defensa de la Competencia remite su informe sobre la fusión al Gobierno, sobre quien recae la última decisión y que dispone de un mes para emitir su valoración.
- 25 de noviembre: el Gobierno introduce nuevas modificaciones en el mapa audiovisual mediante la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos. En concreto, el Gobierno prohíbe que los operadores de televisiones generalistas puedan participar en cadenas

autonómicas y locales. Las empresas afectadas contarán con un plazo de un año para adaptarse a esta nueva medida.

- 29 de noviembre: el Consejo de Ministros da el visto bueno a la fusión, pero incrementa a 34 el número total de condiciones para el cierre de la operación. Asume, de forma desglosada, los requerimientos señalados por el TDC, e introduce matices tanto en el apartado de condiciones generales, compuesto por un total de 24 requisitos, como en el dedicado de forma exclusiva al ámbito de la distribución y comercialización de los derechos del fútbol, integrado por otras 10 exigencias. Entre los requerimientos del Ejecutivo sobresale el control de las tarifas. El Gobierno se reserva durante cuatro años (hasta 2006) la posibilidad de establecerlos, congelarlos o bajarlos en función del IPC. En relación con el fútbol, el Ejecutivo mantiene la condición impuesta por los órganos de la Competencia respecto a la duración de los derechos de emisión por tres años pero respeta los contratos de exclusividad firmados por Sogecable con el Real Madrid y por Vía Digital con el FC Barcelona. Además, el Consejo de Ministros obliga a mantener un sistema de transmisión similar al que se ha venido operando y que contempla la emisión de un partido en abierto el sábado, otro codificado el domingo en Canal+ y el resto en pago por visión.

Para facilitar el estudio y análisis de los textos publicados por ambos medios durante estos cinco meses de 2002, el proceso anterior se ha agrupado en seis subhitos que permitirán una mejor visión global, al agrupar los informes y valoraciones en función del órgano que los emite. Los seis subhitos son los siguientes:

- Subhito 1. La Comisión Europea estudia la fusión y la remite a las autoridades españolas. Incluye todos los textos publicados del 3 de julio al 17 de agosto de 2002, desde que la CE recibe la notificación del proyecto hasta que emite su dictamen.
- Subhito 2. Estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Se estudiarán las noticias y artículos de opinión de cada medio desde el 21 al 30 de agosto de 2002, los días previos y posteriores al informe de la CMT.
- Subhito 3: Informe del Servicio de Defensa de la Competencia. El caso se elevó a este organismo el 13 de septiembre y no será hasta el día 19 de ese mes cuando se conozca el contenido del mismo. Por ese motivo, este subhito abarcará desde el 13 al 20 de septiembre de 2002.
- Subhito 4: Anuncio de modificación de la ley de TV privada. Aunque los cambios se recogen en los medios el 5 de octubre, diez días después el Ejecutivo se plantea nuevas modificaciones, por ello, se incluirán en este apartado los textos publicados del 5 al 16 de octubre de 2002.
- Subhito 5: Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia. Este dictamen se anuncia el 13 de noviembre y se remite al Gobierno seis días después, por lo que se estudiarán las informaciones y opiniones de los medios desde el 13 al 20 de noviembre de 2002.

- Subhito 6. El Gobierno modifica la ley de TV privada y autoriza la fusión digital con 34 condiciones. Durante la última semana de noviembre, el Ejecutivo introduce nuevos cambios en el mapa audiovisual y resuelve el expediente sobre la fusión, dos hechos importantes que analizaremos del 26 de noviembre al 3 de diciembre de 2002, para incluir también las reacciones que se produjeron en torno a estas medidas.

2.13.2. *El País*

Desde el día 3 de julio al 3 de diciembre de 2002, este diario publicó un total de treinta y seis textos sobre este bloque temático, de los cuales tres de ellos son editoriales y el resto, la inmensa mayoría, corresponde a informaciones. Además, los diferentes informes y medidas adoptadas fueron destacados en ocho ocasiones en portada.

En cuanto a la ubicación de los textos publicados, vemos de nuevo que este periódico prefiere la sección de Economía para tratar estos temas, algo que se repite desde el anuncio de fusión, y sólo en una ocasión encontramos la información en Sociedad. Por su parte, los editoriales se mantienen como siempre en las páginas de Opinión.

Por otro lado, con respecto a la autoría de las informaciones es destacable que más de la mitad de las noticias, diecinueve en concreto, están firmadas por el propio diario; mientras tres de ellas corresponden a agencias, otras tres están sin firma, y sólo ocho pertenecen a algún periodista de este medio.

A continuación, analizamos el tratamiento que realizó esta cabecera sobre los subhitos que hemos desglosado.

SUBHITO 1: La Comisión Europea estudia la fusión y la remite a las autoridades españolas

El País publicó cinco noticias y un editorial desde el día 3 de julio al 17 de agosto, un día después de que la Comisión Europea anunciase que remitía el expediente a las autoridades españolas. Y fue precisamente este hecho, el único que fue destacado en la portada durante este mes y medio.

La primera información de este periodo la encontramos el día 13 de julio, cuando España solicita a Bruselas el expediente de fusión. En esta ocasión, bajo el titular: *España reclama a Bruselas el expediente de la fusión de Vía Digital y Sogecable*, y el subtítulo: *Las autoridades comunitarias tienen hasta el 19 de agosto para adoptar una decisión*, la noticia nos informa de que Luis de Guindos, nuevo secretario de Estado de Economía, presentó el día anterior oficialmente la petición del expediente ya que “el Gobierno considera que la fusión de las plataformas digitales por satélite afecta sólo al mercado nacional de la televisión de pago”, y

aunque se apunta que “la integración de ambas plataformas tiene dimensión comunitaria (...) el Ejecutivo de José María Aznar confía en analizar la integración en razón de que los efectos de la operación sólo afectan al mercado nacional”. Además, se cita como precedente el caso de las plataformas italianas que el organismo regulador europeo “dejó en manos de las autoridades italianas”. Al final de la noticia, cuando se explica el acuerdo para contextualizar la noticia observamos de nuevo que se insiste en el carácter igualitario del mismo: “Con tal operación, Telefónica igualará con PRISA y Groupe Canal + su participación en Sogecable”.

Doce días después, se publica una nueva información sobre este tema. En esta ocasión, un breve, que ocupa sólo media columna en la mitad inferior de la página 46 de Economía, con el titular: *La fusión de las plataformas digitales plantea dudas a Monti*, y donde se recogen unas declaraciones del comisario europeo donde “precisó que se investiga el impacto de la integración ‘en el mercado de contenidos en televisión, especialmente el fútbol y los estrenos de cine en televisión’. Además la participación de Telefónica en la nueva plataforma puede traer complicaciones en el mercado de las telecomunicaciones y de Internet”⁵⁶⁵.

Ya no encontramos ningún otro texto referido a este asunto hasta mediados de agosto, en concreto el día 16, cuando leemos: *Bruselas decide hoy sobre la fusión de las plataformas digitales españolas*. En esta breve noticia se avanza que “fuentes comunitarias y del Gobierno español consultadas apuntan a que Bruselas probablemente remita el caso a las autoridades españolas” y se explica que “si se confirma este extremo, el Ministerio de Economía, tras los informes preceptivos del Servicio y del Tribunal de Defensa de la Competencia, elevará su informe al Consejo de Ministros en el plazo máximo de tres meses. El Gobierno, de forma colegiada, tiene otro mes para decidir definitivamente sobre el caso”.

Pero será al día siguiente, el 17 de agosto de 2002, cuando este diario destaca en portada este asunto y le dedica dos noticias en la página 39 y el primer editorial de ese número. En la parte inferior derecha de la primera página, se titula *Bruselas cede a España el examen de la fusión de las plataformas digitales* y se resalta que la autoridad europea “considera que la operación sólo afecta a ‘mercados nacionales’, que el Gobierno “dispone ahora de cuatro meses” y que “tras conocerse la decisión, Sogecable subió ayer en Bolsa un 12%”⁵⁶⁶. En la sección de Economía se amplía la información de portada con las declaraciones del vicepresidente, Rodrigo Rato quien “agradeció a la Comisión Europea la ‘confianza’ depositada en el Gobierno español al enviar el expediente de fusión, tal y como había solicitado”, anuncia que se tomará “una decisión en función del interés general; es decir, en la defensa de los consumidores y del funcionamiento del mercado digital español” y alude “a la difícil situación por la que atraviesa el sector en toda Europa” y en este sentido se recoge que “Sogecable logró el año pasado un beneficio de 2,8 millones de euros, mientras que Vía Digital arrojó unas pérdidas de 334,3

⁵⁶⁵ Véase ANEXO: documento 243.

⁵⁶⁶ Véase ANEXO: documento 244.

millones de euros”. En la segunda parte de la información, algo que no se destaca en portada ni en los titulares, se explica que en la nota de la Comisión Europea también se hace referencia a que la fusión “amenaza con provocar efectos contrarios a la competencia en ciertos mercados españoles” ya que “la concentración podría crear o reforzar una posición dominante en los siguientes mercados limitados geográficamente a España: la televisión de pago (...), adquisición de derechos de películas en exclusividad y adquisición y explotación de partidos de fútbol en los que participan equipos españoles, otros deportes y venta de canales de televisión”. Por otra parte, también en la página 39, se publica un breve titulado: *Fuertes subidas en Bolsa*, donde se recoge que “los inversores acogieron de forma positiva la vuelta a Madrid del proyecto de fusión de Sogecable y Vía Digital” ya que se “tradujo en fuertes alzas bursátiles de las compañías implicadas en la integración”.

Por último, el editorial del día 17 se titula *Fusión española*, donde *El País* valora la decisión de la Comisión Europea como “una decisión razonable que evita añadir mayores retrasos a una situación de incertidumbre que afecta a empresas y a usuarios” y apunta ahora a las autoridades españolas que “deberán establecer las condiciones en que la integración pueda ser llevada a la práctica. Y serán, lógicamente, las empresas afectadas las que decidan si esas condiciones son aceptables y responden a los criterios de lógica económica y empresarial que justifica la integración”. Aunque el diario recoge también los aspectos negativos citados por la Comisión, insiste en que la decisión final deberá tener en cuenta la situación del mercado español, los derechos de los consumidores y las dificultades que atraviesa el sector en Europa: “esos riesgos tendrán que ser sopesados por las autoridades a la luz de las peculiaridades del mercado audiovisual español (...). Solo a partir de ahí podrán establecerse las condiciones que permitan que la fusión sea compatible con la transparencia del mercado y el respeto a los derechos de los abonados. La decisión que finalmente adopten las autoridades no podrá dejar de tener en cuenta el delicado momento que viven los mercados audiovisuales”. Al final, este periódico recurre a Quiero TV, Kirch o el caso italiano como “buenos ejemplos de la necesidad de encontrar las fórmulas adecuadas para evitar salidas traumáticas a las empresas y lograr el pluralismo de la oferta y los derechos de los abonados”⁵⁶⁷.

SUBHITO 2: Estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

En los últimos días de agosto de 2002 conocemos las conclusiones del informe solicitado a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y, durante ese periodo, podemos leer en el diario *El País* cuatro informaciones al respecto, la última de ellas destacada en portada.

En primer lugar, el día 21 de agosto, y en la columna derecha de la página que abre la sección de Economía encontramos: *Rajoy dice que no se debe condicionar a Competencia en la fusión*

⁵⁶⁷ Véase ANEXO: documento 245.

digital. Se trata de un breve de tres párrafos que recoge declaraciones del vicepresidente primero según las cuales “considera ‘premature’ adelantar acontecimientos sobre la fusión” y donde afirma “no debemos condicionar los informes de los órganos que desde el punto de vista técnico van a analizar este asunto” y se anuncia que la decisión final, que depende del Consejo de Ministros, “estará lista antes de fin de año”⁵⁶⁸.

Sin embargo, será a partir del día 28, cuando se publican las informaciones directamente relacionadas con el dictamen de la CMT. Ese mismo día bajo el titular: *La CMT detecta problemas en la ‘fusión digital’ aunque admite que el mercado no puede sostener dos plataformas*, este periódico adelanta el informe que este organismo “tiene previsto presentar hoy” y donde “detecta varios problemas en la operación, aunque también reconoce que las actuales condiciones del mercado español no permiten mantener la existencia de dos operadores”. Se resalta que se trata de un informe “no vinculante” que “coincide con lo expuesto por la Comisión Europea” ya que “básicamente, la fusión podría crear o reforzar una posición dominante en la adquisición de películas y de partidos de fútbol; un elevado porcentaje (80%) en el mercado de pago por visión, y además, reforzar la posición de Telefónica en los mercados de cable y ADSL (Internet de alta velocidad), según las fuentes oficiales consultadas”. En esta noticia, es de las pocas veces que al explicar el accionariado de Sogecable se relaciona directamente con esta cabecera: “la fusión de las plataformas de televisión digital de Sogecable (participada mayoritariamente por PRISA, editora de este periódico, y Canal Plus France) con Vía Digital (Telefónica)”.

Al día siguiente, *El País* destaca en el sumario de su portada el informe de este organismo: *La CMT advierte al Gobierno de la falta de rentabilidad de un mercado con dos televisiones digitales* y remite a la página 48 de Economía. Es allí, donde leemos en el subtítulo los aspectos negativos del informe: *El regulador considera que la fusión puede dificultar la competencia en ocho sectores*. Sin embargo, en la noticia, que ocupa cuatro columnas y que está resaltada con un recuadro, se hace hincapié en el argumento de la falta de rentabilidad: “advierte al Gobierno que, para tomar una decisión sobre la operación, deberá plantearse antes si el actual modelo de televisión de pago en torno a dos operadores es viable, debido a su falta de rentabilidad. Por eso, la CMT alerta de que, aunque la fusión no salga finalmente adelante, el resultado último puede dejar un solo operador en España, como ha ocurrido en Alemania o en Italia”. En el cuerpo de texto se explica que el informe “diferencia claramente entre un análisis ‘convencional’ sobre los efectos que tendría la fusión en una serie de mercados del sector audiovisual, y otro análisis, desde el punto de vista práctico en el que se pone en cuestión el actual modelo de televisión de pago en España por su falta de rentabilidad” y “para reforzar este punto de vista, el informe recalca las dificultades de ambos operadores para rentabilizar su negocio”. Con respecto a los efectos sobre la concentración, la noticia los recoge en sus últimos tres párrafos donde se dice que “el informe hace especial hincapié en el

⁵⁶⁸ Véase ANEXO: documento 246.

monopolio de los derechos de emisión de largometrajes de estreno (...) así como la consolidación del monopolio en los derechos de emisión de partidos de fútbol de Primera División en pago por visión”. La única valoración política al respecto que se recoge es la de vicepresidente segundo, en la última frase: “Rato no quiso ayer hacer una valoración parcial del informe y se limitó a asegurar que será tenido en cuenta para tomar una decisión final en el Consejo de Ministros”⁵⁶⁹.

El último texto de este subhito corresponde al día 30 de agosto cuando el periódico recoge algunas valoraciones sobre el informe bajo el titular: *Piqué afirma que se considerará el aspecto económico en la fusión digital*. Las declaraciones del ministro de Ciencia y Tecnología se desarrollan más ampliamente en el cuerpo de la noticia, para quien el informe “ofrece una visión clara de todo el sector” que “contiene elementos de reflexión para el Consejo de Ministros” ya que apunta que “el Ejecutivo deberá buscar un equilibrio para hacer compatible el beneficio del consumidor con la continuidad de proyectos empresariales”. Al final de la información, podemos leer que “el secretario de Política Económica del PSOE, Jordi Sevilla, pidió que el Ejecutivo fije unas condiciones para la fusión que garanticen la competencia” y que distintas asociaciones de telespectadores y usuarios señalaron “que la fusión resulta aceptable si no lleva a un monopolio que suba los precios al cliente”.

SUBHITO 3: Informe del Servicio de Defensa de la Competencia

Durante la semana del 13 al 20 de septiembre de 2002, *El País* publicó tres noticias relacionadas con el informe del Servicio de Defensa de la Competencia. La primera el día 17, un breve de media columna bajo el titular: *Economía envía a Competencia el informe sobre la fusión digital*, y donde se nos explica que “el Ministerio de Economía ha enviado al Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) un informe del Servicio de Defensa de la Competencia sobre el proyecto de fusión de las plataformas Vía Digital y Sogecable” y que este organismo dispone de dos meses “para elaborar su propio dictamen”.

Un día después, el 18 de septiembre, la información que encontramos se centra en la inauguración de las nuevas instalaciones de la televisión de pago de Sogecable pero se titula: *Polanco confía en que el Gobierno aprobará la fusión de Sogecable y Vía Digital*, y son precisamente las declaraciones a este respecto las que se destacan en la entrada y con las que se inicia la noticia, publicada en la sección de Sociedad: “Durante su intervención ante más de 400 invitados, Polanco aseguró que el nuevo Sogecable cumplirá con el objetivo de ser una gran empresa que dé información y entrenamiento a una sociedad española cada día más moderna” y “recordó el acuerdo suscrito (...) con el presidente de Telefónica para ‘racionalizar

⁵⁶⁹ Véase ANEXO: documento 247.

e integrar' las televisiones de pago Sogecable y Vía Digital" y "pronosticó que será 'una empresa de la que estaremos orgullosos todo los españoles'⁵⁷⁰.

Las conclusiones del informe del SDC se destacan en el sumario de la portada del día 20 de septiembre, bajo el titular: *Competencia ve difícil mantener dos plataformas, pero advierte de problemas de concentración* y nos remite a la página 78 para ampliar la información. En la sección de Economía, se inicia la noticia recurriendo de nuevo al argumento de la rentabilidad: "el informe del Servicio de Defensa de la Competencia advierte de la falta de rentabilidad que supone la existencia de dos plataformas de televisión de pago en España" aunque se apunta que el informe también "destaca el posible refuerzo de la posición de Sogecable en la televisión de pago y de Telefónica en la comercialización de servicios de telecomunicaciones". Asimismo, se resalta que se trata de "un informe no vinculante" que "fue remitido al Tribunal de Defensa de la Competencia que dispone de dos meses para elaborar su propio dictamen sobre la fusión, recomendando su aprobación, su rechazo o la autorización con condiciones" y que "coincide en gran medida con el informe anterior de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones". En el texto se resalta que según el informe "si la operación no se realizara hay posibilidades de que resulte un solo operador que deberá afrontar el desarrollo del mercado en base a sus propios recursos, pero sin rescatar valor de los recursos ya empeñados por el operador que se retire". En los últimos párrafos, es donde el diario desarrolla los principales aspectos negativos del informe que denomina "dos principales efectos en la posición en el mercado: (...) el refuerzo en la posición de Sogecable en el mercado de la TV de pago y en los mercados verticalmente relacionados (...) y el posible refuerzo de Telefónica en los mercados de telecomunicaciones".

SUBHITO 4: Anuncio de modificación de la ley de TV privada

Durante la primera quincena de octubre de 2002, el periódico del grupo PRISA publicó cuatro noticias relacionadas con la modificación de la Ley de TV privada, asuntó que llevó una vez a la primera página.

El 4 de octubre de 2002 el Consejo de Ministros anunció la modificación de la Ley de TV privada, eliminando la prohibición que impedía que un mismo accionista tuviera más del 49% de una televisión privada. Un hecho que fue destacado al día siguiente en la portada del *El País*, en la columna derecha, con el titular: *El Gobierno autoriza que un mismo accionista pueda tener el 100% de una TV privada*, y que se desarrollaba ampliamente en la página 50 de la sección de Economía. En la entradilla se explicaba que "la supresión de este límite, demandada por los operadores comerciales, fue anunciada ayer por sorpresa (...). Esta reforma, que permitirá cambios sustanciales en el paisaje audiovisual, se efectuará a través de la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos Generales de 2003". Uno de los aspectos más

⁵⁷⁰ Véase ANEXO: documento 248.

resaltados en el texto es el factor sorpresa con el que se llevó a cabo la medida: “tuvo todos los ribetes de secretismo (...), no aparecía en la referencia que el Consejo facilitó a los periodistas. Incluso en algunos departamentos de los ministerios implicados (Hacienda, Economía y Ciencia y Tecnología) no supieron de su existencia hasta que lo anunció el vicepresidente Rajoy”. A continuación se nos explica, citando fuentes del Ejecutivo, que el objetivo es “que la competencia se desarrolle entre las distintas televisiones”, aunque se apunta que “sin embargo, no ha dado luz verde a la posibilidad de que un mismo accionista esté presente en dos cadenas privadas simultáneamente, una medida solicitada por los operadores comerciales”. Posteriormente, la noticia repasa los cambios accionariales de las tres cadenas privadas y al final se incluye un párrafo entre corchetes en el que se recogen declaraciones de un directivo de Tele 5 sobre los aspectos negativos de la fusión de las plataformas: “La cadena privada Tele 5 expresó ayer su temor a una hipotética reducción de la competencia tras la fusión de Sogecable y Vía Digital, aunque se mostró convencida de que en España no hay sitio para dos plataformas. (...) Considera que la fusión puede afectar a 12 mercados relevantes: desde los derechos en pago y en abierto hasta la comercialización de canales temáticos”⁵⁷¹.

Las reacciones al anuncio del Gobierno fueron el tema central de la noticia que encontramos en este diario al día siguiente: *PSOE e IU critican que un accionista pueda tener el 100% de una televisión*, con el subtítulo: *Los consumidores temen que surja en España el ‘modelo Berlusconi’ de medios audiovisuales*. En el interior de la información se especifica que “el Gobierno recibió ayer múltiples críticas de partidos políticos, sindicatos y organizaciones de consumidores” y se citan declaraciones de José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE), para quien el cambio “reduce la libertad de expresión y la pluralidad informativa” y “criticó también el modo como se ha aprobado la medida, ‘con nocturnidad y alevosía’”; de Gaspar Llamazares (IU) que “ve inaceptable la modificación”; del sindicato UGT que “considera ‘peligroso’ quitar el anterior tope accionarial y de la OCU que “teme que se instaure en España el *modelo Berlusconi* de monopolio televisivo”. Al final se recogen una palabras del coordinador de Comunicación del Partido Popular según el cual “la reforma sólo pretende acabar con el disparate de González de 1989, que estableció un límite en el accionariado para repartir la televisión, a trozos, entre sus amiguetes”, una frase que el periódico puntualiza afirmando que “el Gobierno de Aznar, no obstante, otorgó en 2000 dos licencias de televisión digital terrestre a los consorcios encabezados por los diarios *Abc* y *El Mundo*”.

Unos diez días después, el 15 de octubre, *El País* publica en su página 57: *El Gobierno plantea permitir que una misma empresa participe en más de una cadena de TV*, y añade en el subtítulo: *Introducirá mecanismos para impedir que se controle la gestión de más de una emisora*. En la noticia, que ocupa la mitad superior de las cuatro columnas de la derecha, el diario señala que “de esta manera, el Ejecutivo atendería la demanda del sector para que se flexibilicen las restricciones accionariales en las empresas audiovisuales” y que “también

⁵⁷¹ Véase ANEXO: documentos 249 y 250.

facilitaría la posición de Telefónica con vistas a la fusión de las plataformas digitales (...). La operadora posee un 47% de Antena 3 TV y controla su gestión, y con la actual legislación esta participación sería incompatible con su presencia en la nueva Sogecable, propietaria de Canal Plus, de la que tendrá el 23% cuando se culmine la fusión". Nada dice, sin embargo, de la posibilidad de que sea Sogecable la ⁵⁷²que tenga que limitar o renunciar a Canal Plus.

Por último, el día 16 de octubre, podemos leer: *Piqué defiende la reforma de las cadenas de TV frente a las reacciones en contra*. Una información que se sitúa en la parte inferior de la página 60, a tres columnas, y donde se cuenta que "el ministro de Ciencia y Tecnología bajó el tono ayer a la polémica levantada alrededor de la reforma para flexibilizar los límites de participación accionarial en las cadenas de televisión, afirmando que no ve mal que un mismo accionista pueda tener participación en varias cadenas siempre que no ejerza la gestión y el control sobre más de un medio", unas declaraciones en las que también "señaló que las modificaciones introducidas no guardan relación con la fusión digital entre Sogecable y Vía Digital". Asimismo, se recoge la opinión de la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) que "apoya las medidas adoptadas" porque "clarificarán notablemente el horizonte televisivo de España" y "respalda la integración de Vía Digital y Sogecable porque fortalecerá el sector audiovisual en España", una fusión que considera "aún más comprensible por la grave crisis económica internacional y las serias dificultades que atraviesa el sector".

SUBHITO 5: Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia

El día 13 de noviembre el Tribunal de Defensa de la Competencia hace público su informe sobre el acuerdo alcanzado por las dos plataformas digitales, y desde esa fecha hasta el día 20, *El País* publicó cuatro informaciones, destacándolo el primer día en portada.

En concreto, el 14 de noviembre, podemos leer en la primera página de este diario: *Competencia impone diez condiciones para aprobar la fusión entre Vía Digital y Sogecable*. Asimismo se anuncia en el texto de portada, destacado en la parte superior de la columna derecha, que "el dictamen del citado tribunal considera que la empresa resultante debe limitar a tres años los contratos de derechos audiovisuales de la Liga de fútbol, debiendo renunciar a los derechos de tanteo y opciones de compra que posee, y a uno los alcanzados con estudios cinematográficos. También debe romper el contrato suscrito con la productora Metro-GoldwynMayer. (...) Sogecable deberá comprometerse, además, a no comercializar la oferta de televisión con la de acceso a Internet de banda ancha de Telefónica ni por el proyecto Imagenio de la operadora propietaria Vía Digital". Todo ello es ampliado en la página 53, que se dedica por completo a este asunto, a través de tres noticias: la más destacada a cuatro columnas: *Competencia supedita la fusión digital al cumplimiento de 10 condiciones*; en la columna derecha: *El Gobierno dijo que atenderá las recomendaciones del Tribunal*, y en la

⁵⁷² Véase ANEXO: documento 251.

parte inferior: *Limitaciones en los contratos de cine y fútbol*, donde se reproduce literalmente el final del informe del TDC con las diez condiciones impuestas⁵⁷³.

En la información principal de ese jueves, 14 de noviembre, el diario comienza apuntando que “El Tribunal considera que la operación de integración debe subordinarse al cumplimiento de 10 condiciones para salvar así los obstáculos a la competencia que, a su juicio, pueden producirse en el mercado de la televisión de pago. El cumplimiento de tales condiciones –aprobadas por cinco votos a favor y cuatro en contra– será supervisado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones”. Posteriormente, se explican los términos de la operación de integración, insistiendo una vez más, en que se formará “una nueva sociedad en la que Telefónica, Sogecable y Groupe Canal + tendrán idéntica participación accionarial” y que se “inscribe en el marco de un proceso de racionalización de la televisión de pago en España y de la industria de contenidos siguiendo el modelo de otros mercados audiovisuales europeos”. En la parte final de la información, se explican de nuevo las limitaciones recogidas en portada y se señala “que van en la línea de las dictadas en mayo por el Gobierno italiano sobre la fusión (posteriormente abortada) de Telepiù y Stream” y sólo en el último párrafo se apuntan las medidas del informe destinadas “a preservar los derechos de los abonados de ambas plataformas. Especifica que los costes de la integración no repercutirán sobre los suscriptores y establece que los precios serán uniformes en todo el territorio nacional”. Por otro lado, esta noticia, se completa con la de la columna derecha, donde se recogen declaraciones de políticos, tanto del Gobierno como de la oposición, donde los primeros afirmaban que “el Ejecutivo estudiará el dictamen con las recomendaciones del Tribunal de la Competencia, y sobre ese documento más el expediente de la operación, decidirá sobre la fusión (...) en función del interés general”; y los segundos mostraban “su respeto por las decisiones de las empresas privadas” o su preocupación porque “pone en riesgo la pluralidad de contenidos”.

Por último, *El País* publica una noticia más sobre este tema el 15 de noviembre, cuando titula: *Piqué dice que las condiciones de la fusión digital son ‘realmente duras’*. Se trata de una información breve en la que se amplían las declaraciones hechas por el ministro al programa *El primer café* de Antena 3, donde “señaló que el Gobierno tendrá que analizar las 10 condiciones porque son ‘muy complicadas’ y habrá que ‘hilar muy fino’” y “recalcó que si el Gobierno decide autorizar la fusión con condiciones no tiene por qué ser las recogidas en el dictamen del TDC”. También se recogen la valoración que sobre el informe realizó el vicepresidente primero, Mario Rajoy, quien “tras constatar ‘la división’ dentro de ese organismo –que aprobó el dictamen por cinco votos a favor y cuatro en contra– invocó la defensa de ‘la competencia y el interés general’ a la hora de dar luz verde a la operación”.

⁵⁷³ Véase ANEXO: documentos 252 y 253.

SUBHITO 6: El Gobierno modifica la ley de TV privada y autoriza la fusión digital con 34 condiciones

Del 26 de noviembre al 3 de diciembre de 2002 fue el periodo en el que *El País* publicó mayor número de informaciones y editoriales. En concreto, en estas fechas, nos encontramos trece noticias y dos editoriales, además de aparecer en primera página en tres ocasiones. A continuación, describimos qué hechos destacó este periódico y cómo los contó, así como la postura que adoptó en sus páginas de opinión.

En primer lugar, el 26 de noviembre, esta cabecera destaca en la columna derecha de portada: *El Gobierno endurece las restricciones en la propiedad de las televisiones*, y avanza que se han “introducido por sorpresa cambios sustanciales en el negocio audiovisual (...) al prohibir que un accionista de una cadena nacional generalista tenga participación en cualquier otra, ya sea local o autonómica. Asimismo, se mantiene la prohibición de que un mismo accionista participe en dos cadenas nacionales al mismo tiempo”. Esta información se amplía en la página 54, que abre la sección de Economía, con dos noticias: la más destacada a cuatro columnas que se titula: *El Gobierno prohíbe que una sociedad participe en televisiones estatales y locales*; y la otra, mucho más breve, en la columna derecha: *La reforma supone un freno a la creación de nuevas redes*. Ambas, se agrupan mediante un cintillo común “El uso de la Ley de acompañamiento” y un antetítulo a tres falsas columnas en el que se califican las medidas como “intervencionistas” y que suponen “nuevas restricciones a las empresas en el negocio audiovisual”. En la información principal se desglosan las diferentes medidas adoptadas por el Gobierno, si bien se subraya que “la medida más destaca hace referencia a la prohibición a las empresas que participan en el capital de una televisión generalista de ámbito nacional, incluida la de pago Canal +, de tener presencia en cualquier otra televisión, ya sea ámbito autonómico o local” por lo que se apunta “el grupo Correo y el grupo Prisa son los principales afectados”. Con respecto a la fusión digital, en el texto se recoge que “el ministro insistió en que las medidas introducidas ayer (...) “no tienen nada que ver” con la decisión que el Gobierno debe tomar en breve sobre la fusión de las plataformas digitales” aunque “recordó que la ley no permite a una empresa, y en este caso mencionó explícitamente a Telefónica, ser accionista de la cadena de ámbito estatal Antena 3 y a la vez participar en Sogecable”. Por último, en el texto de la columna derecha también se señala que “el Grupo PRISA (editor de EL PAÍS) se verá también afectado, ya que a través de la filial Promotora de Emisoras de Televisión (Pretesa) gestiona una red de televisiones locales que operan bajo la marca Localia”⁵⁷⁴.

Al día siguiente, el 27 de noviembre, volvemos a encontrar referencias a este asunto en portada. En esta ocasión, un sumario en la parte inferior de la columna derecha, donde bajo el titular: *El PSOE recurrirá la reforma audiovisual al Constitucional*, se remite a la página 60 y al editorial de la página 12. En concreto, en la página de Economía hay tres noticias para desarrollar este tema, de las cuales la más destacada se titula: *El PSOE recurrirá al*

⁵⁷⁴ Véase ANEXO: documento 254 y 255.

Constitucional la reforma audiovisual introducida por el Senado, y donde se resalta que este partido considera la reforma “un fraude de ley” por lo que “presentará un recurso de inconstitucionalidad” ya que “el PP impide el debate” y aunque están a favor de reordenar el sector dicen que debe hacerse “buscando el consenso, dialogando, contando con el sector, y no imponiendo”. También se resaltan otras declaraciones del PSOE en un segundo texto de esta página, titulado *Legislar al “estilo Berlusconi”*, donde se especifica que “los socialistas arremetieron ayer con dureza contra el procedimiento seguido por el Gobierno” porque utiliza “subterfugios” y consideran las enmiendas “impresentables”. Por último, el tercer texto de la página, en la columna izquierda se titula *El Grupo Correo recibe con “indignación” la reforma*, y en él también se puntualiza que “otra de las empresas más afectadas por la reforma (...) el Grupo Prisa (editor de EL PAÍS) precisó que está a la “espera de que salgan adelante las enmiendas para hacer una valoración concreta”.

En el editorial de ese miércoles día 27, titulado *Cajón de Procasto*, *El País* critica la utilización que ha realizado el Gobierno de la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos para introducir las reformas del mercado audiovisual y lo califica como “un comportamiento tramposo, un fraude de ley que desoye las advertencias que en su día hizo el Tribunal Constitucional” que “desvirtúa gravemente la lógica parlamentaria”. Además, considera que “la iniciativa incide en la pasión intervencionista de un partido que se proclama liberal” y que el Gobierno “se comporta como juez y parte: modifica unilateralmente las reglas a medida que el mercado va configurando un panorama diferente al previsto desde el poder”. Asimismo, piensa que “es un sarcasmo justificar ese intervencionismo partidista en nombre del principio pluralista” porque “la iniciativa tiene todo el aire de una ley *ad hoc*: contra dos grupos de comunicación que han invertido en televisiones locales”. Al final, se apunta a que “la ley audiovisual anunciada por Piqué será una buena oportunidad para que el Gobierno corrija el camino emprendido”⁵⁷⁵.

Pero será tres días después, el 30 de noviembre, cuando este diario publica el mayor número de páginas y textos en relación a la fusión digital: cuatro páginas completas en la sección Economía con siete noticias y un editorial, todo ello tras el anuncio de las 34 condiciones impuestas por el Gobierno para autorizar la integración de las dos plataformas. Además, este hecho abre también la primera página con un titular a dos columnas, en la izquierda: *El Gobierno amplía y endurece las condiciones para la fusión digital*, y se puntualiza en dos subtítulos: *El Ejecutivo congela los precios durante 2003 y los controlará durante tres años más / Los 10 requisitos iniciales exigidos a Sogecable y Vía Digital se convierten en 34 condiciones*⁵⁷⁶.

⁵⁷⁵ Véase ANEXO: documento 256.

⁵⁷⁶ Véase ANEXO: documentos 257.

En las páginas interiores, lo primero que encontramos es una información que abre la sección de Economía y que se titula a cinco columnas: *El Gobierno endurece la fusión digital*, y lleva el subtítulo: *El Ejecutivo interviene las tarifas de la plataforma que salga de la unión de Sogecable y Vía Digital*. Además, está encabezada con un cintillo y una entradilla a tres falsas columnas donde se resalta que “entre las 34 exigencias propuestas destaca el intervencionismo del Ejecutivo en la fijación de los precios que cobre la nueva plataforma de pago que salga de la fusión y mayores restricciones en los derechos sobre el fútbol y las películas” y que el Gobierno justifica “en la salvaguarda del interés de los consumidores, en un sector como el de la televisión de pago que afronta una dura crisis en toda Europa por su baja rentabilidad”. En el texto, el diario insiste en esos mismos aspectos: “El Gobierno intervendrá (...) equiparando así la televisión de pago con servicios públicos esenciales (...) un mecanismo excepcional (...) el Gobierno se reserva la capacidad de fijar los precios, incluso de congelarlos o bajarlos, durante cuatro años, pese a que las dos plataformas de televisión digital no son concesiones administrativas (...). El Ejecutivo ha desglosado muchos de los requisitos del citado organismo consultivo (TDC) y los ha ampliado y endurecido con nuevas restricciones desconocidas hasta ahora en cualquier proceso de concentración en España”. A continuación, se describen algunas de estas medidas y se explica que “las empresas implicadas tiene ahora dos meses para entregar al Servicio de la Competencia “un plan detallado de actuaciones” y los plazos de aplicación si deciden finalmente fusionarse”. En el último párrafo se citan únicamente las declaraciones de Rato “que se refirió al proceso de integración de ambas empresas como “absorción” y que “aseguró que el catálogo de condiciones se ha establecido pensando en el interés general y de los consumidores” y se puntualiza que “tanto Sogecable como Telefónica eludieron ayer hacer valoraciones”⁵⁷⁷.

En las páginas siguientes, todas las informaciones se recogen bajo el cintillo “La integración de las plataformas” y se refieren a distintos aspectos y condiciones impuestas por el Gobierno. En este sentido, en la página 53, leemos: *Los derechos del fútbol se limitan a tres años y se prohíbe la exclusiva para UMTS o ADSL*, y en la entradilla y el texto se explica que “el Gobierno regula de una manera muy estricta los derechos de adquisición y comercialización de los derechos de fútbol (...). Además de restringir la duración de los contratos por un periodo máximo de tres años, obliga a mantener el actual sistema de transmisores, que incluye la difusión de un partido de Liga en abierto y otro codificado. Sogecable no podrá transmitir en régimen de exclusividad encuentros de Liga o de Copa mediante Internet o sistemas de telefonía móvil”. Esta información se complementa con otros dos textos: *La televisión de pago en Europa afronta un proceso de concentración ante la falta de rentabilidad*, donde se contextualiza este sector describiendo la situación de otros países europeos; y *Partidos y consumidores piden garantías para los usuarios*, en la que se recogen diferentes declaraciones

⁵⁷⁷ Véase ANEXO: documento 258.

de representantes políticos y asociaciones de consumidores, que ponen el acento en “la necesidad de salvaguardar los derechos de los consumidores”⁵⁷⁸.

En las páginas 54 y 56, bajo el titular *Dos meses para presentar “un plan detallado de actuaciones”* se reproduce el texto íntegro de las 24 condiciones generales aprobadas por el Gobierno; mientras que en la parte inferior de la página 54 y bajo el título: *Los derechos del fútbol*, se recogen el resto de condiciones específicas, diez en total. Por último, la página 56 se completa, en las tres columnas de la derecha con una noticia titulada *Seis años de competencia*, donde se repasa la historia de las plataformas desde sus inicios, una “corta existencia (...) marcada por la polémica, como la llamada *guerra del fútbol*, y hasta por un intento frustrado de integración”. Con respecto al acuerdo, de nuevo se habla de “integrar sus plataformas de televisión de pago” que se realizará “mediante una ampliación de capital de Sogecable reservada a los actuales accionistas de Vía Digital” con la que “Telefónica iguala con el Grupo Prisa y Groupe Canal + su participación en la compañía resultante”. Posteriormente se resume la cronología del acuerdo por las distintas autoridades de la competencia y se afirma que “si la integración se produce, Canal Satélite y Vía Digital pondrán punto final a una rivalidad que comenzó hace seis años y que dio origen a la Ley de Televisión Digital y la llamada Ley del Fútbol”⁵⁷⁹.

En el editorial publicado el día 30 de noviembre *El País* vuelve a criticar el intervencionismo del Gobierno desde el titular: *Más intervencionismo* y lo argumenta afirmando que con las medidas impuestas se “tiende a convertir la televisión de pago en un sector tan regulado o más que los sometidos a tarifa (...) que impone a empresas privadas condiciones propias de compañías públicas o de titulares de una concesión del Estado, y que, en suma, pone entre interrogantes el liberalismo que predica el Ejecutivo”. Además, el diario considera que aunque todo apuntaba a que el Gobierno “convertiría en doctrina” las condiciones recogidas en el informe del TDC, en realidad “el texto gubernamental impone una panoplia de condiciones exorbitantes (...), lo que ha hecho a la hora de la verdad es multiplicarlas. Como los panes y los peces, las diez condiciones se han convertido en 34 (...) se le agregaron todas las limitaciones imaginadas y por imaginar (...) ha exorbitado las condiciones específicas que deberían asegurar la apertura del mercado a terceros competidores y garantizar la defensa del consumidor”. Asimismo, opina que estas medidas son “difícilmente compatibles con la necesidad de encauzar la televisión digital por parámetros de solvencia empresarial y fortaleza competitiva en un marco europeo” porque suponen “la reducción al mínimo del margen de maniobra de empresas al fin y al cabo privadas en un sector que se suponía liberalizado”. Al final, concluye manteniendo que “al concebir la plataforma resultante como una mera autopista tutelada por sus servicios, como si

⁵⁷⁸ Véase ANEXO: documento 259.

⁵⁷⁹ Véase ANEXO: documento 260 y 261.

se tratase de una compañía pública o de una concesionaria, le ha impuesto exigencias que olvidan la esencia de la operación: una fusión entre empresas privadas”⁵⁸⁰.

Un día después, el día 1 de diciembre, son las valoraciones de José Luis Rodríguez Zapatero a las medidas impuestas por el Gobierno las que abren la sección de Economía. En una información a cuatro columnas, con una fotografía del líder socialista y el ministro Piqué, se cuenta que en la “jornada anual de debates del Círculo de Economía”, Zapatero “criticó el afán intervencionista del Gobierno cuyo último capítulo ha sido el endurecimiento de las condiciones para la fusión digital” ya que “amplían y endurecen las 10 propuestas que en su día fijó el Tribunal de Defensa de la Competencia” y “calificó de ‘curioso’ que el Gobierno ‘marque las condiciones de una fusión empresarial por encima del TDC”. En la segunda parte de la noticia se recogen las opiniones de Josep Piqué quien “defendió la actuación del Gobierno” para que “la fusión sea acorde con los derechos de los usuarios” y de Javier Arenas que señaló que lo que ha hecho el Gobierno es respetar “las condiciones planteadas desde los órganos que tienen que preservar la competencia”. Finalmente, leemos que “el coordinador general de Izquierda Unida, Gaspar Llamazares, se mostró disconforme con las condiciones porque, a su juicio, sólo afectan a los aspectos económicos de la fusión, pero no a los ‘aspectos sociales y el pluralismo político e informativo”.

Por último, el día 2 de diciembre, este diario cierra las informaciones de este bloque temático con las primeras declaraciones de Aznar sobre la “autorización condicionada de la fusión de las plataformas”. Bajo el titular *Aznar afirma que sólo persigue el interés general en la fusión digital*, en el texto se cita al presidente quien “precisó que el interés general se concreta en la garantía del pluralismo informativo, por un lado, y de una competencia comercial capaz de asegurar un precio adecuado al consumidor, por otro” y “defendió que las 34 condiciones impuestas por el Ejecutivo para permitir la fusión no varían de las impuestas en otros países”.

2.13.3. *El Mundo*

Durante los cinco meses que transcurren desde el 3 de julio de 2002, fecha en la que la Comisión Europea recibe la notificación del proyecto de integración de Vía Digital en Sogecable, hasta el 3 de diciembre de ese mismo año, tres días después de la autorización con condiciones que impone el Gobierno a esa operación, *El Mundo* publica un total de setenta y seis textos sobre este asunto, de los cuales cuarenta y nueve son informativos, doce son artículos de opinión y los quince restantes corresponden a editoriales y comentarios o sueltos editorializantes.

Con respecto a la ubicación, la mayoría de las noticias las encontramos en la sección España, mientras que los artículos y editoriales debemos leerlos en Opinión. Además, este periódico lo

⁵⁸⁰ Véase ANEXO: documento 262.

destacó en primera página en trece ocasiones. A continuación, analizamos el tratamiento que realizó esta cabecera sobre los subhitos que hemos desglosado.

SUBHITO 1: La Comisión Europea estudia la fusión y la remite a las autoridades españolas

Entre el 3 de julio y el 17 de agosto de 2002, periodo de tiempo que transcurre desde que la Comisión Europea recibe el expediente hasta que emite su informe, *El Mundo* publica seis noticias y un editorial, además de destacarlo dos veces en primera página. A continuación, describimos la información y opinión publicada por este diario.

La primera noticia que nos encontramos corresponde al 8 de julio y se titula: *Monti acoge con recelo el expediente de la fusión remitido por Polanco y Alierta*, y se completa con el subtítulo: *Sogecable y Telefónica notifican formalmente su alianza, dos meses después del acuerdo*. En el interior del texto, publicado en la página 16 de la sección España, se especifica que con esta notificación comienza “la apertura ya formal de una investigación de la Comisión Europea” aunque se apunta que “el comisario europeo de Competencia, Mario Monti, ve con fuerte recelo la operación y por eso sus servicios han reclamado información adicional a las partes”. Asimismo, se recalca que la investigación se podría ampliar hasta cuatro meses más “si, como es el caso, plantea serias dudas” ya que “el monopolio, que en la práctica, alcanzará la nueva empresa en TV de pago en España y su potencial en el control de derechos de cine y de fútbol hacen que Monti vea serias dificultades para permitir la alianza en los términos notificados”. Por otro lado, también se añade que “Rodrigo Rato ha decidido cumplir lo que anunció en mayo y tiene ya listo un informe para solicitar a Monti que le deje el control del caso”, algo que este diario define como “una decisión política de la Comisión Europea y ahí puede tener influencia la posición del PSOE” recordando que “el portavoz económico socialista ha pedido públicamente a Monti que no delegue la decisión en Rato, porque cree que es otorgarle un arma de poder y negociación en el mundo de los medios de comunicación”.

Unas semanas más tarde, el 25 de julio, la primer página de *El Mundo* recoge en la parte inferior de su columna izquierda y en el sumario de Otras Noticias: *La UE sugiere que la investigación sobre la fusión digital puede alargarse cuatro meses*, y nos remite a la página 49 donde se amplía a cuatro columnas con similar titular. La noticia parte de unas declaraciones del comisario Monti para quién la fusión “también puede plantear problemas en el sector de las telecomunicaciones”. A partir de ahí, el diario plantea la siguiente hipótesis: “Con estas declaraciones, Mario Monti podría estar preparando el terreno para abrir una segunda fase (cuya duración es de cuatro meses adicionales)” y en torno a ella, gira todo el texto. En el último párrafo es el único que se nos aporta un hecho contrastado y se informa de que “el pasado 12 de julio el Gobierno solicitó formalmente la devolución del caso a las autoridades españolas responsables de la Competencia”. Esta información se completa con un despiece titulado: *Sogecable se moviliza*, donde se recoge que los trabajadores de esta empresa “han

comenzado una serie de movilizaciones para evitar la drástica reducción de la plantilla que puede seguir a la fusión de Canal Satélite y Vía Digital”.

El día anterior a la resolución de la Comisión Europea, *El Mundo* publica en la parte inferior de la página 37: *Bruselas no hará público hasta mañana su dictamen sobre la fusión entre Sogecable y Vía Digital*, y donde se especifica que aunque este organismo “ya ha tomado una decisión (...) no la publicará hasta mañana (...) ya que es necesario cumplir con el trámite de procedimiento que obliga a informar previamente a las empresas afectadas antes de facilitar su decisión a la prensa”.

Por último, el día 17 de agosto, este diario realiza el mayor despliegue informativo durante este mes y medio, abriendo la portada a cuatro columnas con este tema y dedicándole tres amplias informaciones que completan casi dos páginas y un editorial. En concreto, en la primera página titula: *Bruselas califica de ‘amenaza a la competencia’ el pacto Alierta-Polanco*, y puntualiza en tres subtítulos: *Decide que sea España quien resuelva antes de cuatro meses la fusión entre Vía Digital y Sogecable; La UE pide al Gobierno de Aznar que ‘lleve a cabo una investigación concienzuda de la operación’ y Sostiene que ‘podría crear o reforzar una posición dominante’ en el mercado de la TV*. Además, se adelanta en los dos párrafos de portada que la Comisión considera que la fusión “amenaza con provocar efectos contrarios a la competencia. Sin embargo, considera que esos efectos se circunscriben al ámbito nacional, por lo que ha decidido que sea España la que resuelva (...) al tiempo que expresa su temor a que esta operación pueda reforzar una posición dominante tanto en la televisión de pago como en otros mercados de telecomunicaciones”, y se nos remite a páginas interiores para ampliar la información⁵⁸¹.

Concretamente, es en la sección España donde podemos conocer más detalles sobre esta noticia. Allí, en la página 6, el diario titula a cinco columnas: *Bruselas ve amenaza a la competencia en la fusión de las plataformas, pero decide que resuelve España*. La información ocupa casi toda la página y se ilustra con una amplia infografía de las dos plataformas, su accionariado, el número de abonados y cómo quedaría la nueva Sogecable, además de exponer los principales problemas de competencia recogidos en el informe de la Comisión. En el cuerpo de texto se especifica que para la autoridad europea la operación supone “una amenaza para la libre competencia en mercados como el de la televisión de pago y de las telecomunicaciones y que ‘podría crear o reforzar una posición dominante’ de la sociedad resultante tanto en el mercado de la televisión de pago como en el de la prestación de acceso a Internet” y añade “que dado que los efectos de la fusión tan sólo afectan a España, deben ser las autoridades de este país quienes se hagan cargo del caso y autoricen o prohíban la integración de ambas plataformas digitales. Eso sí, la Comisión Europea insta al Servicio español de Defensa de la Competencia (...) a realizar una investigación exhaustiva y

⁵⁸¹ Véase ANEXO: documento 263.

concienzuda de la operación antes de emitir cualquier dictamen”. Esta página se completa con otra noticia, bastante más breve, en la parte inferior en la que se describe cómo reaccionó el mercado a esta decisión: *La Bolsa premia con fuertes subidas a Sogecable, Prisa y Telefónica*⁵⁸².

Las informaciones del día 17 de agosto se cierran en la página 7 con otra noticia a cuatro columnas en las que se recogen las reacciones políticas al dictamen de la Comisión Europea bajo el titular: *Rato afirma que la resolución “muestra la confianza” en las autoridades españolas*, y el subtítulo: *PP, PSOE e IU piden que se respete la libre competencia y la pluralidad informativa*. El texto se inicia con las declaraciones del vicepresidente segundo del Gobierno que para este diario “se mostró ayer satisfecho con la decisión de la Comisión Europea” porque según sus palabras es “una muestra de confianza que reconoce la capacidad de las instituciones de competencia de España”. La posición del Gobierno se completa con el secretario de Estado de Economía, Luis de Guindos, que “también incidió en la satisfacción del Gobierno por la decisión de Bruselas (...) y añadió que las autoridades de competencia españolas están mejor colocadas y tienen un conocimiento más próximo del asunto para valorar la operación”. En la parte final se cita a José Luis Rodríguez Zapatero quien “aseguró que ‘es conveniente’ que en el proyecto de fusión ‘haya garantías suficientes para la libre competencia en el sector’” y a Gaspar Llamazares quien manifestó que “lo más importante es que el Gobierno garantice la pluralidad informativa”.

En el editorial del día 17, *El Mundo* destaca la valoración que la Comisión Europea realiza de la operación de fusión y no el hecho de que se haya remitido el expediente a las autoridades españolas. Bajo el titular: *Bruselas hace suyos los argumentos contra la fusión*, resalta que “ha remarcado, y ésta es la cuestión esencial, que la fusión planteada ‘amenaza con provocar efectos contrarios a la competencia en ciertos mercados nacionales’. Exigen, por tanto, una investigación concienzuda por parte de las autoridades españolas antes de tomar una decisión”. Además, tras exponer los “problemas más graves que ha detectado”, el diario sostiene que “los argumentos de Bruselas demuestran que las objeciones que EL MUNDO planteó, prácticamente en solitario, no obedecían a ninguna guerra mediática ni a un espíritu de rivalidad sino que se corresponden concretamente con la doctrina vigente en la Unión Europea sobre la defensa de los derechos de los consumidores”. Por último, se apunta al Gobierno español a quien se insta a dar una solución acorde a la magnitud que para ellos tiene esta operación: “con todas estas razones no se entendería ahora que el Gobierno se desmarcara del asunto sin plantear una solución meridiana a cada uno de los problemas que se plantean. (...) La Comisión ha hecho ahora un diagnóstico certero y completo de la enfermedad y ha confiado en España para que aplique el tratamiento médico adecuado”⁵⁸³.

⁵⁸² Véase ANEXO: documento 264.

⁵⁸³ Véase ANEXO: documento 265.

SUBHITO 2: Estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

En los últimos días de agosto de 2002 se publican las conclusiones del informe solicitado a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, unas fechas en las que podemos leer en *El Mundo* cuatro informaciones al respecto, un editorial y un artículo de opinión sobre este asunto. Además, los días 29 y 30 de agosto, este periódico lo lleva a su portada concediéndole aún más relevancia.

No obstante, la primera información que nos encontramos, una vez que las autoridades de la competencia españolas son las encargadas de estudiar la fusión, corresponde al día 24 de agosto. Se trata de un breve de media columna, en la parte superior derecha de la página 45 con el titular: *Defensa de la Competencia estudia la fusión de Vía Digital y Canal Satélite*, y donde conocemos que ambas empresas “ya han notificado al Servicio de Defensa de la Competencia el proyecto de fusión de sus plataformas (...) fue el pasado viernes 16 de agosto, el mismo día que se conoció que la Comisión Europea había decidido trasladar a las autoridades españolas el expediente”. Además, se informa de que “una vez que el expediente esté en manos del servicio, el Gobierno dispondrá de un mes para decidir si envía o no el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, que dispondría de dos meses para estudiarlo. El dictamen que emita este organismo se sumará al que también se ha pedido a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Una vez que se produzca la respuesta, el Ejecutivo contará con otro mes de plazo para decidir (...). Por lo tanto, si se agotan los plazos, el pronunciamiento se producirá como máximo a mediados de diciembre”.

Este periódico ya no publica nada más hasta el día 29 de agosto, un día después de conocerse el informe de la CMT. En esta ocasión, *El Mundo* lo destaca en su portada: *Demoledor informe contra la fusión digital de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones*, y lo desarrolla ampliamente en la sección España. En la primera página, se puntualiza en el subtítulo que el informe *Advierte que Prisa y Telefónica pretenden crear un monopolio que controlará ‘los servicios interactivos y contenidos’ de la sociedad de la información*, y se repite la idea de que se trata de “un demoledor informe sobre las repercusiones que tendría la fusión (...) en el que alerta sobre los efectos perniciosos de esta unión sobre ocho mercados (...) sobre los efectos monopolísticos de la operación” porque “el encuentro de los dos grandes operadores digitales del mercado español está viciado desde sus fundamentos”. Esta información continúa en la página 10 donde, bajo el titular: *La fusión digital afectaría gravemente a ocho mercados*, se desglosa uno por uno cada sector afectado, después de introducirlo con el siguiente párrafo: “El análisis pormenorizado de la fusión pone de manifiesto los peligros que entraña la unión de las plataformas digitales de Telefónica y el grupo Prisa para el mercado de la información y los usuarios”. Este diario, encabeza cada análisis con los siguientes destacados: “Películas ‘premium’ / La plataforma controlaría los éxitos cinematográficos; Fútbol / Sólo esta TV ofrecería todos los partidos de ‘pay per view’; Video bajo demanda / Telefónica, a la cabeza de los mercados emergentes; Canales temáticos / Prácticamente, sería la única capaz de comprar

este formato; La TV de pago / La operadora tendría el 80% de los clientes / Interactividad / El desarrollo de este nuevo servicio, en entredicho; Las ‘telecos’ / La unión provocaría daños al sector del cable; Los mayoristas / El mercado entraría en un ‘círculo virtuoso’”. Esta noticia finaliza en la página 11, ya que la parte inferior de la página 10 se completa con otro extracto del informe titulado: *Los seis ‘puntos negros’ de la operación*⁵⁸⁴.

Por otro lado, también ese mismo día 29 se publica un artículo de opinión firmado por Antonio García Pelegrín a quien se presenta como periodista y autor del libro *El GAL digital. El trasfondo de la guerra de los medios*. Su artículo, que ocupa casi cuatro columnas completas de la página 11, se titula: *La competencia ha de quedar preservada*, y en él, se posiciona en contra de la fusión de las dos plataformas, confiando en que la decisión final del Gobierno vaya encaminada en “defensa de los consumidores y del funcionamiento del mercado digital español” y en consonancia con los informes de la Comisión Europea y de la CMT. En este sentido, avanza que “ahora tiene la palabra el Tribunal de Defensa de la Competencia. ¿Qué va a decir? Lógicamente será un tercer informe en la misma línea. Lo contrario sería asombroso”. Posteriormente, hace una contextualización de la fusión, del precedente italiano y de decisiones previas del Ejecutivo en situaciones similares como los casos de Unión Fenosa e Hidrocantábrico, Pryca y Continente o Endesa e Iberdrola. Por ello, al final apunta que “si el Gobierno es coherente y sigue la pauta de actuación en otros sectores, podemos llegar a la conclusión de que Jesús Polanco y mucha gente cantaron victoria antes de tiempo, cuando la gran mayoría de los analistas consideraron que fue el gran triunfador del acuerdo con César Alierta” y, citando unas declaraciones de Juan Luis Cebrián en las que afirmó que sólo se llevaría a cabo la fusión si las condiciones para las empresas son favorables, concluye: “Será bueno saber qué entiende Cebrián por condiciones favorables, pero creo que están bastante alejadas de las advertencias de Bruselas y del informe de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones”.

Por su parte, *El Mundo* también valora el informe como concluyente y no cree que existan más opciones para el Gobierno que bloquear la fusión o imponer unas durísimas condiciones. Todo ello, lo argumenta en el editorial del día 29 que titula: *Un informe que debería bloquear la fusión digital*, y donde mantiene que “cualquiera que lea con detenimiento el detallado examen remitido al Ministerio de Economía convendrá en que sólo desde el atolondramiento más supino o la prevaricación podría un Gobierno partidario de la competencia defender la unión de Sogecable y Vía Digital. (...) Visto el convincente informe, cabe concluir que si hasta ahora pensábamos que la fusión sólo podría autorizarse con condiciones como las impuestas por el regulador italiano a la unión de Stream y Telepiù, desde hoy creemos que sólo se debería realizar con un endurecimiento mayor de estos requisitos”. Tras destacar algunos aspectos del informe, el diario considera que “viene a decir que si ahora hay poca competencia, después de la fusión no habrá ninguna” por lo que concluye que “sería imposible entender que un Gobierno

⁵⁸⁴ Véase ANEXO: documentos 266, 267 y 268.

presidido por Aznar incurriera en la ceguera mayúscula o en la sospechosa connivencia de permitir esta fusión”⁵⁸⁵.

Por último, el día 30 de agosto encontramos en esta cabecera otra noticia sobre este tema, en concreto, sobre las reacciones políticas al informe, y que también se destaca en portada, recuadrada en la columna derecha, con el titular: *El PSOE pide que el Gobierno anteponga la competencia al interés de las empresas en la fusión digital*. La información que se desarrolla en la página 10, en las dos columnas de la izquierda, destaca la posición del partido socialista que “ve la necesidad de que el Gobierno, tras el informe de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (...) fije unas condiciones a esta fusión que garanticen fundamentalmente la competencia en el sector, y sobre todo, el interés de los consumidores”. En contraposición, se oponen las declaraciones de Josep Pique para quien el “Ejecutivo buscará un equilibrio para hacer compatible el beneficio del consumidor con la continuidad de proyectos empresariales”.

SUBHITO 3: Informe del Servicio de Defensa de la Competencia

Del 13 al 20 de septiembre de 2002, *El Mundo* publicó cinco noticias y un suelto editorializante sobre el proceso de evaluación de la fusión de las plataformas por parte de las autoridades españolas. En concreto, la primera información que encontramos corresponde al día 14 de ese mes, cuando en la página 49 se titula: *El Tribunal de Defensa de la Competencia analiza el informe de la fusión digital*. En el texto, el diario informa de que “el Ministerio de Economía remitió ayer al Tribunal de Defensa de la Competencia el informe elaborado por el Servicio de Defensa de la Competencia sobre el proyecto de integración de Vía Digital y Canal Satélite”, pero no trasciende nada de ese dictamen ya que “antes de su publicación, el documento ha sido remitido a las partes para que determinen si algún apartado del informe es confidencial”. También sabemos por esta noticia que “de acuerdo con la ley, el TDC dispone ahora de dos meses para emitir sus correspondientes conclusiones”.

Antes de conocer las conclusiones del informe del SDC, este periódico destaca en portada, el día 18 de septiembre: *Polanco da por hecho delante de Rajoy que el Gobierno aprobará la fusión digital*. Esta noticia, que aparece en la parte inferior izquierda de la primera página, a dos columnas, lleva por subtítulo: *El vicepresidente advirtió en su día que el Gobierno “defenderá la competencia y el interés general”*, y comienza explicando que “el presidente del grupo Prisa, Jesús Polanco, lo tiene todo muy claro. Ayer, durante la inauguración de la nueva sede de Sogecable, dijo estar ‘convencido de que las autoridades competentes van a aprobar’ la fusión de Canal Satélite y Vía Digital. Una afirmación hecha en presencia del vicepresidente primero del Gobierno, Mariano Rajoy, y del presidente de la Comunidad de Madrid, Alberto Ruiz-Gallardón”. La información continúa en la página 14, donde se sigue resaltado la postura del

⁵⁸⁵ Véase ANEXO: documento 269.

presidente de Sogecable que “no dio muestras de estar preocupado por la situación monopolística que generaría la fusión digital, si la autoriza el Gobierno” ya que declaró estar “seguro de que la empresa que surja va a dar gran satisfacción a sus accionistas y espectadores”. Igualmente, se destaca que “César Alierta respondió a los periodistas que él se mostraba igual de ‘optimista’ que su socio”. Posteriormente se dice que “el discurso de Mariano Rajoy fue mucho más precavido que los de Polanco y Alierta. Rajoy subrayó la obligación “de hilar fino” que tiene el Gobierno a la hora de equilibrar los intereses del conjunto de la sociedad con los de Prisa y Telefónica”, aunque el diario considera que se trata de “unas palabras mucho más ambiguas que las empleadas en mayo, tras el Consejo de Ministros posterior al anuncio de la fusión”. De la inauguración de la nueva sede de Sogecable, el hecho noticioso, sólo sabemos al final del texto que está situado en Tres Cantos y que contó con la asistencia “de buena parte de los primeros *espadas* socialistas”.

La actitud de Jesús Polanco durante la inauguración también mereció para este periódico un suelto editorializante titulado: *¿Es justificado el triunfalismo de Polanco?*, y donde lo valoran como “precipitado ya que la cuestión no es si el Gobierno va a autorizar la fusión (...) sino en qué términos”. Por eso se preguntan si el Ejecutivo “¿cumplirá este compromiso [defensa de la competencia] o acabará cediendo ante la capacidad de presión de Polanco?” y mantienen que “lo prudente es esperar el informe de Defensa de la Competencia y la decisión del Consejo de Ministros”⁵⁸⁶.

Los resultados del informe del Servicio de Defensa de la Competencia se conocen el día 19 de septiembre, y un día después, *El Mundo* lleva a su portada: *Economía dice que la fusión ‘reforzaría’ el dominio de Sogecable y Telefónica*, con el subtítulo: *La empresa de Polanco cae otro 9,4% por la incertidumbre sobre las condiciones que impondrá el Gobierno*. En la primera página se indica que “los técnicos alertan sobre los dos principales efectos de la unión de Canal Satélite y Vía Digital”, aunque debemos dirigirnos a la sección España, en la página 14, para conocer a qué se refiere exactamente. Allí, en el texto de la información principal, se explica que “por una parte, consideran que la unión fortalecería a Sogecable, la filial televisiva del grupo Prisa, en el mercado de la televisión de pago y en los mercados verticalmente relacionados que incluyan aquellos contenidos imprescindibles para operar en él” y “el segundo efecto es el fortalecimiento de Telefónica en los mercados de telecomunicaciones”. Asimismo, se indica que concentración “es la palabra más repetida en el informe”, si bien al final se apunta que “a la hora de valorar la operación, Competencia no olvida el difícil momento por el que atraviesa el mercado audiovisual europeo y la creciente tendencia a reducir el número de televisiones de pago existentes”. En la parte inferior de la página se publican otros dos textos relacionados con este tema, a la izquierda uno sobre la cotización en el mercado de

⁵⁸⁶ Véase ANEXO: documento 270.

Sogecable: *La filial de Prisa cayó ayer en Bolsa un 9, 44%*; y a la derecha otro sobre el informe previo emitido por la CMT: *Segundo informe contrario en el último mes*⁵⁸⁷.

SUBHITO 4: Anuncio de modificación de la ley de TV privada

Del 5 al 16 de octubre de 2002, el Gobierno anuncia varias modificaciones del mercado audiovisual, en concreto de la Ley de TV privada, que se incluirán en los Presupuestos Generales de 2003, mediante la Ley de Acompañamiento de los mismos. Esos cambios, sus consecuencias y reacciones, fueron recogidos por *El Mundo* en diez noticias, un editorial y un comentario editorializante, además de destacarlo en una ocasión en la portada.

En primer lugar, el día 5 de octubre, encontramos una entrevista a página completa con Josep Piqué, ministro de Ciencia y Tecnología, a quien se presenta diciendo: “De su cartera dependen temas tan escabrosos como la fusión digital...” y bajo el titular: “*El cable puede ser esencial en el equilibrio de la TV de pago*”. Las primeras preguntas giran en torno a la televisión y más concretamente, a la fusión de las plataformas, un asunto al que se dedican más de un tercio de la entrevista, en concreto nueve de veinticinco preguntas. El entrevistador comienza de manera directa: “¿Es cierto que la fusión digital está hecha?”, a lo que el ministro responde: “No. El Gobierno va a tener ante sí tres posibles opciones: autorizarla, no hacerlo o autorizarla imponiendo una serie de condiciones en todos los mercados que puedan verse afectados. Es prematuro pronunciarse, hay que esperar el informe del Tribunal de Defensa de la Competencia, pero en cualquier caso la decisión se tomará antes de 2003”. Más adelante, Piqué afirma: “Todos los escenarios son posibles (...) Se trata de contemplar la fusión, no sólo en sentido estricto, como si sólo afectara al segmento de la TV de pago. Todos debemos ser conscientes, dadas las características de los accionistas, de que tiene efectos mucho más amplios que el Gobierno debe contemplar”. Con respecto a las novedades de la nueva Ley Audiovisual, sus palabras son: “Estamos estudiando las problemáticas del sector. Una de las cosas que más me preocupa es facilitar la irreversible sustitución de la radio y la TV analógica por la digital. También estamos trabajando en los aspectos de participación del capital”.

Ese mismo día, y en la página siguiente, este diario publica otra información relacionada con las condiciones del acuerdo de integración de las plataformas: *Telecinco exige ‘medidas’ para contrarrestar la fusión digital*, con el subtítulo: *La cadena gestionada por Mediaset y Correo está a favor de unir las TV por satélite, pero en contra de la prepotencia comercial del ‘nuevo Sogecable’*. En el texto se explica que “esta televisión en abierto ha hecho cálculos y, de autorizarse la fusión de Vía Digital y Canal Satélite, su actual política comercial se va al traste. (...) A juicio del secretario general, habrá conflictos en estos 12 mercados (...). Por todo ello, esta televisión ha enviado sus alegaciones al Tribunal de Defensa de la Competencia para que

⁵⁸⁷ Véase ANEXO: documentos 271 y 272.

se tomen medidas correctoras, reduciendo así los efectos del monopolio audiovisual auspiciado por los presidentes de Sogecable y Telefónica”.

La decisión del Gobierno de eliminar la prohibición del límite del 49% en las televisiones se recoge en este periódico el día 6 de octubre, en la página 20 y a través de dos noticias. La información más destacada se titula: *Zapatero critica la eliminación de los límites accionariales en la TV*, y en ella se destacan las declaraciones del líder socialista para quien esta medida “persigue que haya menos libertad de expresión en España y menos pluralidad informativa”, además “acusó al Gobierno de haber adoptado esa iniciativa ‘con alevosía y nocturnidad’” y la “enmarcó en el intento del PP por lograr ‘el control abusivo de los medios’”. A continuación, se nos explica que “la inclusión de esta medida en la citada ley fue adoptada el pasado jueves y admitida por el Consejo de Ministros, aunque no fue difundida en la rueda de prensa posterior al mismo. (...) Con esta reforma, el Gobierno se hace eco de una de las peticiones de los actuales propietarios de las cadenas españolas”, y se puntualiza que “el Ejecutivo, en cambio, no aprobó otra de las reivindicaciones del sector: que un mismo accionista pueda tener intereses en dos cadenas privadas distintas. A pesar de ello, no se descartan nuevos cambios en la ley para que se pueda entrar en dos o tres compañías, aunque sea con porcentajes muy pequeños”. En la columna de la derecha de esta misma página hay otra información, bastante más breve, que aunque se titula; *El Gobierno crea también la regulación de las cadenas locales*, y al principio se detalla que “exigirá que cualquier cadena local emita desde el principio en digital”, más adelante vuelve a hablar de la supresión del 49%: “ésta era una vieja aspiración de los dueños de las cadenas privadas” y al final se afirma: “tanto Sogecable como Telefónica esperan ansiosamente la siguiente modificación, la que les permitiría estar en dos o tres cadenas al mismo tiempo. Un detalle que les facilitaría enormemente la anunciada fusión digital”.

Además, *El Mundo* se posicionó con respecto a la reforma anterior en un comentario editorializante, en su página 5 y bajo el titular: *Vergonzante reforma de la ley de la TV privada*. Este diario está de acuerdo con Zapatero y cree “que el Gobierno no ha actuado correctamente al incluir de tapadillo esta medida en la Ley de Acompañamiento” pero considera que “la medida no es descabellada, ya que, por un lado, permite a los socios dominantes tener una mayoría en el capital, lo cual es bueno para una gestión estable. Por otro, la modificación convierte en legal lo que ya es una realidad desde hace mucho tiempo, porque las tres cadenas privadas han recurrido a amigos y testaferros para disfrazar las mayorías que ya existen”. Además, también alaba la decisión del Gobierno de mantener “la prohibición de participar en dos cadenas a la vez” y concluye diciendo que “si hay un peligro en estos momentos para el pluralismo en nuestro país es la fusión de Canal Satélite y Vía Digital, que

supondría un inquietante monopolio. Habrá que ver qué actitud toma Zapatero si el Gobierno da luz verde a la fusión”⁵⁸⁸.

Las siguientes informaciones corresponden ya al día 15 de octubre de 2002, casi diez días después, cuando se anuncian nuevos cambios en la ley de televisión privada. Se trata de la jornada con mayor despliegue informativo en este periodo, ya que además de destacarlo en portada, se le dedica un editorial y cinco noticias que ocupan dos páginas casi completas, sobre todo si tenemos en cuenta que están basadas en una hipótesis y no un hecho consumado. En primer lugar, leemos en la primera página, a dos columnas: *El Gobierno estudia cambiar la Ley de TV para facilitar la fusión digital*, y con dos subtítulos: *El Ejecutivo asegura que aún no ha tomado la decisión / El PSOE dice que “sería impresentable porque vulnera las reglas del juego democrático y el artículo 20 de la Constitución”*. En el texto se califica esta posibilidad ya desde el principio: “El Gobierno sigue allanando el camino de la fusión digital (...) Esta medida, de prosperar, serviría para que Sogecable y Telefónica salvaran uno de sus grandes obstáculos a la hora de conseguir el beneplácito para la fusión de Vía Digital y de Canal Satélite. (...) Si se produce este nuevo cambio legislativo, el panorama daría un giro de 180 grados” y se recoge que “la simple filtración de esta información despertó las alarmas en el PSOE”⁵⁸⁹.

La información anterior continúa en las páginas 8 y 9 de la sección España. En primer lugar, tres noticias bajo un mismo cintillo o antetítulo común: *Nuevo mapa audiovisual / El Gobierno permitiría que un accionista tuviera intereses en dos o más cadenas privadas / Una fuente autorizada del Gobierno reconoce que “aún no se ha tomado una decisión en este sentido”*. En el texto más destacado de esta página 8, que se titula de forma similar a la portada y a cuatro columnas, se explica que “una fuente autorizada del Ejecutivo confirmó ayer a EL MUNDO que el Ministerio de Ciencia y Tecnología estudia suavizar la Ley de Televisión Privada para permitir que un mismo accionista pueda tener intereses en dos o más TV, algo estrictamente prohibido hasta el momento” y se insiste en que “este hipotético cambio legislativo sería el segundo en 10 días para facilitar la fusión de Vía Digital y Canal Satélite”. Al final se recogen las palabras del ministro Josep Piqué quien dice que “sólo voy a confirmar o desmentir una noticia de estas características cuando haya una decisión política del Gobierno”. En la parte inferior de la página, y en otro texto, podemos leer las declaraciones de los dos principales partidos de la oposición bajo el titular: *El PSOE lo tacha de ‘impresentable’ e IU de ‘golpe de Estado audiovisual’*. Por último, en la columna derecha, se destaca: *Prisa ‘gana’ también la batalla de las TV locales*, ya que se refiere a la medida del Ministerio que permitirá a las “redes de TV locales emitir en cadena para abaratar costes y poder entrar en el reparto de la tarta publicitaria. Esta medida, una vez más, beneficia especialmente al grupo Prisa –editor de *El*

⁵⁸⁸ Véase ANEXO: documento 273.

⁵⁸⁹ Véase ANEXO: documento 274.

País-, propietario de Localia TV, una compañía con 65 cadenas locales. El otro gran beneficiado es el Grupo Correo”.

En la página 9, encontramos las dos últimas noticias, en esta ocasión bajo el cintillo: *La fusión digital. Los antecedentes*. El más destacado, titulado: *Rajoy, hace 5 meses: “No nos planteamos flexibilizar la Ley de la TV privada”*, donde se rescatan las declaraciones del vicepresidente cuando se anunció la fusión digital para afirmar que “el Gobierno no deja de sorprender a propios y extraños con su nuevo rumbo en lo que a política televisiva se refiere” y que “el único ministro que alertó sobre la fusión digital fue el responsable del Ministerio de Fomento, Francisco Álvarez Cascos”. Por otro lado, a la derecha de la página se explica el precedente y las medidas impuestas por el Gobierno en la fusión del Banco Bilbao Vizcaya y Argentaria: *El Ejecutivo ya obligó en el año 2000 al BBVA a desinvertir en medios*.

Pero donde más claramente encontramos definida la posición de *El Mundo* sobre esta posible modificación de la ley es en el editorial del día 15 de octubre y que se titula: *Una “impresentable” reforma de la Ley de la Televisión Privada*. En él, el periódico parte de la posición adoptada por el Gobierno cuando se conoció el acuerdo entre las plataformas, y donde mantuvieron que “solo autorizaría la operación con tres condiciones (...) que los consumidores se vieran favorecidos, que se respetasen las leyes de la competencia y que no se iba a cambiar la Ley de Televisión Privada”. Por ello, considera que “ninguna de estos tres compromisos se cumpliría si el Gobierno modifica la Ley de Televisión Privada, aprobada en 1988, para permitir que un accionista pueda participar en dos cadenas a la vez” y lo que significaría es eliminar “el mayor obstáculo para que César Alierta y Jesús Polanco procediesen a la creación de una plataforma única de televisión de pago”. Además, esta cabecera considera que la modificación “no sería sino una disposición *ad hoc* para encajar dentro de la legalidad el acuerdo”, a lo que añaden que “y por si ello fuera poco, el Gobierno se dispone a autorizar a Localia, la red de televisiones locales de Polanco, emitir como cadena a nivel nacional. Otro importante favor a Prisa”. Asimismo, opina que la reforma “entra en flagrante contradicción con el propio programa electoral del PP” y está de acuerdo con las declaraciones del PSOE de quienes dice “hay que felicitarse por esta reacción socialista que demuestra la sensibilidad de Zapatero en la defensa de un modelo de competencia y pluralidad en los medios”. Al final, concluye afirmando que “resulta incomprensible que el Gobierno tenga intención de cambiar la ley para permitir su concentración en unas pocas manos. Si así lo hace (...) el Ejecutivo perderá buena parte de su credibilidad y pondrá en evidencia que antepone los intereses de unos pocos a sus principios”⁵⁹⁰.

Finalmente, el día 16 de octubre, se publica un último texto que corresponde también a este apartado y en el que se recogen las declaraciones del ministro de Ciencia y Tecnología con respecto a las modificaciones anunciadas el día anterior. En esta ocasión, en la columna

⁵⁹⁰ Véase ANEXO: documento 275.

derecha de la página 18, leemos: *Piqué niega que esté cambiando la Ley de TV para impulsar la fusión*, y se resalta que el ministro aludió a las “especulaciones” diciendo que “no hay nada que en estos momentos esté descartado, pero no puedo afirmar ni desmentir cosas sobre las cuales se pueda estar trabajando y que en su día sean objeto de decisión política del Gobierno” y añade “una cosa es que se pueda permitir la concentración en cuanto al control de cadenas de televisión y otra que se pueda permitir que pueda haber ciertas participaciones cruzadas sin control de gestión alguno y sin posiciones mayoritarias y, por lo tanto, sin efectos políticos”.

SUBHITO 5: Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia

Desde el 14 de noviembre de 2002, un día después de que el Tribunal de Defensa de la Competencia publicara su dictamen sobre el acuerdo de las dos plataformas, hasta el día 20 de ese mes, *El Mundo* dedicó diez noticias, cuatro artículos de opinión, dos editoriales y tres sueltos sin firma a este asunto, además de resaltarlo en primera página en tres ocasiones en tan sólo una semana.

El primer día de este análisis encontramos una amplia cobertura al informe del TDC con dos páginas casi completas en España y un suelto en Opinión. Además, en portada a tres columnas se titula: *Competencia autoriza la fusión con condiciones cómodas para Polanco*, y se completa con el antetítulo: *El Tribunal aprueba el dictamen por 5 votos contra 4*, y el subtítulo: *Le permite conservar el control de los derechos para televisión del fútbol con restricciones mucho menos duras que las impuestas en Italia*. A lo largo del texto principal de la página 10, donde continúa la información de portada, se explican las condiciones impuestas por este organismo comparándolas una a una con las limitaciones que se exigieron en Italia a la fusión de sus dos plataformas. En el cuerpo de texto, que se ilustra con una amplia infografía de la nueva Sogecable, los problemas de competencia y la evolución de los grupos en Bolsa durante 2002, se especifica que “sólo tuvo acceso EFE” al informe y que “fue acordado por mayoría con el voto en contra de los vocales Castañeda Boniche, Comenge Puig, Martínez Arévalo y Muriel Alonso, que anunciaron la formulación de votos particulares discrepantes, mientras que Franch Meneu anunció un voto particular concurrente con el dictamen”. Esta página se completa con otra noticia en la columna derecha en la que bajo el titular: *Controlarán los derechos del fútbol, cine y acceso a Internet*, se repasa los diferentes informes emitidos por las autoridades de la competencia, tanto europeas como nacionales, hasta ese momento⁵⁹¹.

La información del 14 de noviembre se cierra en la página 12 con una tercera noticia que recoge la cronología de lo que el periódico denomina “la carrera del presidente del grupo Prisa, Jesús Polanco, por controlar el 100% de la televisión de pago en España” y que comienza en noviembre de 1996, cuando Telefónica y Sogecable iniciaron su camino en la televisión digital

⁵⁹¹ Véase ANEXO: documentos 276 y 277.

por satélite. Todo ello, con el titular: *Polanco y sus ansias de monopolizar la TV*, y el subtítulo: *El presidente del grupo Prisa ha pretendido controlar el mercado de las cadenas vía satélite desde el año 1995*⁵⁹². Además, ese mismo día, *El Mundo* valora el informe del Tribunal en un comentario editorializante que titula: *Polanco, cada vez más cerca de quedarse con la TV de pago*, y donde se afirma que “al margen de cuál sea la reacción, de cara a la galería, (...) César Alierta y Jesús Polanco, pueden estar satisfechos. Sobre todo éste último” porque “los datos que trascendieron ayer sugieren que el organismo regulador ha allanado el camino para la absorción de Vía Digital por parte de Canal Satélite”. En comparación con las condiciones impuestas en Italia, este periódico cree que las recogidas en el informe del TDC “son mucho más aceptables y cómodas” ya que “no incluye ninguna de las condiciones, que tanto diversos expertos como una parte significativa del Tribunal consideraban lógicas, como la de obligar a Telefónica, en tanto que operador dominante, a quedarse fuera de la plataforma”. Al final de este artículo, el diario apunta que “el Gobierno tiene ahora la última palabra, pero como dijo el ministro Álvarez Cascos, César Alierta tendrá que aclarar ante sus accionistas y la opinión pública por qué –y a cambio de qué– entrega en estas condiciones el monopolio de la Televisión digital a Polanco”⁵⁹³.

Sin embargo, será a partir del día siguiente, el 15 de noviembre, cuando este periódico vierta mayor opinión sobre este asunto, tanto a través de sus articulistas habituales como en sus comentarios y sueltos en los que se posiciona el propio medio. En este sentido, el texto más destacado del día 15 es el que podemos leer en la sección Opinión, en concreto en Impresiones, y que se titula: *Radiografía de 10 condiciones inocuas que entregarían a Polanco un negocio multimillonario*. Este análisis se introduce criticando la información de otros medios que han valorado el informe del TDC desde otra perspectiva: “Quienes controlaron a última hora de la tarde del miércoles la filtración selectiva del informe del Tribunal de Defensa de la Competencia autorizando la fusión de las dos plataformas digitales han demostrado dominar las técnicas de la manipulación (...) hasta el punto de que algunos de ellos incurrieron en el error de calificar como “duros” los requisitos” y se afirma que “a la espera de poder conocer esos argumentos [votos discrepantes], EL MUNDO profundizará hoy con detalle en lo que apuntábamos ayer, explicando, condición por condición, por qué el Tribunal de Defensa de la Competencia lo que hace, en realidad, es tender una alfombra roja a la fusión, convalidando, de hecho, un monopolio multimillonario”. Con respecto a la opinión de este diario sobre cada una de las condiciones, podemos resaltar: “No cabe calificar este requisito como condición (...). La pérdida de los derechos de tanteo y retracto sobre los contratos con los demás clubs equivale a nada (...). El límite de tres años es por tanto más teórico que real (...). El Tribunal de Defensa de la Competencia español no sólo permite quedarse con la exclusiva en la modalidad de la televisión de pago por satélite, sino en cualquier otra forma de televisión de pago a través de las sublicencias (...). Sorprende, además, que únicamente se mencione a MGM, ya que se

⁵⁹² Véase ANEXO: documento 278.

⁵⁹³ Véase ANEXO: documento 279.

trata del único estudio que tiene un acuerdo en exclusiva con Vía Digital, no con Canal Satélite (...). Ni es una condición ni mucho menos una limitación (...). De nada sirve que Sogecable renuncie a actuar de agente de esos canales, si al mismo tiempo se le permite la adquisición de derechos en exclusiva para todos los soportes (...) se trata de una limitación bastante ingenua, puesto que el 85% de los usuarios españoles sigue teniendo a Telefónica como suministrador (...). La décima no es ninguna condición ni tampoco ninguna restricción que afecte directamente a la fusión de ambas plataformas⁵⁹⁴.

Por otro lado, el día 15 también se publican dos artículos de opinión. El primero, en la página 4, de Federico Jiménez Losantos titulado *Robin de los ricos*, en el que mantiene que “de nada vale la ley para quien está exento de cumplirla. De nada, pues, valen las diez condiciones que dice que impone el Gobierno si las dice pero no las impone, si luego Polanco no las cumple y el Gobierno, que en lo que a Polanco respecta hace años que moralmente habita en la prevaricación, no se las hace cumplir” y aunque cree que habrá que esperar a leer los votos discrepantes, al final critica al Gobierno afirmando: “Si los *cableros* dicen que con esas condiciones no hay negocio, eso es que el Gobierno está robándoles a los ciudadanos. Bien mirado, venía yo notándole un aire de Robin Hood a Aznar y no sabía por qué. Empiezo a saberlo: cuando el político se identifica con el poder, no vacila en robar a los pobres para dárselo a los ricos. Al rico, en este caso. Porque Polanco, no cabe duda, es único”. Mientras que el segundo artículo corresponde a Raúl del Pozo, quien bajo el titular: *La traición*, también se opone a las últimas decisiones del Ejecutivo: “Por más vueltas que le doy a la cabeza, no entiendo la postura de un Gobierno que se llama a sí mismo liberal en el caso de la fusión de las plataformas. (...) El Gobierno prepara el asesinato del pluralismo informativo sin suscitar indignación, pero el resultado final será que se cede la soberanía mediática al Grupo Prisa”.

El día 15 de noviembre, *El Mundo* también publicó tres informaciones en la página 10, precedidas de una viñeta de Gallego & Rey en la que se caricaturiza a Alierta y a Aznar como marionetas movidas por una llave en la que leemos Canal Polanco. La noticia principal, que es además la que se destaca en portada, se titula: *El presidente del Tribunal de la Competencia rompió el empate a favor de la fusión*, y en ella se explica basándose en “fuentes cercanas a este tribunal” cómo transcurrió la votación en la que el voto favorable de Gonzalo Solana González “evitó un empate técnico entre los ocho vocales”. Además, se resalta que “los vocales que tienen un perfil más técnico (...) consideraban que no podían aprobar las 10 condiciones porque la fusión atentaba directamente contra la competencia del mercado audiovisual, mermando los derechos del telespectador” y que las restricciones “sentaron como una bomba en determinados círculos empresariales”. La página se completa con un breve titulado: *Canal Satélite sigue perdiendo audiencia* y la columna derecha, donde se recoge fundamentalmente las críticas de Izquierda Unida: *IU considera que el dictamen es blando y pide que TVE entre en la nueva plataforma*.

⁵⁹⁴ Véase ANEXO: documentos 280 y 281.

Un día después, este diario lleva a la sección España la siguiente noticia: *Murdoch se autoimpone normas más duras que las españolas para la fusión italiana*, donde se explica que “el magnate australiano se presta a limitar los contratos de fútbol a dos años, renuncia a la TV digital terrenal y a comprar derechos de partidos o películas para el cable u otros operados” y se contraponen con las medidas del TDC. Además, a esta información se le dedica uno de los editoriales de esa jornada, *¿Qué ‘defensa’ de la competencia?*, en el que el diario llega a la conclusión de que “si Murdoch se contenta con condiciones más duras, las que se imponen al negocio Polanco-Alierta son genuinamente caramelos” y considera “como un auténtico escándalo político la actuación del TDC, un órgano de nombre engañoso (...) cuya recomendación sobre la fusión digital ha precisado del voto dirimente de su presidente para superar la oposición de sus miembros más cualificados”. Asimismo, se señala que “el presidente ostenta un cargo de confianza del ministro Rodrigo Rato” y por ello, se apunta que “no es imaginable, en efecto, que esta toma de posición se haya producido sin, al menos, la aquiescencia de la Moncloa”. Para este periódico, lo ocurrido se explica por “una confluencia de intereses en apariencia heterogéneos, más poderosos que toda advertencia sobre la destrucción del pluralismo: aspiraciones sucesorias en quien puede ver grandes ventajas en hacer un favor a Prisa; deseos de autoprotección en Alierta” y se finaliza criticando “el silencio pertinaz de un presidente del Gobierno que no puede avalar sin contradecir sus convicciones y trayectoria”.

El domingo 17 de noviembre, este periódico continúa publicando opinión sobre la fusión de las plataformas a través de tres artículos. Los dos primeros responden a la pregunta “¿Debe el Gobierno autorizar la fusión digital?” y recogen dos posturas opuestas: la de Enric Sopena que se muestra a favor, bajo el título *Aquellos polvos, estos lodos*, y la de Martín Prieto, en contra: *La boa de Polanco*. Por su parte, Sopena cree que “Vía Digital nació con fórceps. Sin la intervención palmaria del Gobierno, esta plataforma digital no hubiera existido”, además “la situación empezaba a ser económicamente dramática” por ello afirma rotundamente que “los números rojos han impelido al Gobierno a esta rectificación” y opina que “la fusión no es que sea buena, es que parece imprescindible” porque “aquellos polvos de finales de los 90 trajeron estos lodos”. Sin embargo, para Martín Prieto la respuesta es negativa porque la fusión es “la absorción, la abducción, la gran quijada abierta que se traga a la pieza superior” y compara a Polanco con una boa afirmando que “quiere digerir Vía Digital” y que “las 10 condiciones impuestas por el Tribunal de la Competencia son la baba jabonosa para que la boa escurra el gran bocado”. Además, ese domingo, en el suplemento Nueva Economía, encontramos un amplio artículo de Jesús Cacho donde bajo el título: *El círculo vicioso del Gobierno Aznar*, repasa las noticias producidas a lo largo de la semana y en lo que respecta a la fusión comenta: “Dispuesto a hacer añicos su brillante trayectoria de la primera legislatura, el Gobierno acaba de abdicar de los principios liberales que cabía suponerle sirviendo en bandeja el monopolio de la televisión de pago a su más encarnizado enemigo”.

En último lugar, el día 20 de noviembre, fecha que hemos marcado como final de este subhito, *El Mundo* abre de nuevo la portada, en las dos columnas de la derecha, con el siguiente titular: *La ponencia del Tribunal de la Competencia acordó pedir al Gobierno que prohíba la fusión digital*, un tema al que le dedica dos amplias informaciones y un editorial. En la primera página se adelanta que la comisión del TDC “aprobó por mayoría unas conclusiones que eran contrarias a la unión de las plataformas por dar lugar a un “monopolio”. Así se desprende del informe elevado al mencionado tribunal, al que ha tenido acceso EL MUNDO, y que hubiera recomendado al Gobierno prohibir la unión de estas dos televisiones de pago”. Posteriormente, se recogen en la página 14, “los argumentos que emplearon [los cuatro vocales] a la hora de emitir sus respectivos votos particulares” donde “analizan la existencia de poderosas ‘barreras de entrada’ –en especial los derechos de fútbol y del cine– a la hora de irrumpir en el mercado audiovisual” y “se quejan de la falta de información a la hora de juzgar la argumentada razón de eficiencia de la operación”. Además, se resalta que “los discrepantes (...) hacen especial hincapié en que otros organismos (...) emitieron tiempo atrás una serie de contundentes argumentos contrarios a la fusión”. Esta información se completa con la que se publica en la página 15, donde se reproducen las doce “razones esgrimidas en la ponencia por las que se recomendaba rechazar la unión de las plataformas” bajo el titular: *Por qué los técnicos informaron en contra de la operación*.

En el editorial del día 20 de noviembre, titulado *Una demoledora ponencia que descalifica la fusión digital*, este diario, basándose en las conclusiones de la propuesta de dictamen que el TDC había encargado a una ponencia antes de fijar su posición, considera que el presidente “traicionó el sentido del informe e inclinó con su voto dirimente la balanza a favor de la fusión”, cree que las diez condiciones impuestas “no pueden cambiar para nada el efecto destructivo de la operación sobre la competencia y la pluralidad” ya que “equivaldrían a atacar a un elefante a golpe de matamoscas”, y aunque “el informe refuta también con datos fehacientes que el mercado no pueda crecer ni admita la competencia, ni que ésta sea obligatoriamente ruinosa (...) nada de ello ha contado para el presidente del TDC, Gonzalo Solana, al sancionar esta enorme agresión a la libre competencia en los medios”. Al final del editorial se confía en que “el Gobierno puede aún corregir este atropello terrible”.

SUBHITO 6: El Gobierno modifica la ley de TV privada y autoriza la fusión digital con 34 condiciones

Desde el 26 de noviembre, y hasta el día 3 de diciembre de 2002, este diario publicó un total de veintiséis textos, los primeros de ellos centrados en la modificación de la Ley de TV privada, y a partir del día 30, en torno a la autorización de fusión y las condiciones impuestas por el Ejecutivo. Además, estos temas fueron destacados en portada en tres ocasiones en tan solo una semana.

En cuanto a los géneros periodísticos, encontramos quince noticias, siete artículos de opinión, tres editoriales y un suelto editorializante. A continuación, detallamos cada uno de ellos y el tratamiento que *El Mundo* da a este bloque temático.

En primer lugar, el día 26 de noviembre, este periódico abre su portada, a cuatro columnas con el siguiente titular: *Las televisiones nacionales no podrán tener emisoras locales o autonómicas*, y puntualiza en los subtítulos: *Polanco tendrá que optar en el plazo de un año entre Canal Plus o Localia, y el Grupo Correo, entre Telecinco y sus estaciones locales / Si se hace la fusión digital, Telefónica deberá vender Antena 3*. En los primeros párrafos, se nos explica que todo ello corresponde al “nuevo régimen de incompatibilidades que regirá en el mercado audiovisual y que surtirá efecto a partir del 1 de enero del año próximo. El paquete de medidas (...) que se introducirá en la Ley de Acompañamiento de los presupuestos de 2003, afecta de manera especial a las televisiones locales y a los planes de privatización de determinados canales autonómicos”. Además, se subraya que “esta decisión ministerial afecta directamente a Sogecable”. La información continúa en la página 12, de la sección España, donde se amplía que “los operadores afectados dispondrán de un año para redefinir sus estrategias empresariales y desprenderse de las participaciones que incurran en incompatibilidad” y que también la nueva legislación “pondrá coto a la emisión en cadena por parte de las televisiones locales”. A continuación se reproducen las declaraciones del ministro de Ciencia y Tecnología que “justificó la inclusión de las incompatibilidades en la Ley de Acompañamiento “por razones de urgencias” y para ofrecer “seguridad jurídica” a los operadores afectados”. Al final del texto, se recoge que Piqué “desvinculó estas medidas de la decisión que adopte el Gobierno sobre la eventual fusión de las dos plataformas de pago”, algo sobre lo que se pronunciará antes del 13 de diciembre.

En la página 12 también hay un segundo texto que debemos incluir en nuestro análisis. Bajo el titular: *Telecinco acude al Tribunal de Luxemburgo para detener la fusión*, se cuenta que esta cadena “está dispuesta a agotar todas las posibilidades jurídicas para impedir que el Gobierno autorice la fusión de Vía Digital y Canal Satélite con las 10 restricciones marcadas por el Tribunal de Defensa de la Competencia” ya que según un portavoz de esta televisión “los equipos jurídicos están ultimando el recurso para acudir al Tribunal de Primera Instancia de Luxemburgo” y se precisa que este Tribunal “tiene preponderancia sobre las decisiones tomadas por el Consejo de Ministros español”.

Con respecto a las medidas adoptadas por el Ejecutivo, *El Mundo* publica el día 26 de noviembre un suelto sin firma en el que califica la reforma positivamente y marca su postura, ya desde el titular: *Una buena reforma que alentará la competencia en la TV en abierto*. En el texto, este diario considera que “de entrada, hay que valorar muy positivamente las medidas esbozadas por Piqué porque contribuirán a una mayor competencia en el sector de la televisión en abierto” y resalta como muy importante el hecho de que se siga “impidiendo de forma expresa la participación simultánea en dos cadenas de ámbito nacional” ya que “serviría para

paliar algunas de las consecuencias negativas” de la fusión de las plataformas “dado que limitaría la concentración de poder de Telefónica y Prisa”. Este comentario se cierra reafirmando de nuevo que se trata “de una buena noticia para quienes defienden un modelo plural en los medios de comunicación” y se subraya que además es “coherente con el propio programa electoral del PP y con la trayectoria política de Aznar”.

Un día después, esta cabecera dedica dos páginas prácticamente completas a las reacciones que han suscitado las nuevas medidas anunciadas por el Ejecutivo en materia audiovisual. Por un lado, en la página 14, podemos leer dos noticias agrupadas bajo el cintillo: “Ley de TV / La respuesta política”; la principal, a cuatro columnas, con el titular: *El PSOE recurre al TC la regulación audiovisual por ser incluida en la Ley de Acompañamiento*, y la segunda de ellas, en la columna derecha: *Piqué tacha de “incoherentes” las críticas del PSOE a la ley*. En el primer texto, se explica que el recurso del partido socialista es “exclusivamente por motivos de “forma” y “no de fondo” (...) y se basa en que se utilice la Ley de Acompañamiento para este tipo de modificaciones legales de tanto calado político sin dar lugar al debate parlamentario”. Para contar todo ello, *El Mundo* utiliza las declaraciones de Jesús Caldera, e interpreta de su palabras que “el PSOE ha optado por una cierta neutralidad en este conflicto”, aunque recoge posteriormente la opinión de Juan José Laborda, portavoz del partido socialista en el Senado, que “sí se pronunció claramente en contra de la ley”. Por otro lado, en la información de la derecha se reproduce la respuesta del ministro de Ciencia y Tecnología para quien “garantizar la pluralidad y los derechos de los consumidores no puede ser antidemocrático” y valoró la reacción socialista como “críticas contradictorias que me impresiona muy poco”.

En la página 15 encontramos la tercera información correspondiente al día 27 de noviembre, en esta ocasión bajo el cintillo: “La Ley de TV / Prisa y Correo”. En la parte superior, se ilustra la noticia con una amplia infografía a cinco columnas que reproduce las cadenas locales de los dos grupos afectados por la reforma, así como el resto de participaciones en medios. En la mitad inferior, a tres columnas se titula: *Grupo Correo: “Nos han cortado los planes de expansión”*, y se subtitula: *El conglomerado editorial presidido por José María Bergareche mostró ayer su ‘sorpresa’ por las reformas legislativas*. En el texto, se recoge parte de la nota emitida por el Grupo Correo para expresar su “sorpresa e indignación” por la reforma de la ley y se complementa con declaraciones de “fuentes de Correo a EL MUNDO”, además, se apunta que “el grupo Prisa tampoco ha encajado bien la reforma emprendida por el Gobierno *popular*” y cita palabras de la portavoz oficial del grupo. Al final, se apunta que “Jesús Polanco, además, está pendiente de otra decisión gubernamental que afectará a su *emporio* audiovisual” en referencia a la fusión de las plataformas. Esta información, se acompaña de un despiece titulado *La OCU respalda la decisión del PP*, donde según las declaraciones del portavoz de esta organización “es una medida que puede ayudar a evitar “concentraciones peligrosas” en el mercado de la comunicación (...) y puede colaborar o ayudar a que realmente se eviten situaciones de dominio”.

Al día siguiente, el 28 de noviembre, el periódico dedica uno de sus editoriales a la reforma de la ley de televisión, en el que defiende las medidas adoptadas por el Ejecutivo y refuta los argumentos de quienes las critican. En concreto, bajo el titular *TV privada: una reforma que favorece el pluralismo*, el diario parte de que la reforma “ha suscitado duras críticas de los grupos periodísticos afectados por la iniciativa del Gobierno. En primer lugar, estos grupos no están de acuerdo con la forma. Y, en segundo término, consideran lesionados sus intereses económicos”. Con respecto a ello, *El Mundo* se posiciona “básicamente de acuerdo con los reproches (...) en el aspecto formal, porque una iniciativa de este calado merecería un gran debate parlamentario que se hurta a través de una rectificación en el último momento de la Ley de Acompañamiento. (...) estamos de acuerdo, sin embargo, con la filosofía y contenido de esta reforma que (...) fomentará el pluralismo y la competencia en el sector audiovisual. Si algo le podemos reprochar al Gobierno en este sentido, es haber esperado tanto para adoptar las medidas anunciadas”. Además, afirma que la crítica al Gobierno de intervencionismo “suena a gratuita cuando lo que (...) intenta es evitar la consumación de un oligopolio en el sector audiovisual”, ironiza sobre la idea de que afecta el pluralismo diciendo que “siguiendo esta argumentación, la sociedad estaría mejor informada si los medios se concentrasen en pocas manos y se cerrase el acceso al mercado a otros competidores. El sofisma resulta evidente” y contra el reproche de que “las medidas rompen el principio de seguridad jurídica” argumenta que “las emisoras locales son la consecuencia de un vacío legal que ahora se va a regular”. Por todo ello, este editorial concluye: “Aznar ha acertado con esta reforma, congruente con su trayectoria política y con los principios que siempre ha defendido el PP”.

La siguiente información corresponde al día 29 de noviembre, cuando *El Mundo* se hace eco de una discusión entre Jesús Polanco y Paolo Vasile sobre el acuerdo de integración de las plataformas. Exactamente, la noticia se publica en la parte superior de la página 65, y con el titular: *Polanco abronca en público a Paolo Vasile por la fusión digital*, y se completa con el antetítulo: *TV de pago / El presidente de Sogecable, acompañado por Juan Luis Cebrián, aprovechó una comida de los Premios Ondas para arremeter contra el consejero delegado de Telecinco*, y el subtítulo: *Le recriminó que Telecinco esté manteniendo una dura oposición a la unión de las plataformas*. En el texto, se cuenta cómo transcurrió la polémica con un lenguaje bastante coloquial: “Al término del ágape, Jesús Polanco se acercó a la mesa de Vasile, con cara de pocos amigos y acompañado por el vicepresidente de Sogecable, Juan Luis Cebrián. Polanco puso la directa y comenzó a recriminarle en voz alta la negativa de Telecinco a la hora de alinearse con su compañía, aplaudiendo la unión de su plataforma Canal Satélite con su competidor, Vía Digital (...) Paolo Vasile no se arredró en absoluto y el tono de la bronca fue subiendo. Con muchos aspavientos por parte de los dos directivos, la conversación era audible en toda la sala del palacete (...) Al final, parece que se consiguieron apaciguar los ánimos, pero que no se firmó la paz. Habrá que esperar a que el Consejo de Ministros se pronuncie sobre la fusión –quizá lo haga hoy mismo–, para saber si el consejero delegado italiano tendrá que lidiar con la *Nueva Sogecable* en futuras comidas de trabajo”.

Y tal como avanzaba el diario en la información anterior, ese mismo día, el Ejecutivo acordó las condiciones para autorizar la fusión digital. Un hecho que abrirá la portada del día 30 de noviembre, además de ocupar varias páginas y el único y extenso editorial de esa jornada. En concreto, en primera página leemos el siguiente titular a cuatro columnas: *El Gobierno entrega a Polanco la TV de pago con condiciones fáciles de aceptar*, y dos amplios subtítulos que puntualizan: *Introduce leves retoques en los requisitos propuestos por el Tribunal de Defensa de la Competencia por cinco votos contra cuatro / La nueva Sogecable podrá seguir controlando en exclusiva los derechos del fútbol y del cine tanto para el satélite, el cable e incluso las futuras TV digitales terrestres*. En los párrafos de portada se explica que el Gobierno ha autorizado la fusión “siempre y cuando sus propietarios, Sogecable y Telefónica, cumplan 34 restricciones” de las que considera que “son prácticamente idénticas a las 10 aprobadas el pasado 13 de noviembre por el Tribunal de Defensa de la Competencia, aunque están mucho más desglosadas” Además, se resalta que “la nueva Sogecable mantendrá dos joyas de su corona: los derechos de pago del Real Madrid y del Barça hasta 2008 y la exclusividad de Canal Plus” y que “el beneplácito gubernamental obliga a Telefónica a decidir, antes de un año, entre permanecer en el accionariado de la TV de pago o seguir controlando Antena 3 Televisión”⁵⁹⁵.

La información anterior continúa en la página 8, donde se abre la sección España titulado a cinco columnas: *El Gobierno aprueba la fusión digital con las condiciones del Tribunal de la Competencia*. Este texto se inicia con las declaraciones de Rato en la rueda de prensa en la que se dio a conocer la resolución del Gobierno y a las palabras según las cuales las “nuevas condiciones (...) han incluido las consideración de asociaciones de consumidores, los informes de la Comisión Europea, de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, del Servicio de la Competencia, así como del Tribunal de Defensa de la Competencia, incluyendo algunas alegaciones”, el diario precisa que “fuentes de las operadoras de cable que habían presentado alegaciones tacharon ayer de “blandas” las condiciones y las “aportaciones recogidas”, en lo referente a derechos cinematográficos y futbolísticos”. Y poco más adelante, puntualiza que “las restricciones impuestas siguen permitiendo que la *Nueva Sogecable* tenga la exclusiva en todo aquello que no sea *pago por visión*, lo que pone en peligro el desarrollo de negocios audiovisuales como la televisión digital terrenal (TDT)”. Sin embargo, en la noticia se apunta que esta autorización está pendiente de dos decisiones de autoridades europeas: “El plácet otorgado por el Ejecutivo a la fusión digital está supeditado a la decisión que tome el Tribunal de Justicia Europeo (...) que está analizando en estos momentos dos denuncias, una de los operadores de cable y otra de Telecinco” y “otro capítulo que está en el aire es el referente al fútbol. Las 10 condiciones *balompédicas* están sujetas a lo que decida la Comisión Europea sobre la materia, puesto que es quien tiene plenas competencias en este asunto”. Al final del texto se recogen las reacciones políticas de CiU e IU precedidas del párrafo: “La *bendición* del

⁵⁹⁵ Véase ANEXO: documento 282.

Gobierno Aznar a la fusión despertó todo tipo de reacciones entre los políticos”, y se cierra con las cotizaciones en Bolsa registradas tras el anuncio de fusión por Sogecable, Prisa y Telefónica⁵⁹⁶.

En la página siguiente, la 9, encontramos dos nuevas noticias sobre este asunto. En la parte superior y ocupando más de media página a cuatro columnas: *Sogecable mantiene en exclusiva el control del cine y del Real Madrid y el Barça en TV*; y en la parte inferior: *Telecinco y ONO lamentan que el Estado no evite el monopolio*. El texto principal se centra en las condiciones impuestas en materia de cine y fútbol, apuntando que “el Gobierno aceptó ayer que la nueva Sogecable retenga en exclusiva los derechos más interesantes”. En este sentido, el periódico recoge que “puede retener hasta la temporada 2007/2008 los derechos del Real Madrid y el Barcelona” e interpreta que por ello “el Gobierno no varía las condiciones actuales para el nuevo grupo pese a que va a ser más poderoso. Y no entra a fondo en el terreno del fútbol”, aunque precisa que estas medidas “pueden ser rectificadas, puesto que este capítulo se lo ha reservado la Comisión Europea. Bruselas aún no ha cerrado una vieja investigación en la que tiene aún que pronunciarse sobre si la propia existencia de Audiovisual Sport y su fusión de derechos distorsiona la libre competencia”. Con respecto al cine, la información cuenta que “el Gobierno sólo permite que se *desenganche* y pueda negociar con otros operadores a Metro Goldwyn Mayer, que pese a sus éxitos del pasado, no es ahora la mayor fábrica de sueños de Hollywood” y añade que “la Metro era el único estudio de EEUU con el que tenía acuerdos Vía Digital”. Al final, se señala que las condiciones “son, en todo caso, más suaves que las previstas por las autoridades italianas” y se habla de las limitaciones en los precios como “una serie de medidas que no fueron previstas por el Tribunal de Defensa de la Competencia y que supone una *intervención* de precios en Sogecable”, una iniciativa que “se presenta como una de las más incómodas para el nuevo grupo”. Por otro lado, en la noticia de la parte inferior de la página se citan parte de los comunicados emitidos por Telecinco y ONO en los que critican las medidas adoptadas por el Consejo de Ministros⁵⁹⁷.

Por último, en la página 10 este diario reproduce las 34 condiciones impuestas por el Gobierno para autorizar la fusión en un texto que ocupa toda la página y que se titula: *Las condiciones que sellarán el monopolio de la TV de pago*, con el subtítulo: *Las restricciones del Gobierno inciden en los derechos del fútbol y del cine y en la producción de canales televisivos*, y el cintillo: “Fusión digital / Los 34 puntos del acuerdo”. En el texto, aparecen por un lado, las veinticuatro condiciones generales y a continuación, las diez condiciones específicas en relación al fútbol⁵⁹⁸.

El Mundo critica la autorización del Gobierno a la fusión en su único editorial del día 30 de noviembre bajo el titular: *Catástrofe para la competencia en la sociedad de la información*. Al

⁵⁹⁶ Véase ANEXO: documento 283.

⁵⁹⁷ Véase ANEXO: documento 284.

⁵⁹⁸ Véase ANEXO: documento 285.

principio, se señala que “el Gobierno ha pretendido ayer dar la impresión a la opinión pública de que había endurecido las condiciones de la *fusión digital*”, pero este diario considera que “un análisis de su contenido confirma que sigue tratándose de una rendición a la alianza de la primera empresa de comunicación de España, Prisa, con la primera empresa de telecomunicaciones, Telefónica” y opina que “si el texto adoptado por el Consejo de Ministros cambia algo, es para favorecer aún un poco más al nuevo monopolio en dos terrenos: las exclusivas de grandes películas y la reventa de canales temáticos extranjeros”. Posteriormente, el editorial analiza algunas de las condiciones impuestas a la fusión, resaltando aquellos aspectos que valoran negativamente y afirmando que “todo ello contrasta, por ejemplo, con las condiciones aceptadas por Rupert Murdoch para mantener su plataforma italiana”. En este sentido, leemos: “Las últimas condiciones ponen un 20% de canales nuevos “a disposición” de operadores ajenos al actual Canal Satélite Digital y a la moribunda Vía Digital (...) ¿Alguien puede creerse que con esto será posible que un canal de EL MUNDO o de cualquier otro medio independiente se incluya en la nueva plataforma? En teoría, sí, pero no en la práctica, porque no sólo no les garantizan ingresos (...) sino que tendrán que pagar un precio que “deberá estar basado en los costes”, sin más precisión (...) Por otra parte, estas condiciones prohíben muy ostentadamente a Sogecable poseer exclusivas pero sólo en soportes tecnológicos hoy no desarrollados (...) En cambio, permiten al nuevo monopolio mantener esas exclusivas para otros medios, ya operativos hoy –cable, televisiones locales– o con posibilidades de futuro”. Tras todo ello, este periódico resume que “esta colección de cláusulas recoge situaciones ya existentes o refuerza las exclusivas de Sogecable” por lo que “las dimensiones aún mayores del nuevo grupo convierten las barreras reales a la competencia en muros inexpugnables para medios como el cable” ya que “cuando venzan algunas de estas exclusivas habrán pasado años, los bastantes para sacar del mercado a esos últimos rivales sin posibilidades de hacerse con una oferta competitiva y de seguir creciendo frente al nuevo monopolio”. Al final, el editorial concluye con una pregunta que deja abierta: “¿Por qué ha hecho esto un Gobierno del PP?”⁵⁹⁹.

Tras el amplio despliegue de información y opinión publicado el día 30 de noviembre, un día más tarde, tan sólo encontramos una columna en la página 12 de la sección España bajo el titular: *Zapatero: “La fusión digital es sorprendente en un Gobierno liberal”*, y con el subtítulo: *Gaspar Llamazares dice que el Ejecutivo se ha fijado únicamente en cuestiones de competencia económica y no en garantizar el pluralismo informativo*. En el texto se recogen las declaraciones de los dos representantes políticos ante las medidas adoptadas por el Consejo de Ministros. En primer lugar, las del dirigente socialista de las que se resalta, además de lo destacado en el titular, que “a su juicio, el responsable de todo este problema “tiene nombres y apellidos y es el Gobierno del PP” que “montó una plataforma digital alternativa que no era viable y que ahora está hipotecado por sus actuaciones políticas”. En segundo lugar, con

⁵⁹⁹ Véase ANEXO: documento 286.

respecto a IU se afirma que “presionará lo que pueda para que se respete el pluralismo informativo y los demás derechos”, algo para lo que apuntan que “es imprescindible que la televisión pública participe en los contenidos de la futura televisión digital”.

El día 2 de diciembre, *El Mundo* lleva a su portada las palabras del ministro de Fomento sobre las condiciones impuestas a la fusión. Lo vemos en la parte inferior de la columna izquierda, resaltado con un recuadro y con el titular: *Álvarez Cascos advirtió en el Consejo de que el Gobierno aprobaba un ‘monopolio’*. En esta primera página, se resume en un párrafo lo anunciado en el titular y que los vicepresidentes Rajoy y Rato “replicaron al ministro, mientras que el resto de los miembros del Gabinete de Aznar guardaban silencio” y se remite a la página 16 y al editorial de la página 3. Si nos dirigimos a la sección España, allí encontramos desarrollada más ampliamente esta información. En concreto, en la parte superior de las tres columnas de la derecha y en un texto en el que se nos hace una crónica de lo ocurrido en el Consejo de Ministros basándose en “fuentes consultadas por EL MUNDO”. Así se cuenta que “Álvarez Cascos tomó la palabra para hacer un minucioso análisis de las distintas actuaciones del Ejecutivo, que preside José María Aznar, desde la puesta en marcha en nuestro país de las televisiones digitales (...) analizó la posición del Ejecutivo frente a los numerosos acontecimientos y polémicas surgidas tras la creación de las dos plataformas digitales que se disputaban en España este mercado (...) aportó contundentes argumentos en su exposición (...) dando a entender que con el acuerdo que se pretendía aprobar se alejaba de la anterior línea política”. A continuación, se expone que los vicepresidentes “contestaron a Cascos defendiendo el acuerdo y las condiciones en las que se aprobaba” y que la decisión del Ejecutivo “además de las críticas del ministro de Fomento, sigue encontrando réplicas en los distintos partidos políticos, en sindicatos y en otras organizaciones”. Además, esta página se completa con otras dos noticias: una, en la parte superior izquierda donde se recogen las declaraciones del presidente del Gobierno bajo el titular: *Aznar: “Nos es ajena la ambición empresarial”*, y en la que se señala que según sus palabras el Gobierno “sólo tiene tres objetivos: garantizar la pluralidad, apostar por la libre competencia y defender el interés general” aunque se apunta que “eludió comentar la evidente contradicción que existe entre la actual política de medios que fomenta el Ejecutivo y la que defendía en 1996, cuando el PP llegó al poder e impulsó la creación de dos plataformas de TV digital”; y la segunda de ellas, en la parte inferior izquierda donde se reproduce una carta del director del periódico *ABC* publicada en este diario el día anterior y donde critica la actuación del Gobierno en la modificación de la Ley de TV privada que afecta directamente al Grupo Correo y que considera “un atropello contra los legítimos intereses” de este grupo.

Por otro lado, el editorial del día 2 de diciembre, *El Gobierno, obligado a explicar en el Parlamento su incomprensible política mediática*, es el único que se publica ese día y en él, este periódico critica al Gobierno por las últimas decisiones adoptadas, tanto en torno a la televisión privada como a la fusión de las plataformas. En este sentido, leemos “hacía tiempo que no existía tanta distancia entre la retórica de un dirigente y la percepción de la mayoría de

sus propios seguidores (...) las palabras de Aznar podrían parecer incluso un sarcasmo. No es la primera vez que un Gobierno hace exactamente lo contrario de lo que prometió a sus electores, pero hay pocos precedentes de un giro copernicano tan embarullado y confuso”. Con respecto a la decisión de no permitir que una televisión pueda participar a la vez en medios nacionales y locales, *El Mundo* considera en este artículo que “tenía como objetivo paliar el inaudito favor realizado al Grupo Prisa en el mercado de la televisión de pago, impidiéndole seguir creciendo en el de la televisión en abierto (...) todo indica que para maquillar la rendición a Polanco se ha propinado un estacazo a un tercero [se refiere al Grupo Correo] que pasaba por allí”. Por ello, valora que “los modos empleados por el Gobierno no son de recibo” y que “algo muy grave está sucediendo en España en relación con el derecho a la información de los ciudadanos y la libertad de empresa informativa y que mucho tiene que ver en ello, por activa o por pasiva, la incomprensible deriva adoptada por el Gobierno en esta materia. Incomprensible para los votantes del PP, incomprensible para los profesionales del sector y a veces incomprensible para los propios ministros”. Al final del editorial se insta al Gobierno a dar explicaciones porque “urge que todos estos hechos sean debatidos en el Parlamento tan pronto como el calendario de la Cámara lo permita”, afirmando que “ya está bien de intrigas, maniobras, camarillas y salidas por la tangente. Que el Gobierno explique de una vez y de una manera articulada y clara cuáles son sus planes para proteger la libertad y el pluralismo –si es que los tiene– y que cada grupo se retrate a continuación” y se apunta “en apenas quince meses viviremos dos elecciones decisivas y los ciudadanos tienen derecho a saber qué les ofrece cada quién en una materia tan trascendental”⁶⁰⁰.

Además, ese mismo día 2 de diciembre, esta cabecera publicó tres artículos de opinión sobre este asunto. El primero de Justino Sinova, titulado *Todos descontentos*, en el que su autor mantiene la postura de que las medidas del Gobierno no han gustado a nadie y para ello apunta que “incluso el diario del futuro gestor único de la plataforma fusionada ha acusado al Gobierno de intervencionista (...). Con respecto al pluralismo, el Gobierno exige al gestor único que dé entrada a emisoras ajenas, lo que equivale a considerar la plataforma como un transportador de canales. Es una condición de la que se queja el diario del ganador”, además, señala que a pesar de las condiciones habrá que ver “si podrá emitir por la plataforma única quien lo desee” y se hace varias preguntas al respecto, para concluir afirmando que “son dudas, entre otras muchas, de una fusión que deja a todos inquietos. Bueno, a todos no, porque Alienta se libra de una empresa en pérdidas y Polanco se hace con una máquina de ganar dinero y poder”.

Otro de los artículos corresponde a Federico Jiménez Losantos, quien bajo el titular *Autocensura* augura un mal futuro para la libertad de expresión tras la fusión de las plataformas digitales porque según mantiene “lo de ahora no es nada comparado con lo que se nos viene encima tras la designación aznarista de Polanco como Empresario Audiovisual Único (EAU,

⁶⁰⁰ Véase ANEXO: documento 287.

aún no EUA) y su entronización como Emperador Multimedia. Cualquier periodista español que aspire a prosperar y cambiar de empresa dos o tres veces en la vida se abstendrá cuidadosamente de criticar cualquier cosa o quioscos de Don Jesús, Prisa, Sogecable y las distintas instituciones acogidas a su benevolencia. Y es que más tarde, o más temprano, habrá de buscar empleo en alguno de sus muchos canales de televisión, en su media docena de radio (...) Y para conseguir ese empleo el meritoraje es obligado (...) Pero como es Aznar el que ha coronado Emperador a Polanco tampoco pueden criticar el terrorífico panorama mediático los medios gubernamentales, oficiales u oficiosos, ni los que andan a la espera de concesiones gubernamentales de radio y televisión”.

En tercer lugar, el último artículo del día 2 de diciembre, está firmado por Casimiro García-Abadillo y se titula: *Los medios como problema*. Se trata de un amplio texto en el que su autor repasa la historia de las plataformas digitales desde sus inicios, haciendo especial hincapié en la trayectoria de Vía Digital y criticando a sus responsables: “Lo que el Gobierno quiso evitar en 1997 con el lanzamiento de Vía Digital se va a consumir seis años más tarde, tras constatarse la absoluta incapacidad de Telefónica para gestionar la compañía que había de impedir a Jesús Polanco hacerse con el monopolio de la televisión de pago en España (...). Telefónica puso a disposición de Vía Digital todo lo necesario para ganar la partida. Pero se olvidó de una cosa: para dirigir con éxito un negocio hace falta talento y escrúpulos, cualidades que han brillado por su ausencia en una empresa a la que sus ejecutivos esquilmaron alegremente”. Posteriormente, se centra en las medidas aprobadas por el Gobierno para autorizar la fusión de las que opina que “hacen casi imposible la entrada de nuevos competidores en la televisión de pago. Implícitamente, el Gobierno reconoce en las condiciones impuestas para la fusión que está aceptando la creación de un monopolio. Sólo así se entiende la limitación de precios” y apunta que “bastaría con haber impuesto condiciones más duras que garantizaran la posibilidad de competir por parte de las empresas de cable o de otras televisiones”. Con todo ello, García-Abadillo reconoce que lo que “nadie llega a explicarse es por qué este Gobierno ha conseguido ponerse en contra a los medios que ideológicamente se identifican más con las políticas de centroderecha” y plantea que la explicación debe ser una cuestión política: “Esa falta de orientación política, de consecuencias nefastas, tiene que ver seguramente con la sucesión”.

Finalmente, el 3 de diciembre de 2002, fecha con la que se acaba el análisis de este bloque temático, encontramos en *El Mundo* tres nuevos textos: una breve información y dos artículos de opinión. El primero de ellos en la página 14, poco más de media columna, con el titular: *Llamazares pide un debate político y social sobre medios audiovisuales*, donde se citan las declaraciones del político de IU para quien el Gobierno debe permitir que se produzca ese debate antes de “imponer un nuevo escenario a través de una ley a principios de año y adoptar decisiones como la fusión de las plataformas digitales” y anuncia que “pediremos una comparecencia del Gobierno para debatir estas cuestiones y no encontrarnos con una política de hechos consumados”.

Los artículos de opinión: *'Monoprecios'* y *Error Rato*, están firmados por Federico Jiménez Losantos y Raúl del Pozo, respectivamente, y ambos autores critican la decisión del Gobierno, el primero poniendo el acento sobre la tarifa de precios que considera ficticia y que avala que se hable de monopolio, y el segundo, acusando a Rato de la decisión adoptada. Así podemos leer: "los dos vicepresidentes comparten con el presidente la responsabilidad de esa monumental fechoría contra España en general y contra la derecha en particular (...). Desde luego; todo un poema la cara que se le ha quedado a su electorado ante semejante estafa (...) lo que ha fabricado Aznar y facturará Polanco es un monopolio de tomo y lomo. Y es que sólo cuando se crea un monopolio el Gobierno que alumbró el monstruo se siente en la obligación de controlar los precios. Luego tampoco los controla, pero hace como que hace y aparentemente estorba lo que en realidad subvenciona con cargo al contribuyente". Por su parte, Raúl del Pozo afirma que "el autor intelectual de la claudicación ha sido Rato (...) Seguramente intenta enmendar las dos políticas en las que su amigo Aznar fue más empecinado: la cuestión nacional y las alianzas mediáticas. No sé si el presidente Aznar quiere realmente perder las elecciones o si de verdad se ha apartado del centro de decisiones y deja que sus herederos se equivoquen solos (...). Han dado la alianza a la mano que mece su tumba".

2.13.4. *El País* vs. *El Mundo*

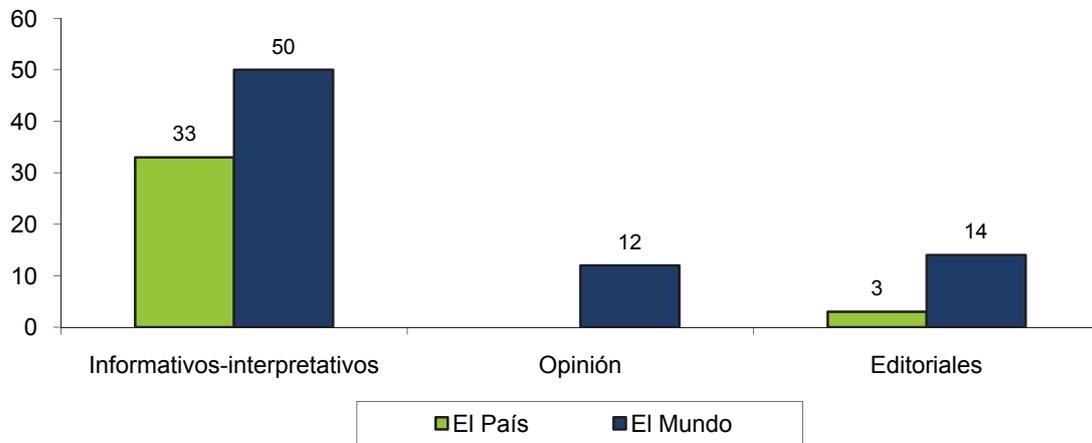
Tras analizar los géneros publicados por cada diario desde el 3 de julio al 3 de diciembre de 2002, podemos comprobar que hay importantes diferencias en el tratamiento tanto cuantitativo como cualitativo. *El Mundo* duplica el número de textos y vierte muchas más opinión en sus páginas en torno a este bloque temático, mientras que *El País* solo publica tres editoriales y además traslada este asunto a sus páginas de Economía para desligarlo de asuntos políticos y sociales. Además, las posturas de ambos medios son totalmente opuestas en la mayoría de los informes y dictámenes emitidos por los órganos de la competencia.

En primer lugar, nos centramos en los aspectos cuantitativos, recogiendo en las siguientes tablas y gráficos el número de géneros periodísticos empleados, tanto en general como de forma desglosada en cada uno de los subhitos que hemos analizado.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	33	50
Opinión	-	12
Editoriales	3	14
Total	36	76

Tabla 59

Gráfico 21. Géneros periodísticos



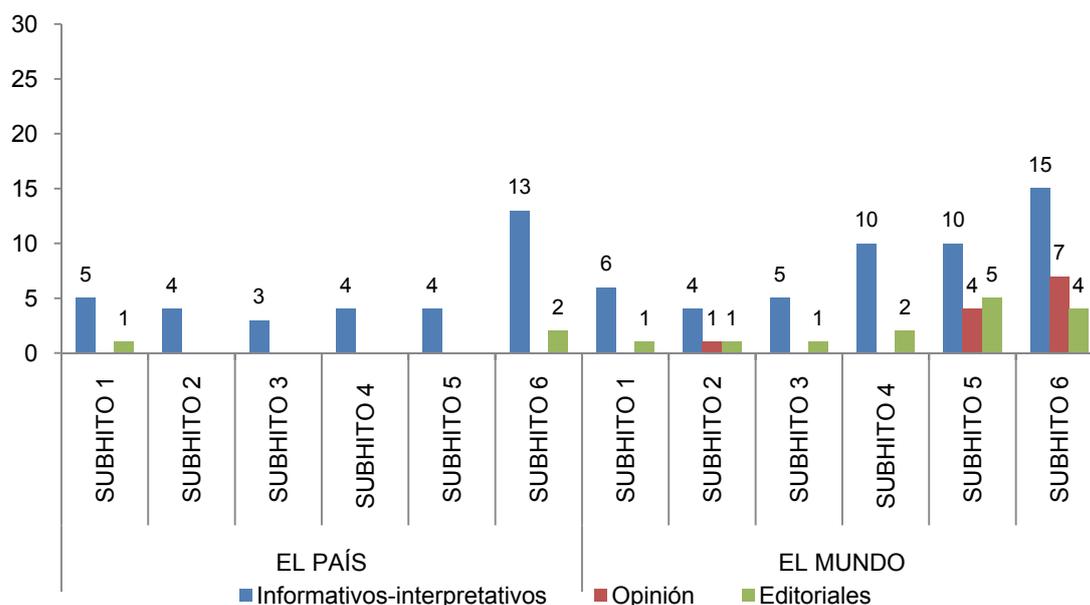
Géneros periodísticos	EL PAÍS						Total
	SUBHITO 1	SUBHITO 2	SUBHITO 3	SUBHITO 4	SUBHITO 5	SUBHITO 6	
Informativos-interpretativos	5	4	3	4	4	13	33
Opinión	-	-	-	-	-	-	-
Editoriales	1	-	-	-	-	2	3
Total	6	4	3	4	4	15	36

Tabla 60

Géneros periodísticos	EL MUNDO						Total
	SUBHITO 1	SUBHITO 2	SUBHITO 3	SUBHITO 4	SUBHITO 5	SUBHITO 6	
Informativos-interpretativos	6	4	5	10	10	15	50
Opinión	-	1	-	-	4	7	12
Editoriales	1	1	1	2	5	4	14
Total	7	6	6	12	19	26	76

Tabla 61

Gráfico 22. Géneros periodísticos según subhitos

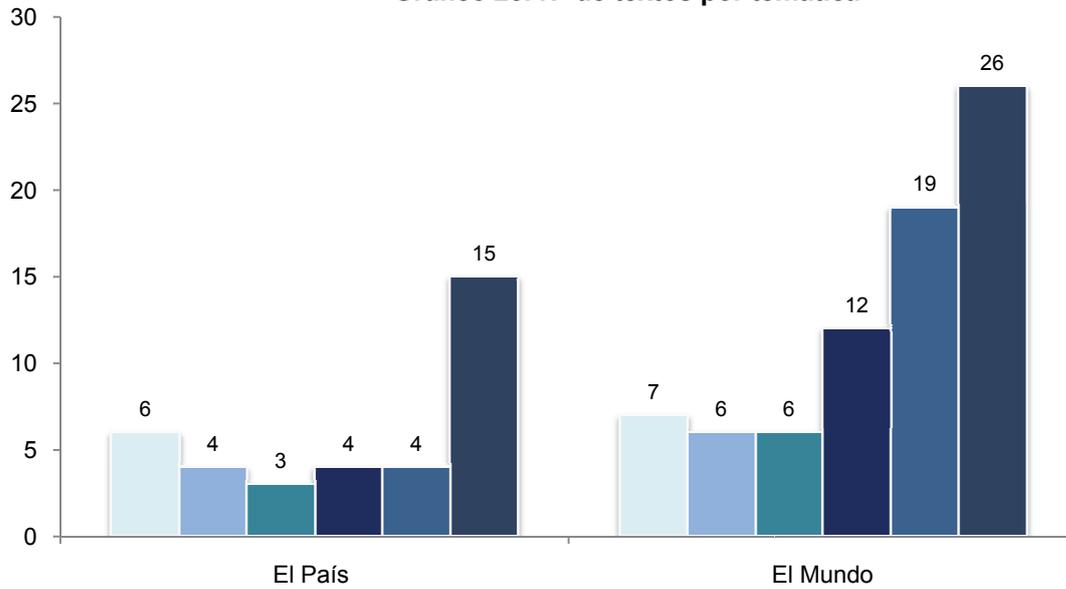


En las últimas tablas observamos el número de textos publicado por cada diario en los diferentes subhitos y la comparativa entre ambos, así como la sección en la que los ubicaron.

Temática	El País	El Mundo
SUBHITO 1: La Comisión Europea estudia la fusión y la remite a las autoridades españolas	6	7
SUBHITO 2: Estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones	4	6
SUBHITO 3: Informe del Servicio de Defensa de la Competencia	3	6
SUBHITO 4: Anuncio de modificación de la Ley de TV privada	4	12
SUBHITO 5: Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia	4	19
SUBHITO 6: El Gobierno modifica la Ley de TV privada y autoriza la fusión digital con 34 condiciones	15	26
Total	36	76

Tabla 62

Gráfico 23. Nº de textos por temática



- SUBHITO 1: La Comisión Europea estudia la fusión y la remite a las autoridades españolas
- SUBHITO 2: Estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones
- SUBHITO 3: Informe del Servicio de Defensa de la Competencia
- SUBHITO 4: Anuncio de modificación de la Ley de TV privada
- SUBHITO 5: Informe del Tribunal de Defensa de la Competencia
- SUBHITO 6: El Gobierno modifica la Ley de TV privada y autoriza la fusión digital con 34 condiciones

Sección	EL PAÍS						Total
	SUBH. 1	SUBH. 2	SUBH. 3	SUBH. 4	SUBH. 5	SUBH. 6	
Portada	2	1	1	1	1	3	9
Sociedad	-	-	1	-	-	-	1
Comunicación	-	-	-	-	-	-	0
España	-	-	-	-	-	-	0
Economía	5	4	2	4	4	13	32
Opinión	1	-	-	-	-	2	3
Televisión/Radio	-	-	-	-	-	-	0
Suplementos	-	-	-	-	-	-	0
Total (sin contar portada)	6	4	3	4	4	15	36

Tabla 63

Sección	EL MUNDO						Total
	SUBH. 1	SUBH. 2	SUBH. 3	SUBH. 4	SUBH. 5	SUBH. 6	
Portada	2	2	2	1	3	3	13
Sociedad	-	-	-	-	-	-	0
Comunicación	2	1	1	-	-	1	5
España	4	3	4	10	10	14	45
Economía	-	-	-	-	-	-	0
Opinión	1	2	1	2	8	11	25
Televisión/Radio	-	-	-	-	-	-	0
Suplementos	-	-	-	-	1	-	1
Total (sin contar portada)	7	6	6	12	19	26	76

Tabla 64

Por lo que respecta al tratamiento y enfoque desde el que cada medio analizó los distintos informes de las autoridades de la competencia, observamos dos posturas contrapuestas. Mientras *El País* destaca la falta de rentabilidad que apuntan estos dictámenes si no se produce la fusión y apenas hace hincapié en los mercados a los que afecta, *El Mundo* resalta los riesgos que supone para la competencia y la televisión de pago aprobar la fusión y utiliza los argumentos de la Comisión Europea o de la CMT para avalar sus críticas al acuerdo entre las dos plataformas. Además, si el primero resalta el carácter “no vinculante” de los informes, el segundo los califica como “convincientes” y “demoledores” y cuando el diario del grupo Prisa habla de “duras condiciones”, el de Unedisa cree que son “inocuas, fáciles y cómodas”. E incluso, vemos como la cabecera dirigida por Pedro J. Ramírez realiza un amplio despliegue informativo y de opinión a la votación del TDC y al voto del presidente que deshizo el empate, un hecho que no hubiéramos conocido si sólo nos hubiéramos centrados en lo publicado por *El País*.

Asimismo, también vemos posiciones enfrentadas en las medidas de modificación de la Ley de Televisión Privada. Cuando el diario del grupo Prisa las aplaude, *El Mundo* las critica y ante la posibilidad de eliminar la prohibición de que una empresa esté en dos o más televisiones, *El País* afirma que “atendería la demanda del sector” y “facilitaría la posición de Telefónica con vistas a la fusión”, mientras que el periódico de Unedisa habla de una reforma “impresentable” que “entra en flagrante contradicción con el propio programa electoral del PP” y que sirve para “allanar el camino” al monopolio de Polanco.

Por último, en cuanto a la decisión del Ejecutivo de aprobar la fusión imponiendo 34 condiciones, *El País* la critica porque las considera exageradas ya que amplían las que emitió el TDC y de nuevo insiste en el carácter intervencionista del Gobierno, mientras que *El Mundo* cree que son las mismas que había decidido el tribunal regulador, pero más desarrolladas, unas condiciones que atentan contra el pluralismo informativo y que facilitarían la creación de un monopolio, además cuestiona la decisión del Gobierno por considerarla contraria con su programa electoral y con su proyecto liberal.

En la siguiente tabla, resumimos las posturas opuestas y contradictorias de cada periódico, atendiendo a las categorías temáticas y a los agentes que protagonizaron este bloque de análisis que comprende desde el 3 de julio hasta el 3 de diciembre de 2002.

Categorías	El País	El Mundo
Comisión Europea	“remite el caso a las autoridades españolas”, “cede a España el examen de fusión de las plataformas digitales”, “considera que la operación solo afecta a mercados nacionales”, “una decisión razonable que evita añadir mayores retrasos a una situación de incertidumbre que afecta a empresas y a usuarios”	“califica de amenaza a la competencia el pacto Alierta-Polanco”, “decide que sea España quien resuelva”, “pide al Gobierno de Aznar que lleve a cabo una investigación concienzuda de la operación”, “la fusión amenaza con provocar efectos contrarios a la competencia”, “esos efectos se circunscriben al ámbito nacional por lo que ha decidido que sea España la que resuelva”, “ha hecho un diagnóstico certero y completo”, “ha remarcado, y ésta es la cuestión esencial, que la fusión planteada amenaza con provocar efectos contrarios a la competencia en ciertos mercados nacionales”, “los argumentos de Bruselas demuestran que las objeciones que EL MUNDO planteó, prácticamente en solitario, no obedecía a ninguna guerra mediática ni a un espíritu de rivalidad sino que se corresponden concretamente con la doctrina vigente en la UE sobre la defensa de los derechos de los consumidores”
Mario Monti	“precisó que se investiga el impacto de la integración”	“acoge con recelo el expediente”, “ve serias dificultades para permitir la alianza en los términos notificados”, “para él la fusión también puede plantear problemas en el sector de las telecomunicaciones”
CMT	“detecta problemas en la fusión digital aunque admite que el mercado no puede sostener dos plataformas”, “informe no vinculante”, “advierte al Gobierno de la falta de rentabilidad en un mercado con dos televisiones digitales”, “considera que la fusión puede dificultar la competencia en ocho sectores”	“demoledor informe contra la fusión digital”, “advierte que Prisa y Telefónica pretenden crear un monopolio”, “alerta sobre los efectos perniciosos de esta unión sobre ocho mercados”, “los efectos monopolísticos de la operación”, “un informe que debería bloquear la fusión digital”, “convinciente informe”
SDC	“ve difícil mantener dos plataformas, pero advierte de problemas de concentración”, “advierte de la falta de rentabilidad que supone la existencia de dos plataformas de televisión de pago en España”,	“dice que la fusión reforzaría el dominio de Sogecable y Telefónica”, “los técnicos alertan sobre los dos principales efectos de la unión”, “concentración es la palabra más repetida en el informe”, “segundo informe”

	“destaca el posible refuerzo de la posición de Sogecable en la televisión de pago y de Telefónica en la comercialización de servicios de telecomunicaciones”, “informe no vinculante”	contrario en el último mes”
TDC	“impone 10 condiciones para aprobar la fusión”, “supedita la fusión al cumplimiento de 10 condiciones”, “considera que la operación de integración debe subordinarse al cumplimiento de 10 condiciones”, “considera que la empresa resultante debe limitar a tres años los contratos de derechos audiovisuales de la Liga de fútbol, debiendo renunciar a los derechos de tanteo y opciones de compra que posee y a uno de los alcanzados con estudios cinematográficos”, “van en la línea de las dictadas en mayo por el Gobierno italiano”, “aprobó el dictamen por cinco votos a favor y cuatro en contra”	“autoriza la fusión con condiciones cómodas para Polanco”, “le permite conservar el control de los derechos para televisión del fútbol con restricciones mucho menos duras que las impuestas en Italia”, “ha allanado el camino para la absorción de Vía Digital por parte de Canal Satélite”, “son mucho más aceptables y cómodas”, “10 condiciones inocuas que entregarían a Polanco un negocio multimillonario”, “tender una alfombra roja a la fusión, convalidando, de hecho, un monopolio multimillonario”, “aprueba el dictamen por 5 votos contra 4”, “votos particulares”, “el presidente rompió el empate a favor de la fusión”, “evitó un empate técnico entre los ocho vocales”, “los vocales que tienen un perfil más técnico consideraban que no podían aprobar las 10 condiciones”, “considera un auténtico escándalo político la actuación del TDC”, “un órgano de nombre engañoso”, “enorme agresión a la libre competencia en los medios”
Modificación Ley de TV privada: límite del 49% al 100%	“el Gobierno autoriza que un mismo accionista pueda tener el 100% de una TV privada”, “la supresión de este límite, demandado por los operadores comerciales”, “el objetivo es que la competencia se desarrolle entre las distintas televisiones”	“el Gobierno se hace eco de una de las peticiones de los actuales propietarios de las cadenas españolas”, “la medida no es descabellada”, “es bueno para una gestión estable”
Anuncio de permitir que un mismo accionista participe en dos televisiones	“el Gobierno se plantea permitir que una misma empresa participe en más de una cadena de TV”, “el Ejecutivo atendería la demanda del sector para que se flexibilicen las restricciones accionariales en las empresas audiovisuales”, “facilitaría la posición de Telefónica con vistas a la fusión de las plataformas digitales”	“tanto Sogecable como Telefónica esperan ansiosamente la siguiente modificación, la que les facilitaría enormemente la anunciada fusión”, “el Gobierno estudia cambiar la Ley de TV digital para facilitar la fusión”, “el Gobierno sigue allanando el camino de la fusión digital”, “esta medida, de prosperar, serviría para que Sogecable y Telefónica, salvaran uno de sus grandes obstáculos”, “impresentable reforma”, “entra en flagrante contradicción con el propio programa electoral del

		PP”, “resulta incomprensible que el Gobierno tenga intención de cambiar la ley para permitir su concentración en unas pocas manos”, “si lo hace el Ejecutivo perderá buena parte de su credibilidad”
Modificación de la Ley de TV privada: se prohíbe que una sociedad participe en televisiones estatales y locales	“el Gobierno endurece las restricciones en la propiedad de las televisiones”, “la reforma supone un freno a la creación de nuevas redes”, “medidas intervencionistas”, “el Grupo Correo y el Grupo Prisa son los principales afectados”, “un comportamiento tramposo, un fraude de ley”, “desvirtúa gravemente la lógica parlamentaria”, “la iniciativa incide en la pasión intervencionista de un partido que se proclama liberal”, “se comporta como juez y parte”	“nuevo régimen de incompatibilidades que regirá el mercado laboral”, “esta decisión afecta directamente a Sogecable”, “una buena reforma que alentará la competencia en la TV en abierto”, “una buena noticia para quienes defienden el modelo plural en los medios de comunicación”, “coherente con el programa electoral del PP y con la trayectoria política de Aznar”, “una reforma que favorece el pluralismo”, “intenta evitar la consumación de un oligopolio en el sector audiovisual”
Autorización del Gobierno a la fusión. 34 condiciones	“el Gobierno amplía y endurece las condiciones para la fusión digital”, “nuevas restricciones desconocidas hasta ahora”, “congela los precios durante 2003 y los controlará durante tres años más”, “interviene las tarifas de la plataforma”, “el intervencionismo del Ejecutivo”, “se reserva la capacidad de fijar los precios pese a que las dos plataformas de televisión digital no son concesiones administrativas”, “el texto gubernamental impone una panoplia de condiciones exorbitantes”, “agregaron todas las limitaciones imaginadas y por imaginar”, “ha exorbitado las condiciones específicas”, “difícilmente compatibles con la necesidad de encauzar la televisión digital por parámetros de solvencia empresarial y fortaleza competitiva”, “suponen la reducción al mínimo del margen de maniobra de empresas al fin y al cabo privadas en un sector que se suponía liberalizado”	“el Gobierno entrega a Polanco la TV de pago con unas condiciones fáciles de aceptar”, “introduce leves retoques en los requisitos propuestos por el TDC”, “la nueva Sogecable podrá seguir controlando en exclusiva los derechos del fútbol y del cine tanto para el satélite, el cable e incluso las futuras TV digitales terrestres”, “la nueva Sogecable mantendrá dos joyas de su corona: los derechos de pago del Real Madrid y del Barça hasta 2008 y la exclusividad de Canal Plus”, “el pláacet otorgado por el Ejecutivo a la fusión digital”, “la bendición del Gobierno Aznar a la fusión”, “las condiciones que sellarán el monopolio de la TV de pago”, “catástrofe para la competencia en la sociedad de la información”, “se trata de una rendición a la alianza”, “favorecer aún un poco más el nuevo monopolio”
Gobierno	“considera que la fusión afecta sólo al mercado nacional”, “confía en analizar la integración”, “intervencionismo del Gobierno” “impone a empresas privadas condiciones propias de compañías públicas”, “ha impuesto exigencias que olvidan la esencia de la operación: una fusión entre empresas privadas”	“sólo desde el atolondramiento más supino o la prevaricación podría un Gobierno partidario de la competencia defender la unión de Sogecable y Vía Digital”, “sería imposible entender que un Gobierno presidido por Aznar incurriera en la ceguera mayúscula o en la sospechosa connivencia de permitir esta fusión”, “no ha actuado”

		correctamente al incluir de tapadillo esta medida en la Ley de Acompañamiento”, “no deja de sorprender a propios y extraños con su nuevo rumbo en lo que a política televisiva se refiere”, “acaba de abdicar de los principios liberales que cabía suponerle”, “incomprensible política mediática”
José María Aznar	“defendió que las 34 condiciones impuestas por el Ejecutivo para permitir la fusión no varían de las impuestas en otros países”	“el silencio pertinaz de un presidente del Gobierno que no puede avalar sin contradecir sus convicciones y contradecir su trayectoria”, “eludió comentar la evidente contradicción que existe entre la actual política de medios que fomenta el Ejecutivo y la que defendía en 1996”
Rodrigo Rato	“agradeció a la Comisión Europea la confianza depositada en el Gobierno español al enviar el expediente de fusión”	“la resolución muestra la confianza en las autoridades españolas”
Francisco Álvarez Cascos	-	“el único ministro que alertó sobre la fusión digital”, “advirtió en el Consejo de que el Gobierno aprobaba un monopolio”, “aportó contundentes argumentos en su exposición dando a entender que con el acuerdo se pretendía aprobar se alejaba de la anterior línea política”
Josep Piqué	“se considerará el aspecto económico en la fusión digital”, “el Ejecutivo deberá buscar un equilibrio para hacer compatible el beneficio del consumidor con la continuidad de proyectos empresariales”, “defiende la reforma de las cadenas de TV”, “dice que las condiciones de la fusión digital son realmente duras”, “defendió la actuación del Gobierno para que la fusión sea acorde con los derechos de los usuarios”	“niega que se esté cambiando la Ley de TV para impulsar la fusión”
PSOE	“critican que un accionista pueda tener el 100% de una televisión”, “reduce la libertad de expresión y la pluralidad informativa”, “criticó el modo en el que se ha aprobado la medida”, “recurrirá la reforma audiovisual al Constitucional”	“pide que anteponga la competencia al interés de la empresas en la fusión digital”

<p>IU</p>	<p>“considera peligroso quitar el anterior tope accionarial”, “se mostró disconforme con las condiciones porque, a su juicio, sólo afectan a los aspectos económicos de la fusión, pero no a los aspectos sociales y el pluralismo político e informativo”</p>	<p>-</p>
<p>Sogecable – Canal Satélite</p>	<p>-</p>	<p>“los trabajadores de esta empresa han comenzado una serie de movilizaciones para evitar la drástica reducción de la plantilla que puede seguir a la fusión”</p>
<p>Jesús Polanco</p>	<p>“confía en que el Gobierno aprobará la fusión de Sogecable y Vía Digital”</p>	<p>“da por hecho delante de Rajoy que el Gobierno aprobará la fusión digital”, “lo tiene todo muy claro”, “no dio muestras de estar preocupado por la situación monopolística que generaría la fusión”, “el triunfalismo de Polanco”, “la capacidad de presión de Polanco”, “la carrera del presidente del grupo Prisa por controlar el 100% de la televisión de pago en España”, “sus ansias de monopolizar la TV”, “ha pretendido controlar el mercado de las cadenas vía satélite desde el año 1995”, “cada vez más cerca de quedarse con la TV de pago”</p>
<p>César Alierta</p>	<p>-</p>	<p>“respondió a los periodistas que él se mostraba igual de optimista que su socio”, “tendrá que aclarar ante sus accionistas y la opinión pública por qué –y a cambio de qué– entrega en estas condiciones el monopolio de la televisión digital a Polanco”</p>

Tabla 65

2.14. Polanco y Alierta firman la unión pero recurren al Supremo 5 de las 34 condiciones impuestas por el Gobierno

2.14.1. Contextualización

Los acuerdos del Consejo de Ministros del 29 de noviembre de 2002 adquirieron rango normativo el día 14 de enero de 2003 cuando se incluyeron las órdenes del Ministerio de Economía ECO/19/2003, de 8 de enero, en el Boletín Oficial del Estado número 12.

Dos semanas después, en concreto los días 28 y 29 de enero de 2003, Sogecable y Telefónica celebraron sendos Consejos de Administración en los que aprobaron la continuidad del proceso de integración de sus plataformas de televisión digital por satélite. Aunque ambas empresas habían considerado excesivamente duras las condiciones impuestas por el Gobierno, el 29 de enero, fecha en la que acababa el plazo, presentaron el nuevo acuerdo, que vino, por un lado, a desarrollar, precisar y modificar parcialmente el pacto firmado el 8 de mayo del año anterior, y por otro, a adecuar el contenido de los planes de actuación de la nueva compañía a los requisitos impuestos por el Consejo de Ministros el 29 de noviembre de 2002.

El acuerdo alcanzado estableció que Sogecable realizaría una ampliación de capital emitiendo 28.981,121 acciones nuevas, equivalentes al 23% del capital de la nueva sociedad y estaría destinado a ser suscrito por los accionistas de Vía Digital. Además, Vía Digital y Sogecable se comprometieron a que la deuda de ambas no superase, antes de la integración, los 425 millones y 705 millones, respectivamente.

Además, las dos entidades presentaron ante la Sala Tercera del Tribunal Supremo un recurso contencioso-administrativo en el que solicitaban anular cinco de las treinta y cuatro condiciones impuestas por el Consejo de Ministros el 29 de noviembre del año anterior al considerar que “no impedían la libre competencia entre los operadores”. En concreto, las restricciones que recurrieron fueron la fijación de los precios (condición decimoctava), la obligación de Sogecable a abrir un número de canales a terceras empresas (condición primera), la prohibición de comercializar conjuntamente la oferta televisiva con la de acceso a Internet (condición decimotercera), la que hace referencia a los acuerdos estratégicos (condición decimonovena) y la duración de las limitaciones (condición vigesimocuarta).

A continuación, analizaremos cómo trataron este asunto los dos diarios atendiendo a los textos publicados desde el 14 al 30 de enero de 2003.

2.14.2. *El País*

En la segunda quincena de enero de 2003, sólo encontramos tres informaciones en la cabecera del grupo Prisa, todas ellas publicadas el día 30 y referidas al acuerdo suscrito de nuevo por Sogecable y Telefónica y al recurso presentado por estas empresas ante el Tribunal

Supremo. Además, en ese mismo número este hecho fue destacado en portada, donde se remite a las páginas 47 y 48 de Economía, una sección que también se abre con este tema y en la que se dedican dos páginas casi completas. Todas las informaciones de ese día están firmadas por el propio diario.

Si entramos directamente a analizar las noticias correspondientes a ese día, leemos en primera página, concretamente en la parte superior de la columna derecha: *Telefónica y Sogecable firman la fusión y recurren cinco condiciones ante el Supremo*, y en el párrafo de portada se nos adelantan los principales aspectos de ese acuerdo por el que ambas entidades decidieron “continuar con el proceso de fusión de sus plataformas digitales”. Así podemos saber que “los recursos afectan a precios, comercialización, distribución y acuerdos estratégicos, así como a la duración de éstos”, que “los accionistas de Vía Digital pasarán a controlar el 23% de Sogecable tras la ampliación de capital que llevará a cabo para realizar la fusión”, mientras que Prisa y Groupe Canal + “se quedarán con el 16,38%” y por último, que “el número de consejeros Telefónica y estas dos empresas será el mismo”⁶⁰¹.

La sección de Economía del día 30 de enero de 2003 se abre con el siguiente titular a cinco columnas: *Sogecable y Vía Digital prosiguen su fusión*, con el antetítulo: *Telefónica controlará el 23% de la nueva plataforma, y PRISA y Groupe Canal +, un 16,38% cada una*. Todo ello, precedido de una entradilla en la que con el cintillo “La integración de las plataformas” se destaca que “más de 2,5 millones de abonados contarán a partir del verano de una nueva oferta de televisión de pago” en la que “Telefónica se reserva el derecho de mantener una posición mayoritaria en la nueva plataforma frente a Prisa y el grupo francés Canal +” y que aún queda pendiente la “elección del descodificador, el sistema de satélite y los detalles de la programación”. Esta página se ilustra con una fotografía de 3x4 módulos en la que observamos a los presidentes y consejeros de las dos empresas tras la firma del acuerdo. En el cuerpo de texto, tras destacar de nuevo los datos de la empresa resultante “con más de 2,5 millones de clientes e ingresos agregados de más de 1.300 millones de euros” y esbozar las condiciones que serán recurridas, se explica el nuevo acuerdo por el cual “Sogecable (participada por el grupo PRISA, editor de EL PAÍS) realizará una ampliación de capital por 28,981 millones de acciones nuevas, lo que constituirá el 23% del capital de la sociedad resultante destinado a los actuales accionistas de Vía Digital”, mientras que “PRISA y Groupe Canal + poseerán un 16,38% cada uno”. A continuación se señala que aunque “Telefónica se compromete a permanecer al menos tres años en el accionariado de Sogecable, renuncia al ejercicio de los derechos políticos del exceso que resulte sobre dicho porcentaje en el momento del canje” por lo que “la operadora tendrá una presencia en el Consejo de Administración de Sogecable similar a la del resto de los socios de referencia”. También se puntualiza que “Vía Digital y Sogecable se comprometen a que la deuda de ambas no superen, antes de la integración, los 425 millones y 705 millones, respectivamente”. Al final de la noticia se recogen las

⁶⁰¹ Véase ANEXO: documento 288.

declaraciones de Polanco quien dijo “no es un camino de rosas pero juntos tenemos capacidad para superar las dificultades que nos han puesto, que son muy serias. El que diga que no son dificultades serias simplemente es un ignorante, o en su vida se ha metido en una empresa” y de Alierta quien resaltó que el acuerdo “favorece en primer lugar a todos los consumidores, en segundo lugar a toda la industria audiovisual española y, en tercer lugar a los socios”. Asimismo, se citan brevemente al ministro de Ciencia y Tecnología quien “celebró el acuerdo” y del secretario de Organización del PSOE que “acogió positivamente la noticia”. En el último párrafo, se apunta que la Agrupación de Operadores de Cable “decidirá antes de la próxima semana si recurre al Tribunal Supremo el acuerdo adoptado por el Consejo de Ministros”⁶⁰².

Además, la información anterior se completa con un despiece bajo la fotografía titulado: *La nueva plataforma asumirá los costes del cambio*, donde se anuncia que “las dos compañías seguirán operando de forma independiente hasta el verano” y que hasta entonces “un comité determinará los aspectos técnicos de la nueva plataforma en cuanto a distribución y recepción de las señales y la oferta de programas (...) y la utilización de un sistema tecnológico u otro”. Del mismo modo, se señala que “los costes derivados de estas modificaciones no serán repercutidos a los abonados”.

En la página 48 encontramos las otras dos noticias de esa jornada sobre este asunto a cuatro columnas. En la parte superior, un texto titulado: *Los operadores recurren cinco de las condiciones impuestas por el Gobierno*, donde se describen cada una de ellas, tras explicar que “son de ámbito general, mientras se aceptan las 10 relativas a los derechos audiovisuales del fútbol”. Por otro lado, en la parte inferior, y bajo el titular: *El fin de un largo proceso*, se hace una cronología desde 1997 cuando “Canal Satélite Digital abrió el camino de la televisión digital en España” hasta el día anterior cuando concluía el plazo “para presentar ante el Servicio de Defensa de la Competencia un plan detallado de actuaciones y plazos para la instrumentalización de las condiciones impuestas por el Ejecutivo” y donde se describe que “tras una etapa marcada por obstáculos legislativos y polémicas como la llamada guerra del fútbol, Sogecable y Telefónica anunciaron en julio de 1998 una alianza de integración (...). Finalmente, no prosperó. Cuatro años más tarde, ya con César Alierta al frente de Telefónica se retomaron las negociaciones. El pasado 8 de mayo Sogecable y Telefónica anunciaron un acuerdo (...). Comenzó entonces una compleja andadura por las autoridades de la competencia”⁶⁰³.

⁶⁰² Véase ANEXO: documento 289.

⁶⁰³ Véase ANEXO: documento 290.

2.14.3. *El Mundo*

Desde el 14 de enero de 2003, fecha en la que adquieren rango normativo los acuerdos del Consejo de Ministros del 29 de noviembre del año anterior, hasta el día 30 de ese mes, un día después de que se presentara el nuevo acuerdo entre las plataformas, *El Mundo* publicó tres informaciones y un editorial sobre este tema. Las primeras siempre en la sección España, dos de ellas firmadas por el periodista Juan Fornieles y una sin firma.

El primer día que aparece una noticia en este bloque corresponde al 29 de enero, cuando la columna derecha de la página 12 se titula: *Sogecable aprueba la fusión y a Martín Villa como posible presidente*. En ella, este diario se hace eco de la noticia emitida por Onda Cero el día anterior cuando el consejo de administración de Sogecable “había aprobado la fusión” y se centra en la posibilidad de que Martín Villa asuma la presidencia de la nueva compañía. En este último sentido se hace referencia a que “en conversación telefónica con EL MUNDO” Villa apuntó que “por el momento, es incompatible” con su responsabilidad como comisionado para el seguimiento de los daños provocados por el Prestige. Al final del texto se señala que “fuentes oficiales de la propietaria de Canal Satélite declinaron hacer ningún tipo de comentario con respecto a la información adelantada por la cadena de radio, confirmando sólo la celebración del mencionado consejo. Telefónica, por su parte, tiene previsto celebrar hoy su consejo de administración en Madrid, de donde, con casi toda seguridad, saldrá el visto bueno a la operación de concentración de las dos televisiones de pago”.

Al día siguiente, *El Mundo* destaca en un recuadro en la columna derecha de la portada: *Polanco se queda la gestión de la TV de pago y Telefónica con gran parte de sus deudas*, y se destacan dos aspectos a modo de subtítulo: *En el acuerdo final, César Alierta asume un pasivo de 925 millones a cambio del 23% de la sociedad, pero renuncia “al ejercicio de los derechos políticos” y Prisa, con sólo el 16,38% de los títulos, tendrá el mismo número de consejeros y además nombrará al consejero delegado*. En esta primera página se nos remite a la página 17 y al editorial de la página 3 para ampliar este asunto⁶⁰⁴.

En la sección España, las dos informaciones de ese día ocupan la página 17 completa. La más destacada a cuatro columnas, con el titular: *Telefónica asume una deuda de 925 millones a cambio del 23% de la nueva Sogecable*, y con los subtítulos: *La compañía presidida por Alierta renuncia a ejercer los derechos que tendría al poseer más acciones que Prisa y Canal Plus / La Fusión de Vía Digital y de Canal Satélite se culminará en junio*. Esta noticia está ilustrada con una fotografía de 2x3 en la que se ve en primer plano a Javier Ruiz Polanco, Jesús Polanco, César Alierta y Luis Abril tras la firma del nuevo acuerdo y bajo ella, una infografía con los principales datos de la fusión: accionariado, abonados, ingresos, deuda acumulada, apoyos de la integración y cotización en Bolsa de Telefónica y Sogecable. En el texto, se resalta lo que el nuevo acuerdo supondrá para la compañía de telecomunicaciones: “César Alierta ha tenido

⁶⁰⁴ Véase ANEXO: documento 291.

que tirar de caja para fusionar su televisión de pago (...). Para ostentar un 23% de la nueva Sogecable, Alierta se ha comprometido a asumir una deuda de unos 925 millones de euros, lo que supone abonar 300 millones más de los previstos en mayo de 2002” y se especifica que para ello “deberá suscribir un préstamo participativo de 50 millones de euros, avalar un préstamo subordinado de 175 millones y entregar Vía Digital con sólo una deuda de 425 millones” porque “la deuda acumulada de Vía Digital a 31 de diciembre de 2002 era de 1.125 millones de euros” y “tendrá que sanear 700 millones del balance antes de ceder su cadena de pago. Esta cantidad, junto a los dos préstamos, suma los 925 millones ya mencionados”. Más adelante, se recoge que “el acuerdo, que culminará en junio dando lugar al monopolio de la TV de pago por satélite, contempla la posibilidad, inicialmente excluida, de que la participación final de Telefónica en Sogecable exceda de las ostentadas por Prisa y Groupe Canal Plus, que disfrutarán cada una de 16,38% de los títulos”. Con respecto al recurso presentado ante el Tribunal se dedican tres párrafos en los que leemos que “instan a la anulación de algunas de las 34 restricciones impuestas por el Consejo de Ministros” y se enumeran cuáles son. A continuación se define “el reparto de poder” en el que “Alierta no será quien mande en la operadora puesto que ha renunciado expresamente al ejercicio de los derechos políticos que le otorgarían su mayor tanto por ciento de títulos”. Al final del texto, se citan “fuentes cercanas a la compañía” según las cuales “se prevén fuertes pérdidas hasta dentro de tres o cuatro años” y se dice que “arrancará con 2,5 millones de hogares abonados y con unos ingresos agregados anuales de unos 1.300 millones de euros”. Por último, la página se completa con la noticia de la columna derecha: *Los bancos de inversión no la aprobaban*, donde se hace referencia a tres informes de UBS Warburg, Merrill Lynch y Lelman Brothers en los “no veían claro el motivo por el que Alierta ha pagado un enorme sobrepeso por universo a Sogecable” ya que consideraban que “Canal Satélite debería haber seguido siendo independiente hasta que Vía Digital cerrara sus puertas” porque “el primer problema es que los actuales *números rojos* de ambas operadoras van a seguir empeorando”⁶⁰⁵.

Por último, el 30 de enero, este diario publicó un editorial en el que se posicionó sobre el nuevo acuerdo bajo el titular: *Consumado el monopolio digital*. Para *El Mundo* “el acuerdo demuestra que las condiciones establecidas por el Consejo de Ministros eran asumibles como ya dijimos en su día, en contra de otras interpretaciones que las consideraban duras e incluso inasumibles” y considera que con ello “se consumó un monopolio que Jesús Polanco gestionará a su antojo con la práctica desaparición de la posibilidad de competir para otros operadores”. Insiste poco más adelante en el hecho de que “los telespectadores no tendrán la oportunidad de elegir” y de que “no se trata de un acuerdo que favorezca por igual a ambas partes”. Al final, este diario critica la actitud del Ejecutivo en este tema señalando que “lo más preocupante es la forma en la que el Gobierno ha despachado este asunto, sin explicarlo ante el Parlamento ni ante la opinión pública, como si se tratara de una cuestión estrictamente

⁶⁰⁵ Véase ANEXO: documento 292.

técnica y no pusiera en peligro la libre competencia y el pluralismo” y lo valora como “una gravísima hipoteca para el futuro de la sociedad española” y “una de las partes más negativas que el actual presidente del Gobierno legará a su sucesor”⁶⁰⁶.

2.14.4. *El País* vs. *El Mundo*

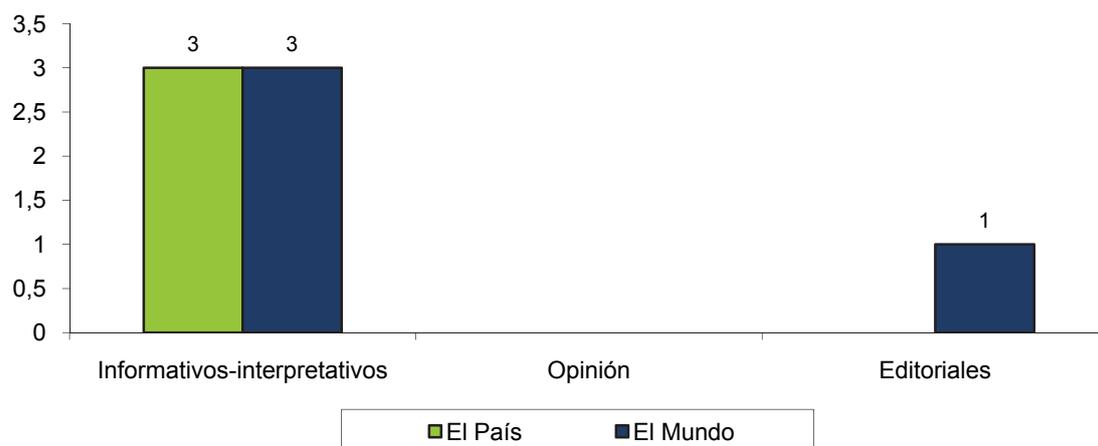
Durante el periodo de tiempo transcurrido entre el 14 y el 30 de enero de 2003, ambos diarios publicaron prácticamente el mismo número de textos y lo destacaron en portada el mismo día y en el mismo lugar. Sin embargo, observamos diferencias en el lugar en el que ubicaron estas noticias los dos periódicos: *El País* continuó en su sección de Economía y *El Mundo* en España, aunque lo más destacable es que esta última cabecera sí se posicionó en torno al nuevo acuerdo a través del editorial publicado.

A continuación, se recogen en las dos tablas y el gráfico el número de textos y los géneros utilizados por cada medio, así como el lugar en el que los encontramos.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	3	3
Opinión	-	-
Editoriales	-	1
Total	3	4

Tabla 66

Gráfico 24. Géneros periodísticos



⁶⁰⁶ Véase ANEXO: documento 293.

Sección	El País	El Mundo
Portada	1	1
Sociedad	-	-
Primer plano	-	-
Comunicación	-	-
España	-	3
Economía	3	-
Opinión	-	1
Suplementos	-	-
Total (sin contar portada)	3	4

Tabla 67

Por lo visto anteriormente, podemos destacar que las principales diferencias corresponden de nuevo al tratamiento que dieron ambos periódicos a este hecho. Mientras que *El País* destaca los aspectos positivos del acuerdo, las cifras de la nueva plataforma resultante y el papel destacado que tendrá Telefónica como socio mayoritario, *El Mundo* prefiere resaltar los compromisos económicos que asume la compañía de telecomunicaciones y que valora como excesivos, avalándolo con varios informes de los bancos de inversión e insiste de nuevo en las consecuencias negativas de la fusión como la creación de un monopolio en la televisión de pago que pone en peligro la libre competencia y el pluralismo. Además, el diario del grupo Prisa dedica una información completa al recurso presentado ante el Tribunal Supremo, algo que el periódico de Pedro J. Ramírez sólo recoge en tres párrafos, aunque este diario sí se posiciona y critica una vez más la postura del Gobierno en este tema.

En la siguiente tabla, resumimos las posiciones de ambos medios con respecto a las principales categorías temáticas y de agentes que aparecen en este hito.

Categorías	El País	El Mundo
Nuevo acuerdo de Sogecable y Telefónica	“continúan el proceso de fusión de sus plataformas digitales”, “prosiguen su fusión”, “Vía Digital pasará a controlar el 23% de Sogecable tras la ampliación de capital”, “el número de consejeros de Telefónica y estas dos empresas será el mismo”, “Telefónica se reserva el derecho de mantener una posición mayoritaria en la nueva plataforma”	“culminará en junio dando lugar al monopolio de la TV de pago por satélite”, “el acuerdo demuestra que las condiciones establecidas por el Consejo de Ministros eran asumibles como ya dijimos en su día en contra de otras interpretaciones que las consideraban duras e incluso inasumibles”, “se consumó un monopolio que Jesús Polanco gestionará a su antojo con la práctica desaparición de la posibilidad de competir para otros operadores”
Nueva plataforma tras la fusión	“más de 2,5 millones de abonados contarán a partir del verano de una nueva oferta de televisión de pago”	-
Recurso de 5 de las 34 condiciones	“instando a la anulación de las condiciones impuestas por el Ejecutivo, que según las partes, no impedirían la libre	“instando a la anulación de las 34 restricciones impuestas por el Consejo de Ministros”

	competencia y podrían dificultar el desarrollo de la compañía resultante”	
Sogecable	“En 1997, Canal Satélite Digital abría el camino de la televisión digital en España”	-
Telefónica	“se compromete a permanecer tres años en el accionariado”, “renuncia al ejercicio de los derechos políticos del exceso que resulte sobre dicho porcentaje en el momento del canje”	“asume una deuda de 925 millones a cambio del 23% de la nueva Sogecable”, “deberá suscribir un préstamo participativo de 50 millones de euros, avalar un préstamo subordinado de 175 millones y entregar Vía Digital con sólo una deuda de 425 millones”
Jesús Polanco	“no es un camino de rosas pero juntos tenemos capacidad para superar las dificultades que nos han puesto. El que diga que no son dificultades serias simplemente es un ignorante, o en su vida se ha metido en una empresa”	“Polanco se queda la gestión de la TV de pago”, “se queda con el control de la gestión de la sociedad”
César Alierta	“el acuerdo favorece en primer lugar a todos los consumidores”	“asume un pasivo de 925 millones a cambio del 23% de la sociedad, pero renuncia al ejercicio de los derechos políticos”, “ha tenido que tirar de la caja para fusionar su televisión de pago con la de Prisa”, “no será quien mande en la operadora puesto que ha renunciado expresamente al ejercicio de los derechos políticos que le otorgarían su mayor tanto por ciento de títulos”
Gobierno	“el Gobierno auspició el lanzamiento de Vía Digital”	“lo más preocupante es la forma en la que el Gobierno ha despachado este asunto, sin explicarlo ante el Parlamento ni ante la opinión pública, como si se tratara de una cuestión estrictamente técnica y no pusiera en peligro la libre competencia y el pluralismo”, “una gravísima hipoteca para el futuro de la sociedad española”, “quedará como una de las partes más negativas que el actual presidente del Gobierno legará a su sucesor”
Abonados: ventajas e inconvenientes de una plataforma	“los costes derivados de estas modificaciones no serán repercutidos a los abonados”	“los telespectadores no tendrán la oportunidad de elegir”

Tabla 68

2.15. El Servicio de Defensa de la Competencia da luz verde al acuerdo entre las plataformas

2.15.1. Contextualización

El nuevo acuerdo suscrito entre Sogecable y Telefónica fue remitido al Servicio de Defensa de la Competencia el día 29 de enero de 2003. Ese mismo día finalizaba el plazo de dos meses que le había dado el Gobierno en el Consejo de Ministros en el que se autorizó la fusión con 34 condiciones y que obligaba a las dos empresas a presentar un plan detallado de actuaciones y los plazos para la instrumentalización de las condiciones impuestas.

Este organismo, dependiente del Ministerio de Economía, finalmente se pronunció el día 3 de abril de 2003, cuando notificó la aprobación del plan de actuaciones, presentado conjuntamente por Sogecable y Telefónica, para la integración de Vía Digital en la nueva Sogecable.

Para conocer cómo informaron ambos medios de comunicación, objeto de esta tesis doctoral, sobre este hecho, se analizarán los textos publicados durante los días previos y posteriores a la notificación del Servicio de Defensa de la Competencia, en concreto del 1 al 7 de abril de 2003.

2.15.2. *El País*

Durante la primera semana de abril de 2003 sólo encontramos una información en este diario relacionada con el tema que nos ocupa en este apartado. Se trata de una noticia, firmada por el propio diario y ubicada en la página 42 que corresponde a Comunicación. En concreto, está situada en la mitad superior derecha y se titula a tres columnas: *El Gobierno aprueba el plan para integrar Sogecable y Vía Digital*, y se completa con el subtítulo: *La nueva plataforma ofrecerá en verano más de 160 canales y servicios*. En la entradilla de esa información se puntualiza que ha sido “el Servicio de Defensa de la Competencia, dependiente del Ministerio de Economía” el organismo que “dio ayer luz verde al plan de actuaciones presentado conjuntamente por Sogecable (propietaria de Canal Satélite Digital y Canal +) y Telefónica (principal accionista de Vía Digital) el pasado 29 de enero, para la integración de las dos televisiones de pago”.

En el cuerpo de texto se insiste en el hecho de que con esta aprobación “culmina el proceso ante las autoridades administrativas de la competencia para llevar a cabo la fusión de las dos plataformas” y a partir de ahora, “ambas compañías ponen en marcha los mecanismos de integración”. Además se resaltan las características de la nueva compañía: “Nacerá así la plataforma líder de la televisión de pago en España con cerca de 2,5 millones de abonados y unos ingresos de más de 1.300 millones de euros en el presente ejercicio (...). Los abonados tendrán a su alcance mayor cantidad y variedad de productos. A partir del verano, la plataforma

ofrecerá más de 160 canales y servicios, con los mejores contenidos que actualmente distribuyen por separado (...). A estos productos audiovisuales se unen múltiples servicios interactivos". Con respecto al acuerdo se recuerda que "PRISA (editor de EL PAÍS) y Groupe Canal + continuarán siendo, junto a Telefónica, los socios de referencia de Sogecable. La compañía que preside César Alierta se compromete a permanecer en el accionariado de esta empresa durante un mínimo de tres años a contar desde el canje de acciones (...). Los socios trabajarán conjuntamente en la definición del descodificador que se utilizará (...). La nueva plataforma mantendrá en 2003 los precios a los abonados, tal y como establecía una de las condiciones impuestas por el Consejo de Ministros en noviembre pasado". Al final se cita el comunicado de Sogecable para explicar que "la operación se enmarca en el proceso de consolidación de la televisión de pago por satélite en toda Europa y contribuirá decisivamente al desarrollo de la industria audiovisual y la cultura española" y se señala que "la Bolsa acogió favorablemente el acuerdo del Gobierno"⁶⁰⁷.

2.15.3. *El Mundo*

Por su parte, este periódico también publicó una única información sobre este tema el día 4 de abril de 2003, en la página 57 que corresponde a la sección Comunicación. Esta noticia, que está firmada por el periodista Baltasar Montaña, aparece en las cuatros columnas de la izquierda, recuadrada y ocupando dos tercios de la página, con el titular: *Competencia aprueba la fusión de Vía Digital y Canal Satélite*, y precedido por el siguiente antetítulo: *Concentración / Las dos plataformas compartirán la misma programación este verano / La nueva compañía contará con 2,5 millones de clientes y facturará 1.300 millones*. Además, esta información está ilustrada con una fotografía de 2x3 que refleja un apretón de manos entre Polanco y Alierta.

En el cuerpo de texto, el diario explica que "el Servicio de Defensa de la Competencia anunció ayer la aprobación del plan de actuaciones presentado por Sogecable y Telefónica para la fusión de las plataformas de televisión" y de esta forma "da luz verde al plan que recoge la aceptación por parte de las dos compañías de las 34 condiciones impuestas por el consejo de ministros (...). A partir de ahora, las dos plataformas iniciarán el proceso de integración de Vía Digital en Sogecable, que dará lugar a una plataforma única de televisión digital vía satélite, con cerca de 2,5 millones de abonados y unos ingresos anuales conjuntos de más de 1.300 millones de euros". Más adelante, se señala que "Sogecable anunció que ambas plataformas comenzarán a emitir la misma programación este verano de forma simultánea, mientras deciden qué descodificador utilizarán y el satélite por el que enviarán su señal conjunta". Asimismo se apunta que "según el planteamiento de la operación, en la nueva Sogecable, el grupo Prisa controlará un 23% del capital, el mismo paquete que tendrá su socio Canal Plus

⁶⁰⁷ Véase ANEXO: documento 294.

Francia y el grupo Telefónica” y se califica el visto bueno del SDC como “el día del sí definitivo de la fusión de las plataformas”.

Por otro lado, en la segunda parte de la información se resalta que esta aprobación “pone el punto y final a un polémico proceso iniciado el 8 de mayo de 2002” cuando ambas empresas anunciaron la fusión y se hace un breve repaso desde entonces, subrayando que “la operación, justificada entre otros argumentos por las fuertes pérdidas arrastradas por ambas empresas, levantó fuertes críticas porque suponía la casi desaparición de la competencia en el mercado de la televisión de pago” y que por ello, “el Gobierno decidió imponer 34 limitaciones al acuerdo, que los operadores de cable, principales afectados por la operación, consideraron en su momento blandas y fáciles de cumplir”. Asimismo, se apunta que “la fusión obliga a Telefónica a salir del capital de Antena 3, en virtud de la Ley de Televisión Privada”. Al final del texto, se cita a Felipe Alcaraz, portavoz de IU en el Congreso, quien “advirtió de que la fusión provocará el aumento de los precios, la caída de la calidad de los contenidos y la disminución de la pluralidad informativa (...) y propuso un mayor reparto del accionariado de la nueva plataforma, para evitar un monopolio más que evidente”⁶⁰⁸.

2.15.4. *El País* vs. *El Mundo*

En esta ocasión, ambos diarios coinciden en los aspectos más formales, aunque sí encontramos algunas diferencias en el enfoque que dieron a la información.

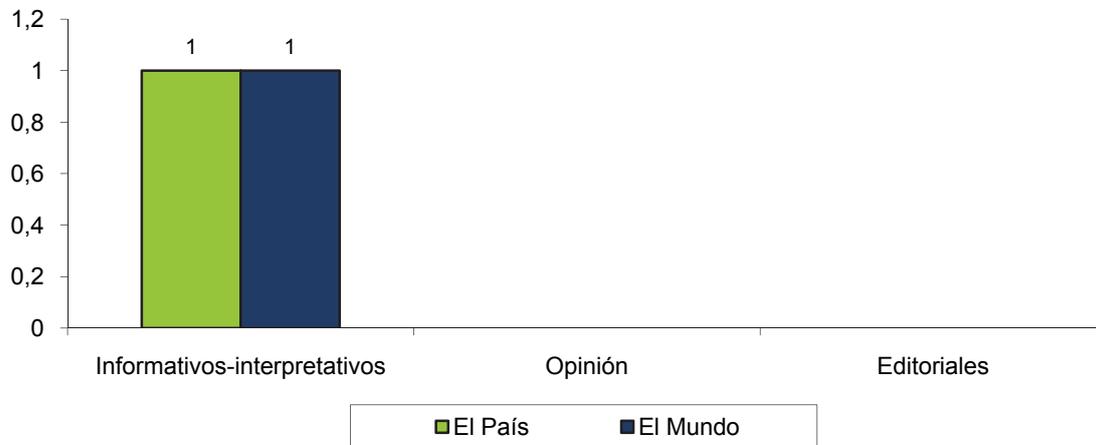
Con respecto a los aspectos cuantitativos, en las siguientes tablas y gráfico, reflejamos las coincidencias entre los dos periódicos. Ambos publicaron una sola noticia sobre este asunto y ambos la ubicaron en la sección de Comunicación.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	1	1
Opinión	-	-
Editoriales	-	-
Total	1	1

Tabla 69

⁶⁰⁸ Véase ANEXO: documento 295.

Gráfico 25. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	-	-
Sociedad	-	-
Primer plano	-	-
Comunicación	1	1
España	-	-
Economía	-	-
Opinión	-	-
Suplementos	-	-
Total (sin contar portada)	1	1

Tabla 70

Con respecto a los aspectos cualitativos, debemos señalar que sí encontramos algunas diferencias en cómo definieron los dos medios la aprobación del Servicio de Defensa de la Competencia y lo que ello significaba. Además, de nuevo, *El País* vuelve a hablar de integración entre las plataformas mientras que *El Mundo* prefiere utilizar términos como fusión o concentración. En la siguiente tabla se resumen estos distintos puntos de vista atendiendo a diferentes categorías.

Categorías	El País	El Mundo
Aprobación definitiva del acuerdo entre Sogecable y Telefónica	“el Gobierno aprueba el plan para integrar Sogecable y Vía Digital”, “culmina el proceso ante las autoridades administrativas de la competencia”, “ambas compañías ponen en marcha los mecanismos de integración”, “el SDC da luz verde al plan de actuaciones presentado conjuntamente por Sogecable y Telefónica para la integración de las dos televisiones de pago”	“el día del sí definitivo de la fusión de las plataformas”, “pone el punto y final a un polémico proceso iniciado el 8 de mayo de 2002”, “aprueba la fusión de Vía Digital y Canal Satélite”, “anunció la aprobación del plan de actuaciones presentado por Sogecable y Telefónica para la fusión de las plataformas”

Nueva plataforma	“ofrecerá en verano más de 160 canales y servicios”, “nacerá así la plataforma líder de la televisión de pago en España”, “con los mejores contenidos que actualmente distribuyen por separado”	“el proceso de integración de Vía Digital en Sogecable dará lugar a una plataforma única de televisión digital vía satélite”, “suponía la casi desaparición de la competencia en el mercado de la televisión de pago”
Abonados: ventajas e inconvenientes de una plataforma	“tendrán a su alcance mayor cantidad y variedad de productos, con los mejores contenidos”	-
Bolsa	“acogió favorablemente el acuerdo del Gobierno”	-

Tabla 71

2.16. Las Juntas de Accionistas de Sogecable y Vía Digital aprueban la fusión

2.16.1. Contextualización

El 13 de mayo de 2003, las Juntas de Accionistas de Sogecable y Vía Digital aprobaron el acuerdo de fusión con lo que se daba luz verde definitiva a la nueva Sogecable, casi un mes y medio después de que el Servicio de Defensa de la Competencia diera el visto bueno al plan de actuaciones presentado conjuntamente por Sogecable y Telefónica en abril de 2003.

A partir de ese momento, comenzaría el proceso de integración de las dos plataformas, un proceso que se extenderá hasta el 21 de julio de ese mismo año, fecha en la que comenzaron las emisiones de Digital +.

En este bloque temático analizaremos los textos publicados por ambos medios sobre las Juntas de Accionistas de ambas empresas para conocer como informaron de ello, un hecho que los diarios cubrieron sólo al día siguiente de producirse, es decir, el 14 de mayo de 2003.

2.16.2. *El País*

La única información que este diario publicó sobre este hito aparece en la sección de Economía, en concreto en la página 66, recuadrada en las cuatro columnas de la derecha y ocupando algo más de la mitad superior. El titular de la noticia es: *La nueva plataforma digital comenzará a emitir en julio sin cambio de descodificadores*, y en el subtítulo se concreta: *Las juntas de Sogecable y Vía Digital aprueban la fusión de las dos televisiones de pago*. Esta noticia, que está firmada por el propio periódico, está ilustrada con una fotografía de la junta de accionistas de Sogecable en la que se ve a Jesús Polanco en el centro de la imagen.

Tras resumir en la entradilla los dos aspectos destacados en titular y subtítulo, el texto comienza diciendo: “la nueva plataforma digital ya está en marcha” y se explica que las juntas de accionistas “aprobaron ayer su integración en una única sociedad que liderará el mercado de la televisión de pago en España”. En el cuerpo de la noticia, estructurada en torno a las declaraciones de Javier Díez de Polanco y Jesús Polanco, conocemos que “los más de 2,5 millones de abonados de ambas empresas disfrutarán de una nueva programación conjunta a partir del próximo mes de julio” y que para ello “no precisarán realizar ninguna modificación ni en los descodificadores ni en las antenas parabólicas, ya que se mantendrán las emisiones por los dos sistemas de satélite”. Asimismo se nos informa de que “previamente, a finales de mayo se conocerá la nueva denominación de la plataforma y a mediados de junio se presentará la programación (...) que cubrirá todos los segmentos de audiencia y reforzará los contenidos que ya ofrecen actualmente Sogecable y Vía Digital” y que por supuesto “se mantendrán los precios actuales, como dicta una de las condiciones impuestas por el Gobierno para autorizar la fusión”.

En cuanto a las declaraciones que se incluyen en la información, se trata de mensajes positivos en torno a la nueva plataforma, como, por ejemplo: “Polanco se mostró convencido que el futuro del sector pasa por la televisión de pago cuya viabilidad está asegurada” o las palabras de Díez de Polanco en las que indicó que “la televisión de pago, en nuestro país alcanzará los cinco millones de abonados en 2005 (...) y que la nueva plataforma surgida tendrá un rápido y considerable aumento de abonados”.

Al final se explica que “antes del 15 de junio se procederá al canje de acciones para el que Sogecable aprobó ayer una ampliación de capital destinada a los actuales accionistas de Vía Digital. De esta forma, Telefónica controlará hasta el 23% de la nueva sociedad, mientras que PRISA, que seguirá asumiendo la gestión, y Groupe Canal + poseerán un 16,38% cada uno”.

Por último, nos parece reseñable destacar que a pesar de anunciarnos en el subtítulo de la noticia que también se celebró la junta de accionistas de Vía Digital, en el texto no encontramos ninguna declaración de sus directivos ni se aporta ningún detalle de la misma⁶⁰⁹.

2.16.3. *El Mundo*

Por su parte, este periódico también publicó una sola noticia sobre la aprobación de la fusión en las juntas de accionistas de ambas empresas, aunque no se hizo referencia a este hecho ni en el titular: *Díez de Polanco dice que la plataforma vale 1.400 millones aunque pierda 294,2*, ni en el antetítulo: *Fusión / La nueva plataforma digital única, nacida de la absorción de Vía Digital por Sogecable, comenzará a funcionar a principios del próximo mes de julio*. Esta información la encontramos en la página 65, en la sección Comunicación, recuadrada en la parte superior izquierda y a cuatro columnas. No se trata de una noticia extensa, pues está ilustrada con una infografía de la evolución de abonados y del resultado de Sogecable desde 1998 a 2002, y además lleva un despiece titulado “*Una programación contundente y ‘tumbativa’*”.

El cuerpo de texto, firmado por la periodista Ana Porto, comienza señalando que el consejero delegado de Sogecable “valoró ayer la nueva plataforma digital en 1.400 millones, a pesar de que Sogecable y Vía Digital obtuvieron unas pérdidas de 54,2 y 240 millones, respectivamente en el pasado ejercicio” y “según anunció el resultado neto consolidado reflejó en 2002 unas pérdidas de 54,2 millones frente a los 2,8 millones de beneficios de 2001”. Tenemos que llegar al tercer párrafo para saber que “la nueva plataforma digital nacida de la integración de Vía Digital en Sogecable comenzará a funcionar a principios del próximo mes de julio” y casi al final conocemos que “desde el punto de vista jurídico, los siguientes pasos de la fusión pasan por la operación de canje de acciones, antes del 15 de junio una vez aprobada ayer la ampliación de capital por valor de 57.962.242 euros”. Estos últimos datos se concretan algo más al explicar

⁶⁰⁹ Véase ANEXO: documento 296.

que “la relación de canje establecida supone valorar el 100% Vía Digital en un 23% de la Sogecable resultante de la ampliación de capital”. En el último párrafo, se apunta que “la operadora que preside César Alierta ocupará en las próximas semanas cuatro de los cinco puestos a los que tiene derecho en el consejo de administración”.

Por otro lado, es en el destacado donde se aportan los detalles técnicos y de contenido de la nueva plataforma citando las palabras de Javier Díez de Polanco: “A finales del mes de mayo daremos a conocer el nombre de la nueva plataforma y el próximo mes de junio la programación (...) que será contundente y ‘tumbativa’ y va a cubrir todos los nichos de audiencia”. Además, se recoge que también “afirmó que los descodificadores de las dos plataformas son compatibles por lo que aseguró que no será necesario que los usuarios cambien de aparato (...) y que la nueva plataforma no incrementará sus precios”⁶¹⁰.

2.16.4. *El País* vs. *El Mundo*

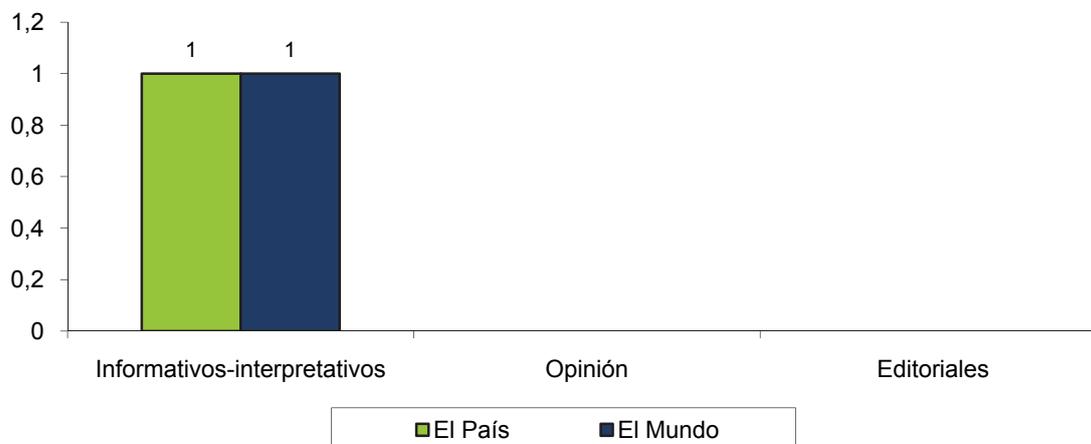
En esta ocasión, ambos periódicos coinciden de nuevo en el número de textos publicados y en el género empleado para informar sobre la celebración de las juntas de accionistas donde aprobaron la fusión definitiva, si bien, *El País* prefirió ubicarla en la sección de Economía y *El Mundo* optó por Comunicación. A continuación, pueden verse estos aspectos cuantitativos comparados en las siguientes tablas.

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	1	1
Opinión	-	-
Editoriales	-	-
Total	1	1

Tabla 72

⁶¹⁰ Véase ANEXO: documento 297.

Gráfico 26. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	-	-
Sociedad	-	-
Primer plano	-	-
Comunicación	-	1
España	-	-
Economía	1	-
Opinión	-	-
Suplementos	-	-
Total (sin contar portada)	1	1

Tabla 73

Por otro lado, con respecto al tratamiento cualitativo los dos medios enfocaron la información desde perspectivas diferentes aunque ambos periódicos utilizaron las declaraciones de Javier Díez de Polanco en la junta de accionistas de Sogecable para estructurar sus noticias. Si *El País* prefiere destacar los aspectos positivos de la nueva plataforma que considera “liderará el mercado de la televisión de pago en España” y que “comenzará a emitir en julio”, *El Mundo* se centra en los datos económicos y sobre todo, resalta las pérdidas: “la plataforma vale 1.400 millones, a pesar de que Sogecable y Vía Digital obtuvieron unas pérdidas de 54,2 y 240 millones, respectivamente en el pasado ejercicio”. En la siguiente tabla se recogen todas estas diferencias.

Categorías	El País	El Mundo
Nueva plataforma	“ya está en marcha”, “comenzará a emitir en julio”, “liderará el mercado de la televisión de pago en España”, “con más de 2,5 millones de abonados”, “se mantendrán las emisiones por los dos sistemas de satélites”, “la programación cubrirá todos los segmentos de audiencia y reforzará los contenidos que ya ofrecen actualmente Sogecable y Vía Digital por separado”, “tendrá un rápido y considerable aumento de abonados”, “se mantendrán los precios actuales”	“la nueva plataforma digital única, nacida de la absorción de Vía Digital por Sogecable, comenzará a funcionar a principios del próximo mes de julio”, “valoró la nueva plataforma digital en 1.400 millones, a pesar de que Sogecable y Vía Digital obtuvieron unas pérdidas de 54,2 y 240 millones, respectivamente, en el pasado ejercicio”, “una programación contundente y tumbativa”, “va a cubrir todos los nichos de audiencia”
Canje de acciones	“Sogecable aprobó una ampliación de capital destinada a los actuales accionistas de Vía Digital. De esta forma, Telefónica controlará hasta el 23% de la nueva sociedad, mientras que PRISA, que seguirá asumiendo la gestión, y Groupe Canal + poseerán un 16,38% cada uno”	“una vez aprobada ayer la ampliación de capital por valor de 57.962.242 euros”, “la relación de canje establecida supone valorar el 100% Vía Digital en un 23% de la Sogecable resultante de la ampliación de capital”
Abonados: ventajas e inconvenientes una plataforma	“no necesitarán cambiar de descodificadores ni de antenas parabólicas”	“afirmó que los descodificadores de las dos plataformas son compatibles por lo que aseguró que no será necesario que los usuarios cambien de aparato”

Tabla 74

2.17. Digital + inicia sus emisiones

2.17.1. Contextualización

El 21 de julio de 2003 comienzan las emisiones de Digital +, nombre comercial de la nueva oferta de televisión digital por satélite integrada por Telefónica, Sogecable y Groupe Canal +, tras la absorción de Vía Digital, y que presenta una rejilla de programación con más de 160 canales y servicios audiovisuales por primera vez en España.

Esta oferta fue presentada oficialmente tres días antes, el 18 de julio de 2003. Por eso, en este bloque temático analizaremos los textos publicados por ambos medios entre el 19 y el 25 de julio de 2003, una semana en la que se presentó la programación, se iniciaron las emisiones y se hicieron las primeras valoraciones.

2.17.2. *El País*

Este diario cubrió la presentación y el inicio de las emisiones de Digital + a través de cinco noticias que ocuparon tres páginas casi completas, desde el día 19 al 22 de julio, y en las que se hizo una descripción detallada de los nuevos contenidos. Además, en la primera jornada este tema se destacó en portada, aunque de manera discreta, en la parte inferior de la columna derecha a modo de sumario: *Digital + nace con más de 150 canales y 2,5 millones de abonados*, y se remite a la página 60, en la sección Televisión / Radio, para ampliar la información donde encontramos tres textos que ocupan toda esa página.

La noticia más destacada de ese primer día ocupa tres tercios de página a cuatro columnas bajo un titular similar al de portada: *Digital + nace con una oferta de más de 150 canales y servicios audiovisuales*, y completando en el subtítulo: *La nueva plataforma de televisión por satélite estará operativa el próximo lunes*. En la entradilla se resalta que será “una programación renovada, con contenidos más atractivos de los que hasta ahora difundían las dos compañías por separado” en la que los abonados “tendrán acceso a 150 canales y servicios audiovisuales sin necesidad de efectuar modificaciones en los equipos receptores”. A continuación, en el texto, ilustrado con una fotografía de tres directivos de Sogecable y una infografía de la evolución de los hogares abonados desde el año 1997, se comienza explicando que este lanzamiento se produce “después de 14 meses de un apretado trabajo empresarial y jurídico de los dos equipos directivos de las plataformas y de un largo periplo administrativo por los organismos de la competencia” porque “el proceso de fusión (...) comenzó en mayo de 2002 y culminará el próximo lunes, con el nacimiento de Digital +” y se añade que “el último paso de la integración se dio esta semana con la adquisición, por parte de Sogecable, del 40% de Audiovisual Sport”. En la segunda parte de la noticia, precedida por el destacado “Seis años de experiencia” se describe la nueva compañía que según este diario “aglutina la experiencia de Sogecable y Vía Digital, que durante seis años han operado por separado, y alberga los

mejores canales y productos audiovisuales del espectro nacional e internacional” y cuya oferta “producirá una transformación en los hábitos de consumo y contribuirá a la digitalización de los hogares españoles” ya que los clientes “tendrán acceso a una oferta mucho más atractiva e innovadora” donde los “diferentes modelos de empaquetamiento de canales cubren todas las opciones de entretenimiento, ocio e información y ofrecen un abanico de posibilidades para los poderes adquisitivos”. Además, en la noticia se citan declaraciones de Carlos Abad, director general de Sogecable y Javier Díez de Polanco, consejero delegado, quienes valoran el nacimiento de Digital + como “una verdadera refundación de la televisión de pago” o “el motor para el desarrollo de la industria de contenidos” en el que “los grandes beneficiados del proceso de integración serán los abonados”.

Bajo la información anterior, aparece otra más breve titulada: *Cine y deportes, estrellas de la nueva programación*, y donde tras definir estos dos contenidos como “los ejes principales de la oferta de Digital +”, se describen los principales canales temáticos entre los que “la gran estrella será Canal +, la emisora de pago líder del mercado español” que “multiplica su presencia en la nueva plataforma con seis nuevos canales *premium*: tres dedicados al cine y otros tres al deporte”. Por otro lado, la página se completa con el tercer texto en la columna derecha cuyo titular es: *Los abonados no tendrán que cambiar sus equipos técnicos*, y en el que se destaca que los clientes suscritos a alguna de las dos plataformas “podrán recibir la señal de la nueva plataforma sin efectuar ningún tipo de modificación en sus antenas o en los descodificadores (...) no será necesario reorientar las antenas. Tampoco se requerirá alterar el parque de descodificadores ni sustituir la tarjeta de abonado (...). Gracias a los desarrollos técnicos llevados a cabo, servirán todas las instalaciones”. Al final, también se subraya que “hasta septiembre, la cuota de inscripción se reduce a la mitad (de 90 euros a 45)” y que los actuales abonados “disfrutarán en abierto durante los meses de julio, agosto y septiembre de todos los canales de Digital +, independientemente del paquete al que estén suscritos”⁶¹¹.

Al día siguiente, el 20 de julio, este diario vuelve a dedicar una amplia información en la página 52, de nuevo en la sección Televisión / Radio. En la parte superior, se incluye una infografía que resume la nueva programación de Digital + y donde de un rápido vistazo podemos conocer los diferentes paquetes que se ofertan, su contenido, el precio y las distintas ofertas que existen. En la parte inferior, podemos leer: *Digital + salta a las ondas*, y el subtítulo: *La nueva plataforma comienza mañana las emisiones con los mejores productos de Sogecable y Vía Digital*. En el cuerpo de texto se considera que en la nueva oferta “los mejores productos de ambas plataformas se refunden en una nueva parrilla, donde estarán representados todos los géneros: del cine a los deportes, pasando por los infantiles, informativos y documentales” y que “las diferentes fórmulas comerciales permitirán optar entre un variado abanico de paquetes y de precios (entre 22 euros y 49,80)”. Posteriormente, se describen los contenidos que presenta

⁶¹¹ Véase ANEXO: documento 298.

Digital + agrupados en: cine, deporte, entretenimiento, infantiles, documentales, informativos, música, autonómicas y canales interactivos⁶¹².

Por último, el día 22 de julio, encontramos la última noticia relacionada con este temática en *El País*, concretamente en la página 53, una vez más en la sección Televisión / Radio, y con el titular: *Digital + culmina la integración tecnológica de las dos plataformas*, y con el subtítulo: *La nueva programación se estrenó ayer con más de 150 canales*. El día después del inicio de las emisiones este diario destaca que “el proceso de integración de los sistemas tecnológicos ha culminado con éxito” porque “los abonados a ambas compañías reciben ya una oferta unificada, compuesta por más de 150 canales y servicios audiovisuales, sin aumento de precio y sin necesidad de efectuar modificaciones en los equipos receptores”. En el cuerpo de texto, se insiste en el hecho de que “la recepción de la señal, pese a la complejidad técnica, se ha llevado a cabo “sin incidencias”” y de que “los 2,5 millones de abonados a Sogecable pueden captar las señales sin necesidad de alterar el equipamiento técnico”. Además, se explica la oferta de lanzamiento en la que “se reduce a la mitad la cuota de inscripción: de 90 euros a 45. Además, la antena y la instalación serán gratuitas” y se destaca que “hasta el próximo octubre, los abonados podrán acceder al conjunto de los canales sin coste adicional sobre las tarifas que venían pagando ahora”. Por último, y para justificar el éxito de la plataforma se añade, citando a “la operadora”, que “hasta media tarde de ayer, el número de inscripciones se había triplicado respecto a las registradas un día normal”⁶¹³.

2.17.3. *El Mundo*

Durante la semana analizada, entre el 19 y el 25 de julio de 2003, esta cabecera publicó tres textos: el primero tras la presentación del lanzamiento de la oferta de Digital +, el 19 de julio, y los otros dos, el día después del inicio de las emisiones, el 22 de ese mismo mes. Todos ellos en la sección de Comunicación.

En la página 69, y ocupando más de la mitad superior de las cuatro columnas de la izquierda, leemos el 19 de julio: *La plataforma Digital Plus arranca el próximo lunes con 150 canales*, precedido por una infografía con la nueva programación, y el antetítulo: *Televisión / Tras la integración de Vía Digital en Sogecable, ayer se presentó la nueva programación con ocho paquetes, cuyo precio oscila entre los 22 y los 49,80 euros*. Aunque el texto comienza describiendo los contenidos y precios de la nueva plataforma, posteriormente se detallan uno a uno los que se incorporan y los que quedan fuera de la anterior Vía Digital. Un aspecto, este último, que también se resalta en la infografía donde citan algunos de los que desaparecen y se ponen en negrita los que provienen de la plataforma de Telefónica. En este sentido, primero se nos explica que “el próximo lunes culmina el proceso de integración de Vía Digital en

⁶¹² Véase ANEXO: documento 299.

⁶¹³ Véase ANEXO: documento 300.

Sogecable con el comienzo de las emisiones de Digital Plus. La nueva plataforma resultante se convierte en la única que operará en el mercado español” y aunque se detalla que “ofertará ocho paquetes (...) y sus precios oscilarán entre los 22 y los 49,80 euros” se recalca que “la programación completa no estará lista hasta la temporada que comienza en septiembre” porque “actualmente se sigue negociando con diferentes canales para su posible integración”. En cuanto a Vía Digital se dice que “sólo se incorporan, de forma completa, los siguientes canales (...). Por lo tanto, son decenas los canales que emitía Vía Digital que desaparecen de la oferta de Digital Plus”. Al final de la información, se añade que “Javier Díez de Polanco quiso asimismo dejar claro que toda la programación y la gestión de Digital Plus están en manos de Sogecable”⁶¹⁴.

Tres días más tarde, *El Mundo* le dedica al inicio de las emisiones de la nueva plataforma dos noticias que ocupan las cuatro columnas de la izquierda de nuevo en la página 69. En la parte superior, la más extensa, titulada: *Digital Plus comienza a emitir incumpliendo al menos cinco condiciones del Gobierno*, y subtitulada: *Ha subido los precios a abonados y proveedores y ha incluido menos del 20% de programación independiente, infracciones contra las que el cable y los productores estudian medidas legales*. Esta información, ilustrada con una fotografía de Alierta y Polanco de 2x3 módulos, no se centra en el inicio de las emisiones sino en el detalle de que este lanzamiento se ha producido “no respetando todas las restricciones impuestas por el Consejo de Ministros” ya que “de las 34 condiciones, la plataforma controlada por Sogecable y Telefónica ha incumplido, en una primera lectura, al menos cinco de ellas, un hecho que ayer mismo levantó las primeras reacciones de las empresas afectadas, principalmente los operadores de cable, las cadenas generalistas Telecinco y Antena 3 y los productores independientes españoles” y citan “fuentes consultadas” para hacer hincapié en que “aparecen flagrantes incumplimientos que podrían aumentar una vez realizado un exhaustivo análisis a lo largo de la semana”. Posteriormente se hace un análisis detallado de cada uno de esos incumplimientos: “Digital Plus ha aumentado el precio de sus productos a los más de 2,5 millones de abonados, subida que afecta en mayor medida a los que provienen de Vía Digital; también ha endurecido las condiciones económicas y las exigencias a los productos de empresas independientes; la nueva programación recoge menos del 10% en productos de programadores independientes; frente al 20% exigido; Imagenio (...) podría estar utilizando contenidos de la plataforma para sus futuros clientes; y el acceso a terceros no ha sido garantizado en condiciones equitativas, transparentes y no discriminatorias”. Sobre todo, se insiste en lo económico, comparando los precios anteriores de Vía Digital y los de los nuevos clientes: “un abonado del paquete superbásico Acceso Vía paga 5,95 euros, una barrera mínima de entrada en precio que ahora, en Digital Plus, se ha elevado a 22 euros. Por menos no se puede ser cliente. Además, el paquete básico de Vía, que antes valía 16 euros, pasa ahora a costar, en su similar en Digital Plus, 22 euros, e incluye 18 canales menos”. Al final se

⁶¹⁴ Véase ANEXO: documento 301.

apunta que “ante esta situación y una vez realizado un análisis pormenorizado, las empresas del cable (Ono, Auna), Telecinco y Antena 3, y especialmente los empresarios independientes podrían iniciar una batalla legal para frenar los incumplimientos y pedir una mayor vigilancia a la CMT”.

Por último, la información del día 22 de julio se completa y contextualiza en la parte inferior con una cronología de “los intentos de fusión” titulada: *Los hitos en la historia de la fusión digital*, desde 1995 “cuando ambas compañías firmaron un acuerdo estratégico para explotar la televisión por cable” hasta julio de 2003 cuando el “proceso culminó con el inicio de las emisiones de Digital Plus, la nueva y única plataforma digital”⁶¹⁵.

2.17.4. *El País* vs. *El Mundo*

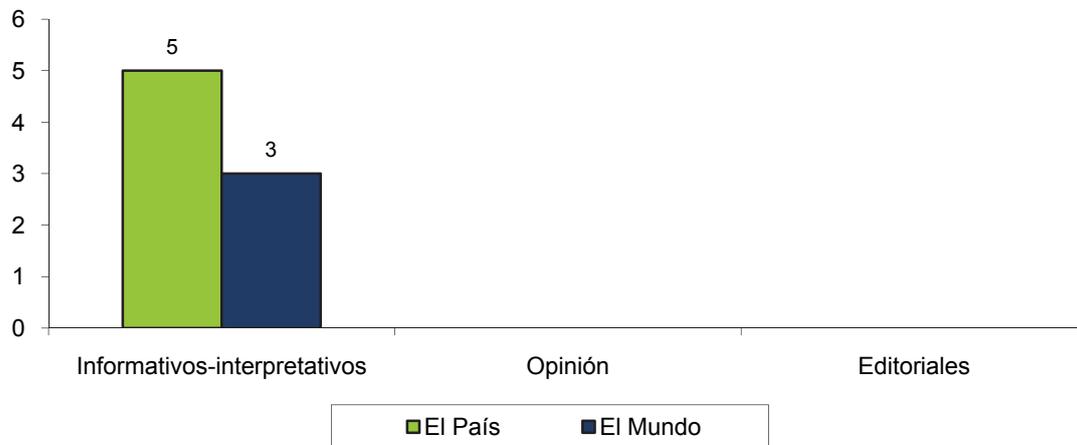
Durante la semana del 19 al 23 de julio de 2003, los dos diarios cubrieron el inicio de las emisiones de Digital +, si bien *El País* lo hizo más ampliamente y desde un enfoque positivo, mientras que *El Mundo* sólo le dedicó tres noticias y una se centra en describir detalladamente las condiciones impuestas por el Gobierno que según este periódico están incumpliendo y se resaltan los aspectos negativos, haciendo una comparativa con la oferta anterior de Vía Digital. A continuación, se recogen estas diferencias, tanto cuantitativas como cualitativas, en las siguientes tablas y gráfico:

Géneros periodísticos	El País	El Mundo
Informativos-interpretativos	5	3
Opinión	-	-
Editoriales	-	-
Total	5	3

Tabla 75

⁶¹⁵ Véase ANEXO: documento 302.

Gráfico 27. Géneros periodísticos



Sección	El País	El Mundo
Portada	1	-
Sociedad	-	-
Primer plano	-	-
Comunicación	-	3
España	-	-
Economía	-	-
Televisión / Radio	5	-
Opinión	-	-
Suplementos	-	-
Total (sin contar portada)	5	3

Tabla 76

Además de lo destacado al principio de esta comparativa, también nos ha llamado la atención en el tratamiento cualitativo que mientras que la cabecera del grupo Prisa habla siempre de *Digital +*, el periódico dirigido por Pedro J. Ramírez, utiliza *Digital Plus* para referirse a esta nueva plataforma. En esta última tabla se ponen de manifiesto todas estas diferencias.

Categorías	El País	El Mundo
Inicio emisiones Digital +	<p>“Digital + nace con una oferta de más de 150 canales y servicios audiovisuales”, “una programación renovada, con contenidos más atractivos de los que hasta ahora difundían las dos compañías por separado”, “aglutina la experiencia de Sogecable y Vía Digital”, “alberga los mejores canales y productos audiovisuales del espectro nacional e internacional”, “producirá una transformación en los hábitos de consumo y contribuirá a la digitalización de los hogares españoles”, “cubren todas las</p>	<p>“Digital Plus arranca el próximo lunes con 150 canales”, “culmina el proceso de integración de Vía Digital en Sogecable”, “se convierte en la única que operará en el mercado español”, “la nueva programación con ocho paquetes, cuyo precio oscila entre los 22 y los 49,80 euros”, “la programación completa no estará lista hasta la temporada que comienza en septiembre”, “son decenas los canales que emitía Vía Digital que desaparecen de la oferta de Digital Plus”, “comienza a emitir incumpliendo al menos cinco</p>

	<p>opciones de entretenimiento, ocio e información”, “una verdadera refundación de la televisión de pago”, “el motor para el desarrollo de la industria de contenidos”, “cine y deportes, estrellas de la nueva programación”, “la gran estrella será Canal +, la emisora de pago líder del mercado español”, “hasta septiembre, la cuota de inscripción se reduce a la mitad”, “con los mejores productos de Sogecable y Vía Digital”, “los mejores productos de ambas plataformas se refunden en una nueva parrilla, donde estarán representados todos los géneros”, “el proceso de integración de los sistemas tecnológicos ha culminado con éxito”, “el número de inscripciones se había triplicado respecto a las registradas un día normal”</p>	<p>condiciones del Gobierno”, “no respetando todas las restricciones impuestas por el Consejo de Ministros”, “de las 34 condiciones (...) ha incumplido, en una primera lectura, al menos cinco de ellas”, “aparecen flagrantes incumplimientos que podrían aumentar una vez realizado un exhaustivo análisis a lo largo de la semana”, “las empresas del cable (Ono, Auna), Telecinco y Antena 3, y especialmente los empresarios independientes podrían iniciar una batalla legal para frenar los incumplimientos y pedir una mayor vigilancia a la CMT”, “la nueva y única plataforma digital”</p>
<p>Abonados Digital +</p>	<p>“tendrán acceso a 150 canales y servicios audiovisuales sin necesidad de efectuar modificaciones en los equipos receptores”, “tendrán acceso a una oferta mucho más atractiva e innovadora”, “los grandes beneficiados del proceso de integración serán los abonados”, “no tendrán que cambiar sus equipos técnicos”, “disfrutarán en abierto durante los meses de julio, agosto y septiembre de todos los canales de Digital +”, “sin aumento de precio y sin necesidad de efectuar modificaciones en los equipos receptores”</p>	<p>“ha subido los precios a los abonados”, “Digital Plus ha aumentado el precio de sus productos a los más de 2,5 millones de abonados, subida que afecta en mayor medida a los que provienen de Vía Digital”, “un abonado del paquete superbásico Acceso Vía paga 5,95 euros, una barrera mínima de entrada en precio que ahora, en Digital Plus, se ha elevado a 22 euros. Por menos no se puede ser cliente”</p>

Tabla 77

2.18. Resumen del análisis cuantitativo: tablas comparativas

Tras el análisis realizado, y antes de redactar las conclusiones de nuestra tesis doctoral, hemos considerado importante resumir los principales datos, tanto cuantitativos como cualitativos, con el objetivo de mostrar gráficamente las coincidencias y diferencias de los dos medios que han sido objeto de estudio. Además, debido al alto número de textos con los que hemos trabajado y a la extensión final de todos los hitos analizados, estas tablas comparativas nos permitirán obtener una mejor visión global definitiva.

En primer lugar, recogemos el número de textos publicados por cada diario durante los años analizados, es decir, desde enero de 1996 a julio de 2003, para dejar constancia del tratamiento continuado que la creación y evolución de las plataformas de televisión digital por satélite en España tuvo en los medios de comunicación y poder comprobar qué años fueron más significativos en este proceso.

AÑO	EL PAÍS	EL MUNDO
1996	93	91
1997	601	542
1998	87	106
1999	61	81
2000	55	64
2001	20	26
2002	42	183
2003	29	23
TOTAL	988	1.116

Tabla 78

Según los datos anteriores, durante siete años y medio, los dos diarios publicaron un total de 2.104 textos que corresponden a informaciones, interpretaciones y opiniones sobre los hechos relacionados con la puesta en marcha y evolución de la televisión digital por satélite en España. En concreto, fue 1997 el año más destacado cuantitativamente en ambos periódicos, ya que coincide con la puesta en marcha de las dos ofertas digitales, las regulaciones legislativas sobre la televisión digital y las retransmisiones deportivas en pago por visión, así como importantes modificaciones en el sector audiovisual directamente relacionadas con este asunto como la compra de Antena 3 por parte de Telefónica.

A continuación, comparamos el número de textos que hemos analizado y descrito en las páginas anteriores y que en total asciende a 951, de los cuales 439 corresponden a *El País* y el resto, es decir, 512, al diario *El Mundo*. Una diferencia entre ambos periódicos de setenta y tres textos que sin dejar de ser importante no nos revela ningún aspecto sustancial si no entramos a valorar detalladamente dónde encontramos ese contraste. En concreto, lo más reseñable entre las dos cabeceras es el uso de los géneros periodísticos y más exactamente, de los géneros de opinión como queda reflejado en la siguiente tabla:

GÉNEROS PERIODÍSTICOS ANALIZADOS						
HITOS	INFORMATIVOS- INTERPRETATIVOS		OPINIÓN		EDITORIALES	
	El País	El Mundo	El País	El Mundo	El País	El Mundo
HITO 1	46	36	0	0	0	6
HITO 2	13	16	1	7	0	7
HITO 3	12	10	0	0	0	0
HITO 4	14	3	2	1	0	0
HITO 5	121	78	1	14	9	13
HITO 6	73	57	7	6	3	9
HITO 7	40	29	1	6	3	5
HITO 8	2	6	0	1	0	0
HITO 9	5	16	0	0	0	0
HITO 10	12	14	0	3	0	4
HITO 11	13	22	0	0	0	1
HITO 12	13	35	1	17	1	5
HITO 13	33	50	0	12	3	14
HITO 14	3	3	0	0	0	1
HITO 15	1	1	0	0	0	0
HITO 16	1	1	0	0	0	0
HITO 17	5	3	0	0	0	0
Total	407	380	13	67	19	65

Tabla 79

Como podemos ver, *El Mundo* recurrió con mayor frecuencia a los géneros de opinión, tanto aquellos que corresponden a diferentes autores y columnistas habituales como los editoriales o sueltos y comentarios sin firma, a través de los cuales hemos podido conocer el posicionamiento del propio periódico. Tan sólo, en el hito 6, que corresponde a la regulación de las emisiones deportivas, *El País* publicó un artículo de opinión más.

En cuanto a los géneros informativos e interpretativos, también podemos extraer de la Tabla 79 que las principales diferencias las encontramos en los bloques que corresponden a la aprobación de la ley de televisión digital (hito 5) y a la regulación de las emisiones deportivas (hito 6), a los que *El País* dedicó mayor espacio en sus páginas. Por su parte, *El Mundo* prefirió hacer mayor hincapié en temas como el anuncio de fusión de ambas plataformas o los distintos informes de las autoridades de la competencia a este respecto (hitos 12 y 13), dos bloques temáticos en los que casi duplicó las informaciones publicadas por el diario del grupo Prisa.

Por otro lado, también hay diferencias importantes en cuanto a la ubicación que cada medio dio a este tema en sus páginas y que mostramos en las siguientes tablas, en primer lugar, cómo distribuyó *El País* los textos en sus diferentes secciones (Tabla 80) y posteriormente *El Mundo* (Tabla 81).

EL PAÍS										
HITOS	PORTADA	ESPAÑA	SOCIEDAD	COMUNICACIÓN	ECONOMÍA	TELEVISIÓN/RADIO	OPINIÓN	SUPLEMENTOS		
HITO 1			8	34						4
HITO 2	1		2	11			1			
HITO 3				12						
HITO 4	1		1	9		6				
HITO 5	11	4	20	97			9			1
HITO 6		1	5	68			9			
HITO 7	3		3	38			3			
HITO 8				2						
HITO 9				5						
HITO 10	2		1	11						
HITO 11				13						
HITO 12	4			2	11		1			1
HITO 13	9		1		32		3			
HITO 14	1				3					
HITO 15				1						
HITO 16					1					
HITO 17	1							5		
Total	33	5	41	303	47	11	26			6

Tabla 80

EL MUNDO										
HITOS	PORTADA	PRIMER PLANO	ESPAÑA	SOCIEDAD	COMUNICACIÓN	ECONOMÍA	OPINIÓN	SUPLEMENTOS		
HITO 1	2		3	5	24	3	6	1		
HITO 2	3		9	1	5		14	1		
HITO 3			1	1	8					
HITO 4			3					1		
HITO 5	12		42	7	33		23			
HITO 6			35		25		12			
HITO 7	2		4	12	15	1	7	1		
HITO 8					6		1			
HITO 9				2	14					
HITO 10	4			8	8	1	4			
HITO 11	1		11	12	10		1			
HITO 12	6	24	45		1		18	3		
HITO 13	13		3		5		25	1		
HITO 14							1			
HITO 15					1					
HITO 16					1					
HITO 17					3					
Total	43	24	156	48	159	5	112	8		

Tabla 81

Si comparamos las dos tablas anteriores, podemos destacar varios aspectos. En primer lugar, que el diario de Unedisa resaltó más veces estos temas en portada de lo que lo hizo *El País*, siendo fundamentalmente los hitos 12 y 13 (anuncio de fusión y posteriores informes de las autoridades de la competencia hasta la autorización con condiciones del Gobierno) los que marcan esas diferencias. Por otro lado, la cabecera del grupo Prisa optó por una mayor uniformidad en las secciones empleadas, siendo las páginas de Sociedad y Comunicación las que se utilizaron para estos hechos si bien, a partir del anuncio de fusión del año 2002 prefirieron trasladarlos a Economía y cuando se lanza Digital + eligen la sección de Televisión / Radio para describir toda esta nueva oferta. Por su parte, *El Mundo* repartió los textos por igual en secciones como España, con 156 textos, o Comunicación, con 159, con lo que podemos deducir que este tema se trató más como un asunto político que como un acontecimiento empresarial o comunicativo. Además, cuando Sogecable y Telefónica acordaron fusionar sus respectivas plataformas, lo trasladaron a las páginas de Primer plano, destacándolo aún más.

2.19. Resumen del análisis cualitativo: tablas comparativas

Con el objetivo de lograr una visión general del posicionamiento que ambos medios adoptaron en los diferentes hitos analizados, presentamos a continuación varias tablas en las que resumimos estos puntos de vista, atendiendo a la cronología de los hechos y a los ejes y categorías, tanto temáticas como de agentes, definidas al principio de este bloque.

En primer lugar, en la Tabla 82, hemos agrupado las categorías temáticas que giraron en torno al eje empresarial desde la configuración de los primeros proyectos de televisión digital hasta el inicio de las emisiones de cada plataforma.

Categorías	El País	El Mundo
Proyecto televisión digital de Sogecable	“proyecto nítidamente empresarial y profesional”, “compuesta por treinta canales de televisión y otros servicios, así como treinta canales de música temática”, “avalada por la experiencia de uno de sus principales socios, Canal + Francia”, “Sogecable se ha comprometido en este proyecto con la calidad, tanto en la imagen como en el contenido”, “aventaja al proyecto de Telefónica al tener mayor experiencia en la televisión de pago”	“Prisa ha vuelto a tomar la delantera en el negocio audiovisual”, “contraatacar ante la ofensiva de Telefónica lanzando su propia plataforma en solitario”, “tendrá que competir con Telefónica y RTVE, dos grandes compañías públicas”, “decisión de lanzarse sola”, “ninguna otra sociedad se ha sumado al proyecto de Prisa”, “la pataleta de un monopolista frustrado”, “si Sogecable no consigue convencer a los abonados de Canal Plus para que se abonen a su oferta de TV digital la situación de Sogecable puede ser dramática”, “proyecto de Polanco para monopolizar la TV digital”
Proyecto de televisión digital de RTVE	“el pleno respaldo del Gobierno”, “el barco botado por el Gobierno”, “operación política auspiciada por el Gobierno de José María Aznar”, “el coste del proyecto y sus posibilidades comerciales no arrendran a ninguno de los participantes, pese a las dificultades económicas que atraviesan RTVE y Televisa”, “ha renunciado a liderar ‘en términos absolutos’ una plataforma (...) pero estará en el negocio”, “es precisamente la situación financiera de RTVE la que no le permite ‘ser líder en términos absolutos’”	“tiene el respaldo político del Gobierno”, “permitirá nuevas fórmulas de financiación para el Ente Público”, “el proyecto del Ente Público (...) garantiza su futuro y disipa la incertidumbre que existía por la herencia recibida del Gobierno socialista”, “permite el mantenimiento de la plantilla y la utilización óptima de los recursos del Ente Público”
Proyecto de televisión digital de Telefónica	“no debería entrar en la compra de derechos ni en la programación de los canales”; “explotación de la televisión digital en posición de liderazgo”, “coincide con las ideas del secretario de Estado para la Comunicación”, “apuesta (...)”	“el primer paso para lanzar en España la televisión digital”, “logra sentar en la mesa a todas las cadenas para debatir su proyecto”, “se dispone a utilizar su potencial tecnológico y económico”, “cuenta con la infraestructura que le convierte

	<p>para liderar una plataforma –que pretende ser la única”, “proyecto que el Gobierno ha tratado de configurar desde la Secretaría de Estado de Comunicación”, “carece de derechos de fútbol para televisión de pago”, “un proyecto impulsado desde La Moncloa”, “socios de dudosa solvencia como Antena 3 y El Mundo”; “reúne bajo un mismo manto a las radiotelevisiónes públicas en manos del PP (...), la controlada por su socio de gobierno y a periodistas tan significativos como Pedro J. Ramírez, de El Mundo, y Luis María Anson”, “se pretende poner el dinero de Telefónica al servicio de una operación esencialmente política, que resulta marginal a su negocio”</p>	<p>en un buen socio”, “cuenta con todos los medios materiales y humanos para afrontar el desafío”, “rompe el monopolio de la TV de pago”, “ningún socio puede controlar la plataforma”, “la primera alianza española para la TV digital”, “nueve de las más importantes empresas del sector de la comunicación constituyeron ayer la primera plataforma española de televisión digital”, “la alianza que revolucionará el mundo de la televisión”, “supone ampliar sustancialmente el pluralismo en la televisión de pago”, “carácter más igualitario y pluralista”, “defiende los intereses de todos los españoles”, “propone un acuerdo para un sistema universal”, “abierta a todas”, “en condiciones de igualdad”</p>
<p>El Mundo se incorpora al proyecto de TV digital de Telefónica</p>	<p>“la incorporación del rotativo (...) no puede explicarse en términos de aportación tecnológica al proyecto”, “socio de dudosa solvencia”, “la oposición del resto de los accionistas a que esa entrada se formalizase (...) ha obligado a Telefónica a asumir como propio ese 1%”, “no se justificaba técnicamente”, “firmó por separado y en el último momento”</p>	<p>“los accionistas aprobaron por unanimidad la incorporación de la empresa editora de EL MUNDO”, “aportará su producción creciente de contenidos multimedia”, “en cuanto a contenidos y a su adaptación a las nuevas técnicas, EL MUNDO está a la vanguardia. La plataforma digital, supone un vehículo ideal para todo ello. Por eso nos unimos a esa revolución”, “una presencia simbólica”</p>
<p>Pacto de Nochebuena</p>	<p>“acuerdo para explotar el fútbol en televisión”, “permitirá una explotación ordenada y racional de los derechos audiovisuales del fútbol”, “pone fin a la pugna entre las cadenas”, “estrictamente empresarial, sin intencionalidad política”, “un proyecto integrador y pluralista”, “no tiene que ver con la estructura empresarial”, “antes el fútbol era un monopolio y ahora hay un acuerdo entre propietarios”, “no esconden ningún pacto adicional ni secreto ni público”, “supone la feliz resolución de un contencioso que venía preocupando hace meses a la afición y a la opinión pública española”</p>	<p>“crisis de Nochebuena”, “pacto secreto”, “han constituido en secreto otra sociedad que será la plataforma digital alternativa a la fundada bajo el liderazgo de Telefónica”, “acuerdo considerado hostil por parte del Gobierno”, “pone fin a diez años de hostilidades y cuyo gran perdedor es el Gobierno”, “el gran tocomochó”, “el pluralismo informativo corre peligro”, “el fútbol en peligro” “Asensio se había pasado a última hora “al enemigo”, “pacto secreto auspiciado por el PSOE”, “hacia tiempo que el futuro de la democracia española no estaba en juego en un envite tan concreto”</p>
<p>Constitución de Audiovisual Sport</p>	<p>“se constituye para gestionar los derechos del fútbol”</p>	<p>“la concentración de los derechos de fútbol en una sociedad supondría una transgresión de la ley sobre competencia”, “ambos magnates firmaron el monocontrol del fútbol”</p>

<p>Antena 3 se une a CSD</p>	<p>“(como consecuencia) ninguna cadena privada española participa en el plan promovido por el Gobierno”, “la decisión ha sido estrictamente empresarial (Asensio)”</p>	<p>“Antena 3 de plataforma en plataforma”, “traición al espíritu fundacional de la plataforma de Telefónica”, “dio por rota su presencia en la Plataforma Digital liderada por Telefónica”</p>
<p>Constitución Distribuidora de Televisión por Satélite</p>	<p>“apoyo gubernamental”, “sigue sin constituirse”, “falta de unanimidad”, “falta de apoyo”, “impulsado por el Gobierno de José María Aznar y liderada por Telefónica y en la que también se engloban otras empresas públicas”, “Telefónica y las televisiones dependientes del PP dominan ahora el 68% de la empresa”, “empresas de reconocida trayectoria conservadora”, “pequeñas empresas periodísticas”</p>	<p>“plataforma pluralista”, “la primera plataforma digital española”, “sin exclusiones ni privilegios”, “la primera alianza que se alcanza en España para ofrecer el nuevo sistema de televisión digital”, “tiene el mayor socio tecnológico, el único satélite español y los fondos de TVE”, “importantes medios de comunicación españoles”, “diversos medios de comunicación independientes”</p>
<p>Inicio de las emisiones de Canal Satélite Digital</p>	<p>“nace la televisión digital en España”, “nueva dimensión al ocio de los españoles”, “la televisión española inicia una nueva aventura”, “el nacimiento español de la televisión digital”, “un proyecto para el futuro”, “hecho histórico”, “nueva era en la historia de la televisión”</p>	<p>“Canal Satélite va a iniciar el viernes su programación emitiendo desde Luxemburgo, independientemente de lo que digan las normas administrativas”, “órdago lanzado por Cebrián”, “Canal Satélite del PSOE”</p>
<p>Telefónica compra Antena 3</p>	<p>“convulsión en el mapa televisivo español”, “prácticas contrarias a la libre competencia”, “plantea numerosos interrogantes legales”, “de operación comercial a proyecto del Gobierno”, “lo que no ha conseguido compitiendo, lo logra con su avasallador potencial monopolístico”, “posible abuso de posición dominante”, “un gigante omnipresente en el sector audiovisual”, “desafía a Bruselas”, “abierto rebeldía a las recomendaciones comunitarias y menosprecio a sus funciones”</p>	<p>“implica un viraje inmediato en el nuevo negocio de la televisión digital”, “un movimiento empresarial que ha dejado boquiabierto a casi todo el mundo y que ha aterrorizado a unos cuantos”, “una auténtica revolución en el equilibrio de poder”, “supone para Aznar una victoria en toda regla”, “desata las iras del PSOE y de Polanco”, “absolutamente coherente desde el punto de vista empresarial”, “será juez y parte de la batalla digital”, “brillantez y coherencia empresarial”, “prometedora para el reforzamiento del pluralismo informativo y el reequilibrio del mapa de los medios en España”, “tiene inevitable trascendencia política pero no estamos ante una operación de origen y gestación políticos”, “supone más que una <i>convulsión</i>, una notable ampliación del escenario de los medios de comunicación”</p>

<p>Inicio de las emisiones de Vía Digital</p>	<p>“la plataforma que ampara el Gobierno”, “44 canales gratis para los abonados hasta el 1 de diciembre, y otros seis más cuya gratuidad se extenderá hasta el 31 de diciembre”, “cuenta con un 30% de capital público”, “la plataforma que impulsa el Gobierno soportará esta costosa promoción con fondos cuya cuantía no quiso revelar el presidente de Vía Digital”, “con Telefónica y cinco televisiones públicas al frente, Vía Digital no tiene problemas de dinero”</p>	<p>“arranca con una llamativa oferta de lanzamiento”, “el interesado sólo tendrá que pagar 5.000 pesetas (30,05 euros) por la cuota de enganche”, “tiene en el cine su pieza angular”, “todos los días el telespectador tendrá a su disposición 101 títulos distintos”, “tiene muy clara la estrategia a seguir para el cine de estreno: no negociar con las superproductoras norteamericanas la adquisición de exclusivas, pagando precios por encima del mercado”, “tan sólo falta por concretar la definitiva composición del accionariado”, “Vía Digital se lanza al mercado con una oferta más barata que la de su competidor”, “la oferta más completa y económica”, “mucho programación de calidad por poco dinero es la consigna con la que se ha diseñado la oferta de Vía Digital, en la misma línea de las más importantes plataformas”, “Vía Digital consigue 10.000 abonados en menos de un día”, “500 llamadas con petición de alta por hora”, “las llamadas de los interesados colapsaron la centralita”</p>
--	---	---

Tabla 82

De forma paralela a la puesta en marcha de ambas plataformas de televisión digital por satélite, el Gobierno anunció y aprobó, en 1997, varias medidas legislativas que afectaban directamente a este sector audiovisual: la ley de televisión digital y la llamada *ley del fútbol*. A continuación, se recoge cómo analizó cada diario estas decisiones, en función de las categorías temáticas definidas en torno al eje ejecutivo-legislativo.

Categorías	El País	El Mundo
<p>Ley de televisión digital</p>	<p>“gran operación política para bloquear la plataforma digital de Canal +”, “intentar frenar el inicio de las emisiones de CSD”, “favorecer el monopolio de la compañía Telefónica”, “medidas fiscales y técnicas contra una empresa”, “impedimentos tecnológicos y fiscales para obstaculizar a Canal Satélite”, “ataque al Grupo Prisa”, “favorecer el proyecto de la plataforma oficial”, “ataque brutal a la libertad de expresión”</p>	<p>“impide el monopolio de la TV de pago”, “plan de liberalización”, “antimonopolio”, “reordenar el sector audiovisual”, “un paso decisivo”, “garantizar el acceso en igualdad de condiciones”, “reglamento imprescindible”, “impide el predominio desleal o el monopolio”, “legislación antimonopolística”, “salvaguardar el pluralismo”, “se defienden los derechos de los ciudadanos”, “por el interés general y la libertad de elección”</p>
<p>Multicrypt</p>	<p>“no existe en el mercado”, “no está comercializado”, “el descodificador de Telefónica será obligatorio si no hay</p>	<p>“no obliga a un acuerdo comercial”, “es la opción por la libertad”</p>

	acuerdo”	
Simulcrypt	“admite programas de distintas plataformas”, “requiere un acuerdo entre operadores”	“descodificador de Polanco”, “queda en la ilegalidad”, “no está homologado”, “tampoco es abierto”, “producto ilegal”
Procedimiento de la Comisión Europea sobre la ley de televisión digital	“abre procedimiento urgente de infracción contra el Gobierno”, “obliga al Gobierno a cambiar su ley digital, so pena de denuncia judicial por unanimidad”, “aprecia inseguridad jurídica y caos legislativo”, “verdaderamente excepcional”, “fuerte varapalo”, “un brillante final para una norma defendida hasta la obstinación por el Gobierno”, “la primera vez que se abre un procedimiento sancionar con advertencias de medidas cautelares desde que entramos en Europa hace 11 años”, “todo un éxito de Arias”, “revela la gravedad y excepcionalidad de este asunto”	“insta al Gobierno español a modificar en el mes de agosto la ley digital”, “imposición de sistemas cerrados”, “archiva el expediente contra España, aunque permanecerá vigilante”, “surrealista planteamiento de la Comisión Europea”
Ley del fútbol	“polémica de los derechos audiovisuales”, “restricción del fútbol codificado”, “inconstitucional”, “consagra el derecho de injerencia del Gobierno en el fútbol”, “ignorancia, mala fe o simple desinformación”, “consignas populistas contra Canal + y Canal Satélite Digital”, “al Gobierno no le gusta que la plataforma digital que está montando con Telefónica, RTVE y Televisa se haya quedado sin los derechos del fútbol y ha decidido impedirlo por vía de ley. Para ello ha izado nada menos que la bandera del derecho a la información ¡deportiva!”, “la apelación del Gobierno al interés general para regular el fútbol en televisión oculta intereses comerciales”	“defiende que los principales partidos se emitan por TV en abierto”, “evita el monopolio de la TV de pago sobre el deporte”, “garantizar la libertad de información”, “acceso libre a los partidos más importantes”, “para que los ciudadanos no sean discriminados”, “regular los acontecimientos deportivos de interés general”, “defiende el carácter abierto de los grandes eventos deportivos”, “garantizar el interés de la mayoría de los ciudadanos”, “garantizar el derecho a la información de los ciudadanos”, “proteger el derecho a la información deportiva”

Tabla 83

Desde finales de 1997 hasta mayo de 2002, asistimos a diferentes acuerdos entre ambas plataformas, en unas ocasiones para explotar de forma conjunta los derechos de emisión del fútbol en ppv y en otras para anunciar la fusión de su oferta digital, unas negociaciones que debemos analizar desde la perspectiva empresarial y que en ocasiones finalizaron con la ruptura de las negociaciones. En la siguiente tabla, la número 84, reflejamos cómo vieron estos hechos los dos periódicos analizados.

Categorías	El País	El Mundo
<p>Acuerdo para la retransmisión de partidos de fútbol en ppv temporada 97/98</p>	<p>“Acuerdo de Telefónica, TV 3 y Sogecable para el fútbol en pago por visión de la Liga 97-98”, “Canal Satélite y Vía Digital transmitirán partidos en “igualdad de condiciones”, “los políticos, satisfechos”, “la paz del fútbol televisado quedó sellada para esta temporada”, “permitirá que las dos plataformas digitales ofrezcan fútbol en pago por visión a partir del próximo domingo”, “el acuerdo fue aplaudido por las dos plataformas digitales”</p>	<p>“acuerdo entre las dos plataformas de TV para dar fútbol en “pago por visión” esta temporada”, “Vía Digital y Canal Satélite negociarán cuanto antes los derechos hasta el 2003”, “pacto por la paz”, “el <i>partido de ida</i> de la guerra del fútbol terminó en empate técnico para Vía Digital y Canal Satélite”, “las dos plataformas de televisión digital podrán emitir fútbol (...) en igualdad de condiciones (...) tras varias semanas de anuncios en falso y de dos años de combate”, “el principal beneficiario de la paz digital será el telespectador”, “el pacto permite a las plataformas ofrecer hoy un partido de fútbol”, “la tregua de la guerra del fútbol se convertirá hoy en realidad”, “aún quedan flecos legales pendientes”, “se han comprometido a reiniciar “cuanto antes” las conversaciones, esta vez sobre los derechos de las próximas cinco temporadas”</p>
<p>Primer acuerdo de fusión en 1998</p>	<p>“principio de acuerdo para el desarrollo de una plataforma común”, “el pacto ha sido establecido sobre bases paritarias”, “se someterá a las autoridades competentes”, “comunicado conjunto”, “un acuerdo de intenciones”, “proyecto de oferta digital conjunta”</p>	<p>“Polanco y Telefónica pactan la fusión”, “cerraron ayer la cuenta y larga guerra que mantenían con un acuerdo para fusionar las dos plataformas”, “la guerra digital se cerró ayer”, “como resultado de la paz nacerá una plataforma de televisión digital común”, “la gestión será compartida”, “sobre bases paritarias”, “ni vencedores ni vencidos”, “el nuevo pacto entre Telefónica y Polanco”, “se ha impuesto la <i>Realpolitik</i> de los negocios”, “saber a ciencia cierta si se trata de una solución equilibrada (...) o esconde una toma de control por parte de uno de los grupos”, “el acuerdo salva a Sogecable de la quiebra a medio plazo”, “las consecuencias negativas que pueda tener sobre la competencia y el pluralismo”, “temor a una situación de monopolio”</p>
<p>Ruptura de las conversaciones del primer acuerdo de fusión</p>	<p>“Telefónica da por concluida la negociación”, “Sogecable reconoce que no había sido posible concluir en el plazo”, “vuelve a colocar al fútbol en el centro de los problemas”, “la decisión de Telefónica”</p>	<p>“Telefónica rompe las negociaciones”, “la valoración de ambas plataformas y el reparto de la gestión de la futura sociedad han sido los principales detonantes de esta decisión”, “el puzle no encaja”, “la primera consecuencia positiva afecta al consumidor”, “abre paso a la competencia”, “la ruptura de las negociaciones deja a Vía Digital</p>

		sin la posibilidad de compartir con Canal Satélite los derechos del fútbol en pago por visión. Una <i>guerra</i> que se reabre ahora”, “ <i>las espadas</i> vuelven a estar en lo alto”
Acuerdo para la retransmisión de los partidos de fútbol hasta temporada 2008/09	“acuerdo para la explotación compartida del fútbol en teletaquilla”, “permitirá establecer un marco de estabilidad”, “se beneficiarán clubes, operadores y, sobre todo, los telespectadores”, “garantiza la normalización y un clima de pacificación en torno a los derechos audiovisuales del fútbol, un marco de seguridad y estabilidad jurídica”	“compartirán los derechos de retransmisión de la Liga y Copa”, “acuerdo de aplicación inmediata”, “el pacto afecta también a la Liga de Campeones”, “significa el final de una larga guerra que ha tenido a este deporte como punto de discordia”, “satisfacción después de más de dos años de conflictos” “el fútbol de momento, resolverá sus litigios fuera de los despachos”, “beneficia en primer término, a los propios espectadores”, “algo de lo que se pueden congratular todos los aficionados”, “reacciones mayoritariamente favorables entre los partidos políticos”
Anuncio del acuerdo de fusión de las plataformas	“deciden integrar sus plataformas”, “Telefónica, Canal + y Prisa tendrán la misma participación en la nueva sociedad”, “operación que obedece a la racionalización de la televisión de pago y la industria de contenidos audiovisuales”, “un paso muy significativo”, “pone en común una potente oferta de contenidos”, “supone el triunfo de la lógica económica y empresarial sobre el modelo intervencionista que quiso imponer el Gobierno de Aznar”, “evita situaciones traumáticas y permite defender mejor los derechos de los abonados”, “irá en beneficio de todos, incluido el pluralismo de la oferta”	“aprobada la fusión por absorción entre Sogecable y Vía Digital”, “Prisa y sus socios tendrán mayoría”, “Telefónica se conformará con un 23%”, “el grupo audiovisual resultante tendrá en la práctica el monopolio de la TV de pago de España”, “es el capítulo final de una larga serie de intentos del grupo Prisa por hacerse con una posición dominante en el mercado de la televisión de pago”, “ha provocado un auténtico terremoto político y mediático”, “quien no vea detrás de ella una vía política más que empresarial, está en Babia”, “no estamos ante una cuestión de estricto ámbito empresarial, sino ante un asunto de trascendencia política”

Tabla 84

Tras el acuerdo de integración de ambas plataformas en mayo de 2002, se inició un proceso por las diferentes autoridades de la competencia, tanto europeas como nacionales, hasta que a finales de noviembre de ese mismo año, el Gobierno autorizó la operación con 34 condiciones y, al mismo tiempo, modificó la ley de televisión privada. Ante esa situación, tanto Sogecable como Telefónica presentaron un nuevo acuerdo para adaptarse a lo aprobado por el Ejecutivo y recurrieron 5 de esas condiciones. La aprobación definitiva por parte del Servicio de Defensa de la Competencia se produjo en abril de 2003. En la siguiente tabla, resumimos como cada diario analizó los diferentes informes y dictámenes emitidos por los pertinente organismos.

Categorías	El País	El Mundo
Informe de la CE sobre la fusión de las plataformas	"remite el caso a las autoridades españoles", "cede a España el examen de fusión de las plataformas digitales", "considera que la operación solo afecta a mercados nacionales", "una decisión razonable que evita añadir mayores retrasos a una situación de incertidumbre que afecta a empresas y a usuarios"	"califica de amenaza a la competencia el pacto Alierta-Polanco", "decide que sea España quien resuelva", "pide al Gobierno de Aznar que lleve a cabo una investigación concienzuda de la operación", "la fusión amenaza con provocar efectos contrarios a la competencia", "ha hecho un diagnóstico certero y completo", "los argumentos de Bruselas demuestran que las objeciones que EL MUNDO planteó, prácticamente en solitario, no obedecía a ninguna guerra mediática ni a un espíritu de rivalidad"
CMT	"detecta problemas en la fusión digital aunque admite que el mercado no puede sostener dos plataformas", "informe no vinculante", "advierte al Gobierno de la falta de rentabilidad en un mercado con dos televisiones digitales", "considera que la fusión puede dificultar la competencia en ocho sectores"	"demoledor informe contra la fusión digital", "advierte que Prisa y Telefónica pretenden crear un monopolio", "alerta sobre los efectos perniciosos de esta unión sobre ocho mercados", "los efectos monopolísticos de la operación", "un informe que debería bloquear la fusión digital", "convinciente informe"
SDC	"ve difícil mantener dos plataformas, pero advierte de problemas de concentración", "advierte de la falta de rentabilidad que supone la existencia de dos plataformas de televisión de pago en España", "informe no vinculante"	"dice que la fusión reforzaría el dominio de Sogecable y Telefónica", "los técnicos alertan sobre los dos principales efectos de la unión", "concentración es la palabra más repetida en el informe", "segundo informe contrario en el último mes"
TDC	"impone 10 condiciones para aprobar la fusión", "considera que la operación de integración debe subordinarse al cumplimiento de 10 condiciones", "considera que la empresa resultante debe limitar a tres años los contratos de derechos audiovisuales de la Liga de fútbol, debiendo renunciar a los derechos de tanteo y opciones de compra que posee y a uno de los alcanzados con estudios cinematográficos", "van en la línea de las dictadas en mayo por el Gobierno italiano", "aprobó el dictamen por cinco votos a favor y cuatro en contra"	"autoriza la fusión con condiciones cómodas para Polanco", "le permite conservar el control de los derechos para televisión del fútbol con restricciones mucho menos duras que las impuestas en Italia", "ha allanado el camino para la absorción de Vía Digital por parte de Canal Satélite", "10 condiciones inocuas", "tender una alfombra roja a la fusión, convalidando, de hecho, un monopolio multimillonario", "el presidente rompió el empate a favor de la fusión", "evitó un empate técnico entre los ocho vocales", "los vocales que tienen un perfil más técnico consideraban que no podían aprobar las 10 condiciones", "enorme agresión a la libre competencia en los medios"

<p>Modificación Ley de TV privada: límite del 49% al 100%</p>	<p>“el Gobierno autoriza que un mismo accionista pueda tener el 100% de una TV privada”, “la supresión de este límite, demandado por los operadores comerciales”, “el objetivo es que la competencia se desarrolle entre las distintas televisiones”</p>	<p>“el Gobierno se hace eco de una de las peticiones de los actuales propietarios de las cadenas españolas”, “la medida no es descabellada”, “es bueno para una gestión estable”</p>
<p>Anuncio de permitir que un mismo accionista participe en dos televisiones</p>	<p>“el Gobierno se plantea permitir que una misma empresa participe en más de una cadena de TV”, “el Ejecutivo atendería la demanda del sector para que se flexibilicen las restricciones accionariales en las empresas audiovisuales”, “facilitaría la posición de Telefónica con vistas a la fusión de las plataformas digitales”</p>	<p>“el Gobierno estudia cambiar la Ley de TV digital para facilitar la fusión”, “el Gobierno sigue allanando el camino de la fusión digital”, “serviría para que Sogecable y Telefónica, salvaran uno de sus grandes obstáculos”, “impresionante reforma”, “entra en flagrante contradicción con el propio programa electoral del PP”, “si lo hace el Ejecutivo perderá buena parte de su credibilidad”</p>
<p>Modificación de la Ley de TV privada: se prohíbe que una sociedad participe en televisiones estatales y locales</p>	<p>“el Gobierno endurece las restricciones en la propiedad de las televisiones”, “la reforma supone un freno a la creación de nuevas redes”, “medidas intervencionistas”, “el Grupo Correo y el Grupo Prisa son los principales afectados”, “desvirtúa gravemente la lógica parlamentaria”, “la iniciativa incide en la pasión intervencionista de un partido que se proclama liberal”, “se comporta como juez y parte”</p>	<p>“esta decisión afecta directamente a Sogecable”, “una buena reforma que alentará la competencia en la TV en abierto”, “una buena noticia para quienes defienden el modelo plural en los medios de comunicación”, “coherente con el programa electoral del PP y con la trayectoria política de Aznar”, “una reforma que favorece el pluralismo”, “intenta evitar la consumación de un oligopolio en el sector audiovisual”</p>
<p>El Gobierno autoriza la fusión, pero impone 34 condiciones</p>	<p>“el Gobierno amplía y endurece las condiciones para la fusión digital”, “nuevas restricciones desconocidas hasta ahora”, “interviene las tarifas de la plataforma”, “el intervencionismo del Ejecutivo”, “se reserva la capacidad de fijar los precios pese a que las dos plataformas de televisión digital no son concesiones administrativas”, “el texto gubernamental impone una panoplia de condiciones exorbitantes”, “agregaron todas las limitaciones imaginadas y por imaginar”, “ha exorbitado las condiciones específicas”, “difícilmente compatibles con la necesidad de encauzar la televisión digital por parámetros de solvencia empresarial y fortaleza competitiva”, “suponen la reducción al mínimo del margen de maniobra de empresas al fin y al cabo privadas en un sector que se suponía liberalizado”</p>	<p>“el Gobierno entrega a Polanco la TV de pago con unas condiciones fáciles de aceptar”, “introduce leves retoques en los requisitos propuestos por el TDC”, “la nueva Sogecable podrá seguir controlando en exclusiva los derechos del fútbol y del cine tanto para el satélite, el cable e incluso las futuras TV digitales terrestres”, “la nueva Sogecable mantendrá dos joyas de su corona: los derechos de pago del Real Madrid y del Barça hasta 2008 y la exclusividad de Canal Plus”, “el plázet otorgado por el Ejecutivo a la fusión digital”, “la bendición del Gobierno Aznar a la fusión”, “las condiciones que sellarán el monopolio de la TV de pago”, “catástrofe para la competencia en la sociedad de la información”, “se trata de una rendición a la alianza”, “favorecer aun un poco más el nuevo monopolio”, “una gravísima hipoteca para el futuro de la sociedad española”, “quedará</p>

		como una de las partes más negativas que el actual presidente del Gobierno legará a su sucesor”
Se ratifica el acuerdo y recurren 5 de las 34 condiciones	“instando a la anulación de las condiciones impuestas por el Ejecutivo, que según las partes, no impedirían la libre competencia y podrían dificultar el desarrollo de la compañía resultante”, “continúan el proceso de fusión de sus plataformas digitales”, “prosiguen su fusión”, “Vía Digital pasará a controlar el 23% de Sogecable tras la ampliación de capital”, “el número de consejeros de Telefónica y estas dos empresas será el mismo”, “Telefónica se reserva el derecho de mantener una posición mayoritaria en la nueva plataforma”	“instando a la anulación de las 34 restricciones impuestas por el Consejo de Ministros”, “el acuerdo demuestra que las condiciones establecidas por el Consejo de Ministros eran asumibles como ya dijimos en su día en contra de otras interpretaciones que las consideraban duras e incluso inasumibles”, “se consumó un monopolio que Jesús Polanco gestionará a su antojo con la práctica desaparición de la posibilidad de competir para otros operadores”
El SDC aprueba el plan de integración de las plataformas	“da luz verde al plan de actuaciones presentado conjuntamente por Sogecable y Telefónica para la integración de las dos televisiones de pago”, “culmina el proceso ante las autoridades administrativas de la competencia”, “ambas compañías ponen en marcha los mecanismos de integración”	“aprueba la fusión de Vía Digital y Canal Satélite”, “anunció la aprobación del plan de actuaciones presentado por Sogecable y Telefónica para la fusión de las plataformas”, “el día del sí definitivo de la fusión de las plataformas”, “pone el punto y final a un polémico proceso iniciado el 8 de mayo de 2002”

Tabla 85

Por último, tras la aprobación definitiva a la integración de ambas plataformas, tan sólo nos queda resumir cómo contó cada cabecera el nacimiento de la nueva plataforma y el inicio de las emisiones de Digital +, unas categorías temáticas que recogemos en la siguiente tabla.

Categorías	El País	El Mundo
Nueva plataforma	“ofrecerá en verano más de 160 canales y servicios”, “nacerá así la plataforma líder de la televisión de pago en España”, “con los mejores contenidos que actualmente distribuyen por separado”, “comenzará a emitir en julio”, “liderará el mercado de la televisión de pago en España”, “con más de 2,5 millones de abonados”, “se mantendrán las emisiones por los dos sistemas de satélites”, “la programación cubrirá todos los segmentos de audiencia y reforzará los contenidos que ya ofrecen actualmente Sogecable y Vía Digital por separado”, “tendrá un rápido y considerable aumento de abonados”, “se mantendrán los precios actuales”	“el proceso de integración de Vía Digital en Sogecable dará lugar a una plataforma única de televisión digital vía satélite”, “suponía la casi desaparición de la competencia en el mercado de la televisión de pago”, “la nueva plataforma digital única, nacida de la absorción de Vía Digital por Sogecable, comenzará a funcionar a principios de julio”, “valoró la nueva plataforma digital en 1.400 millones, a pesar de que Sogecable y Vía Digital obtuvieron unas pérdidas de 54,2 y 240 millones, respectivamente, en el pasado ejercicio”, “una programación contundente y tumbativa”, “va a cubrir todos los nichos de audiencia”

<p>Canje de acciones</p>	<p>“Sogecable aprobó una ampliación de capital destinada a los actuales accionistas de Vía Digital. De esta forma, Telefónica controlará hasta el 23% de la nueva sociedad, mientras que PRISA, que seguirá asumiendo la gestión, y Groupe Canal + poseerán un 16,38% cada uno”</p>	<p>“una vez aprobada ayer la ampliación de capital por valor de 57.962.242 euros”, “la relación de canje establecida supone valorar el 100% Vía Digital en un 23% de la Sogecable resultante de la ampliación de capital”</p>
<p>Inicio de las emisiones de Digital +</p>	<p>“una programación renovada, con contenidos más atractivos de los que hasta ahora difundían las dos compañías por separado”, “aglutina la experiencia de Sogecable y Vía Digital”, “alberga los mejores canales y productos audiovisuales del espectro nacional e internacional”, “producirá una transformación en los hábitos de consumo y contribuirá a la digitalización de los hogares españoles”, “cubren todas las opciones de entretenimiento, ocio e información”, “una verdadera refundación de la televisión de pago”, “hasta septiembre, la cuota de inscripción se reduce a la mitad”, “el proceso de integración de los sistemas tecnológicos ha culminado con éxito”, “el número de inscripciones se había triplicado respecto a las registradas un día normal”, “reforzará los contenidos que ya ofrecen actualmente Sogecable y Vía Digital por separado”</p>	<p>“culmina el proceso de integración de Vía Digital en Sogecable”, “se convierte en la única que operará en el mercado español”, “la nueva programación con ocho paquetes, cuyo precio oscila entre los 22 y los 49,80 euros”, “la programación completa no estará lista hasta la temporada que comienza en septiembre”, “son decenas los canales que emitía Vía Digital que desaparecen de la oferta de Digital Plus”, “comienza a emitir incumpliendo al menos cinco condiciones del Gobierno”, “aparecen flagrantes incumplimientos que podrían aumentar una vez realizado un exhaustivo análisis a lo largo de la semana”, “las empresas del cable (Ono, Auna, Telecinco y Antena 3, y especialmente los empresarios independientes podrían iniciar una batalla legal para frenar los incumplimientos y pedir una mayor vigilancia a la CMT”, “la nueva y única plataforma digital”, “suponía la casi desaparición de la competencia en el mercado de la televisión de pago”</p>

Tabla 86

Además de las categorías temáticas recogidas hasta ahora, al principio de nuestro análisis también definimos una serie de categorías de agentes implicados en el origen y evolución de las plataformas de televisión digital por satélite desde distintas perspectivas: empresarial, ejecutiva-legislativa, económica, mediática y social. A continuación, recogemos cómo describieron ambos periódicos a los principales agentes, teniendo en cuenta que en ocasiones hemos encontrado un tratamiento diametralmente opuesto en función del hecho al que se refieran. Por ello, y como no es objeto de ese apartado repetir todo lo analizado hasta este momento, expondremos sólo algunas de las descripciones a modo de ejemplo y resumen.

En primer lugar, en la Tabla 87, aparecen los principales agentes que influyeron en el proceso de la televisión digital por satélite desde el punto de vista empresarial.

Categorías	El País	El Mundo
Jesús Polanco	<p>“Nosotros queremos y debemos estar presentes en este campo”, “obtendremos por los menos el mismo éxito que alcanzamos con Canal Plus”, “estableceremos las alianzas cuando y con quienes nuestro grupo considere oportuno, con respeto, por supuesto, al principio de legalidad”, “nuestros principios fundacionales de independencia y profesionalidad”, “no es un camino de rosas pero juntos tenemos capacidad para superar las dificultades que nos han puesto. El que diga que no son dificultades serias simplemente es un ignorante, o en su vida se ha metido en una empresa”</p>	<p>“ha empezado a navegar con el viento de cara, algo a lo que no está acostumbrado desde hace casi 14 años”, “acostumbrado a privilegios y sinecuras sin cuento durante trece años de felipismo”, “echa de menos los fáciles favores del poder”, “odia la competencia”, “monopolista frustrado que se resiste a abandonar sus privilegios”, “el destinatario predilecto de los favores del felipismo”, “infringe las normas de la competencia”, “pretende controlar la televisión de pago en España”, “ha montado un imperio a partir de una pequeña editorial”, “el amo del mayor emporio de comunicación, cimentado en gran parte con los favores del poder”, “nuevo Kané”, “un hombre al que no le gusta que le hagan sombra”, “Jesús del Gran Poder”, “afán compulsivo de dominio y de dinero”, “sus ansias de monopolizar la TV”, “ha pretendido controlar el mercado de las cadenas vía satélite desde el año 1995”, “Polanco se queda la gestión de la TV de pago”, “se queda con el control de la gestión de la sociedad”</p>
Juan Villalonga	<p>“llegó a la Gran Vía con la etiqueta de ser ‘el amigo del presidente Aznar’”, “hombre de confianza de Aznar”, “su principal activo es ser compañero de juegos de Aznar”</p>	<p>“una hábil e inteligente apuesta empresarial”, “el más sólido impulsor de la plataforma digital”, “ha protagonizado un golpe cuya importancia el tiempo irá dimensionando”, “firma su rendición”, “al final <i>don Juan</i> ha hincado la rodilla”, “Villalonga cede y compra su tranquilidad”</p>
Antonio Asensio	<p>“satisfecho de haber tomado la determinación de participar en Canal Satélite Digital”, “llamamiento a la despolitización”</p>	<p>“entrega a Polanco el control de la televisión digital”, “acaba de rubricar un pacto que supone (...) cederle el poder a su tradicional enemigo”, “ha deshonrado todos los compromisos que asumió”, “su imagen ha quedado por los suelos”, “su viraje responde más a motivaciones de lucro personal que al interés de Antena 3”, “tiene un concepto de la palabra dada y de los compromisos adquiridos distinto al del común de los mortales”, “se parecía a algo así como a un diputado de la oposición”, “en realidad de lo que se trataba era de salvar su cuenta de resultados”, “utilizar insidias para ayudar al PSOE”,</p>

		“reclama un trato privilegiado para sus empresas”
César Alierta	“es de resaltar la decisión del presidente de Telefónica de anteponer los derechos de los accionistas a cualquier interés político exterior a la compañía misma”	“con el acuerdo con Polanco, Alierta ha parecido transmitir a los inversores la señal de que no apuesta por contar con un fuerte grupo de medios de comunicación”, “está considerado un hombre próximo al vicepresidente segundo”, “ha tenido que tirar de la caja para fusionar su televisión de pago con la de Prisa”, “tendrá que aclarar ante sus accionistas y la opinión pública por qué –y a cambio de qué- entrega en estas condiciones el monopolio de la televisión digital a Polanco”
Sogecable	“En 1997, Canal Satélite Digital abrió el camino de la televisión digital en España”	“de cómo una modesta editorial de libros de textos se convirtió en un imperio de la comunicación”, “preocupación de los trabajadores por la posibilidad (...) de un recorte de puestos de trabajo”, “la absorción de Vía Digital por Sogecable no sólo era inevitable, sino que beneficia al absorbente”, “este monopolio de Sogecable no es natural ni se ha producido naturalmente, sino como fruto de diversas actuaciones políticas al margen y en contra del mercado”
Telefónica	“ha intentado tapan el enorme hueco creado en el accionariado (tras la salida de A3 y TV 3) con una precipitada operación para incorporar a pequeñas empresas periodísticas”, “lo que no ha conseguido compitiendo, lo logra con su avasallador potencial monopolístico”, “posible abuso de posición dominante”, “un gigante omnipresente en el sector audiovisual”, “desafía a Bruselas”, “abierto rebeldía a las recomendaciones comunitarias y menosprecio a sus funciones”, “se compromete a permanecer tres años en el accionariado”, “renuncia al ejercicio de los derechos políticos del exceso que resulte sobre dicho porcentaje en el momento del canje”	“será el socio minoritario-mayoritario con un 35% (...) con el fin de ampliar el marco de pluralidad de la misma”, “será juez y parte de la batalla digital”, “brillantez y coherencia empresarial”, “asume una deuda de 925 millones a cambio del 23% de la nueva Sogecable”, “deberá suscribir un préstamo participativo de 50 millones de euros, avalar un préstamo subordinado de 175 millones y entregar Vía Digital con sólo una deuda de 425 millones”
Resto de socios plataforma DTS	“empresas de reconocida trayectoria conservadora”, “pequeñas empresas periodísticas”	“importantes medios de comunicación españoles”, “diversos medios de comunicación independientes”

Tabla 87

Por otro lado, desde la perspectiva ejecutiva-legislativa, podemos dividir los agentes en tres subgrupos: por un lado, aquellos que formaban parte del Ejecutivo (Tabla 88), en segundo lugar, los grupos y líderes de la oposición al Gobierno (Tabla 89) y por último, las autoridades de la competencia europea y sus responsables (Tabla 90).

Categorías	El País	El Mundo
Gobierno	<p>“ha invadido los medios”, “camino de acoso político y financiero que convierte al Grupo Prisa en símbolo de la libertad”, “casi toda la arquitectura de la comunicación social en España queda bajo el control del Gobierno de Aznar”, “proceso de politización de la comunicación española”, “maniobras televisivas del Gobierno”, “cambia la legislación, por la vía de urgencia, con nocturnidad y alevosía”, “para torpedear la salida de su competidor”, “despeñarse por la pendiente del abuso, el amiguismo y la arbitrariedad y potenciar la crispación”, “intervencionista y autoritario”, “favoritismo hacia el proyecto oficial”, “persecución inmoral y estúpida contra los medios de comunicación que no le son sumisos”, “una mezcla de estilos entre la bravuconería fascista y la manipulación informativa, en la que eran expertos los nazis”, “su desprecio por la forma, que supedita siempre a los fines”, “abuso de poder”, “da marcha atrás frente a Bruselas”, “dobla la rodilla ante Bruselas”</p>	<p>“pretendía abrir el mundo de los medios y restarle poder al dueño de Prisa”, “tiene intención de utilizar todos los resortes legales para impedir el acuerdo”, “no puede consentir que se utilicen los derechos de retransmisión del fútbol para crear un monopolio de la televisión de pago”, “prueba de fuego para el Ejecutivo”, “se juega en su respuesta la credibilidad y el respeto”, “apoya una plataforma de TV digital única y plural”, “defender a los consumidores”, “proteger a los consumidores”, “protección de los usuarios”, “defensa de la competencia y el interés general”, “no al hegemonismo”, “no deja de sorprender a propios y extraños con su nuevo rumbo en lo que a política televisiva se refiere”, “acaba de abdicar de los principios liberales que cabía suponerle”, “incomprensible política mediática”, “lo más preocupante es la forma en la que el Gobierno ha despedido este asunto, sin explicarlo ante el Parlamento ni ante la opinión pública, como si se tratara de una cuestión estrictamente técnica y no pusiera en peligro la libre competencia y el pluralismo”, “una gravísima hipoteca para el futuro de la sociedad española”, “quedará como una de las partes más negativas que el actual presidente del Gobierno legará a su sucesor”</p>
José María Aznar	<p>“Aznar exige (a TV3) que firme hoy mismo su adhesión a la plataforma de Telefónica”</p>	<p>“genuino representante de las clases medias”, “defensa de los intereses de la mayoría frente a los privilegios de unos pocos”, “le han convencido sus <i>delfines</i>”, “antes de irse ha entregado el destino al enemigo”, “su decisión está marcada por la rendición”, “nunca hasta ahora se había dejado coaccionar”, “si ha autorizado el apaño (...) se ha equivocado”, “un gobernante que siempre ha obligado a cada uno de los protagonistas, fueran</p>

		amigos, adversarios o enemigos, a asumir la responsabilidad de sus actos”, “es un político astuto que raras veces hace cabriolas sin red”, “el silencio pertinaz de un presidente del Gobierno que no puede avalar sin contradecir sus convicciones y contradecir su trayectoria”, “eludió comentar la evidente contradicción que existe entre la actual política de medios que fomenta el Ejecutivo y la que defendía en 1996”
Francisco Álvarez Cascos	“está consumiendo gran parte de su dedicación de gobernante a obstaculizar el vuelo de CSD (...) y torpedear la gestión de los derechos televisados por parte de Sogecable y Antena 3”, “padre adoptivo de la ley (del fútbol)”, “se queda aislado”, “cuestionó la operación e incluso insinuó su fracaso”, “en abierta contradicción con la doctrina de ‘plataforma única’ que defendió desde la vicepresidencia del Gobierno en 1997”, “reacción sumaria”	“el sólido impulso del vicepresidente”, “por la vía de la sensatez”, “talante de consenso”, “habilidad política”, “fue el que más duramente criticó el acuerdo”, “advirtió que contraviene el programa electoral del PP de 1996”, “no está aislado en el Gabinete”, “su análisis fue apoyado implícitamente por un buen número de ministros”, “el único ministro que alertó sobre la fusión digital”, “advirtió en el Consejo de que el Gobierno aprobaba un monopolio”, “aportó contundentes argumentos en su exposición dando a entender que con el acuerdo que se pretendía aprobar se alejaba de la anterior línea política”
Miguel Ángel Rodríguez	“proferir bravuconadas en tono amenazador sobre El País”, “capaz de utilizar la amenaza para evitar el fracaso de sus proyectos de control sobre los medios críticos”, “hay que hundir a Prisa”, “en ese periódico (El País) hay que poner una bomba”	-
Rafael Arias-Salgado	“desafía a la Comisión”, “defensa cerrada de la polémica norma”, “tono desafiante”, “se niega a rectificar”, “avalista de lujo en la autorización de la compra-venta (de Antena 3)”	-
Rodrigo Rato	“confía en que la Comisión Europea ceda a España la posibilidad de canalizar el expediente para analizar la integración de las dos plataformas digitales”	“no cabe imaginar que el vicepresidente no haya contribuido a que Aznar haya dado el visto bueno a la operación”, “el mismo ministro que ha podido alentar la absorción”, “parece, a ojos de la opinión pública, haber intervenido en el impulso de esta fusión”, “se le atribuye un papel importante en conseguir que se produjera la cita de Moncloa”

<p>Josep Piqué</p>	<p>“defiende la reforma de las cadenas de TV”, “dice que las condiciones de la fusión digital son realmente duras”, “defendió la actuación del Gobierno para que la fusión sea acorde con los derechos de los usuarios”</p>	<p>“niega que se esté cambiando la Ley de TV para impulsar la fusión”</p>
---------------------------	---	---

Tabla 88

Categorías	El País	El Mundo
<p>PSOE</p>	<p>-</p>	<p>“habituales aliados del grupo PRISA”, “aplaude el pacto entre Polanco y Asensio porque pone en evidencia el fracaso del Gobierno”, “una relación de <i>amiguismo</i>”, “adjudicaciones a dedo”, “otra oportunidad de agasajar a su empresario favorito”, “sale en defensa de los intereses multimillonarios de Polanco”, “atacan virulentamente la iniciativa del Gobierno”, “sólo el PSOE está en contra de la decisión del Gobierno”, “privilegios que el PSOE otorgó a Polanco”, “era la empresa de seguridad del <i>holding</i> PRISA”, “sólo defiende a Polanco”</p>
<p>Felipe González</p>	<p>-</p>	<p>“quería que la batalla la ganara su amigo Polanco, y está contentísimo de que las cosas apunten en esa dirección”; “dio alas a la traición del 24 de diciembre”, “paladín de la iniciativa monopolística”, “presenta a Polanco como símbolo de la libertad de expresión”, “ni siquiera Polanco defiende sus propios intereses con tanto entusiasmo y agresividad”, “ha ligado, hace mucho tiempo, su suerte política a la del imperio de Polanco al que defiende a capa y espada”</p>
<p>IU</p>	<p>“paleocomunismo de Anguita”, “apoya las actuaciones del Gobierno”, “considera peligroso quitar el anterior tope accionarial”, “se mostró disconforme con las condiciones porque, a su juicio, sólo afectan a los aspectos económicos de la fusión, pero no a los aspectos sociales y el pluralismo político e informativo”</p>	<p>“aplaude al Gobierno”, “no puede haber democracia en medios de comunicación monopolizados”, “propuesta sensata”, “tercia así en una polémica que toma tintes cada vez más oscuros”</p>
<p>CiU</p>	<p>“condiciona el voto al <i>decretazo</i> digital a que se tramite después como ley”</p>	<p>-</p>

PNV	“acusa a Prisa de ‘caza de brujas’ contra el nacionalismo vasco”	“Arzalluz vincula la plataforma de Prisa y los GAL”
------------	--	---

Tabla 89

Categorías	El País	El Mundo
Comisión Europea	“defensora de la legalidad frente al Gobierno”, “prohíbe toda discriminación”, “una vez más tiene que intervenir, entre sorprendida y alarmada, para advertir a España que en la UE hay que respetar las reglas”, “se mostró prudente”, “quiere fomentar la televisión digital para favorecer la sociedad de la información”, “son competentes para examinar la integración”, “tiene jurisdicción para decidir sobre la integración”, “ve la operación como una adquisición de dimensión comunitaria”	“duda de que exista ‘dimensión comunitaria’ en la compra de Antena 3”, “no aplicará sus normas más duras para analizar la denuncia presenta por el grupo Prisa”, “no autorizará el pacto si crea un monopolio o incurre en un abuso de posición dominante”, “escéptica ante la fusión”, “abre una investigación”, “confirmó ayer oficialmente que considera de ‘dimensión comunitaria’ el acuerdo”, “pondrán límites a la operación entre Canal Satélite y Vía Digital en la duración de la exclusividad de los contratos de los derechos de fútbol y de películas”
Marcelino Oreja	“Es muy favorable”, “enormemente positivo”, “intentar salvaguardar el modelo europeo de sociedad”	“si no se permite a las empresas europeas convertirse en grandes grupos, tendrán muy complicado competir con los multimedia norteamericanos y japoneses”, “se mostró más cálido con el proyecto”
Mario Monti	“precisó que se investiga el impacto de la integración”	“el obstinado”, “no es fácil que un comisario europeo logre obligar a un Gobierno a rectificar una ley aprobada apenas cuatro meses antes”, “acoge con recelo el expediente”, “ve serias dificultades para permitir la alianza en los términos notificados”, “para él la fusión también puede plantear problemas en el sector de las telecomunicaciones”
Karen van Miert	“lo indispensable es que el mercado de la televisión digital permanezca abierto”	“está a favor, como filosofía general, de que haya más de una plataforma (...) porque fomenta la competencia y abarata los precios para los espectadores”, “no permitirá la creación de un monopolio”

Tabla 90

Desde el punto de vista económico, ambos medios resaltaron cómo acogió la Bolsa y los mercados bursátiles las distintas operaciones y un resumen de las mismas se expone en la siguiente tabla:

Categorías	El País	El Mundo
Bolsa	“acogió favorablemente el acuerdo del Gobierno”, “un hecho muy esperado por los analistas del sector”, “efectos muy beneficiosos”, “Sogecable se dispara en Bolsa”, “los inversores dieron un espaldarazo a la integración”, “recibió con euforia”, “los analistas califican como operación necesaria”, “han dado el visto bueno a la operación”, “muy favorable en el horizonte del medio y largo plazo”	“los títulos de Polanco en Bolsa se disparan”, “el anuncio fue aplaudido por la Bolsa”, “el mercado cree que Sogecable es la gran beneficiada”

Tabla 91

Por otro lado, desde una perspectiva social, el origen y evolución de las plataformas de televisión digital por satélite implicó importantes cambios en los consumidores y usuarios porque supuso el nacimiento de un nuevo modelo de televisión. A continuación, se refleja cómo destacó cada diario estos aspectos, en función de si los abonados pertenecían a una u otra oferta digital.

Categorías	El País	El Mundo
Abonados CSD	-	“quien se suscribe a la televisión de pago de Polanco es como si se hiciera militante del PSOE”
Abonados VD	-	“Telefónica pretende que el usuario no encuentre ninguna barrera tecnológica en el camino y que su desembolso inicial sea mínimo”, “asequible oferta”, “ofrece muchos más canales por bastante menos dinero”, “la idea de no cobrar al cliente por esos aparatos ni por su instalación podría ser la piedra filosofal del proyecto de Juan Villalonga”,
Abonados Digital +	“tendrán acceso a una oferta mucho más atractiva e innovadora”, “los grandes beneficiados del proceso de integración serán los abonados”, “no tendrán que cambiar sus equipos técnicos”, “disfrutarán en abierto durante los meses de julio, agosto y septiembre de todos los canales de Digital +”, “sin aumento de precio y sin necesidad de efectuar modificaciones en los equipos receptores”, “tendrán a su	“ha subido los precios a los abonados”, “Digital Plus ha aumentado el precio de sus productos a los más de 2,5 millones de abonados, subida que afecta en mayor medida a los que provienen de Vía Digital”, “un abonado del paquete superbásico Acceso Vía paga 5,95 euros, una barrera mínima de entrada en precio que ahora, en Digital Plus, se ha elevado a 22 euros. Por menos no se puede ser cliente”

	alcance mayor cantidad y variedad de productos, con los mejores contenidos”	
Ventajas e inconvenientes de dos plataformas	-	“la competencia entre las dos plataformas debería beneficiar al usuario, si como resultado lógico, bajan los precios en el futuro”
Ventajas e inconvenientes de una sola plataforma	“los costes derivados de estas modificaciones no serán repercutidos a los abonados”	“los telespectadores no tendrán la oportunidad de elegir”, “un panorama lleno de incógnitas para los abonados”, “tendrá indudablemente repercusiones y cambios”, “temor de que la integración suponga la manifestación de un monopolio”, “se verán sometidos a una política de precios mayor”, “una fusión levisa para los consumidores”

Tabla 92

Por último, ambos medios fueron también protagonistas directos en el proceso de creación, consolidación y fusión de las plataformas digitales, agentes principales de noticias y artículos de opinión en los que se acusaron respectivamente utilizando argumentos similares. En la última tabla, la número 93, recogemos algunas de las acusaciones que se lanzaron mutuamente.

Categorías	El País	El Mundo
El País	-	“las terminales informativas del imperio de Polanco demostraron, una vez más, su parcialidad y la supeditación a los intereses económicos de sus dueño”, “el principal de los órganos de expresión polanquista”, “arremetió ayer contra todos los socios de la plataforma pluralista”, “los medios de Prisa y sus adláteres han intentado ridiculizar al ministro de Fomento”, “manipulando el sentido de las palabras”, “órgano de prensa del PSOE”, “allá se las apañe el diario de Polanco para explicar a sus lectores por qué les miente”
El Mundo	“voceros del Gobierno”, “consejero aúllico de Aznar”, “habitual portavoz de La Moncloa”, “socio de la plataforma del Gobierno”, “forma parte de la prensa más adicta al Gobierno”, “diario gubernamental”, “hoja parroquial del nuevo Gobierno”, “su particular boletín oficial”	-

Pedro J. Ramírez	“se distingue por ser uno de los periodistas más cercanos al presidente del Gobierno (...) fue el primer reportero que entró en La Moncloa de la mano de Aznar y es frecuente compañero de éste en el juego de pádel”, “esta joya del <i>nuevo periodismo</i> que se practica en la capital de España, representante probable de la nueva política que nos gobierna”	-
-------------------------	--	---

Tabla 93

| *Octava parte*

CONCLUSIONES

Los diferentes capítulos de esta tesis doctoral han estado siempre orientados, tal y como se definió en las páginas introductorias, a analizar en profundidad, desde una perspectiva crítica y estructural, el tratamiento informativo que ofrecieron *El País* y *El Mundo* sobre el origen y evolución de la televisión digital por satélite en España desde 1996, fecha en la que comienzan a constituirse las primeras plataformas, hasta julio de 2003, cuando se inician las emisiones de Digital +.

Con ese objetivo, hemos ido avanzando desde lo general a lo particular, desde la fundamentación teórico-metodológica sobre la que asentamos nuestro trabajo hasta la descripción histórico-estructural de los medios analizados, sin olvidar una descripción de la televisión, tanto en el contexto nacional como internacional. Todo ello, nos condujo al análisis de los mensajes, la parte principal de esta investigación, y tras la cual ahora presentamos los resultados que se deducen del trabajo realizado.

En este sentido, y según lo establecido en el primer capítulo en cuanto a objetivos e hipótesis, podemos concluir:

- 1. *El País* y *El Mundo* dedicaron un espacio destacado en sus páginas al proceso de creación, evolución y fusión de las plataformas de televisión digital en España, utilizando todos los recursos tipográficos y visuales para dar a conocer entre sus lectores este tema y subrayar su importancia. Además, mediante las informaciones publicadas, ambos medios contribuyeron al conocimiento de este nuevo modelo de televisión y su funcionamiento entre la opinión pública, aunque la finalidad principal fue la de favorecer la creación de un mercado para la televisión digital por satélite en nuestro país.**

Para entender cómo resaltaron los dos medios este tema y qué aspectos fueron los más destacados, esta primera conclusión podemos desglosarla en los siguientes aspectos:

- 1.1. Los dos medios objeto de estudio utilizaron los mismos recursos tipográficos y periodísticos para destacar la importancia de los acontecimientos que se iban produciendo a lo largo del periodo analizado. En este sentido, ambos diarios llevaron estos temas a su portada (*El País* en 33 ocasiones y *El Mundo*, 43); abrieron diferentes secciones con estas informaciones; ubicaron en páginas impares lo más destacable; los textos más importantes fueron aquellos más extensos, llegando a dedicarles páginas completas a un único hecho; utilizaron elementos tipográficos como tamaño de la fuente, titulares a cinco y cuatro columnas, cintillos y destacados, e incluyeron elementos gráficos, como fotografías o infografías, para hacer más visible las noticias.

- 1.2. Una de las principales diferencias entre ambos periódicos fue la ubicación de las informaciones: mientras que *El País* prefirió la sección de Comunicación (303 textos)

para publicar estas noticias; *El Mundo* utilizó por igual las secciones de Comunicación (con 159 textos) y España (con 156). De esta forma, mientras la cabecera del grupo Prisa lo trataba, sin entrar en el análisis de lo publicado, como un tema fundamentalmente audiovisual, el diario dirigido por Pedro J. Ramírez lo presentaba como un asunto con tantas implicaciones políticas como mediáticas. Además, tras el anuncio de fusión de las dos ofertas digitales, también hay un cambio de criterio que diferencia sustancialmente los dos periódicos: *El País* opta por la sección de Economía, mucho más específica, dirigida a un público más especializado y que aparece en las últimas páginas de cada número, mientras que *El Mundo* lo traslada a las primeras páginas de cada edición, bajo la sección Primer plano, alternando con la sección España, y subrayando con ello a sus lectores la trascendencia de lo que estaba publicando.

- 1.3. Las informaciones y opiniones ofrecidas por los diarios *El País* y *El Mundo* sobre la televisión digital, el seguimiento continuado y el espacio dedicado desde 1996 a 2003, contribuyeron al conocimiento sobre este nuevo modelo de televisión y ayudaron a introducir entre la opinión pública nuevos conceptos como: la multiplicación de canales, el paquete básico, el *pay per view*, el *near video on demand* o el funcionamiento de los descodificadores. Sin embargo, la finalidad de esas informaciones fue principalmente la de favorecer la creación del mercado de la televisión digital por satélite, es decir, conseguir clientes para las plataformas digitales, en lugar de explicar y ayudar a entender este nuevo modelo de televisión en España entre sus lectores. Por ello, los reportajes especiales que encontramos en ambos medios sobre la televisión digital por satélite y su funcionamiento se publicaron en suplementos y coincidieron con el lanzamiento de las respectivas plataformas, es decir, *El País* lo hizo cuando Canal Satélite Digital anuncia la puesta en marcha de su proyecto y *El Mundo* aprovechando los avances, primero de RTVE y después de Telefónica.

2. ***El País* y *El Mundo* abordaron profusamente el origen, evolución y fusión de las plataformas de televisión digital por satélite en España durante los siete años y medio analizados, con un total de 2.104 textos publicados, de los cuales 988 corresponden al diario del grupo Prisa y el resto, 1.116, al periódico dirigido por Pedro J. Ramírez. Estos datos demuestran la importancia que se le concedió al nacimiento y evolución de este nuevo modelo de televisión y favoreció la consolidación de los temas de comunicación y estructura en la información diaria de los medios. Sin embargo, aunque a priori podíamos pensar que se trataba de un hecho sobre estructura mediática, un nuevo desarrollo y evolución del sector**

audiovisual, fueron precisamente sus implicaciones políticas y económicas las que lo convirtieron en un acontecimiento de principal relevancia para ambos periódicos

A continuación, detallamos más pormenorizadamente las diferencias y similitudes en el tratamiento cuantitativo de las dos cabeceras.

2.1. Si bien el proceso de creación, puesta en marcha, evolución y posterior fusión de las plataformas de televisión digital en España tuvo un seguimiento continuado a lo largo de los años analizados, fueron precisamente los hitos más relevantes, aquellos con más implicaciones políticas, económicas y sociales, los que ocuparon más páginas en ambos diarios: el Pacto de Nochebuena, la aprobación de la Ley de Televisión Digital, la regulación de las emisiones deportivas, la compra de Antena 3 por parte de Telefónica, el acuerdo para la integración de las dos ofertas y los informes de las autoridades de la competencia al respecto de este anuncio.

2.2. Fue 1997 el año más destacado cuantitativamente en los dos periódicos (*El País* publicó 601 textos y *El Mundo*, 542), con un seguimiento que quintuplicó los textos publicados otros años y en el que encontramos noticias y opiniones prácticamente todos los meses. Este seguimiento se explica porque corresponde a la puesta en marcha de las dos ofertas digitales, a las regulaciones legislativas aprobadas por el Ejecutivo sobre la televisión digital y las retransmisiones deportivas, además de importantes cambios estructurales en el sector audiovisual como la compra de Antena 3 por parte de Telefónica, hechos relevantes y que marcaron puntos de inflexión en los inicios de este nuevo modelo de televisión en España.

2.3. A lo largo de todos los años analizados, siempre ha sido el diario *El Mundo* el que ha dedicado mayor número de textos a la información, interpretación y opinión de los diferentes acontecimientos que se iban produciendo en relación con el nacimiento y evolución de las plataformas de televisión digital por satélite en España. Es más, si comparamos el número de textos de ambos diarios durante los años analizados, podemos afirmar que 1997 fue el único año en el que *El País* superó las publicaciones del diario *El Mundo*, una diferencia de cincuenta y nueve textos que es más significativa si tenemos en cuenta que fue el medio que menos informaciones y opiniones vertió sobre los hechos a lo largo de todo el periodo analizado.

2.4. Otro de los años destacados en la historia de las plataformas de televisión digital en España fue 2002, si bien en esta ocasión encontramos un tratamiento cuantitativo muy desigual entre los dos diarios. Este año se produce el anuncio de fusión entre las dos plataformas, posteriormente los diferentes informes y dictámenes de las autoridades

de la competencia, tanto europeos como nacionales, y finalmente, en noviembre, la autorización con condiciones aprobada por el Gobierno. Todo ello, lo abordó *El Mundo* ampliamente a través de 183 textos; mientras que *El País* lo hizo en 42, la mayor diferencia en los siete años y medio que hemos estudiado, sobre todo si tenemos en cuenta que los hechos que se produjeron implicaban un cambio radical en la evolución de la televisión digital por satélite. Este aparente distanciamiento del diario *El País*, sobre todo teniendo en cuenta que pertenecía al grupo empresarial más beneficiado por la integración de las dos ofertas, responde a un intento por mostrar neutralidad u objetividad, no queriendo resaltar ni destacar sobremanera los hechos, si bien, habrá que complementar este trato cuantitativo con el enfoque que dio a sus informaciones y opiniones y que expondremos a continuación.

2.5. Si en lugar de a los años analizados, atendemos a los hitos estudiados, también podemos destacar algunas diferencias importantes en el tratamiento cuantitativo que realizó cada diario. Los bloques que más ampliamente desarrolló *El País* corresponden a las regulaciones legislativas aprobadas por el Ejecutivo, tanto la ley sobre la televisión digital como la llamada ley del fútbol, dos hitos que corresponden a 1997, año en el que superó el tratamiento realizado por el diario *El Mundo* como ya se ha indicado (*El País* publicó sobre la Ley de la televisión digital 131 textos y *El Mundo* 105, mientras que sobre la Ley del fútbol, el primero de ellos lo abordó en 83 publicaciones y el diario del grupo Unedisa lo hizo en 72) . Por su parte, *El Mundo* hizo más hincapié en el Pacto de Nochebuena, donde duplicó los textos publicados por el diario *El País* (30 frente a 14) y sobre todo, en el anuncio de fusión del año 2002 (57 frente a 15) y los informes de las autoridades de la competencia y la aprobación definitiva del Gobierno (un hito que abordó a través de 76 textos frente a los 36 publicados por el diario del grupo Prisa).

2.6. Un tratamiento desigual en lo cuantitativo también queda patente en los inicios de cada plataforma digital. En este sentido, mientras que *El País* explica pormenorizadamente la oferta de Canal Satélite Digital a través de catorce informaciones y dos artículos de opinión, *El Mundo* informa de ello en tan sólo cuatro textos. Sin embargo, unos meses más tarde, será el periódico dirigido por Pedro J. Ramírez el que triplique el número de publicaciones referidas a la oferta de Vía Digital, sobre la que leemos seis informaciones y un artículo de opinión, un inicio de emisiones que para *El País* merece tan sólo dos noticias. Si bien hay una diferencia cuantitativa importante en ambas ocasiones, tras ello, subyace el mismo tratamiento por parte de los dos diarios, cada uno de ellos destaca la oferta a la que está directamente vinculado por razones estructurales y empresariales. Es decir, hubo una

relación directamente proporcional entre los intereses de cada cabecera y la cantidad de textos publicados.

- 3. Tanto *El País* como *El Mundo* emplearon diferentes géneros periodísticos para informar, analizar y opinar sobre el proceso de creación y evolución de la televisión digital en España y en concreto, sobre los hitos analizados. De ellos, destacan fundamentalmente dos rasgos, el número de editoriales publicados, especialmente por *El Mundo*, género que representa la opinión del medio y que se reserva para casos de suma importancia y la utilización de las noticias para interpretar, valorar y opinar sobre los acontecimientos, es decir, bajo la apariencia de información encontramos en los dos periódicos los textos más partidistas y subjetivos.**

A continuación detallamos esta tercera conclusión y explicamos las diferencias y similitudes en la utilización de los géneros informativos y de opinión que hicieron los dos medios.

- 3.1. Por lo que respecta a los géneros informativos e interpretativos ambos diarios recurrieron fundamentalmente a las noticias, aunque también hemos encontrado, en menor cuantía, reportajes, crónicas y entrevistas. Las principales diferencias entre los dos diarios en el uso de estos géneros son cuantitativas y las encontramos en los bloques que corresponden a la aprobación de la ley de televisión digital (hito 5) y a la regulación de las emisiones deportivas (hito 6), a los que *El País* dedicó mayor espacio en sus páginas. Por su parte, *El Mundo* prefirió hacer mayor hincapié en temas como el anuncio de fusión de ambas plataformas o los distintos informes de las autoridades de la competencia a este respecto (hitos 12 y 13), dos bloques temáticos en los que casi duplicó las informaciones publicadas por el diario del grupo Prisa. En este caso, los dos diarios utilizaron mayor número de informaciones para aquellos temas que consideraban contrarios a los intereses de las plataformas que apoyaban y por tanto, a los suyos propios.

- 3.2. Un recurso común en ambos periódicos es que interpretan los acontecimientos y valoran los mismos en páginas de información, bajo el formato informativo y con la apariencia de una noticia. E incluso, esa línea se traspasa y la interpretación y opinión se convierten en publicidad cuando se refieren a las ventajas de cada plataforma y a sus ofertas, ofreciendo a los lectores el número de teléfono para abonarse a Canal Satélite Digital en el caso de *El País* y a Vía Digital en el caso de *El Mundo*. De esta forma, creaban entre sus lectores, bajo un falso tratamiento aséptico, una opinión favorable a sus plataformas afines y por ende, a sus propios intereses estructurales y económicos.

3.3. Fue el diario *El Mundo* el que recurrió con mayor frecuencia a los artículos de opinión, las columnas y los editoriales. Mientras que en este último hemos analizado 67 textos de opinión firmados y 65 sin firma, es decir, editoriales y sueltos y comentarios editorializantes, en *El País* tan sólo nos hemos encontrado trece artículos de opinión y 19 editoriales. Con esta diferencia, el diario del grupo Unedisa no sólo destacó aún más la importancia de los hechos, reforzando la información con la opinión de sus principales articulistas, sino que se posicionó en más ocasiones resaltando la trascendencia de los acontecimientos, ya que el recurso de los géneros de opinión tiene un papel relevante dentro de un diario porque con ellos se apoya la información y postura del medio, se pone mayor énfasis en la formación de las audiencias, en la creación de una opinión pública y el mantenimiento de unos principios determinados. En definitiva, el elevado número de editoriales, comentarios y artículos nos permite afirmar que antepusieron, principalmente *El Mundo*, su intención de crear opinión sobre la función esencial de informar.

3.4. Aunque el objetivo principal de los editoriales es presentar la postura del periódico sobre algún tema de relevancia, siempre debe hacerse argumentando el problema, bien tratando de defender un punto de vista o bien analizando diferentes puntos de vista. Sin embargo, los editoriales analizados traspasaron en muchas ocasiones ese límite, apelaron a lo emocional sobre lo racional y su finalidad principal fue la de influir políticamente o presionar judicialmente en favor de las medidas que consideraban más justas a sus propios intereses. Aunque debían convencer, en muchas ocasiones lo que hicieron fue enardecer a la opinión pública alejándose del compromiso esencial de todo medio que debe sustentarse en el respeto a sus lectores.

4. *El País* y *El Mundo* utilizaron recursos no periodísticos para subrayar la importancia de los hechos tratados y dirigir la interpretación del lector hacia una imagen sesgada de la realidad, con la que intentaron lograr una opinión favorable hacia sus propios posicionamientos y en contra de la otra parte. Y con ello, además, se alejaron e incumplieron sus propios códigos deontológicos.

Entre los principales recursos que hemos encontrado en el análisis de los mensajes podemos destacar: utilización intencionada del léxico, expresiones bélicas, simplificación del lenguaje descriptivo, maniqueísmo, falta de contextualización, uso tendencioso de las fuentes, omisión de datos e informaciones, descalificación del contrario, politización del conflicto, contradicciones, publicidad enmascarada y ausencia de las relaciones estructurales. A continuación, explicamos estos recursos que ratifican nuestra cuarta conclusión.

- 4.1. Ambos medios utilizaron de forma intencionada el lenguaje para resaltar o restar importancia, según el caso, a los distintos hitos que marcaron el origen y la evolución de la televisión digital por satélite en España. Por ejemplo, *El País* recurrió al término “acuerdo” e “integración” mientras que *El Mundo* optó por hablar del “pacto” y “absorción” para referirse al acuerdo de Nochebuena y a la fusión de ambas plataformas, respectivamente.

- 4.2. Los dos diarios recurrieron con mucha frecuencia a las expresiones bélicas para magnificar las consecuencias de las decisiones empresariales, políticas o judiciales, si bien fue más habitual encontrar este tipo de referencias en el diario *El Mundo*. Ejemplos de estas expresiones son: “contraatacar ante la ofensiva de Telefónica”, “diez años de hostilidades”, “ataque brutal a la libertad de expresión”, “torpedear la salida de su competidor”, “pacto por la paz”, “la tregua de la guerra del fútbol”, “la paz del fútbol televisivo quedó sellada”, “cerraron ayer la cuenta y larga guerra que mantenían”, “atacan virulentamente”, “su decisión está marcada por la rendición”, “ni vencedores ni vencidos”...

- 4.3. Las dos cabeceras han optado por una simplificación del lenguaje descriptivo y, lejos de ofrecer una imagen objetiva, abusaron en ocasiones de planteamientos maniqueístas. En este sentido, *El País* denomina, desde el principio, a Vía Digital como “la plataforma del Gobierno”, cuando en su accionariado había otros grupos empresariales; al diario *El Mundo* como “voceros del Gobierno”, al Ejecutivo como “intervencionista”, “antidemocrático” e incluso “fascista” y al presidente como “contrario a la libertad de expresión”. Por su parte, *El Mundo* optó por asimilar la plataforma Canal Satélite Digital con la figura de Jesús de Polanco, a quien calificó como “el gran patrón de Prisa”, “monopolista”, “contrario a la libertad de expresión”, “poder fáctico”, “peligro para la democracia”; destacó la figura de Felipe González como “el amigo de Polanco” y a Aznar como “paladín de la democracia, la libertad de expresión y los derechos de las clases medias”.

- 4.4. En general, hay una falta de contextualización en la mayoría de las informaciones y ningún medio ofrece las explicaciones y antecedentes necesarios para comprender las razones de su posicionamiento. Y cuando aparece, es una contextualización interesada, que favorece la postura del periódico. Por ejemplo, ambos diarios recurren al contexto internacional cuando con ello consolidan sus argumentos a favor de una determinada decisión.

- 4.5. Frente al uso honesto de las fuentes que se proclama en sus Libros de Estilo, ambos realizaron con frecuencia un uso tendencioso de las mismas y se limitaron a exponer y citar aquellas que coincidían con sus puntos de vista, sin darle relevancia ni destacar aquellas otras que servían para contrastar la información. Y cuando sí lo hacían esas fuentes se presentaban, en muchas ocasiones, desde un punto de vista negativo.
- 4.6. Durante los años analizados, nos hemos encontrado con hechos y aspectos noticiables que eran destacados en un diario y relegados e incluso omitidos en el otro periódico. Un tratamiento intencionado que obedecía a los propios intereses de cada cabecera. Por ejemplo, no leemos ninguna información en *El Mundo* sobre el proyecto de Canal Satélite Digital hasta varios meses después de haber hablado de los proyectos de RTVE y de las negociaciones de Telefónica con el grupo Kirch, aunque sin embargo el anuncio fue bastante anterior. Otro ejemplo es cuando *El País* explica que el único inconveniente para culminar la fusión era que Telefónica pasaría a estar presente en dos televisiones privadas (Canal Plus y Antena 3), lo que podría obligar a desinvertir, ya que la Ley de Televisión Privada impedía que un mismo operador estuviera presente en dos canales de televisión, pero en ningún momento se apuntó la participación de Sogecable en Localia y Canal Plus.
- 4.7. Las diferencias en las interpretaciones que hace cada diario llegan incluso hasta el propio enfrentamiento. En numerosas ocasiones, *El País* y el Grupo Prisa son los protagonistas de las denuncias de *El Mundo*, que los acusa de estar al servicio de los intereses de Polanco y de defender los intereses de su grupo a favor del monopolio. Del mismo modo, el diario de Pedro J. Ramírez era criticado en *El País* porque se consideraba un periódico gubernamental, que apoyaba la creación de un grupo afín al Gobierno. Más allá de las superficiales divergencias entre uno y otro, los dos defienden sus intereses empresariales y su línea ideológica, utilizando curiosamente los mismos argumentos y recurriendo a la descalificación y el desprestigio del contrario: monopolio y creación de grupos con los favores del Gobierno (el socialista en un caso y los populares, en otro).
- 4.8. Ambos periódicos politizaron el conflicto para dimensionar la importancia de los acontecimientos que se narraban (“hacía tiempo que el futuro de la democracia española no estaba en juego en un envite tan concreto”) y presionar al Gobierno en defensa de sus intereses. De esta forma, hemos observado que *El Mundo* presiona al Gobierno cuando considera que éste no era lo suficientemente duro con Canal Satélite Digital y lo alaba cuando adoptaba, por la vía ejecutiva, las acciones que el diario

proponía en sus editoriales y artículos de opinión. Por su parte, *El País* presionaba al Gobierno mediante su influencia en la opinión pública.

- 4.9. Durante el periodo analizado, las dos cabeceras caen en la contradicción y pasan del halago a la crítica y al desprestigio. Estas diferencias quedan de manifiesto de forma muy patente con Antonio Asensio y sus diferentes protagonismos en el desarrollo de la televisión digital por satélite en España. En este sentido, *El Mundo* pasa de describirlo como “incumplidor y mezquino” a deshacerse en elogios tras la venta de sus acciones en Antena 3 Televisión y Audiovisual Sport a Telefónica; o *El País* que lo encumbra como luchador de las libertades contra el portavoz del Ejecutivo, Miguel Ángel Rodríguez, y después lo acusa de participar en un proyecto gubernamental.
- 4.10. Cuando cada periódico describe la oferta de la plataforma digital con la que está relacionada estructuralmente, bajo la apariencia de información encontramos textos publicitarios. Aunque en sus Libros de Estilo recogen que debe haber una separación clara de la información, la opinión y la publicidad y apuestan por identificarlas claramente, señalando que nunca los intereses publicitarios deben motivar la publicación de un artículo o suplemento, estos criterios quedaron relegados en varias ocasiones. Por ello, cuando leemos las excelencias de Canal Satélite Digital o Digital + en *El País*, o las de Vía Digital en *El Mundo*, ambos diarios actuaron más como medios de presión y canales de publicidad que medios propiamente informativos.
- 4.11. Apenas hemos encontrado textos en los que se expliquen las relaciones estructurales entre los medios y las plataformas y en aquellos que sí se hace es para desprestigiar al contrario y acusarlo de monopolio. Por ejemplo *El País* elude dar la imagen de que Sogecable tendrá una posición dominante en la empresa resultante tras la fusión de las dos plataformas e insiste en el argumento de que Telefónica, Prisa y Canal Plus (Francia) tendrán el mismo porcentaje de representación, sin explicar que los dos últimos integran Sogecable, una relación que sí se describe detalladamente en las páginas del diario *El Mundo*.
- 5. Aunque las diferencias cuantitativas entre ambos medios han sido importantes, son sin embargo las diferencias en el tratamiento cualitativo las que definen la postura y el posicionamiento adoptado por cada diario con respecto a los hechos que se produjeron durante los años analizados y que sirvieron para configurar el sector audiovisual de la televisión digital por satélite en España. Unas posturas que no sólo**

son distintas sino, en muchas ocasiones, frontalmente opuestas, ofreciendo cada periódico una versión muy sesgada y partidista de los acontecimientos.

Estas diferencias cualitativas, que complementan las cuantitativas anteriormente expuestas, las resumimos a continuación atendiendo a los ejes definidos en nuestro análisis (empresarial, ejecutivo-legislativo, social, económico y mediático) y a las principales categorías temáticas y de agentes sobre las que hemos trabajado. De esta forma, podremos posteriormente definir y concluir sobre la línea informativa y editorial adoptada por cada medio.

5.1. La primera diferencia cualitativa que observamos a lo largo de los años es el tratamiento desigual de cada proyecto digital y de cada plataforma, resaltando las ventajas de una frente a las críticas hacia la otra. En este sentido, *El País* se posiciona junto a Canal Satélite Digital, primero, y a Digital +, después, subrayando que se trata de un proyecto “nítidamente empresarial y profesional” avalado por la “mayor experiencia en la televisión de pago” y destacando en varias ocasiones su compromiso con la calidad y los consumidores, mientras que critica duramente a la plataforma Vía Digital y hace hincapié en relacionar una y otra vez este proyecto con el Gobierno, afirmando que ha “sido impulsado desde La Moncloa”, subrayando su carácter plenamente político y poniendo en duda la solvencia de sus socios. Por su parte, *El Mundo* elogia desde sus páginas el proyecto impulsado por Telefónica resaltando su carácter igualitario y pluralista, a las empresas que lo integran (“nueve de las más importantes empresas del sector de la comunicación”) y porque “rompe el monopolio y defiende los intereses de los españoles”, y paralelamente, intenta desprestigiar el proyecto de Sogecable destacando que no se suma ninguna otra sociedad y asociándolo a la figura de Polanco y al monopolio.

5.2. Dentro de la configuración de las estructuras empresariales de cada proyecto digital, merece mención especial la incorporación del diario *El Mundo* a la plataforma liderada por Telefónica por las repercusiones mediáticas que tuvo en ambos medios. En este aspecto, el diario *El País* criticó esta incorporación e incluso puso en duda que el resto de socios estuvieran de acuerdo ya que “no se justificaba técnicamente” y dedicó a ello informaciones destacadas, aunque en ningún momento explicó ni cuestionó que su diario formara parte del proyecto Canal Satélite Digital. Por su parte, el rotativo del grupo Unedisa justificó su presencia como “simbólica”, que serviría para aportar su “creciente producción de contenidos multimedia” y subrayó la unanimidad del resto de socios con su participación.

5.3. Los dos diarios también mantienen posturas radicalmente opuestas sobre dos acuerdos que modifican la configuración y estructura de los primeros años: el acuerdo

entre Asensio y Polanco para explotar el fútbol televisado en diciembre de 1996 y la compra de las acciones de Asensio por parte de Telefónica en julio de 1997, aunque utilizan paradójicamente los mismos argumentos. La cabecera del Grupo Prisa define el Pacto de Nochebuena como “estrictamente empresarial” y afirma que permitirá “una explotación ordenada y racional de los derechos audiovisuales del fútbol”, mientras que *El Mundo* prefiere destacar sus implicaciones políticas ya que “el gran perdedor es el Gobierno” porque “desmonta la piedra maestra en la estrategia de comunicación trazada por Aznar” y asegura que “pone en peligro el pluralismo informativo”. Meses más tarde, será el diario de Pedro J. Ramírez el que hable de “un movimiento empresarial... para el reforzamiento del pluralismo informativo y el reequilibrio de los medios” para referirse a la compra de Antena 3 por parte de Telefónica mientras que *El País* opta por resaltar las implicaciones políticas y hablar de monopolio al considerar que la operación “ha sido pilotada por el Ejecutivo” porque “lo que Telefónica no había conseguido compitiendo, lo logra con su avasallador potencial monopolístico”.

- 5.4. Entre el inicio de las emisiones de una plataforma y otra se producen importantes cambios legislativos que influyen en este negocio y que ponen de manifiesto la interrelación de la política, la economía y la comunicación. Estas modificaciones legislativas fueron: la Ley de TV digital y la Ley de Retransmisiones Deportivas. Las tesis defendidas por los dos medios de comunicación en torno a estas leyes son radicalmente opuestas y coinciden con las posturas del Partido Socialista, en el caso de *El País* y con el Gobierno, en el caso de *El Mundo*. El primero de estos periódicos critica las injerencias del Ejecutivo, sostiene que el objetivo es “bloquear la operación de Canal Satélite” y “favorecer el monopolio de la compañía de Telefónica” y se refiere continuamente a ellas de manera despectiva como “el decretazo” y las “maniobras televisivas del Gobierno”. Por su parte, *El Mundo* aplaude las decisiones del Gobierno y las interpreta como una forma de salvaguardar la pluralidad y la libre competencia, “como una respuesta política y jurídica adecuada” porque “impide el monopolio de la TV de pago”, “garantiza el acceso en igualdad de condiciones de todos los proveedores”, “protege derechos fundamentales” y se basa en “el interés general”.
- 5.5. En relación con el punto anterior, también trataron los medios de manera muy desigual al Gobierno y la oposición. Por un lado, *El País* critica las actuaciones del Gobierno por considerarlas intervencionistas, abusivas y basadas en el amiguismo y acusa principalmente a Aznar, Álvarez Cascos y Miguel Ángel Rodríguez; mientras que en *El Mundo* se apoyan las decisiones del Ejecutivo, se aplaude la habilidad política del presidente y su ministro de Fomento y se dirigen las críticas hacia el PSOE a quien

acusa de favorecer a PRISA y especialmente, a Felipe González a quien llaman “paladín de la iniciativa monopolística”. Sin embargo, con la autorización por parte del Gobierno para la fusión de las plataformas hay un giro en el tratamiento que realizó el diario de Pedro J. Ramírez. A partir de ese momento, relacionó las medidas adoptadas con el proceso de sucesión al frente del PP y acusaron a Rodrigo Rato de “alentar la absorción” y a Aznar de incumplir su programa electoral porque “nunca hasta ahora se había dejado coaccionar” y porque “su decisión está marcada por la rendición”.

5.6. Si bien los acuerdos para la retransmisión de los partidos de fútbol en *pay per view* lograron cierta unanimidad en los dos diarios, al hablar de “la paz digital” o la “paz del fútbol televisado”, fueron las rupturas de las conversaciones del primer acuerdo de fusión y sobre todo, el acuerdo para la integración de las plataformas en 2002, donde ambos periódicos realizaron una interpretación radicalmente distinta. En este sentido, *El Mundo* se felicita de la primera ruptura de las negociaciones porque “abre paso a la competencia” algo que afecta positivamente al consumidor y años después, adopta una postura beligerante contra la fusión, un acuerdo de trascendencia política que significa el triunfo de Prisa por hacerse con una posición dominante y no apoya ni entiende la postura de Telefónica. Por su parte, *El País* señala primero a la operadora de telecomunicaciones como la responsable de la ruptura de las negociaciones en 1998 y posteriormente, el acuerdo para la integración de las plataformas significa el triunfo de la lógica económica y empresarial y destaca siempre la participación igualitaria entre los tres socios principales (Telefónica, Canal + y Prisa).

5.7. En relación con las negociaciones anteriores, y desde el punto de vista empresarial, los principales protagonistas de las mismas fueron Jesús Polanco, Juan Villalonga y César Alierta, que recibieron un trato muy diferente en cada diario. Fue el presidente del Grupo Prisa quien centró las críticas más voraces de *El Mundo*, a quien caricaturizó e incluso ridiculizó en numerosas ocasiones. Argumentaba este diario que su éxito se había logrado gracias a los “privilegios del felipismo”, que él tenía un “afán compulsivo de dominio y de dinero” y lo asociaba al monopolio. Con respecto a Villalonga, *El País* se centró en resaltar la amistad y confianza con Aznar, lo que consideraron su principal activo; mientras que el rotativo de Pedro J. Ramírez pasa de alabar sus primeras decisiones empresariales y valorarlo como el principal impulsor de la plataforma y del grupo de medios en torno a Telefónica, a criticar sus acuerdos con Polanco porque afirman “ha hincado la rodilla” y ha llegado a un acuerdo para “comprar su tranquilidad”. Y por último, César Alierta es elogiado por *El País* porque “antepone los derechos de los accionistas a cualquier interés político”, mientras que es

puesto en duda por *El Mundo* ya que se cuestionan “por qué y cambio de qué entrega en estas condiciones el monopolio de la televisión digital a Polanco”.

- 5.8. Tras el acuerdo de integración de ambas plataformas en mayo de 2002, se inició un proceso por las diferentes autoridades de la competencia, tanto europeas como nacionales, que también planteó diferentes versiones en ambas cabeceras. Si *El País* se felicitaba porque las autoridades europeas devolvían el expediente a España ya que así “se evita mayores retrasos a una situación de incertidumbre que afecta a empresas y a usuarios”; *El Mundo* exigía al Gobierno una “investigación concienzuda” ante los efectos contrarios a la competencia que podía provocar la operación. Si los informes de la CMT y el SDC era para el grupo Prisa no vinculantes aunque resaltaban la falta de rentabilidad de dos televisiones digitales, para el diario de Unedisa eran muy importantes porque subrayaban los efectos monopolísticos de la operación. Mientras que las condiciones impuestas por el TDC, primero y el Gobierno, después, eran para *El País* duras, intervencionistas y ponían en serias dificultades la solvencia empresarial y la fortaleza competitiva de la plataforma única; *El Mundo* las consideró fáciles de aceptar, que favorecerían el monopolio y negativas para la competencia en la sociedad de la información y culpó al Gobierno y a Aznar de rendirse y entregar el monopolio de la TV de pago lo que significaba “una gravísima hipoteca para el futuro de la sociedad española”.
- 5.9. Por último, y con respecto a la puesta en marcha de Digital + y sus consecuencias para los abonados, también encontramos diferentes interpretaciones. Para *El País* significa una refundación de la televisión de pago, con una programación renovada, con contenidos más atractivos, en la que los mayores beneficiados serán los abonados que mantendrán sus precios y no tendrán que cambiar sus equipos. Sin embargo, *El Mundo* cree que la nueva plataforma supone la desaparición de la competencia en el mercado de la televisión de pago con una programación “contundente y tumbativa”, que cubre todos los nichos de mercado, en la que desaparecen varios de los canales de Vía Digital y que supone importantes repercusiones y cambios para los consumidores que se verán sometidos a una política de precios mayor.
6. **Atendiendo al tratamiento descrito anteriormente, podemos afirmar que la línea informativa y editorial de ambos medios fue diametralmente opuesta. Mientras que *El País* defendió los intereses de Canal Satélite Digital y se alineó con las tesis defendidas por el Partido Socialista, *El Mundo* lo hizo con Vía Digital y apoyando al Gobierno hasta el anuncio de fusión, obviando y olvidando ambos periódicos sus**

propios códigos éticos y deontológicos establecidos en sus Libros de Estilo y el compromiso y respeto que deben a sus lectores con una información veraz, lo más completa posible.

A continuación describimos las líneas informativas y editoriales adoptadas más detalladamente por cada diario.

6.1. Por un lado, *El País* mantiene durante todo el periodo analizado una postura de lealtad y defensa de los intereses del Grupo Prisa, primero con el proyecto de Canal Satélite Digital y posteriormente, con la fusión y el inicio de las emisiones de Digital +, resaltando sus excelencias y criticando las leyes aprobadas por el Gobierno, con los mismos argumentos defendidos por el PSOE, al considerarlas intervencionistas, partidistas y contrarias a los intereses de su empresa. Es por tanto, un posicionamiento en sintonía parcial con el ideario de la publicación y con los principios liberales y sociales que lo definen, si bien, se traspasó en muchas ocasiones esa línea ante una falta de rigurosidad y objetividad en la que primaron sus intereses empresariales sobre el derecho a la información completa, veraz e imparcial de sus lectores.

6.2. Por su parte, *El Mundo* no adoptó un posicionamiento tan homogéneo a lo largo de los años analizados ya que si al principio, podíamos afirmar que defiende los intereses de Vía Digital y aplaude las medidas del Gobierno como salvaguarda de la pluralidad informativa y el interés general de los consumidores, a partir del anuncio de fusión hay un giro en la línea editorial en contra del Ejecutivo de Aznar a quien acusa de incumplir su programa electoral y ceder el control de la televisión de pago a cambio de intereses políticos. Además, en ningún momento, avala la decisión de Telefónica de integrarse en la plataforma de Canal Satélite Digital a pesar de las enormes pérdidas económicas y el lento crecimiento del número de abonados. Sin embargo, tras esas críticas subyacen dos rasgos comunes que sí se mantienen durante todo el discurso y que definen aún mejor su línea informativa y editorial: por un lado, el odio hacia la figura de Polanco y hacia el Partido Socialista a quien acusa de favorecer los intereses del Grupo Prisa; y por otro lado, su deseo de crear y consolidar un grupo mediático capaz de hacer frente al de Prisa, proyecto mediático defendido por el PP con el que se implica el diario y que se desvanece al aprobar el Ejecutivo las condiciones para la integración de las dos plataformas.

7. Aunque los artículos de opinión firmados representan estrictamente la opinión personal de quien los firma y no tiene por qué identificarse necesariamente con el periódico, en nuestro análisis hemos comprobado que la opinión de los colaboradores se utilizó para reforzar la línea informativa y editorial adoptada por

cada diario ya que apenas hubo voces discrepantes. Es decir, a diferencia de los que nosotros mantuvimos al principio de nuestro trabajo, apenas hemos encontrado distintos puntos de vista que hubieran permitido tanto a *El País* como a *El Mundo* reforzar la creencia de pluralidad y objetividad. Más bien, al contrario, las firmas de los distintos colaboradores se utilizaron para apoyar las posturas defendidas en cada diario y generar una corriente favorable a sus posicionamientos, dada la mayor capacidad de influencia de los articulistas, especialmente en el diario *El Mundo* que fue quien más utilizó este género periodístico.

8. A pesar de las diferencias de posicionamiento adoptadas por cada medio, los dos periódicos se comportaron de forma similar y partidista. Ninguno de ellos ofreció una información imparcial y aséptica del origen y desarrollo de la televisión digital por satélite en España; ambos politizaron el debate en defensa de sus propios intereses y se convirtieron en protagonistas de un importante enfrentamiento entre grupos de comunicación: por un lado, el Partido Popular junto a Telefónica y TVE apoyado por el diario *El Mundo*, y por otro, el PSOE, con el grupo Prisa y su cabecera de referencia, *El País*. Por ello, durante el periodo analizado podemos afirmar rotundamente que se produjo una gran pérdida de objetividad y un alineamiento claro de los medios con cada una de las plataformas respectivas con las que tenían una alianza empresarial o un proyecto en común.
9. Todo lo anterior, nos lleva a confirmar que los mensajes publicados por *El País* y *El Mundo* sobre el proceso de creación y evolución de la televisión digital por satélite en España estuvieron determinados por las estructuras mediáticas y los intereses económicos, ideológicos y partidistas de estos medios. Es más, podemos afirmar que esos intereses empresariales primaron sobre el interés de los ciudadanos y el compromiso con la información y determinaron qué y cómo se informó. Por ello, por la primacía de esos intereses, cada periódico nos ofreció un tratamiento y un análisis tan diferente de unos mismos hechos, porque las estructuras que definían esos mensajes tenían intereses contrapuestos muy alejados de los valores ideales del Periodismo.
10. Tras la investigación realizada, también podemos concluir que la implantación y evolución de la televisión digital por satélite en España siguió los mismos parámetros y estuvo influida por los mismos condicionantes que marcaron este modelo de televisión en el contexto internacional, determinado por intereses económicos y políticos, y primando en todo momento el beneficio empresarial sobre el beneficio social.

Nuestra investigación nos ha permitido conocer en detalle la puesta en marcha y los primeros seis años de este modelo de televisión en España, un periodo definido por las características que resumimos a continuación.

- 10.1. A pesar del notable retraso con el que nace la televisión convencional en España, debido a las circunstancias históricas que atravesaba el país, no ocurre lo mismo con la televisión digital por satélite. La televisión se inaugura oficialmente en España en 1956, con dos décadas de retraso con respecto a Londres, Moscú o Berlín, entre otros, y su desarrollo está marcado por la dictadura. Por ello, la televisión no comienza su descentralización hasta la década de los 80 con las primeras televisiones locales y autonómicas y no se produce la ruptura del monopolio audiovisual español hasta 1989, con la concesión de las licencias de televisión privada. Sin embargo, la televisión digital por satélite nace casi de forma paralela al resto de países europeos, ya que la primera plataforma digital se lanzó en Francia en abril de 1996, seguida en julio por la oferta del grupo Kirch en Alemania y en septiembre por el paquete básico de Telepiù lanzado en Italia. Además, con respecto a Estados Unidos, que fue el país pionero (1994), España presentó su primera oferta de televisión digital tres años después.

- 10.2. La televisión digital por satélite surge en España con un importante déficit con respecto a Estados Unidos y Europa. En estos países, el nuevo modelo de televisión nace como consecuencia del desarrollo de la televisión por cable y la experiencia de la televisión de pago en soportes analógicos. Ésta última se inicia a mitad de los setenta en los Estados Unidos (articulación satélite-cable) y a partir de 1984 en Europa (por ondas codificadas en Francia, por satélite en Reino Unido), aunque pequeños países europeos contaban con este tipo de televisión desde los años 60 (el cable en Bélgica, Holanda y Suiza). Sin embargo, en España la televisión por cable apenas se había desarrollado tras numerosos retrasos legislativos y la televisión de pago existía desde el verano de 1990, sólo con la oferta de Canal +.

- 10.3. Durante la primera mitad de 1996, se pensaba que el futuro de la televisión digital en España pasaba por el cable. Por ello, un año antes se había constituido Cablevisión, sociedad participada por el Grupo Prisa y Telefónica y cuya finalidad era desarrollar un proyecto común para ofrecer televisión por cable en todas las demarcaciones que le permitiera la reglamentación española. La llegada del Partido Popular al Gobierno, con su modificación de la ley del cable, y el rechazo a esta empresa común por parte de Bruselas significó en primer lugar, la paralización y posteriormente, la disolución de esta sociedad. Las inversiones que ambos socios tenían programadas se

destinaron también a la televisión digital pero por satélite, ya que en torno al Grupo Prisa y Telefónica nacen las dos plataformas digitales de televisión en España.

- 10.4. El triunfo del satélite en España se vio favorecido porque requería una inversión menor que el sistema de difusión por cable. Esta última es una tecnología realmente cara por hogar pasado ya que obliga a tender una red, lo que supone un alto costo para su implantación. Además, la digitalización aumenta las inversiones necesarias para su reforma de reconversión de las redes analógicas preexistentes o el desarrollo de tendido de nueva planta, a lo que se suma el alto coste de una red de este tipo y del equipo del usuario. Todo ello, retarda la rentabilidad del cable hacia un periodo propio del mundo de las telecomunicaciones (quince-veinte años). Mientras tanto, el satélite traslada a cada hogar conectado parte de los costes lo que significa un abaratamiento de este sistema.

- 10.5. Cada una de las plataformas españolas se forma en torno a un origen distinto, pero siguiendo la tendencia iniciada en el contexto internacional. Por un lado, Canal Satélite Digital surge en torno al mayor grupo de comunicación español, mientras que Vía Digital tiene su punto de partida en una operadora de telecomunicaciones. Además, la entrada de Telefónica en el negocio de la televisión digital, la posterior compra de Antena 3 y la diversificación de su estrategia hacia el mundo de los medios, también deben enmarcarse en la tendencia internacional de esos años que estaba definida por la irrupción de las compañías telefónicas, recientemente privatizadas, en el mundo de la información y los contenidos. De esta forma, una misma compañía proporciona la infraestructura, suministra los contenidos y se ocupa de su distribución.

- 10.6. Los dos grupos en torno a los cuales surgen las plataformas digitales de televisión en España evidencian por un lado, la tendencia a la concentración en el sector de la comunicación y por otro, la entrada de actores externos en el mercado español. Con respecto a la concentración, el negocio de la televisión digital se pone en marcha con dos firmas en las que se agrupan los principales actores de la comunicación y las telecomunicaciones en ese momento. Mientras que por otro lado, el satélite digital consolidó la presencia en el mercado español de Canal Plus Francia (21% de Sogecable) y la entrada de Warner Bros (10% a partir del año 2000) en Canal Satélite Digital, mientras que facilitó la entronización de Pearson, Televisa, Direct TV e Itochu en Vía Digital, todos ellos socios minoritarios pero estratégicos, tanto como proveedores de contenidos como tecnológicos o de marketing. Sin embargo, la presencia de las empresas españolas de televisión en el mercado internacional digital

se limitaba a las inversiones en medios latinoamericanos llevadas a cabo por Telefónica.

- 10.7. Con el lanzamiento de Canal Satélite Digital y Vía Digital, en 1997, es cuando la televisión digital por satélite alcanza en España un desarrollo de auténtico segmento de negocio. Sin embargo, su evolución estará marcada por las decisiones gubernamentales y las estructuras oligopólicas más que por las lógicas de mercado, que apostaban desde el principio por una sola plataforma y ponían en cuestión el sistema televisivo previo.
- 10.8. A partir de 1997, con la puesta en marcha de las dos plataformas, el satélite digital directo (DTH) se convierte en el pivote de este modelo de televisión en nuestro país y en el único soporte realmente desarrollado en este campo. De hecho, en los años siguientes, no surge ninguna opción sólida, ni en el cable ni en la televisión digital terrestre, que sea una competencia real en España para el satélite y la experiencia de Quiero TV finaliza en suspensión de pagos.
- 10.9. El cine y fundamentalmente el fútbol se convierten en los contenidos esenciales de las plataformas digitales y la adquisición de estos derechos marca la evolución de este modelo de televisión, al igual que en el contexto europeo. En este sentido, a lo largo de los años analizados hemos observado como Canal Satélite Digital y Vía Digital han pugnado por la compra de estos derechos de emisión realizando fuertes inversiones que les han supuesto pérdidas muy significativas desde 1997. Además, conscientes de la importancia del fútbol en este segmento de negocio, ambas plataformas alcanzaron acuerdos previos a la fusión definitiva para compartir estos derechos e incluso, tras el anuncio de integración de ambas ofertas, todos los organismos de la competencia pusieron el foco sobre estos aspectos, limitando el periodo de esos contratos y la necesidad de abrirlos a otros operadores.
- 10.10. La integración de ambas plataformas, anunciada en 2002, responde a intereses económicos y se enmarca en el proceso de fusiones y acuerdos entre operadores que se estaba produciendo en el contexto internacional. Debido, fundamentalmente, a las fuertes inversiones realizadas para adquirir contenidos exclusivos los diferentes operadores de televisión digital por satélite asumieron importantes pérdidas que, en el caso español, dibujaron un panorama insostenible para las dos ofertas. Todo ello, unido al lento crecimiento en el número de abonados tras los primeros años hacía poco rentable este negocio. Además, como consecuencia del acuerdo y tras el canje

de acciones con el que se materializó la integración de Vía Digital en Canal Satélite Digital, la televisión digital por satélite en España se concentró en un número muy reducido de accionistas, que a su vez, tenían una posición de dominio en otros medios audiovisuales, un hecho que también estaba siendo característico en el contexto internacional.

| *Novena parte*

FUENTES DOCUMENTALES

1. Referencias bibliográficas

- ABRIL, Gonzalo: *Teoría General de la Información. Datos, relatos y mitos*. Ed. Cátedra, Madrid, 1997.
- ABRIL VARGAS, Natividad: *Información interpretativa en prensa*. Síntesis, Madrid, 2003.
- ALBARRÁN, A. B. y CHAN-OLMSTED, S.: *Global media economics. Commercialization, concentration and integration of World media markets*. Iowa State University Press, Ames 1998.
- ALCOLEA, Gema: *La televisión digital en España*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla, 2003.
- ALGER, D.: *Megamedia: how giant corporations dominate mass media, distort competition and endanger democracy*. Rowman & Littlefield Publications, Lanham 1998.
- ALMIRÓN, Nuria: *Los amos de la globalización*. Ed. Plaza & Janés, Barcelona, 2002.
- ALONSO GONZÁLEZ, Fidel: *Canal +: una aproximación a un modelo europeo de televisión de pago*, Fragua, Madrid, 1998.
- ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María e IWENS, Jean Luc: *El futuro del audiovisual en España: las transformaciones ante el nuevo marco europeo*, Fundesco, Madrid, 1992.
- ARMAÑANZAS, Emy: *Periodismo y argumentación: géneros de opinión*, Universidad del País Vasco, Servicio Editorial, Bilbao, 1996.
- ARNANZ, Carlos M.: *Negocios de televisión. Transformaciones del valor en el modelo digital*, Ed. Gedisa, Barcelona, 2002.
- ARRESE, Ángel (coord.): *Empresa informativa y mercado de la comunicación*. EUNSA, Pamplona, 2003.
- ARROYO, María y ROEL, Marta: *Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005)*, Fragua, Madrid, 2006.
- BAGET HERMS, Josep M^a: *Historia de la televisión en España (1956-1975)*, Feed-Back Ediciones, Barcelona, 1993.
- BANDRÉS, Elena: *El periodismo en la televisión digital*, Paidós, Barcelona, 2000.
- BARDIN, Laurence: *El análisis de contenido*, Akal, Madrid, 1996.

- BARRERA, Carlos: *Sin mordaza. Veinte años de prensa en democracia*, Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 1995.
- BECEIRO RIBELA, Sagrario: *La televisión por satélite en España. Del servicio público a la televisión de pago*. Editorial Fragua, Madrid, 2009.
- BENITO, Ángel: *Fundamentos de la Teoría General de la Información*. Ed. Pirámide, Madrid, 1982.
 - (Director): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Ediciones Paulinas, Madrid, 1991.
- BOLAÑO, César; MASTRINI, Guillermo y SIERRA CABALLERO, Francisco (Eds.): *Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. La Crujía Ediciones, Argentina, 2005.
- BOLÍVAR BOTIA, Antonio: *El estructuralismo: de Lévi-Strauss a Derrida*, Ediciones Pedagógicas, Madrid, 2001.
- BORRAT, Héctor: *El periódico, actor político*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1989.
- BORDERÍA ORTIZ, Enric; LAGUNA PLATERO, Antonio; MARTÍNEZ GALLEGO, Francesc A.: *Historia de la Comunicación Social. Voces, registros y conciencias*. Ed. Síntesis, Madrid, 1996.
- BOURDIEU, Pierre: *Sobre la televisión*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1997.
- BUSTAMANTE, Enrique: *Los amos de la información en España*. Akal, Madrid, 1982.
 - y VILLAFañE, Justo: *La televisión en España mañana. Modelos televisivos y opciones ideológicas*, Publicación Siglo XXI, Ente Público RTVE, Madrid, 1986.
 - y ZALLO, Ramón: *Las industrias culturales en España. Grupos multimedia y transnacionales: prensa, radio, televisión, libro, cine, disco, publicidad*, Akal Comunicación, Madrid, 1988.
 - *Telecomunicaciones y audiovisual en Europa: encuentros y divergencias*, Fundesco, Madrid, 1991.
 - *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercado*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1999.
 - y ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María: *Presente y futuro de la televisión digital*, Edipo, Madrid, 1999.
 - *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*, Gedisa, Barcelona, 2002.

- *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: industrias culturales en la era digital*. Gedisa, Barcelona, 2003.
- *Radio y televisión en España*. Editorial Gedisa, Barcelona, 2006.
- *Historia de la Radio y la Televisión en España*. Editorial Gedisa, Barcelona, 2013.
- CACHO, Jesús: *El negocio de la libertad*, ed. Foca, Madrid, 1999.
- CASASÚS, Josep María y NUÑEZ LADEVEZE, Luis: *Estilo y géneros periodísticos*, Ariel, Barcelona, 1991.
- CASTELLS, Manuel: *La era de la información*. Vol. 1. La sociedad red. Alianza Editorial, Madrid, 1997.
 - *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 3. Fin del milenio. Alianza Editorial, Madrid, 1998.
- CEBRIAN HERREROS, Mariano: *Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica*, Editorial Pirámide, Madrid, 1978.
 - *Géneros informativos audiovisuales*. Ciencia 3, Madrid, 1992.
 - *Información audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*, Editorial Síntesis, Madrid, 1995.
 - *Información televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Editorial Síntesis, Madrid, 1998.
 - *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*, Paidós, Barcelona, 2004.
- CHICOTE, Javier: *El Periodismo de Investigación en España. Causas y efectos de su marginación*. Editorial Fragua, Madrid, 2006.
- CHION, Michel: *La audivisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*, Editorial Paidós, Barcelona, 1993.
- CHOMSKY, Noan y HERMAN, Edward: *Los guardianes de la libertad*. Ed. Crítica, Barcelona, 1990.
- CLEMENTE, Miguel y ZULEYMA, Santalla: *El documento persuasivo: análisis de contenidos y publicidad*. Deusto, Bilbao, 1991.
- CLOSS, W. (dir.): *Television and media concentration: regulatory models on the national and the european level*. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2001.

- COLLINS, Richard y MURRONI, Christina: *New media, new policies, media and communication strategies for the future*. Polity Press, Londres 1996.
- CONTRERAS, José Miguel y PALACIO, Manuel: *La programación de televisión*, ed. Síntesis, Madrid, 2001.
- DE PABLOS, José Manuel: *El periodismo herido*, Foca, Madrid, 2001.
- DÍAZ, Lorenzo: *La televisión en España 1949-1995*, Alianza Editorial, Madrid, 1994.
 - *Informe sobre la televisión en España (1989-1998): la década abominable*, Ediciones Grupo Zeta, Barcelona, 1999.
 - *50 años de TVE*, Alianza editorial, Madrid, 2006.
- DÍAZ NOSTY, Bernardo: *Informe anual de la comunicación, 1997-1998: estado y tendencia de los medios en España*, Grupo Zeta, Barcelona, 1998.
 - et al.: *La comunicación en Andalucía 1999. Situación y tendencias*. Ediciones Tiempo, Madrid, 1999.
- ECO, Umberto: *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Gedisa, Barcelona, 1992.
- EL PAÍS: *Libro de estilo. El País*, Madrid, El País, 1996.
- EL MUNDO: *Libro de estilo. El Mundo*, (coordinado por Víctor de la Serna), Temas de Hoy, Madrid, 1996.
- ESTEINOU MADRID, Javier: *Economía, política y medios de comunicación*. Biblioteca básica de comunicación social. Editorial Trillas, México, 1990.
- FAUS BELAU, Ángel: *La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*. Eiunsa, Barcelona, 1995.
- FERNÁNDEZ SANZ, Juan José: *¡Qué informen ellos!: de cómo el sector español de la comunicación va siendo copado por los grandes grupos multimedia internacionales*. Huerga y Fierro, Madrid, 2000.
- FLEUR, Melvin de & BALL-ROKEACH, Sandra: *Teorías de la comunicación masiva*. Paidós, Barcelona, 1982.
- FONTCUBERTA, Mar: *Estructura de la noticia periodística*. ATE, Barcelona, 1980.
- GAITÁN MOYA, Juan Antonio y PIÑUEL RAIGADA, José Luis: *Técnicas de investigación en Comunicación Social. Elaboración y registro de datos*. Ed. Síntesis, Madrid, 1998.

- GIORDANO, E. y ZELLER, C.: *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*, Icaria, Madrid, 1999.
- GOMIS, Lorenzo: *El medio media. La función política de la prensa*. Editorial Mitre, Barcelona, 1987.
- HERMAN, Edward S. y MCCHESENEY, Robert W.: *Los medios globales: los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*, Cátedra, Madrid, 1999.
- IGARTUA PEROSANZ, Juan José: *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*, Bosch Comunicación, Barcelona, 2006.
 - y HUMANES, María Luisa: *Teoría e investigación en comunicación social*. Editorial Síntesis, Madrid, 2004.
- IMBERT, Gérard y VIDAL BENEYTO, José (coord.): *El País o la referencia dominante*, Editorial Mitre, Barcelona, 1986.
- JACQUARD, R.: *La desinformación: una manipulación del poder*. Editorial Espasa-Calpe, Madrid, 1988.
- KIENTZ, Albert: *Para analizar los mass media: el análisis de contenido*. Fernando Torres, Valencia, 1976.
- KRIPPENDORFF, Klaus: *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1990.
- LABIO BERNAL, Aurora: *Comunicación, periodismo y control informativo. Estados Unidos, Europa y España*. Editorial Anthropos, Barcelona, 2006.
- LANGE, André y RENAUD, Jean-Luc: *The future of the Audiovisual Industry in Europe*. The European Institute for the Media, Manchester, 1989.
- LARRÈGOLA, Gemma: *De la televisión analógica a la televisión digital*, CIMS, Barcelona, 1998.
- LÓPEZ HIDALGO, Antonio: *El titular. Manual de titulación periodística*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2001.
 - *Géneros Periodísticos Complementarios*. Alfaomega Grupo Editor. México, 2009.
- MACBRIDE, Sean y otros: *Un solo mundo, voces múltiples*. UNESCO, París, 1980.
- MACHET, Emmanuelle y ROBILLARD, Serge: *Television & Culture: Policies & Regulation in Europe*. The European Institute for the Media, Düsseldorf 1998.

- MACIÁ MERCADÉ, Juan: *Comunicación persuasiva para la sociedad de la información*. Editorial Universitas, Madrid, 2000.
- MARTÍN VIVALDI, G.: *Géneros periodísticos*. Paraninfo, Madrid, 1981.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Redacción periodística: Los estilos y los géneros en la Prensa diaria*. ATE, Barcelona, 1974.
 - *Curso general de redacción periodística. Lenguajes, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Paraninfo, Madrid, 1991.
- MARTÍNEZ SOLER, José Antonio: *Jaque a Polanco. La guerra digital: un enfrentamiento en las trincheras de la política, el dinero y la prensa*, Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 1998.
- MAS DE XAVÁS, Xavier: *Mentira. Viaje de un periodista a la desinformación*. Ediciones Destino, Barcelona, 2005.
- MATTELART, Armand y MATTELART, Michelle: *Historias de la teoría de la comunicación*, Paidós, Barcelona, 1997.
 - *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global*. Ed. Paidós, Barcelona, 2000.
- MCLUHAN, Marshal: *Understanding Media*, McGraw Hill, New York, 1964.
- MCQUAIL, Denis: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona, 1991.
- MERRILL, John C.: LEE, John y FRIEDLANDER, Edward: *Medios de comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo*, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid, 1992.
- MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos: *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*, Editorial Bosch, Barcelona, 1993.
- MONCADA, Alberto: *El nuevo poder informativo en España: multimedia, multinacionales y multinegocios*. Ediciones Libertarias, Madrid, 2000.
- MORAGAS, Miquel de: *Semiótica y comunicación de masas*. Ed. Península, Barcelona, 1976.
 - *Teorías de la comunicación de masas*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
 - *Sociología de la comunicación de masas, II. Estructura, funciones y efectos*. 3ª edición. Editorial Gustavo Gili, México, 1993.

- MORENO, Pastora: *Curso de redacción periodística en prensa, radio y televisión*. MAD, Sevilla, 1998.
 - *Escribir periodismo*. Editorial Fragua, Madrid, 2010.
- MOSCO, Vicent: *The political economy of communication*. Sage, Londres, 1996.
- MUÑOZ, Blanca: *Cultura y Comunicación, Introducción a las teorías contemporáneas*, Ed. Barcanova, Temas Universitarios, Barcelona, 1989.
 - *La cultura global. Medios de comunicación, cultura e ideología en la sociedad globalizada*. Pearson Educación, Madrid, 2005.
- MURCIANO, Marcial: *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*, Editorial Bosch, Barcelona, 1992.
- MURCIANO, Marcial (Director), MARZAL FELICI, Javier y CASERO RIPOLLÉS, Andreu (Editores): *El desarrollo de la televisión digital en España*, Netbiblo, La Coruña, 2007.
- NÚÑEZ DE PRADO, Sara; BRAOJOS, Antonio; RÍOS, Enrique y REAL, Elena: *Comunicación social y poder*. Ed. Universitas, Madrid, 1996.
- NÚÑEZ DE PRADO Y CLAVELL, Sara y MARTÍN DÍEZ, M^a Antonia: *Estructura de la comunicación mundial*, editorial Universitas, Madrid, 1996.
- ORIVE RIVA, Pedro: *Estructura de la Información Periodística. Aproximación al concepto y su metodología*. Ediciones Pirámide, S.A., Madrid, 1977.
 - *Diagnóstico sobre la información*. Ed. Tecnos, Madrid, 1980.
 - *Europa guerra "audiovisual"*, Eudema, Madrid, 1990.
- PALACIO, Manuel: *Historia de la televisión en España*, Gedisa, Barcelona, 2001.
- PÉREZ DE SILVA, Javier y JIMÉNEZ HERVÁS, Pedro: *La televisión contada con sencillez*, Maeva ediciones, Madrid, 2002.
- PÉREZ HERRERO, Serafín: *Televisión digital*, Mergablum, Sevilla, 2002.
- PÉREZ SERRANO, G.: *El análisis de contenido de la prensa. La imagen de la Universidad a distancia*. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, 1984.
- PICARD, Robert: "The study of media economics" en ARRESE, Ángel (coord): *Empresa informativa y mercados de la comunicación*. EUNSA, Pamplona, 2003, pp. 75-85.

- PIÑUEL RAIGADA, José Luis y GAITÁN MOYA, Juan Antonio: *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Ed. Síntesis, S.A., Madrid, 1985.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *De la Gazeta a Canal Plus. Breve historia de los medios de comunicación en España*, Editorial Complutense, 1992, Madrid.
- QUESADA, Montserrat: *La entrevista: obra creativa*. Mitre, Barcelona, 1984.
- QUIRÓS FERNÁNDEZ, Fernando: *Introducción a la Estructura Real de la Información*. EUDEMA, Madrid, 1988.
 - *Europa y la información (televisión)*, Publicación Madrid Fundación Universidad-Empresa, Madrid, 1990.
 - *Curso de estructura de la información*, Publicaciones Dossat, Madrid, 1991.
 - *Estructura internacional de la Información*. Ed. Síntesis, Madrid, 1998.
 - y SIERRA CABALLERO, Francisco: *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2001.
- RAMONET, Ignacio: *La tiranía de la comunicación*, Ed. Debate, Madrid, 1998.
 - y CHOMSKY, Noam: *Cómo nos venden la moto*. Ed. Icaria, Barcelona, 1995.
- REIG, Ramón: *La información binaria: emotividad y simplicidad en el periodismo*. Gallo de Vidrio, Sevilla, 1994.
 - *La mente global. Un estudio sobre estructura y análisis de la información*. Libertarias/Prodhufi, Madrid, 1994.
 - *El control de la comunicación de masas. Bases estructurales y psicosociales*. Eds. Libertarias/Prodhufi, Madrid, 1995.
 - *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*, Paidós, Barcelona, 1998.
 - *La comunicación en su contexto. Una visión crítica desde el periodismo*, Centro Andaluz del Libro, Sevilla, 2002.
 - *El éxtasis cibernético. Comunicación, democracia y neototalitarismo a principios del siglo XXI*. Eds. Libertarias/Prodhufi, Madrid, 2001.
 - *Estructura y mensaje en la sociedad de la información*, Mergablum Edición y Comunicación, Sevilla, 2003.

- *Dioses y diablos mediáticos. Cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación.* Ed. Urano Tendencias, Barcelona, 2004.
- *El periodista en la telaraña. Nueva economía, comunicación, periodismo, públicos.* Anthropos, Barcelona, 2007.
- *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla.* Comunicación Social, ediciones y publicaciones, Zamora, 2010.
- *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España.* Editorial Gedisa, Barcelona, 2011.
- *Crisis del sistema, Crisis del periodismo. Contexto estructural y deseos de cambio.* Editorial Gedisa, Barcelona, 2015.
- REVERTE, Jorge M.: *Perro come perro. Guía para leer los periódicos,* Ares y Mares, Barcelona, 2002.
- RICHERI, Giuseppe: *La televisión: entre servicio público y negocio.* Gustavo Gili, Barcelona, 1983.
 - *Los satélites de televisión en Europa. Historia, política y economía,* Fundesco, Madrid, 1988.
 - *La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación,* Bosch Comunicación, Barcelona, 1994.
- RODRIGO ALSINA, Miquel: *Teorías de la Comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas.* Universidades Autónoma de Barcelona, Jaume I, Pompeu Fabra, Valencia. 2001.
- RODRÍGUEZ BRAVO, Ángel: *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual,* Editorial Paidós, Barcelona, 1998.
- ROIZ, Miguel: *Sociología de la comunicación y la cultura de masas,* Ediciones del Laberinto, S.L, Madrid, 2005.
- RUIZ DEL OLMO, Francisco Javier: *Orígenes de la televisión en España,* Estudios y Ensayos Universidad de Málaga, Málaga, 1997.
- SANABRIA, Francisco: *Información audiovisual. Teoría y Técnica de la información radiofónica y televisiva,* Bosch Comunicación, Barcelona, 1994.
- SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR, Antonio: *Manual de estructura de la información,* Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, 1992.

- SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso: *Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España*, Eunsa, Pamplona, 1997.
- SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa y CASASL CARRO, M^a Jesús: *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*, Fragua Editorial, Madrid, 2000.
- SAPERAS, Enric: *Manual básico de Teoría de la Comunicación*. CIMS, Barcelona, 1998.
- SCHILLER, Herbert I: *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1976.
 - *Información y economía en tiempos de crisis*. Fundesco – Tecnos, Madrid, 1986.
 - *Los manipuladores de cerebros*. Ed. Gedisa, Barcelona, 1987.
- SEOANE, M^a Cruz y SUEIRO, Susana: *Una historia de El País y del Grupo Prisa. De una aventura incierta a una gran industria cultural*, Editorial Plaza Janés, Barcelona, 2004.
- SIERRA BRAVO, R.: *Ciencias sociales. Epistemología, lógica y metodología. Teoría y Ejercicios*. Paraninfo, Madrid, 1983.
- SIERRA CABALLERO, Francisco: *Bases de la política audiovisual europea*, Mergablum Edición y Comunicación, Sevilla, 2002.
 - *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*. Editorial Gedisa, Barcelona, 2006.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús: *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Ariel, Barcelona, 1989.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús: “Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental” en BARRERA, Carlos (coord.): *Historia del periodismo universal*. Ed. Ariel Comunicación, Barcelona, 2004.
- VALLS, Francesc Joseph: *La jungla comunicativa: empresa y medios de comunicación en España*, Ariel, Barcelona, 1986.
- VILCHES, Lorenzo: *La lectura de la imagen*, Editorial Paidós, Barcelona, 1986.
 - *Manipulación de la información televisiva*, Editorial Paidós, Barcelona, 1989.
 - *La televisión*. Paidós, Barcelona, 1993.
 - *La migración digital*, editorial Gedisa, Barcelona, 2001.

- VILLAFañE, Justo, MINGUEZ, Norberto: *Principios de teoría general de la imagen*, Ediciones Pirámide, Madrid, 1996.
- VV.AA.: *Recepción de TV vía satélite. Manual del profesional*. Editorial Tagra. Barcelona. 1986.
- ZALLO, Ramón: *Economía de la comunicación y la cultura*, Akal Comunicación, Madrid, 1988.
 - *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*, Editorial Hirugarren Prentsa, Guipúzcoa, 1992.
 - *Industrias y políticas culturales en España y el País Vasco*, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao, 1995.

2. Tesis doctorales y trabajos de investigación

- ALCOLEA DÍAZ, Gema: *Estrategias informativas y comerciales de la televisión digital*. Tesis doctoral dirigida por el Dr. Francisco Iglesias González, Universidad Complutense, Facultad de Ciencias de la Información, Madrid, 2001.
- ALMIRÓN ROIG, Nuria: *Poder financiero y poder mediático: banca y grupos de comunicación. Los casos del SCH y PRISA (1976-2004)*. Tesis doctoral dirigida por el Dr. Marcial Murciano Martínez. Universitat Autònoma de Barcelona, 2006.
- ARBOLEDAS MÁRQUEZ, Luis L.: *La industria radiofónica en Andalucía: dependencia económica y control político (1982-2008)*. Tesis doctoral dirigida por la Dra. Montse Bonet Bagant y el Dr. Víctor Herrero Solana, Universidad de Granada, 2008.
- GARCÍA ORTA, M^a José: *Información y propaganda en el conflicto de Kosovo: perspectiva, contexto y tratamiento informativo del diario El País (25-3-1999/4-6-1999)*. Trabajo de investigación dirigido por el Dr. Ramón Reig, Universidad de Sevilla, 2001.
- MANCINAS CHÁVEZ, Rosalba: *La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua: Prensa, radio, televisión e Internet*. Tesis doctoral dirigida por el Dr. Ramón Reig, Departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla, 2009.
- MANFREDI SÁNCHEZ, Juan Luis: *El estado del bienestar y la estructura audiovisual pública en Europa. El caso de España, en comparación con Francia, Alemania y Gran Bretaña*. Trabajo de investigación dirigido por el Dr. Ramón Reig, Departamento de Periodismo Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, 2002.
- MÉNDEZ MUROS, Sandra: *Tratamiento periodístico del tardofranquismo y de la transición democrática en la Prensa sevillana (ABC y El Correo de Andalucía: 1964-1978)*, Tesis doctoral dirigida por el Dr. José Manuel Gómez Méndez. Departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla, 2009.
- NOGALES BOCIO, Antonia Isabel: *Metodología Empírico-Periodística del Análisis de Contenido y su Aplicación. Aproximación Estructural a la Cobertura de los Atentados del 11-M a través de El País, El Mundo, ABC y La Razón*, Tesis doctoral dirigida por el catedrático Ramón Reig. Departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla, 2013.
- OLIVARES GARCÍA, Francisco José: *Producción informativa en Internet: Portales y medios de comunicación independientes*. Tesis doctoral dirigida por el Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral, Departamento de Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, 2002.
- PÉREZ SERRANO, María José: *La concentración de medios en España: análisis de casos relevantes en radio, prensa y televisión*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, 2004.

- RAMOS CASTRO, Desirée: *El darwinismo digital. Aproximaciones al estudio de la TDT en España: estructura y marco jurídico y normativo (1995-2012)*. Tesis doctoral dirigida por el catedrático Ramón Reig. Departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla, 2013.
- VELÁZQUEZ MALLOFRET, Diego Antonio *Principales transformaciones del mercado audiovisual español en el período 1989-1996, el fin del monopolio y la aparición de nuevas ofertas audiovisuales*; director: Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral. Universidad de Sevilla, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo y Literatura, Sevilla, 1998. Tesis doctoral.

3. Revistas científicas

- *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* (Universidad de Sevilla).
- *Comunicar* (Colectivo Andaluz de Educación y Comunicación).
- *Cuadernos de Información y Comunicación* (CIC) Edición digital. (Universidad Complutense de Madrid).
- *Cuadernos de Información y Comunicación* (CIC), monográfico Economía Política de la Comunicación, vol. 11, Universidad Complutense, Madrid, 2006.
- *EMP. Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (Universidad Complutense de Madrid).
- *Revista Latina de Comunicación Social* (Universidad de Laguna, España).
- *Noticias de la Comunicación* (Madrid).
- *Periodistas*. Revista de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE).
- *Razón y palabra* (México).
- *Redes.com* (Universidad de Sevilla).
- *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*.
www.eptic.com.br
- *Telos* (Fundación Telefónica).
- *ZER* (Universidad del País Vasco).

4. Artículos científicos, comunicaciones y ponencias

- AGUADO GUADALUPE, Guadalupe: “Retos de la televisión en Europa: viabilidad y tendencias de mercado”, trabajo realizado en el marco del Módulo europeo Jean Monnet de la Universidad Antonio de Lebrija, 2005/2007.
- ALMIRÓN ROIG, Nuria: “Economía Política y Comunicación: una aproximación epistemológica a los orígenes”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, Universidad de La Laguna, 2009.
- ALMIRÓN, Nuria y REIG, Ramón: “The communications research in Spain: the political economy epistemological approach” en *American Communication Journal*, vol. 9, nº 2, 2007.
- ALMIRÓN, Nuria y SEGOVIA, Ana Isabel: “Entrevista a Dan Schiller: La cuestión fundamental no es tanto la concentración, sino el poder de clase sobre el discurso ideológico”. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. www.eptic.com.br, vol. X, Nº 2, mayo – agosto, 2008.
- ÁLVAREZ MONZONCILLO, José M^a: “Perspectivas de la industria audiovisual española” en *Telos*, nº 39, Madrid, Fundesco, 1994, pp. 101-110
- ANDRÉU ABELA, Jaime: “Las técnicas del Análisis de Contenido. Una revisión actualizada”, Fundación Centro Estudios Andaluces, 2001.
- BECEIRO RIBELA, Sagrario: “El nacimiento de la televisión digital de pago por satélite en España” en *Trípodos*, nº 26, Barcelona, 2010, pp. 133-148.
- BECEIRO RIBELA, Sagrario: “Televisión digital en Europa: las plataformas digitales vía satélite (1996-2003)” en *Global Media Journal*, vol. 7, nº 13, 2010, pp. 33-54. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68712863003>> ISSN 2007-2031
- BARRANQUERO CARRETERO, Alejandro: “Estudios de comunicación y vigencia de la teoría crítica en España”, *Nómadas, Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*. Universidad Complutense de Madrid, noviembre de 2005.
- BECERRA, Martín y MASTRINI, Guillermo: “La economía política de la comunicación vista desde América Latina” en *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Diciembre, 2006. Disponible en: www.compos.com.br/e-compos.
- BOLAÑO, César: “Tapando el agujero negro. Para una crítica de la Economía Política de la Comunicación”. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006.

- BUSTAMANTE, Enrique; GIU, Inmaculada: “Televisión: desequilibrios en cadena” en BUSTAMANTE, Enrique y ZALLO, Ramón: *Las industrias culturales en España. Grupos multimedia y transnacionales: prensa, radio, televisión, libro, cine, disco, publicidad*, Akal Comunicación, Madrid, 1988.
- BUSTAMANTE, Enrique: “El sector audiovisual. Grandes expectativas, profundas incertidumbres” en *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, nº 41, marzo-mayo 1995.
- BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María: “España: la producción audiovisual en el umbral digital”, en *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*, nº 7, diciembre 1999, Universidad del País Vasco.
- BUSTAMANTE, Enrique: “Industria cultural, sociedad de la información y desarrollo: las políticas públicas en la Unión Europea”, en *Eptic*, vol. II, nº 1, ene/jun. 2000. Disponible en <http://www.eptic.he.com.br>
- CAMPOS FREIRE, Francisco: “Los principales grupos mundiales de medios de comunicación siguen siendo negocios de familia”, en *ZER, Revista de Estudios de Comunicación*, nº 22, p. 141-196.
- DAVARA TORREGO, Francisco J. & FERNÁNDEZ TAMAMES, Juan: “La televisión digital terrestre en España: hacia un nuevo desorden televisivo”, 2005. Disponible en: <http://www.unav.es/fcom/cicom/PDF%20comunicaciones/>
- DELOITTE: *Estudio comparativo sobre el número de operadores y canales de televisión comercial en Europa*, Technology, Media & Telecommunications, 2004.
- DÍAZ NOSTY, Bernardo: “La nueva oligarquía digital, algo más que concentración económica” *Revista Termas*, nº 67, Madrid, junio 2000, disponible en http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/nosty04.htm
- DURÁN MÁÑEZ, Ángeles y FERNÁNDEZ BÉLTRÁN, Francisco: “El papel de los medios de comunicación en procesos negociadores. Análisis de los modelos desarrollados en el conflicto entre Canal Satélite Digital y Vía Digital” en *Forum de Recerca*. Número 5. V Jornades de Fomento de la Investigació de la Universitat Jaume I, curso 1999-2000.
- GARNHAM, Nicholas: “La economía política de la comunicación. El caso de la televisión”, en *Telos*, núm. 28, dic-febr., Fundesco, Madrid, 1991.
- GIL GONZÁLEZ, Juan Carlos: “Vía digital y canal satélite digital o el advenimiento de una nueva tiranía” en *Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información*. Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, Sevilla, 2003.

- JONES, Daniel E.: "Transformaciones en el sistema comunicativo español (1976-1996), en *Trípodos*, nº 1, mar., Universitat Ramón Llull, Barcelona, 1996.
- JONES, Daniel E.: "Aproximación teórica a la Estructura de la Comunicación Social". *SPHERA PÚBLICA. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, número 5, Murcia, 2005.
- LABIO BERNAL, Aurora: "Poder y manipulación informativa. Una aproximación desde el pensamiento crítico". *Revista Razón y palabra*, nº 43 www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n43/alabio.html
- MASTRINI, Guillermo y BOLAÑO, César: "Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional" en *Eptic*, vol. III, nº 3, sep/dic., 2001. Disponible en: www.eptic.com.br.
- MIÈGE, Bernard: "Las industrias de la cultura y de la información. Conflicto con los nuevos medios de comunicación", en *Telos*, nº 29, mar/may., Fundesco, Madrid, 1992.
- MIÈGE, Bernard: "La concentración en las industrias culturales mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 155-166.
- MORENO, Pastora: "Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional" en *Ámbitos*, nº 5, segundo semestre de 2000.
- MOSCO, Vicent: "Las verdades ideológicas e institucionales dominantes deben ser reexaminadas". Entrevista a Herbert I. Schiller, en *Telos*, nº34, jun/ago., Fundesco, Madrid, 1993.
- MOSCO, Vicent: "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 57-79.
- MURDOCK, Graham: "Los agujeros negros del marxismo occidental: respuesta a Dallas Smythe". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 11-22.
- MURDOCK, Graham: "Bajo los adoquines, la playa. Mercancías, consumismo, contradicciones". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 31-46.
- NOGALES BOCIO, Antonia Isabel: "Aproximación a la metodología empírico-periodística del análisis de contenido: concepto y aplicación práctica". Encuentro Iberoamericano de Editores de Revistas Científicas de Ciencias Sociales, 20 y 21 de julio de 2011.

- PÉREZ, María José: “De la televisión analógica a la digital: renovación tecnológica y cambios empresariales”, en *Zer, Revista de Estudios de Comunicación / Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, nº 16, mayo 2004.
- PINEDA CACHERO, Antonio: “El modelo de propaganda de Noam Chomsky: medios mainstream y control de pensamiento” en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 47, año 5º, La Laguna (Tenerife), febrero 2002. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002//latina47febrero/4704pineda.htm>.
- PIÑUEL RAIGADA, José Luis: “Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido” en *Estudios sociolingüística* 3, 2002.
- PRADO, Emili: “La televisión digital terrestre”, en *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, nº 57, octubre-diciembre 2003, Fundesco, Madrid.
- PRIETO ALVELA, Lara: “El País, dependencia y desinformación”, en *Revista Latina de Comunicación Social* 57, enero-junio 2004, año 7, vol. 57. Recuperado el 18 de junio de 2009 de: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/819/81975708.pdf>
- QUIRÓS FERNÁNDEZ, Fernando: “Globalización y pensamiento crítico” en Quirós Fernández, Fernando y Sierra Caballero, Francisco (directores): *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2001.
- QUIRÓS, Fernando: “La economía política de la comunicación iberoamericana: un enfoque en alza” en *Revista Telos*, abril-junio 2006, nº 67, segunda época.
- REIG, Ramón: *Estructura y mensaje en la sociedad de la información*. Colección “Cuadernos del Master”. Mergablum, Edición y Comunicación, S.L., Sevilla, 2003.
- REIG, Ramón: “Aproximación al método de análisis estructural de los mensajes informativo-periodísticos” en REIG, Ramón y RUIZ ACOSTA, Mª José (coord.): *Medios de comunicación y acontecimientos del siglo XX*, colección *Ámbitos para la Comunicación*, nº 3, Grupo de Investigación de Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- REIG, Ramón: “El largo camino hacia una comunicación alternativa. Pseudodemocracia, comunicación y receptores. Una visión teórico – práctica desde bases complejas” en *Revista Anthropos*, nº 209, oct.-dic. 2005.
- REIG, Ramón y LABIO BERNAL, Aurora: “Sociedad, comunicación y nuevas formas educativas”. Actas del I Congreso Nacional ULEPICC – España. Pensamiento crítico, comunicación y cultura. Edición en CD. ISBN 84-690-1432-3.

- REY MORATÓ, Javier del: “El enfoque filosófico de la Economía Política: audiencias, mercancías, producción y consumo”. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 129-154.
- RIBÉS ALEGRÍA, Marta: “El origen de la Televisión Digital Terrestre en España: Quiero TV” en *Sphera Pública*, número 9, monográfico *La investigación en España sobre TDT*. Universidad Católica San Antonio (Murcia), 2009.
- SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis (1999): “El verdadero poder de los medios de masas” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 13. Recuperado el 7 de junio de 2009 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/143noriega.htm>
- SCHILLER, Herbert I.: “Las verdades ideológicas e institucionales dominantes deber ser reexaminadas”, entrevista en *Telos* por Vicent MOSCO, nº34, junio-agosto 1993, Fundesco, Madrid.
- SEGOVIA, Ana I.: “Treinta años de comunicación política de la comunicación: las aportaciones de Herbert I. Schiller”. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 5, Universidad Complutense de Madrid, 2000. <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic5ar14.htm>
- SEGOVIA, Ana I.: “Cincuenta años de Economía Política de la Comunicación”. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 7-10.
- SIERRA CABALLERO, Francisco: “Crítica cultural y cultura de masas. La institucionalización de los estudios culturales ante el cambio social”, en *Redes.Com*, nº 2, Publicación Anual del Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, Sevilla, 2005.
- SIERRA, Francisco: “Economía Política de la Comunicación y teoría crítica. Apuntes y tendencias”, en *I/C Revista Científica de Información y Comunicación*, 2009, 6.
- SMYTHE, Dallas W.: “Réplica a Graham Murdock”. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 23-30.
- SOSA, Leonardo: “Economía Política de la Comunicación: hacia un paradigma alternativo de investigación de las industrias culturales” en las I Jornadas Regionales de Actualización en Comunicación: “La investigación en Comunicación Social”, Salta 22 y 23 de mayo de 2009.
- VALERO NARANJO, Rosa del Valle: “De Telefónica Media a Admira Media”, en *Ámbitos*, número 9-10, Sevilla, 2002.
- VV.AA.: *Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información. Economía política y lógicas culturales*. Actas del III Encuentro Iberoamericano de Economía

Política de la Comunicación, Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, Sevilla, 2003.

- WEBER, I. y EVANS, V.: “Constructing the meaning of digital television in Britain, the United States and Australia”, *New Media & Society*, 2002, pp. 435-456.
- WHEELER, Mark: “Supranational regulation. Television and the European Union”, en *European Journal of Communication*, vol. 19 (3), 2004.
- ZALLO, Ramón: “La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio”, en *ZER*, nº 22, 2007, pp. 215-234.
- ZELLER, Carlos y GIORDANO, Eduardo: “Economía y política de comunicación en un mercado abierto”, en *Voces y cultura*, nº 5, Barcelona, 1993.

5. Anuarios

- *Anuario El Mundo 1997*, Unidad Editorial, Madrid, 1997.
- *Anuario El Mundo 1998*, Unidad Editorial, Madrid, 1998.
- *Anuario El País 1997*, Grupo Prisa, Madrid, 1997.
- *Anuario El País 1998*, Grupo Prisa, Madrid, 1998.
- *El anuario de la televisión: 1998*, GECA, Madrid, 1997.
- *El anuario de la televisión: 2000*, GECA, Madrid, 1999.
- DÍAZ NOSTY, Bernardo: *Comunicación social /Tendencias*, Informe anual de Fundesco, Fundesco, (1989 -1996).
- DÍAZ NOSTY, Bernardo: *Medios de comunicación /Tendencias'06*. Fundación Telefónica, Madrid, 2006.
- VV.AA.: *Anuario de la Comunicación 2006*, DirCom, Madrid, 2006.

6. Hemerografía y videografía

- AFP: “Murdoch se alía con Time Warner por la TV por satélites”, *El País*, 12 de junio de 1997.
- AGENCIAS: “Autorizado el control de Telepiù por Canal Plus”, *El País*, 5 de marzo de 1997.
- AGENCIAS: “Murdoch lucha con Echostar en EEUU y busca aliados en Japón”, *El País*, 15 de mayo de 1997.
- AGENCIAS: “Murdoch, Televisa y Globo lanzan 250 canales de TV en Latinoamérica”, *El País*, 10 de diciembre de 1997.
- A. PARRADO, Julio: “La TV digital gana terreno al cable en Estados Unidos”, *El Mundo*, 9 de julio de 1996.
- CASADEVALL, Gemma: “La Comisión Europea se opone a la plataforma digital conjunta de Kirch, Bertelsmann y Telekom”, *El Mundo*, 4 de agosto de 1997.
- CASADEVALL, Gemma: “Luz roja de la UE para la alianza entre Kirch y Bertelsmann”, *El Mundo*, 2 diciembre de 1997.
- CAVESTANY, J.: “Murdoch lanza una ofensiva para dominar la TV digital en EEUU”, *El País*, 26 de febrero de 1997.
- COMAS, José: “El Gobierno alemán impulsa un acuerdo para la televisión digital”, *El País*, 14 de marzo de 1997.
- EL PAÍS: “Canal + firma un pacto para una plataforma digital única en Italia”, *El País*, 29 de julio de 1997.
- EL PAÍS: “España, el tercer país de Europa con mayor consumo de televisión”, *El País*, 30 de junio de 2003
- Entrevista a José María García censurada por TVE en 2007.
(http://www.dailymotion.com/video/x1bj1ce_entrevista-censurada-por-tve-de-jesus-quintero-a-jose-maria-garcia_shortfilms)
- GALÁN, Lola: “Murdoch y British Telecom encargan un millón de descodificadores”, *El País*, 8 de mayo de 1997.
- *La guerra de los medios*. Moderador: Luis Mariñas, Tele 5 (1997)
- MARTI, Octavi: “Canal + deja el mercado alemán y apuesta por el italiano”, *El País*, 11 de julio de 1997.

- MONTROYA, Roberto: “La TV digital italiana cambia su estrategia tras fuertes pérdidas”, *El Mundo*, 27 de febrero de 1997.
- OROSA, José Luis: “La época dorada de ‘la mejor TV de España’”, en *Historia de la Democracia. La aventura de la libertad*, Madrid, *El Mundo*, 1995.
- PERU EGURBIDE: “El PDS dejará que el mercado decida el futuro de la TV digital en Italia”, *El País*, 10 de abril de 1997.
- SAMANO, José y MARTÍ, Octavi: “Canal + Francia presenta a las instituciones europeas un nuevo descodificador digital”, *El País*, 4 de diciembre de 1997.

7. Disposiciones legales

- Ley 4/1980, de 10 de enero, Estatuto de la Radio y la Televisión (B.O.E. núm. 11, de 12 de enero de 1980).
- Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión (B.O.E. núm. 4, de 5 de enero de 1984).
- Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones (B.O.E. núm. 303, de 19 de diciembre de 1987).
- Ley 10/1988, de 3 de mayo, reguladora de la Televisión Privada (B.O.E. núm. 108, de 5 de mayo de 1988).
- Ley 35/1992, de 22 de diciembre, de Televisión por Satélite (B.O.E. núm. 308, de 24 de diciembre de 1992).
- Ley 37/1995, de 12 de diciembre, de Telecomunicaciones por Satélite (B.O.E. núm. 297, 13 de diciembre de 1995).
- Real-Decreto 136/1997, de 31 de enero, por el que se aprueba el Reglamento técnico y de Prestación del Servicio de Telecomunicaciones por Satélite (B.O.E. núm. 28, de 1 de febrero de 1997).
- Real-Decreto Ley 1/1997, de 31 de enero, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector digital y se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE (B.O.E. núm. 28, de 1 de febrero de 1997).
- Ley 17/1997, de 3 de mayo, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y por la que se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector, correspondiente a la tramitación como Ley del RDL 1/97. (B.O.E. núm. 108, de 6 de mayo de 1997).
- Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos. (B.O.E. núm. 159, de 4 de julio).
- Real-Decreto Ley 16/1997, de 13 de septiembre, de modificación parcial de la Ley 17/97, por la que se incorpora al Derecho español la Directiva 95/47/CE. (B.O.E. núm. 221, de 15 de septiembre).
- Real Decreto 944/2005, de 29 de junio, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la televisión digital terrestre (B.O.E. núm. 181, de 30 de junio).

8. Referencias en la web

- <http://www.auc.es/Documentos/Documentos%20AUC/Docum2004/docu22.pdf> (FIDECA, Foro para la Investigación y el Desarrollo de la Cultura Audiovisual: *Los desafíos de la televisión digital terrestre*).
- <http://www.boe.es> (Boletín Oficial del Estado).
- <http://www.cmt.es> (Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones).
- http://www.cmt.es/cmt_ptl_ext/SelectOption.do?nav=publi_anuales&detalles=0900271980017a98&pagina=1 (Informe anual 2000 de la CMT).
- http://com.uvigo.es/asignaturas/scvs/trabajos/curso9900/TV_Digital/arch2.htm (Universidad de Vigo).
- <http://www.eca.usp.br/alaic/boletin17/Pedro%20Rojo.htm> (ROJO VILLADA, Pedro Antonio: *Génesis y evolución de la TV digital por satélite en la Unión Europea*, Universidad de Murcia).
- <http://www.el-mundo.es/documentos/2003/economía/fusión/cronología.html> (El Mundo.es).
- http://www.esa.int/esaCP/SEM29W4QWD_Spain_0.html (Agencia Espacial Europea).
- www.infoamerica.org (Infoamérica. El portal de la comunicación).
- www.infoperiodistas.info (La agencia digital del sector de la comunicación).
- <http://www.gtic.ssr.upm.es/soci/regulaci/tvdigital/regtvdigit.htm> (La regulación de la televisión digital por satélite).
- http://www.paisdigital.org/files/TVDigital_mundo_05_2006.pdf (CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN: *Situación de la televisión digital en el mundo e implicancias en Chile*, 2006).
- www.portalcomunicacion.com (El portal de los Estudios de Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona).
- http://www.tlm.unavarra.es/asignaturas/bi/bi98_99/bi06/Final/TVdigital/tcnol.htm (Universidad de Navarra).
- <http://www.onnet.es/ley0026.htm> (Ley de Televisión por Satélite).
- <http://www.onnet.es/ley0028.htm> (Telecomunicaciones).

