

correos basura a coste prácticamente cero, y con una tasa de respuesta baja, generando así un beneficio de cientos de euros.

Desde el punto de vista del círculo *anti-spam* está claro que también se produce algún beneficio, por lo menos, el ofrecer el mejor *anti-spam* o filtro del mercado puede considerarse una ventaja competitiva.

Los medios de comunicación se hacen eco de la situación actual, y algunos programas de entretenimiento como Muchachada Nui vuelven a hacer *sketch* sobre el problema. "Enjuto, te he mandado un e-mail, ábrelo... ¡Dios mío, un *spam*! *Spam, spam, spam, spam...*", comienza el *gag*, y termina diciendo: "Son cansinos, pero como vienen se van, se van, se van...". Pero realmente no se van.

Ante los avances tecnológicos y los esfuerzos por contrarrestar esta especie de plaga bíblica que azota la red y que lleva ya más de treinta años extendiéndose, los *spammers* también modifican sus cauces de acción y ya se han visto *spam* en forma de imágenes o a través de archivos PDF, se ha recibido *spam* en forma de mensajes de texto en teléfonos móviles, e incluso los buzones físicos acogen molestias gratuitas en forma de propaganda comercial entre las cartas. A favor del *spam*, en contra del *spam*. El *spam* está en todas partes. Parece un numerito de los Monty Python: "¡*spam, spam, spam!*".

Referencias

Agencia Española de Protección de Datos: www.agpd.es

Comisión de las Comunidades Europeas (2006). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre la lucha contra el *spam*, los programas espía y los programas maliciosos. Extraído el 28 de agosto, 2009 de en http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/l24189a_es.htm

Cuadernos Gretel (2004) *Spam, Una amenaza real para el correo electrónico. Cuadernos Gretel*, 74-77.

González Fernández, E. (2004, Mayo 1-15). Las mejores armas contra el *spam*. *IP MARK*, 620, 76-78.

González, E. (2007, Diciembre). Cómo poner freno a la amenaza del *spam*. *PC World*, 96-100.

INTECO, Observatorio de la Seguridad de la Información del Instituto Nacional de Tecnología de la Comunicación (2008). *Estudio sobre la situación, naturaleza e impacto económico y social del correo electrónico no deseado spam*, INTECO. Extraído el 30 de agosto, 2009 de http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/Estudios_e_Informes/Estudios_e_Informes_1/est_red_sociales_es

Llamas Pombo, E. & Macías Castillo, A. (2007). *Código Derecho de la Información y Publicitario*. Madrid: La Ley.

Maquiavelo, N. (1513/1968). *El Príncipe*. Madrid: Editorial Mediterráneo.

Muñoz, R. (2008, Junio 17). La plaga del 'spam' se extiende, *El País*.

Parlamento Europeo (2002) Directiva 2002/58/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de julio de 2002, relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas (Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas). Extraído el 1 de septiembre, 2009 de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:201:0037:0047:ES:PDF>.

09

Esperando el nombramiento de Juan Carlos de Borbón: la cuestión monárquica en la prensa española (1968-1969)

Awaiting the appointment of Juan Carlos of Bourbon: the issue of monarchy in the Spanish press (1968-1969)

Dr. Ricardo Zugasti Azagra

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad San Jorge

Resumen / Abstract

Cuarenta años han pasado desde la designación de Don Juan Carlos de Borbón como sucesor de Franco a título de Rey, un nombramiento clave para la reciente historia de España. El presente artículo aborda un análisis de la cobertura que los principales diarios españoles dedicaron a tres hitos que se sucedieron durante los meses previos al nombramiento: el trigésimo cumpleaños de Don Juan Carlos, el bautizo del infante Don Felipe y las declaraciones de Juan Carlos de Borbón a la agencia EFE. El estudio permitirá aportar algo de luz a la historia de la cuestión monárquica, así como a la caracterización de la prensa de la época.

It has been forty years since the appointment of Prince Juan Carlos of Bourbon as Franco's successor, one of the key events in Spain's recent history. This paper deals with an analysis of how press covered three milestones that took place in the months before the appointment: Don Juan Carlos' 30th birthday, the baptism of the Infante Don Felipe, and Don Juan Carlos' comments to EFE news agency. The study will shed some light on the history of the issue of monarchy in Spain, and will draw a portrait of the Spanish press of that time.

Palabras clave / Keywords

Prensa. Monarquía. Juan Carlos I. Franquismo. España.
Press. Monarch. Juan Carlos I. Francoism, Spain.

1. Introducción

El 22 de julio de 2009 se cumplió el 40º aniversario de la designación de Don Juan Carlos de Borbón como sucesor de Franco a título de Rey. Fue un acontecimiento clave para la reciente historia española, con consecuencias de importante calado político. Debido a esta importancia, la historia del periodismo se ha fijado en este nombramiento y ha analizado su tratamiento informativo (Barrera, 1994; Zugasti, 2005).

Sin embargo, la designación estuvo precedida por tres eventos importantes para el desenlace de la cuestión monárquica y que sirvieron para preparar el terreno al nombramiento. La cobertura informativa de estos acontecimientos no ha sido estudiada todavía y éste es precisamente el objeto del artículo.

En primer lugar, se analizó la cobertura que los periódicos ofrecieron sobre el trigésimo cumpleaños del príncipe Don Juan Carlos, celebrado el 5 de enero de 1968. El interés radicaba en que el príncipe cumplía la edad requerida por la Ley de Sucesión para ser nombrado sucesor.

En segundo lugar, se estudió el tratamiento del bautizo del infante Don Felipe, que tuvo lugar el 8 de febrero de 1968. Fue un momento de especial fervor monárquico debido a la presencia de Doña Victoria Eugenia y de su hijo Don Juan en Madrid.

En tercer lugar, se analizaron la aparición y las consecuencias de las declaraciones de Don Juan Carlos al director de la agencia EFE, publicadas por primera vez el 7 de enero de 1969 y en las que el príncipe se mostraba partidario de ser nombrado sucesor aun a costa de saltos en el orden dinástico.

Los tres hechos se produjeron a partir del año 1966, lo que acrecentaba el interés por conocer la cobertura periodística, ya que a partir de ese año la prensa disfrutó de un nuevo marco legal basado en la Ley de Prensa e Imprenta, más conocida como Ley Fraga.

La nueva Ley de Prensa puede considerarse una de las medidas legales más importantes y trascendentes del franquismo en sus últimos años, porque permitió abrir un cauce de libertad para los medios escritos (Barrera, 1995: 95). La nueva ley, liberal por los principios que proclamaba, conllevó la supresión de la censura previa y de las consignas. Contaba sin embargo dicha ley con recursos para seguir ejerciendo el control sobre la prensa. Entre éstos se encontraban, como principales ejemplos, el famoso artículo 2º, con sus vagas limitaciones a la libertad de

prensa (1995: 97), lo que ponía en manos del Ministerio una gran capacidad de maniobra para ejercer la arbitrariedad; el establecimiento del Registro de Empresas Periodísticas, de inscripción obligatoria para todas las empresas que quisieran editar prensa, y cuya admisión podía ser denegada o cancelada por la autoridad; o el depósito previo de cierto número de ejemplares antes de su distribución para que pudiesen ser examinados por el Ministerio. Todo esto provocaba que, pese a la nueva posibilidad de acudir al recurso contencioso-administrativo, los periodistas y, de modo especial, los directores, recurrieran a la autocensura para evitar el posible expediente y la posterior sanción.

Pese a todo, la Ley de Prensa tuvo consecuencias positivas para la vida política y periodística en España. Empezó a producirse un tímido contraste de pareceres a través de las páginas de una prensa que fue dejando de lado su uniformidad para ir adquiriendo pluralidad. Además, en lo referente a la cuestión monárquica, la nueva ley abría, como ha señalado Toquero, perspectivas hasta entonces inexistentes:

Esta Ley que abolía la censura, no ponía la Prensa al nivel de los países democráticos, pero supuso un avance importante. En los periódicos aparecían normalmente artículos sobre la Monarquía y sobre el propio Conde de Barcelona. Incluso algún discurso de éste, grandes referencias a actos celebrados por el Secretariado y abundantes noticias sobre la Monarquía. Con anterioridad a que esta Ley entrara en vigor, todas estas cuestiones eran inimaginables. (Toquero, 1989: 348)

Todo lo visto hacía que con la nueva situación legal de la prensa, los diarios pudieran mostrar de forma mucho más nítida que hasta entonces su propia identidad y las reacciones que los acontecimientos políticos les suscitaban. Esta variedad de los periódicos es la que proporciona riqueza a una investigación como la que aquí se aborda.

Las fuentes básicas de este trabajo han sido ocho diarios de información general. Los periódicos elegidos constituían, tanto por su difusión como por su importancia periodística e influencia política, las cabeceras más importantes de la prensa española de la época. Se ha pretendido también abarcar el mayor espectro ideológico y periodístico, sobre todo en referencia a la cuestión monárquica. Para ello se ha optado por dos periódicos tradicionalmente monárquicos como *ABC* y *La Vanguardia*; otro monárquico de nuevo cuño como el *Madrid*; un posibilista como el *Ya*; dos periódicos paraestatales como *Pueblo* y *Arriba*, reacios en principio a la restauración monárquica; y, por último, el diario *El Alcázar* que, de ser un periódico popular de éxito pasó, por un cambio de propietarios en 1968, a ser un órgano de la ultraderecha. Todos los diarios escogidos se publicaban en Madrid y, co-

mo buena parte de los periódicos editados en la capital, eran considerados diarios nacionales. La única excepción por su lugar de publicación la constituye el barcelonés *La Vanguardia*; sin embargo tanto su difusión como su influencia hacían de él un diario de primer orden en el panorama nacional.

Difusión de los diarios analizados		
	1968	1969
La Vanguardia	219.108	221.418
ABC	201.323	209.331
Pueblo	199.180	193.259
Ya	133.090	134.017
El Alcázar	114.884	31.109
Madrid	66.132	57.376
Informaciones	25.683	24.360
Arriba	18.029	17.794

Fuente: datos obtenidos siguiendo los años naturales a partir de los controles de la OJD. Las cifras entre paréntesis han sido tomadas de los datos aportados por Nieto (1973: cuadro 14), tomando como base las contribuciones de los diarios a la Institución San Isidoro. Las cifras referidas a ABC corresponden tan sólo a su edición madrileña

2.2. Los meses previos a la designación: una aproximación histórica a los acontecimientos analizados

El 5 de enero de 1968 Don Juan Carlos cumplió 30 años, la edad requerida por la Ley de Sucesión para acceder al trono, lo que le situaba en un lugar político cada vez más comprometido. Era éste un cumpleaños con una fuerte carga política, ya que a nadie se le escapaba que desde el momento en que cumplía 30 años, el príncipe se convertía en el máximo candidato real para la sucesión. Y todo apuntaba a que la persona con más probabilidades para ser elegida como sucesor por Franco era él.

Sin embargo, unas declaraciones del príncipe a la revista francesa *Point de Vue* publicadas el 22 de noviembre de 1968, y en las que afirmaba que nunca reinaría mientras su padre Don Juan viviera, horrorizaron a quienes propugnaban la solución juancarlista frente a la legitimista dinástica representada por su padre. Dichas declaraciones fueron desmentidas por la Zarzuela, pero los partidarios del príncipe intentaron despejar cualquier duda mediante otras declaraciones de Don Juan Carlos a Carlos Mendo, director de la agencia oficial de noticias EFE. Inspiradas y preparadas por el ministro de Información Manuel Fraga, las declaraciones fueron publicadas en forma de entrevista entre el 7 y el 8 de enero de 1969 por todos los periódicos (Fraga, 1980: 235-237; Olmos, 1997: 294-299). En ellas el príncipe hacía ver que aceptaría ser sucesor de Franco, pese a que ello supusiese saltarse el orden dinástico. El príncipe, por tanto, aceptaba por adelantado la petición del dictador para que fuera su sucesor. Las declaraciones agradaron a Franco, quien se decidió ya de forma irrevocable por Don Juan Carlos (López Rodó, 1977: 301).

Con anterioridad, el 8 de febrero de 1968, se había celebrado en Madrid el bautizo del infante Don Felipe de Borbón y Grecia, hijo del príncipe Juan Carlos y de la princesa Doña Sofía. Con esta ocasión acudieron a Madrid Don Juan y su madre, la reina Victoria Eugenia de Battenberg, para apadrinar al infante. Desde 1931, año en que la Familia Real partió hacia el exilio, no había vuelto a pisar tierra española la anciana Reina. El hecho fue aprovechado por los monárquicos para potenciar la imagen de Don Juan y la monarquía en España. La utilización de este hecho constituyó lo que se podría calificar como última gran ofensiva donjuanista en el interior de España. No conviene olvidar que, pese a que todo apuntaba a que Franco se decidiría por Don Juan Carlos, todavía no se había producido su designación.

Finalmente, la decisión de Franco se produjo a mediados de julio de 1969. El 14 de julio escribió a Don Juan una carta en la que le informaba de la opción escogida y en la que le decía que el nombramiento de Don Juan Carlos era la mejor solución para España; casi inmediatamente se lo comunicó al príncipe (Vilallonga, 1993: 80-81). Don Juan hizo pública el 19 de julio una declaración en la que se situaba al margen de la instauración que se iba a llevar a cabo y en la que recordaba su larga trayectoria de salvaguarda de una monarquía democrática (Toquero, 1992: 273-274).

Franco presentó la designación a las Cortes reunidas en sesión extraordinaria, y convocadas tan sólo cinco días antes, el 22 de julio de 1969. El nombramiento de Don Juan Carlos fue aprobado de forma abrumadora. La instauración en la persona del príncipe de una nueva monarquía basada en la legitimidad del 18 de julio había triunfado. La aceptación fue general por parte de todos los sectores del

régimen, si bien los falangistas fueron quienes menor fervor mostraron; sin embargo, lo aceptaron por obediencia a Franco y porque se trataba de una instauración y no de una restauración de la vieja monarquía (Ellwood, 1984: 194). El 15 de agosto de 1971 se publicó asimismo un decreto que otorgaba a Don Juan Carlos los poderes que pertenecían al heredero designado al trono según el artículo 11 de la Ley Orgánica del Estado.

3. Un cumpleaños con una dimensión política

Como hemos visto, el 5 de enero de 1968 el príncipe Juan Carlos cumplió 30 años. Este hecho tan sólo suscitó dos piezas periodísticas sustanciales y ambas giraron en torno a la legitimidad dinástica. La primera de ellas salió de la pluma del veterano monárquico José María Pemán y se publicó en ABC. Pemán, consciente de lo que suponía la nueva edad del príncipe, hizo una defensa de la restauración monárquica y de la legitimidad de Don Juan contra el riesgo de saltos en el orden sucesorio:

Franco sabe que, por su legitimidad emanada de la victoria, él no es ya una persona, sino una institución. No puede ser sustituido sino por otra institución. Al resolver que ésta sea la Monarquía, no iba a querer que antes de usarla la vaciaran de su sustancia y su eficacia, que radica precisamente en su automatismo sucesorio. (1968, Enero 5: 3)

Por otra parte, la segunda pieza de interés se publicó en el vespertino sindical *Pueblo*. Se trató de una entrevista hecha por su director, Emilio Romero, al propio príncipe Juan Carlos. Era la primera de una serie de entrevistas que Romero fue realizando bajo el título genérico de *Conversaciones en la cumbre*, y el propio autor mostró ya claramente en la entradilla de la entrevista lo que significaban los 30 años del príncipe:

Ayer ha cumplido treinta años don Juan Carlos de Borbón, y esto le pone en condiciones legales respecto a lo que previene la Ley Orgánica del Estado en materia de sucesión. Don Juan Carlos de Borbón tiene ya toda la documentación en regla para poder ser, si así se decidiera en su día, Jefe del Estado. (1968, Enero 6: 4)

Como se puede ver, el texto de Romero apuntaba hacia una posible instauración de la Corona en Don Juan Carlos aun a costa de saltos en el orden dinástico. Las preguntas que formuló el entrevistador a este respecto fueron contestadas por el príncipe con evasivas, pero en la misma dirección apuntada por el director de *Pueblo*:

-Ahora ha cumplido usted todos los requisitos para poder optar en su día al Trono de España. ¿Cuál sería su reacción si el mecanismo de la Ley Orgánica del Estado señalara a Vuestra Alteza como sucesor de Franco y Rey de España?

En este caso Don Juan Carlos de Borbón y Borbón me contesta sin pestañear y hasta con solemnidad:

-Mi reacción sería en ese momento la que mejor conviniera al país.

[...]

-En este momento la 'legitimidad' está en poder de su padre. ¿Podría usted ser Rey con su padre vivo y con su anuencia?

-Creo que todo eso depende de cómo se desarrolle el momento político de España en ese tiempo.

El príncipe, en todo este capítulo, está seguro, pero serpenteante. Se me va como el agua en una cesta. Pierdo la paciencia y le tapo las salidas:

-¿Su padre puede abdicar o no?

-Por poder, puede. ¿No? (Romero, 1968, Enero 6: 7)

Es patente en las respuestas del príncipe cómo éste apareció dispuesto, entre líneas, a aceptar su nombramiento como sucesor si se produjese el nombramiento. Es interesante también el hecho de que lo hiciera en *Pueblo*, un diario nada favorable a la restauración monárquica en la persona de Don Juan.

4. La última gran ofensiva legitimista

El problema acerca de la legitimidad reapareció con fuerza con motivo de la llegada a España de la Reina Victoria Eugenia y de su hijo Don Juan para apadrinar al infante Don Felipe de Borbón y Grecia. Se vivieron momentos de fervor monárquico y ABC se comportó como el órgano donjuanista por excelencia. Así, desde sus páginas, Luis María Anson dejaba muy claro en quién recaía la legitimidad dinástica cuando llamaba a Don Juan 'Jefe de la Casa Real Española' y 'titular de los deberes y derechos de la Corona de España' (1968, Febrero 6: 28). Las andanzas del conde de Barcelona durante esos días fueron cubiertas por el diario monárquico en unos términos sumamente elogiosos. Sirva como ejemplo el siguiente extracto de una crónica:

Todo sencillo, discreto, cordial, suavemente emotivo, ardentemente patriótico. Don Juan de Borbón y Battenberg, heredero de Don Alfonso XIII, ha vivido una jornada inolvidable. Su franca y ancha sonrisa y su alma noble, españolísima, a cada paso conmovida, lo confirman así. (Baro, 1968, Febrero 12: 43)

La réplica al diario de los Luca de Tena no se hizo esperar por parte de *Pueblo*, que sacó a relucir su carácter comentando con ironía en un suelto la cobertura que ABC estaba dedicando a Don Juan:

Temperaturas muy elevadas de entusiasmo en las áreas monárquicas de la vida política nacional, ante la concentración en Madrid de los miembros de la Casa Real española. Se hace necesario el uso de cadenas para transitar estos días por las páginas del ABC, resbaladizas por causa de la ebullición de su fervor dinástico. (1968, Febrero 8: 3)

En otro sentido, el diario *El Alcázar*, todavía no en manos de la Hermandad de Ex-combatientes, se mostró legitimista en su tratamiento de la monarquía al calificar en un editorial la continuidad dinástica como “la esencia de la Institución” y al conde de Barcelona como “el titular de la corona de España” (1968, Febrero 8: 16). Por su parte, y en el mismo tono, el diario monárquico *Madrid* aludió desde un editorial a la legitimidad de Don Juan, a quien calificaba como ‘Jefe de la Casa Real Española’:

Las cuatro generaciones de la Dinastía española que se darán cita en el palacio de La Zarzuela presentan de una manera gráfica ese principio abstracto que es el contenido esencial de la Monarquía: su carácter hereditario. (1968, Febrero 7: 3)

La respuesta al artículo anterior llegó en forma de ‘gallito’ de Emilio Romero, quien, tras calificar la línea editorial del *Madrid* como “radical, objetante, perfumada de anticuada izquierda”, lanzó una andanada contra los monárquicos:

Donde hay que plantear, verdaderamente, el problema monárquico es en supuestos más veraces y realistas, y que podrían ser estos: dado que existe una gran indiferencia nacional y popular por la monarquía, y una vez que el Régimen, mediante referéndum, tiene prevista la sucesión monárquica, vamos a ver si conseguimos que los monárquicos se callen, a ver si de esta manera nadie se asusta, y la monarquía puede volver, a pesar de que nadie la eche de menos. (1968, Febrero 9: 3)

Pese a todo, el ataque más feroz contra la monarquía, Don Juan y la legitimidad dinástica procedió de las páginas del diario falangista *Arriba*. Lucio del Álamo fue el autor de un artículo en el que destacaban estos dos párrafos demoledores en los que se apuntaba -como deseaban algunos sectores falangistas- la posible salida regencialista del Régimen, sin necesidad de estirpe regia, algo legalmente posible según la Ley de Sucesión:

Perplejidad al saber que en la visita del conde de Barcelona al glorioso y venerable don Ramón Menéndez Pidal [...] fue don Ramón quien besó la mano a don Juan, y no al revés. Porque muchos millones de españoles de hoy piensan que, más que el honor del nombre -tan respetable- valen el honor y el sudor de la obra fecunda y de la vida entregada a la Patria.

La otra vertiente -la de las consecuencias políticas de la visita- tiene, en mi ignorancia de estas cosas, menos trascendencia. Aunque es posible que comparta un riesgo: el de la prisa. El periódico de anteayer hablaba del 'conde de Barcelona'; el de ayer llama a Don Juan de Borbón 'el titular de la Dinastía' y a Doña Victoria Eugenia 'la Reina madre'. Supremo apelativo que exige la existencia de un hijo que es ya Rey. Tengo mis dudas de que la Ley Orgánica del Estado sea tan explícita, aunque el camino del artículo octavo de la Ley de Sucesión es lo bastante ancho y largo como para poder llegar a la Zarzuela, a Estoril o a Montejurra. Y aún queda, junto al camino real, la moderna autopista de la Regencia que puede descubrir, en las tierras de pan sembrar, a un Wamba de este siglo, con tractor en vez de arado romano, preparando la cosecha futura. (1968, Febrero 11: 13)

No debe olvidarse, al abordar el tratamiento dado al bautizo, que el conde de Barcelona había venido representando a los ojos de muchos una monarquía de tipo liberal y europeo. A este respecto, destacaron dos artículos publicados respectivamente por *ABC* y *Madrid* con motivo del bautizo del infante Don Felipe, un momento, como ya es sabido, de especial potenciación de la figura de Don Juan por parte de los diarios monárquicos.

Luis María Anson hizo en *ABC* una llamada a los jóvenes para que se identificaran con la monarquía en los siguientes términos:

[...] esos jóvenes que no son monárquicos, que tampoco son republicanos, que anhelan un futuro de paz y convivencia, dispuestos a aceptar en su inmensa mayoría una Monarquía, si, dentro de las peculiaridades propias de la Patria española, cumple las condiciones de libertad y justicia social de las otras Monarquías europeas. (1968, Febrero 6: 27)

Mucho más explícito fue el diario *Madrid* a través de un editorial en el que ofreció las razones por las cuales, en su opinión, la monarquía era el sistema adecuado para el futuro de España. Así, se advertía a la izquierda de que "la única forma democrática con que transigirán las fuerzas que se hallan en el Poder sería la Monarquía" para pasar luego a afirmar que "en la España actual constituye la única salida de evolución hacia un régimen de democracia constitucional". El último párrafo del editorial fue especialmente significativo:

Si la Monarquía sabe encauzar en España todos estos problemas aquí apuntados, no será simplemente una salida del Régimen. Será la solución política de España. Y para ello tendrá que tener como programa futuro a realizar las posibilidades de una democracia económica, social y política. (1968, Febrero 7: 3)

5. Disipando dudas

El tercer acontecimiento que volvió a poner sobre el tapete político la cuestión monárquica estuvo constituido por las declaraciones de Don Juan Carlos al director de la agencia EFE, que fueron publicadas en primer lugar por el diario *Pueblo* el 7 de enero de 1969. Al día siguiente lo hicieron el resto de periódicos. En ellas el príncipe fue claro en su disposición a romper el orden dinástico si se le nombraba sucesor a título de Rey. Juan Carlos de Borbón, tras afirmar que consideraba valiosas las leyes fundamentales en vigor y tras reiterar su promesa de servir a España en el puesto que más útil fuera para la patria aun a costa de sacrificios, concluyó de forma reveladora:

-¿Esta monarquía de los principios fundamentales no puede llegar a imponer sacrificios a los más fieles mantenedores de principios dinásticos, a veces inclusive contradictorios?

-No lo creo; no olvidemos que la reinstauración del principio monárquico en la vida española se produjo después de haber pasado la monarquía por una grave crisis, que pudo haber acabado con ella. La situación política que ha hecho posible la reinstauración del principio monárquico se logró con la colaboración de muchos monárquicos y con el sacrificio de cientos de miles de familias españolas. Es lógico que éstos, más fieles mantenedores de principios dinásticos, acepten algún sacrificio en sus aspiraciones. Y si son verdaderos patriotas -y séame permitido afirmar que de un monárquico pude opinarse lo que se quiera menos que no sea un patriota- comprenderán que ante todo está el bien de España. La satisfacción de ver recuperada la institución monárquica no es poco, por otra parte, para justificar agradecimiento y una cierta flexibilidad. Ninguna monarquía, repase usted la Historia, se ha reinstaurado rígidamente y sin algún sacrificio. (De Borbón, 1974: 14-15)

Como puede suponerse, las declaraciones no dejaron indiferente a nadie y, por tanto, los diarios se apresuraron a comentarlas. El principal interés radicaba en cómo serían recibidas por los periódicos de idiosincrasia monárquica. El fiel monárquico ABC publicó al respecto un editorial en el que intentaba mostrar similitudes entre el pensamiento de Don Juan y el de su hijo. Sin embargo, la importancia del artículo radicaba en su último párrafo, ya que sugería una posible aceptación del nombramiento de Don Juan Carlos:

Jamás ABC ha colaborado en confundir, sino en esclarecer; en dividir, sino en unir; y esta postura la mantendrá -por encima incluso de sus más íntimas convicciones- si con ello se facilita una solución esperanzadora y viable -sea o no, a nuestro juicio, la mejor- para el bien de España. (1969, Enero 12: 14)

Sirva como ejemplo del sacrificio que para el periódico tuvo que suponer este editorial el que en el suplemento *Los domingos de ABC* de ese mismo día se incluía una extensa antología de textos de Don Juan, ya preparada antes de producirse las declaraciones del príncipe (1969, Enero 12: 18-28). El contrasentido en que se vio sumido ABC estaba gráficamente plasmado en la contradicción entre el contenido de ambos contenidos publicados el mismo día.

El anterior editorial de ABC fue comentado por Gabriel Cisneros desde su columna de *Pueblo* con palabras exactas acerca de lo que había significado:

Un primer, airoso y cauto testimonio de reajuste [...] lo dio ayer ABC que, tras una larga semana de muy tensa expectación, acusaba ayer recibo editorial de las declaraciones. En el único sentido que cabía, con el tono exacto que cabía esperar. Salvando el fuero, el colega de la mañana concluía con un párrafo que uno adivina debatido, recortado, ponderado una y mil veces. (1969, Enero 13: 3)

La Vanguardia, por su parte, aceptó mucho más abiertamente el significado de las declaraciones y en su portada de tipografía incluyó un comentario expresivamente acompañado por una fotografía del príncipe y Franco, juntos y vestidos con uniforme militar. El diario barcelonés afirmó que las declaraciones habían sido favorablemente acogidas por la opinión pública por "entender el servicio a la Patria, el servicio al pueblo español, como una exigencia ante la que no pueden prevalecer ningunos intereses de carácter personal o privado aunque estén enraizados en altos e indiscutibles derechos históricos" (1969, Enero 9: 3).

El diario *Madrid*, también monárquico y favorable a Don Juan de Borbón, mantuvo respecto a las declaraciones de Don Juan Carlos un expresivo silencio. No publicó editorial ni comentario alguno sobre el tema. Esta postura se vería ratificada poco después, cuando en julio y ante el nombramiento de Don Juan Carlos, *Madrid* fue el único periódico que mantuvo una postura explícitamente contraria a la designación (Barrera, 1994).

El resto de los diarios, no caracterizados por su legitimismo monárquico, reaccionaron haciendo gala cada uno de sus peculiaridades. Así, *Ya* se mostró como el posibilista que era:

En cuanto al delicado problema de la personalización de la monarquía, también nosotros creemos que a los españoles de 1969 no se les puede ir con planteamientos históricos que, por respetables que sean, para la inmensa mayoría carecen de sentido y, en cambio, contribuyen a que la institución les parezca anacrónica. Un solo principio hay que mantener y es éste: que, como cualquier otra fórmula política, la monarquía está al servicio de la nación y no a la inversa. [...] El bien común; ésa es para la nación la mejor legitimidad. (1969, Enero 9: 5)

Por otra parte, el director de *Pueblo*, Emilio Romero, abordó el asunto reiterándose en sus ideas de siempre y comentando un término empleado por Don Juan Carlos en las declaraciones: el de reinstauración. Romero afirmó que el régimen jamás iba a aceptar a Don Juan, lo que supondría restaurar, sino que buscaba fundar una monarquía nueva, esto es, instaurar. El nuevo término empleado parecía solucionar esta división tan marcada:

Ahora, sin embargo, el propio príncipe don Juan Carlos acaba de acuñar una tercera palabra que es la suya, la únicamente propia, porque integra a las dos anteriores que es lo que representa él. Me parece un gran invento. La palabra es reinstauración. Esta palabra contiene factores de las dos anteriores y acaba con la polémica. La designación del príncipe como sucesor de la Corona en vida de Franco, y en su día como Rey, tendría el espíritu de una restauración en cuanto se respeta la dinastía y una línea sucesoria de abuelo a nieto. Pero como el régimen ha tenido especial interés en afirmar que no restaura, porque el Estado es una obra de nueva planta, se respeta el concepto de instaurar en su significación y en sus intenciones. (1969, Enero 11: 3)

Parece que detrás de todo este afán por no conformarse con el término instauración y su significado está la búsqueda de la legitimidad dinástica para la monarquía de las leyes fundamentales. De dicha legitimidad se iba a carecer *stricto sensu* hasta la renuncia de Don Juan a sus derechos, el 14 de mayo de 1977.

El Alcázar, como era previsible, se mostró favorable a las declaraciones a través de un artículo firmado por Ariel que concluía mostrando la necesidad de "hablar de instauraciones, del cauce de nuestros principios y Leyes Fundamentales, y no de vueltas atrás" (1969, Enero 8: 2).

6. A modo de conclusión

Aunque las posiciones de las cabeceras de prensa diaria fueron variadas respecto a la cuestión monárquica, cada periódico intentó ser coherente con su tradición política. De esta forma, los diarios reconocidamente monárquicos -*ABC*, *Ma-*

drid, La Vanguardia- obraron en consecuencia mostrando una actitud favorable a las aspiraciones de Don Juan de Borbón antes de producirse la designación, si bien *La Vanguardia* y, más a regañadientes, *ABC* dejaron ver que acatarían el salto en el orden dinástico. Los diarios más reticentes hacia la monarquía -los paraestatales *Arriba* y *Pueblo* y, en cierto sentido, *El Alcázar* editado por Dyrsa- no dudaron en mostrarse críticos con ella, especialmente con Don Juan, pero aceptaron su instauración, que no su restauración, por fidelidad a Franco. El diario *Ya*, por su parte, volvió a hacer gala de su posibilismo heredado de *El Debate*.

Todos estos rasgos distintivos de cada periódico muestran asimismo la mayor riqueza informativa de que gozó el panorama del periodismo impreso con la Ley de Prensa de 1966. Esta ley, pese a sus notables limitaciones y a que no garantizara la existencia de una verdadera libertad de expresión y de información, sí fue un instrumento útil para que en la prensa española se empezara a producir una confrontación de pareceres, siempre dentro de unos límites considerados tolerables por el poder político.

Referencias

ABC (1969, Enero 12). La Monarquía como servicio, 14.

Anson, L. M. (1968, Febrero 6). Notas en la redacción, de un hombre joven. *ABC*, 28.

Ariel (1969, Enero 8). Servir al país. *El Alcázar*, 2.

Baro Quesada, J. (1968, Febrero 12). *ABC*, 43.

Barrera, C. (1994). La prensa española ante la designación de Don Juan Carlos como sucesor de Franco a título de Rey. *Comunicación y Sociedad*, VII, 93-109.

Barrera, C. (1995). *Periodismo y franquismo. De la censura a la apertura*. Barcelona: Eiusa.

Cisneros, G. (1969, Enero 13). Aroma de happy end. *Pueblo*, 3.

De Borbón, J. C. (1974). *Palabras de Su Alteza Real el príncipe de España Don Juan Carlos de Borbón y Borbón*. Madrid: Ediciones del Movimiento.

Del Álamo, L. (1968, Febrero 11). Señores, tened sosiego... *Arriba*, 13.

El Alcázar (1968, Febrero 8). La Reina Madre, en España, 16.

Ellwood, S. (1984). *Prietas las filas. Historia de Falange Española, 1933-1983*. Barcelona: Crítica.

Fraga, M. (1980). *Memoria breve de una vida pública*. Barcelona: Planeta.

López Rodó, L. (1977). *La larga marcha hacia la Monarquía*. Barcelona: Noguer.

Olmos, V. (1997). *Historia de la Agencia EFE. El mundo en español*. Madrid: Espasa Calpe.

La Vanguardia. (1969, Enero 9). Las declaraciones del príncipe Don Juan Carlos, 3.

Madrid (1968, Febrero 7). La Monarquía ¿vale todavía hoy?, 3.

Nieto, A. (1973). *La empresa periodística en España*. Pamplona: Eunsa.

Pemán, J. M. (1968, Enero 5). El príncipe. *ABC*, 3.

Pueblo (1968, Febrero 8). El tiempo político, 3.

Romero, E. (1968, Enero 6). Juan Carlos, en sus treinta años. *Pueblo*, 4.

Romero, E. (1968, Febrero 9). Con los pies en el suelo. *Pueblo*, 3.

Romero, E. (1969, Enero 11). Chequeo al Régimen. La sucesión. Hacia la monarquía. *Pueblo*, 3.

Toquero, J. M. (1989). *Franco y Don Juan*. Barcelona: Plaza & Janés.

Toquero, J. M. (1992). *Don Juan de Borbón, el Rey Padre*. Barcelona: Plaza & Janés.

Vilallonga, J. L. (1993). *El Rey. Conversaciones con D. Juan Carlos I de España*. Barcelona: Plaza & Janés.

Ya (1969, Enero 9). Lo que importa es servir a la nación, 5.

Zugasti, R. (2005). La legitimidad franquista de la Monarquía de Juan Carlos I: un ejercicio de amnesia periodística durante la transición española. *Comunicación y Sociedad*, XVII, 141-168.

10

La televisión privada en la Comunitat Valenciana, desde las primeras locales a la TDT

Private television broadcasting in the Valencian Community. From the first local TV channels to the DTT

Dr. Àlvar Peris

Profesor asociado de Comunicación Audiovisual
Universitat de València

Resumen / Abstract

Este artículo traza la evolución de la televisión privada en la Comunitat Valenciana, partiendo de las primeras iniciativas de tipo local hasta la reciente concesión de licencias de televisión digital autonómica y local. En nuestro análisis estructural nos fijamos en la propiedad de los canales, pero también en su programación y lengua de uso. En términos generales, las conclusiones no son muy alentadoras, teniendo en cuenta el pluralismo y la diversidad de la oferta, sobre todo de la televisión en abierto.

The paper examines the evolution of private television broadcasting in the Valencian Community, from the beginning -with the first local initiatives- to the recent concessions of autonomic and local digital television licenses. The structural analysis focuses on media ownership, but also on TV grids and TV language. Broadly speaking, and regarding pluralism and how varied media offer is, results are not very encouraging, especially in free television broadcasting.

Palabras clave / Keywords

Televisión privada. TDT. Pluralismo. Regulación. Televisiones valencianas.
Private television. DTT. Pluralism. Regulation. Valencian television channels.

El desarrollo de la televisión privada en territorio valenciano va en paralelo al resto del Estado español, aunque con las lógicas particularidades que atañen a cada lugar y que trataremos de dilucidar a continuación. Desde que la iniciativa privada entró en el negocio de la televisión en España a comienzos de los años 80, gracias a las primeras emisiones locales por ondas terrestres y por cable, el escenario actual, con la cantidad de contenidos y soportes de distribución distintos a los que podemos acceder, se ha tornado enormemente competitivo y complejo. En estos momentos, el sistema audiovisual de carácter comercial que llega a los hogares valencianos lo componen los canales privados generalistas y temáticos que oferta la televisión, ya sea en analógico como en digital; las televisiones locales y autonómicas beneficiarias de una licencia para emitir en TDT²; más los contenidos que se pueden consumir mediante el satélite, el cable, e Internet y móvil. Como vemos, un escenario diverso y cambiante, con un potencial en términos de negocio incuestionable pero poco consolidado, lo que genera incertidumbre en el sector audiovisual y en los ciudadanos respecto cómo será el panorama audiovisual del futuro.

Los años 80 y 90: un mercado en expansión

Como bien explica López Cantos, la televisión privada en España nace, gracias a las iniciativas de tipo local, con el fin del franquismo y la llegada del sistema democrático (2005: 13-14)³. Durante la dictadura, el modelo televisivo español era un servicio público centralizado, monopolizado por el Estado y por RTVE. No obstante, en plena transición, la sociedad civil empezó a explorar formas alternativas de comunicación que “cuestionaban y ponían en crisis el modelo audiovisual diseñado por las instituciones democráticas. Nuevas formas de comunicación que suponían un impulso en la profundización y la propia definición del sistema audiovisual en el nuevo clima de recuperación de libertades políticas y ciudadanas” (López Cantos, 2005: 13). Esta ruptura con el modelo de monopolio público de la televisión tendrá dos direcciones. Por una parte, y relacionada con el movimiento de las “radios libres”, se inaugura la primera experiencia de televisión local comunitaria en España. Era el 1981 y nacía RTV Cardedéu (Cardedéu, Vallés Oriental), entendida como una alternativa al modelo comunicativo institucional en el que primaban los contenidos de proximidad y una voluntad por promover y fomentar la cultura catalana⁴. Paralelamente, en Andalucía se empezaba a constituir otro modelo de televisión local impulsado desde una concepción mercantil y vinculado a la tecnología del cable. Fue en Sanlúcar de Barrameda, donde un empresario gaditano añadió contenidos locales a un repetidor que había instalado para tener mejor cobertura de TVE. Esta experiencia marcará el futuro del cable en España que, a diferencia de países de nuestro entorno europeo, imitará el modelo norteamericano de distribución comercial.

En la Comunitat Valenciana encontramos ejemplos de televisiones locales privadas ya en la mitad de los años 80: Tele Carlón (Benicarló-1984), Canal 56 (Vinaròs-1985), TV Onda (1986), Canal 6 Ribera Televisió (Alzira-1986) y Costablanca TV (Torrevieja-1986), entre otras, aunque es entre 1987 y 1988 cuando se experimenta un mayor crecimiento, tanto por ondas terrestres como por cable⁵. Naturalmente, se trataba de proyectos muy heterogéneos (en cuanto a las horas de emisión, al tamaño de las empresas, a la calidad de sus programas) y con aspiraciones diversas. La gran mayoría eran impulsados por empresarios y profesionales relacionados con los medios de comunicación que buscaban nuevas áreas de negocio o entendían la televisión local como una salida profesional. Pero también había un grupo importante de televisiones promovidas por empresarios no procedentes del sector, sin formación ni experiencia, que utilizaban la ventana televisiva para promoción de otros negocios que nada tenían que ver con el televisivo (López Cantos, 2005: 133-134). Lo cierto es que, durante esos años, los proyectos de televisiones locales comerciales crecieron sobremanera⁶. A pesar de todo, no hubo interés por regularizar el sector hasta el 1995, con la Ley 41/95 de Televisión Local por Ondas Terrestres, que finalmente intentaba poner algo de orden a las emisiones locales, tanto terrestres como por cable⁷.

Esta ley nunca se desarrolló en los términos establecidos inicialmente al no asignarse las correspondientes frecuencias a cada municipio por parte del Estado. Tampoco se pusieron en marcha algunas directrices del texto, como la prohibición expresa de formar redes de televisiones locales y de emitir en cadena los contenidos. Al no aplicarse, lo que se produjo a partir de esa fecha fue una desregulación encubierta, que llegaría hasta la Ley del 2002 y su posterior concreción a través del Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local de julio de 2004 (Badillo, 2007: 6-7). En esos años, muchos canales que emitían por cable se pasaron a las ondas y nuevos agentes comenzaron a interesarse por la comunicación de proximidad. De ese modo, además de nuevos proyectos empresariales estrictamente valencianos⁸, grupos de comunicación de ámbito estatal entendieron que la publicidad local, como sucede con las radios, podía ser una extraordinaria fuente de ingresos y empezaron a hacerse con el control de cierto número de emisoras con las que configuraron redes de televisiones locales a través de las cuales poder emitir en cadena (y así rentabilizar mejor) un buen número de contenidos, dejando bajo mínimos la producción estrictamente local. Nacen las cadenas Localia⁹ (perteneciente a Prisa, editora de El País y propietaria de la Cadena SER) y Popular TV (perteneciente a la COPE), que se constituyen como el germen de lo que será la configuración del mapa de las televisiones locales con la TDT, con unos propietarios de las licencias ajenos al entorno social para el que emiten y con estrategias comerciales alejadas del inicio de las televisiones locales.

Al final de este proceso, cuando se elabora la Ley 53/2002, que adapta la Ley de 1995 a la TDT, en la Comunitat Valenciana existen 122 televisiones locales que emiten tanto por ondas terrestres como por cable: 55 en Alicante, 25 en Castellón y 42 en Valencia¹⁰. En líneas generales, se trata de televisiones que emiten las 24 horas con una programación dividida en franjas horarias al más puro estilo de las cadenas generalistas. La producción propia de carácter más local se concentra en los informativos y algún magazine, mientras el resto de la programación se completa con material externo, sobre todo ficción (series y películas) ampliamente amortizada y vídeos musicales, que poco tienen que ver con los objetivos fundacionales de estas emisoras. Por otro lado, encontramos desconexiones con Euronews, canales de porno o programas de tarot que conseguían, con muy poco dinero, rentabilizar sus programaciones. Con este modelo, además, tampoco contribuían a dinamizar la industria audiovisual de su entorno. Respecto a la lengua empleada en sus emisiones, las cadenas se decantaban mayoritariamente por el castellano, evitando así ajustarse a su entorno lingüístico¹¹. En definitiva, la gran mayoría de canales, con sus programaciones de baja calidad, se convierten en una opción más dentro del resto de la oferta, sin un valor añadido que las identifique. A eso cabe añadir los problemas estructurales y empresariales del sector, que no destaca precisamente por su transparencia financiera y su eficacia en la gestión (López Cantos, 2005: 158, 160). Su falta de profesionalidad en muchos casos y la fragilidad del sistema evitaron que el sector de las televisiones locales se consolidara como una verdadera industria, capaz de competir con el resto de canales con ciertas garantías. De hecho, algunos de estos problemas se arrastrarán años después con la llegada de la TDT.

No cabe duda que, más allá de la incompetencia y pocas miras de algunos empresarios valencianos y la falta de regulación del sector, una de las principales razones para no apuntalar un proyecto sólido de televisión local o autonómica de capital valenciano durante esos años se debe a la dura competencia generada por las cadenas privadas generalistas en abierto y de pago para todo el Estado, sobre todo en materia de publicidad. La llegada de la televisión privada en España se empezó a fraguar con la Ley de Televisión Privada de 1988, aunque se hizo con algunos recelos ya que, a partir de ese momento, se liberalizaba un sector que había estado muchos años bajo el control del Estado. El 25 de enero de 1990 comenzó sus emisiones Antena 3, seguida en abril por Tele 5 y por Canal +, que ofrecía una programación mixta, con algunos contenidos en abierto y la mayor parte de pago (Bustamante, 2006: 126). Como el Estado había decidido que el contenido de proximidad lo ofrecían las cadenas autonómicas, las cadenas privadas de cobertura estatal tenían prohibido hacer desconexiones informativas en cada territorio. Incluso así, Antena 3 y Tele 5 abrieron delegaciones y empezaron a hacer desconexiones informativas de carácter autonómico aunque sin continuidad y a expensas de los propietarios del canal¹².

Posteriormente, en pleno proceso hacia la digitalización y en una decisión con cierta polémica, el Gobierno autorizó en julio de 2005 a Sogecable emitir en abierto la frecuencia de Canal +, que se convertiría en Cuatro, y en noviembre del mismo año el Ministerio de Industria concedió una nueva licencia en abierto a una UTE formada por algunas de las principales productoras de contenidos audiovisuales españolas (Globomedia y El Terrat, entre otras) que emitiría bajo el nombre de La Sexta (Bustamante, 2006: 233-234). En estos momentos, Antena 3 y Tele 5 mantienen las delegaciones en la Comunitat Valenciana, aunque sólo destinadas a cubrir las noticias que surjan en la zona y le interesen a la cadena. De las nuevas, únicamente La Sexta dispone de delegación, también destinada a los mismos menesteres.

Al mismo tiempo, durante la década de los 90 se desarrollaron los negocios del satélite y del cable, que generaban a su alrededor muchos intereses. Respecto al satélite, los valencianos podían acceder principalmente a dos ofertas, Canal Satélite Digital (vinculada a Prisa) y Vía Digital (plataforma impulsada por Telefónica). Con el paso de los años y en vista que el negocio de la televisión de pago parecía estancarse, el Gobierno permitió su fusión bajo la marca Digital +. Con el cable, el mercado valenciano ha estado controlado por la empresa ONO, que ofrece además de televisión el paquete integrado que se conoce como Triple Pay: televisión, teléfono e Internet. Eso le ha permitido hacerse un hueco entre las opciones disponibles. Hay que añadir, igualmente, los servicios de cable que se ofrecen en los entornos locales de muchas localidades (Procono en Valencia o los Tebandos de Jérica y Montán, en Castellón, por poner algunos ejemplos). Junto con el cable, la televisión de pago cuenta con otras empresas de telecomunicaciones que ofrecen sus contenidos mediante el ADSL de Internet, como Telefónica (Imagenio) u Orange TV. Las nuevas plataformas de distribución de los contenidos televisivos, como la red y el móvil, que han recibido en los últimos tiempos el nombre de IPTV, junto con el cable, parecen ser los ámbitos en los que la industria prevé un mayor crecimiento (eEspaña, 2009).

La TDT y el nuevo orden televisivo: la oportunidad perdida

Después del fracaso de la primera iniciativa de la TDT en España a través de la plataforma de pago Quiero TV, la televisión digital terrestre pasó por un período de letargo e indefinición hasta julio de 2005, cuando el Gobierno español aprobó el Real Decreto 944/2005 con el que relanzó el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre, que se remontaba al 1998 (Casero, 2007). En el texto se establece que el apagón analógico se adelantará al 3 de abril de 2010¹³ y hace un primer reparto de los múltiplex digitales mientras dure este período de transición.

En este reparto, RTVE dispondrá de cinco canales digitales (es decir, un múltiplex completo y un canal en otro múltiplex); Antena 3, Tele 5 y Cuatro obtendrán finalmente tres cada uno; y La Sexta, Net TV y Veo TV tendrán a su disposición dos canales para cada operador. Naturalmente, cuando se complete el proceso, el mapa televisivo terminará de ajustarse. Se especula con que RTVE tendrá dos múltiplex completos, de manera que tendrá la capacidad de efectuar desconexiones territoriales de ámbito autonómico. En cambio, las cadenas privadas, aun teniendo un múltiplex entero a su disposición, tendrán terminantemente prohibido hacer cualquier tipo de desconexión o programación específica por autonomías. Como hemos dicho, de ese cometido se encargan exclusivamente las cadenas autonómicas y las locales tanto públicas como privadas (López Izquierdo, 2007: 114). El Gobierno espera que, a cambio, los operadores privados puedan desarrollar contenidos específicos que puedan completar la oferta televisiva, así como potenciar los contenidos interactivos y en alta definición, lastrados en esta etapa por la falta de espacio radioeléctrico y por las dudas de los operadores a la hora de invertir en ellos mientras dure el simulcast y la audiencia continúe repartiéndose entre el analógico y el digital¹⁴.

De ese modo, a día de hoy, un valenciano que tenga preparada la antena para recibir TDT y disponga bien de un sintonizador digital externo o bien de uno incorporado en la misma televisión (iDTV), podrá recibir, como cualquier otro ciudadano, 20 canales con cobertura estatal de los cuales 15 son de titularidad privada (ver gráfico 1). Sin embargo, y también hasta la fecha, todas las posibilidades técnicas y tener acceso a una mayor oferta no implican necesariamente dosis más altas de innovación en géneros y formatos (Delgado, 2007). A excepción de los intentos recientes de Antena 3 y Tele 5 por ofrecer contenidos específicos en el resto de canales¹⁵, y también con La Sexta y la TDT de pago, lo que hemos encontrado han sido los mismos canales generalistas que ya veíamos en analógico completados con otras opciones, más específicas y a todas luces secundarias respecto al canal principal, objeto de todas las atenciones e inversiones por parte de las operadoras. No en balde, desde su nacimiento, estos canales se han dedicado a empaquetar sin ningún miramiento los mismos productos que ya habían sido emitidos por sus "hermanos mayores", buscando antes la rentabilidad económica que la voluntad de ofrecer contenidos interesantes para los espectadores. En ese sentido, los canales españoles han seguido la tendencia extendida en el continente europeo que registra un bajo porcentaje de contenidos y programaciones creadas exclusivamente para su emisión a través de la TDT (Delgado y Larrègola, 2003). Como dice Casero, "esta dinámica de reaprovechamiento convierte la oferta de contenidos en redundante, circunstancia que afecta tanto a su diversidad como a su especificidad" (Casero, 2007: 143)

Gráfico I. Programas de TDT de cobertura estatal en la Comunitat Valenciana

Canal 58	TVE1	TVE2	24H	Canal TVE
Canal 66	Vevo Tv	Sony TV en Vevo	Tienda en Vevo	Teledeporte
Canal 67	Cuatro	CNN+	40 Latino	La Sexta
Canal 68	Tele 5	la Siete	FDF	Disney Channel
Canal 68	Antena 3	Antena Neox	Antena Nova	Gol TV
Fuente: elaboración propia				

Un caso paradigmático de esta falta de innovación en los contenidos se concentra en la prestación de servicios interactivos, una posibilidad que ofrecen los canales de TDT y que no ha sido desarrollada como se esperaba. En principio, todos los múltiplex disponen de un 20% de su capacidad para dedicarlos al canal de retorno a través del cual fomentar la interactividad con el espectador. Si bien es cierto que la obligación de emitir una guía electrónica de programación (conocida como EPG), ocupa buena parte de ese espacio, coincidimos con Ángel Baidillo en que la posibilidad de implementar servicios adicionales en ese espacio podría resultar crucial para diferenciar la oferta digital de la actual analógica. Con la producción de contenidos verdaderamente interactivos, los actuales terminales con el estándar MHP (Multimedia Home Plataform) tendrían una utilidad y podrían llegar a ser imprescindibles en el futuro. Ahora, de momento, apenas tienen presencia¹⁶. En ese sentido, estamos de acuerdo con Casero cuando advierte que "se está configurando, así, un parque de receptores obsoleto prácticamente antes de nacer. Una circunstancia que puede dificultar enormemente la génesis y el desarrollo de los servicios interactivos" (2007: 141). En cambio, sí encontramos algunos ejemplos de interactividad gracias a los servicios que nos ofrecen las plataformas de televisión por satélite y cable, como el pago por visión (*pay per view*) o el *video on demand*. Todo apunta a que la personalización de los contenidos será una de las claves de cara al futuro.

En cualquier caso, lo que demuestran estos datos es que la tecnología, por sí sola, resulta incapaz de generar demanda. Sólo ahora, cuando los ciudadanos ven cerca el apagón analógico, se preocupan por adquirir un sintonizador de TDT¹⁷. También a raíz de poder acceder a ciertos contenidos, como el fútbol en sus múltiples variantes, incluso de pago, ha supuesto un acicate para muchos ciudadanos a la hora de hacerse con estos nuevos receptores. Lo cierto es que los conteni-

dos todavía constituyen un motor fundamental de la transición digital y bien haríamos todos en dedicarles la atención que merecen. La audiencia sabe lo que le gusta y acudirá a la TDT si de verdad ésta supone una "nueva televisión" a todos los niveles, como reza su publicidad. Sin ese valor añadido, como pueden ser los servicios interactivos o los contenidos en alta definición, el proceso de transición digital se completará a la fuerza y no por la voluntad explícita de los ciudadanos.

Igualmente, un buen estímulo para muchos podía haber sido el hecho de tener la posibilidad de acceder a unos verdaderos contenidos de proximidad, capaces de completar la oferta digital que acabamos de describir. Ese aspecto, no obstante, ha dependido de cada comunidad autónoma y en el caso de la valenciana la resolución de las licencias de emisión digital ha sido de lo más frustrante. Tal y como hemos visto anteriormente, las televisiones digitales autonómicas y locales se regularizaron antes que las estatales, en el 2004. El Plan Nacional de Televisión Digital Local y Autonómica concedía plena autonomía a las comunidades para que desarrollaran su propia estrategia a la hora de convocar los concursos, de modo que pudieran atender mejor a la industria audiovisual autóctona. Se establecían, eso sí, unos tiempos mínimos en cuanto a las horas de emisión de productos originales y/o producidos en la comunidad autónoma. En concreto, no se debía bajar de las 4 diarias y 32 semanales, haciéndolas coincidir con el *prime time* del mediodía y de la noche. La idea sería evitar lo que ha pasado finalmente, y es que las televisiones locales pudieran mantener un servicio de televisión de proximidad frente a la posibilidad de constituir una cadena de televisiones de ámbito estatal que las distanciaran de su objetivo inicial. Por lo demás, cada comunidad con lengua propia oficial, caso de la valenciana, debería establecer sus propios mínimos de emisión en cada una de estas lenguas.

A partir de la puesta en marcha del Plan Técnico, cada comunidad autónoma tenía ocho meses para adjudicar las licencias, públicas y privadas, correspondientes a los ámbitos de cobertura autonómica y local. Una vez realizada la adjudicación de las frecuencias deberían cerrar sus emisiones antes del 1 de enero de 2008, tal y como hemos descrito con anterioridad. La Generalitat Valenciana empezó por adjudicar los dos canales autonómicos privados previstos, que debían compartir el múltiplex con la televisión autonómica pública, a la que también le correspondían otros dos canales¹⁸. El concurso, convocado por procedimiento abierto, se hizo público el 1 de julio de 2005 y se falló unos meses más tarde (resolución de 20 de enero de 2006) resultando beneficiario el grupo Vocento a través de la marca LP Teva, la televisión del diario *Las Provincias*, que ya estaba emitiendo como televisión local. El otro programa del múltiplex autonómico fue a parar a la empresa Televisión Popular del Mediterráneo S.A. (Popular TV), perteneciente a la cadena COPE, que ya contaba con licencias en otras autonomías, conformando

una cadena de emisoras con una cobertura muy amplia. Argumento que será una constante en la resolución de las licencias de la TDT local.

La resolución del concurso no dejó de ser polémica, sobre todo en lo que se refiere a Popular TV, porque se trataba de una empresa con una vinculación escasa con la industria audiovisual valenciana. En cualquier caso, a día de hoy, las dos beneficiarias difícilmente cumplen con algunas de las condiciones que la misma Generalitat impuso en el pliego. Según señala López Cantos, entre las más significativas se especificaba que el concesionario debería reservar el 20% de sus emisiones anuales a la difusión de obras audiovisuales y cinematográficas valencianas. Además, en cada una de las franjas de programación, el uso del valenciano debería ser, como mínimo, del 25% (2007: 83-84). Por último, las empresas adjudicatarias deberían disponer de estudios de producción propia en territorio valenciano. Un simple repaso a la programación de un día cualquiera de Popular TV, por ejemplo, hace saltar por los aires esta resolución. Las únicas desconexiones locales las protagonizan los informativos y la presencia del valenciano y de los contenidos de producción propia es inexistente. Tampoco Las Provincias TV sale muy bien parada. Al pertenecer al grupo Vocento, la cadena mantiene una programación en cadena con desconexiones informativas locales y comarcales, un magazine y algunos programas de producción propia emitidos en el *prime time nocturno*, como *Sicania*, *La senda oculta* o *Nuestras bandas de música*. El resto lo conforman series, programas de entretenimiento y ¹⁹cine empaquetados como contenidos comunes a todas las emisoras del grupo .

Por el contrario, se quedaron por el camino otras propuestas que sí tenían una vocación plenamente autonómica y estaban más enraizadas en la dinámica productiva del sector audiovisual valenciano. Una de ellas fue Info TV, que había comenzado a emitir el 27 de junio de 2005 como televisión local en analógico y esperaba convertirse en un espacio mediático plural, en el que tuvieran presencia todas las voces de la sociedad civil y política valenciana. Su programación era íntegramente en valenciano, destacaban sus espacios de producción propia y entre sus accionistas había miembros de diversos colectivos con el objetivo de sumar más que restar. A pesar de sus esfuerzos, la cadena fue excluida del proceso de adjudicación de licencias de televisión digital de ámbito autonómico porque, según la mesa administrativa del concurso, no había pagado el capital social mínimo exigido ²⁰. Tampoco obtuvo una licencia digital autonómica (ni local) Valencia TeVe, una televisión local creada en 1996 y con cierto arraigo en el entorno de la ciudad, que estaba vinculada a Jesús Sánchez Carrascosa, jefe de gabinete de Eduardo Zaplana cuando fue presidente de la Generalitat y ex director de Canal 9, y a su mujer, María Consuelo Reyna, ex directora del diario *Las Provincias* ²¹. La tercera en discordia en quedarse fuera de las licencias fue Red de Televisión Digital Valenciana, ligada a Tele 5

y que se presentó al proceso de adjudicación tanto en la Comunitat Valenciana como en la de Madrid, sin éxito en ninguna de las dos.

Por lo que respecta a la distribución de las licencias de televisión digital local, el Plan Técnico divide el territorio español en 281 demarcaciones de las que 18 corresponden a la Comunitat Valenciana. A cada demarcación, de carácter comarcal más que municipal, les corresponde un múltiplex con 4 canales, dejando a cada comunidad autónoma la decisión de permitir la gestión pública de hasta dos de ellos. La Generalitat Valenciana, en ese sentido, decidió que fuera únicamente uno, cuya puesta en marcha debería ser negociada entre los ayuntamientos que conforman la cobertura de cada múltiplex²². Al mismo tiempo que se convocó el concurso para la adjudicación de licencias de televisión digital autonómica, se hizo lo propio con las televisiones digitales locales. En concreto, la Generalitat Valenciana sacó a concurso abierto 14 demarcaciones, que son las que tenían asignados los múltiplex por parte de la administración Central. En cambio, se quedaron cuatro demarcaciones por resolver: Utiel-Requena y Gandia (Valencia), La Vall d'Uixó-Segorbe (Castellón) y Dénia (Alicante), y hasta la fecha siguen sin adjudicarse. Los concursos decidieron adjudicar los 42 canales entre 23 empresas concursantes, entre las que había antiguas televisiones locales, con amplia experiencia en el sector; y otras vinculadas a grandes grupos de comunicación de ámbito estatal, algunos incluso acabados de llegar al ámbito de la comunicación local (ver gráfico 2).

Un breve análisis del mapa digital local valenciano nos permite asegurar que el concurso ha beneficiado claramente a cinco grupos de comunicación, que han conseguido una representación destacable. Se trata de la empresa Intereconomía, que obtiene 5 licencias (Alcoi, Elda, Orihuela, Torrevieja, Sagunt y Torrent); *El Mundo*, que consigue 4 licencias (Valencia, Castellón, Elche y Benidorm); Libertad Digital S.A. (vinculada al periodista Federico Jiménez Losantos), que obtiene otras 4 licencias (Elche, Sagunt, Torrent y Alzira); y Mediamed Comunicación Digital, que consigue estar presente, de una forma total o parcial, en 13 de las 14 demarcaciones. No deja de ser curioso el reparto de licencias cuando se trata de empresas con poca o nula implantación en el sector audiovisual de la Comunitat Valenciana y que, además, no tienen ninguna experiencia en el ámbito de la televisión local, uno de los requisitos que figuraban en el pliego de condiciones. Especialmente significativo es el caso de Mediamed Comunicación Digital²³, una empresa creada en el verano de 2005 y que, además de las licencias que ha conseguido directamente, es propietaria, como mínimo, del 51% de Mediterránea Informativa Televisión S.L.; 43 TV S.L.; Comunicación Audiovisual Editores S.L.; Comercial Alyma S.L.; y Telecomarca S.A.. Todas las licencias relacionadas con esta empresa emiten bajo la misma marca: Tele 7. De TV Castellón Retransmisiones S.L.,

beneficiada con tres licencias y vinculada a la familia Miralles Troncho, posee el 33% de sus acciones (todavía no han iniciado sus emisiones) y de Produccions Informatives La Plana (propiedad de Jesús Montesinos, ex director del periódico *Mediterráneo*, que opera con el nombre de Planavisión), no consta que haya adquirido parte de sus acciones, pero las 3 licencias con las que cuenta también emiten bajo la marca de Tele 7. Otro tanto sucede con la licencia que ha conseguido la empresa Galaxia TV en la demarcación Ontinyent-Xàtiva.

Por lo demás, el reparto de licencias nos deja a Canal 37 Televisión con dos canales (Alicante y Alcoi, aunque el canal alcoyano está emitiendo con el nombre de Mariola Televisió, que oferta una programación comarcal con numerosas desconexiones con el grupo Libertad Digital)²⁴; la Editorial Prensa Ibérica, del Grupo Moll, obtiene también dos licencias en las ciudades de Valencia y Alicante que emiten bajo las marcas de sus periódicos *Levante* e *Información*; asimismo, el Grupo Prisa ha sido beneficiado con otras dos licencias, aunque esperaba algunas más. Se trata de las marcas Localia TV MK Ontinyent y Localia Nord, asociada a la empresa Comunicacions Els Ports, ambas con un largo recorrido en la comunicación local valenciana. Otros grupos como Vocento, a través de LP Teva de *Las Provincias*, y Antena 3 (emite con la marca Ver-T) han conseguido su licencia digital, ambas en la demarcación de Torrent. De todas formas, el haber conseguido una licencia autonómica ha provocado que *Las Provincias* haya cedido su licencia a Canal 8 Televalencia, de Julio Insa, periodista deportivo con negocios en la televisión local analógica. Finalmente, otros actores independientes con amplio recorrido en la televisión local en la Comunitat Valenciana han podido mantener sus emisiones. Se trata de Intercomarcal (Elda), Canal Vega TV (Orihuela), Noticias Te Ves (Benidorm), Canal 56 Televisió Comarcal (Vinaròs), Televisió Comarcal de la Costera (Canals) y Ribera Televisió (Alzira), que han sido adjudicados con una licencia cada uno.

A la vista de este reparto, son muchas las voces de la sociedad civil valenciana que han cuestionado abiertamente la pluralidad del mismo. Sin ir más lejos, la Unió de Periodistes Valencians, que agrupa a buena parte de los profesionales, censuró que dicha adjudicación “no se ajusta al interés general, sino a intereses políticos muy concretos” (Agencia EFE, 14 enero de 2003). En ese sentido, la adjudicación de licencias de televisión local en la Comunitat Valenciana se ha interpretado como un intento de contentar a las distintas corrientes internas del PP autonómico (López Cantos, 2007: 95). Sea cierto o no, lo que es innegable es que la concesión ha aumentado la concentración del sector; dejando la pluralidad informativa y empresarial en lugares muy marginales. Las grandes corporaciones mediáticas con intereses en todo el Estado, sobre todo aquellos vinculados a los sectores más conservadores, son los que salen más beneficiados²⁵, profundizando en el sistema

Gráfico 2. Concesionarios de la TDT local de titularidad privada en la Comunitat Valenciana

Demarcaciones	Canal	Empresa adjudicataria	Marca televisiva
Valencia	23	Unedisa S.L.U.(El Mundo) Telecomarca, S.A. Editorial Prensa Valenciana, S.A.	Aprende inglés TV Tele 7 Valencia Levante TV
Alzira	44	Mediterránea Informativa Televisión, S.A. Ribera Televisió, S.L.U. Libertad Digital, S.A.	Tele 7 Alzira Ribera Televisió Libertad Digital TV
Ontinyent- Xàtiva	45	Telecomarca, S.A. Televisió Comarcal de la Costera, S.L. Localia Televisión, S.L.U.	Tele 7 Xàtiva Televisió Comarcal de la Costera Localia TV MK Ontinyent
Sagunt	36	Comercial Alyma, S.L. Homo Virtualis, S.A Libertad Digital, S.A	Tele 7 Calderona Intereconomía TV Libertad Digital TV
Torrent	35	Uniprex Valencia, S.L (Antena 3) Radiodifusión Torre, S.A. Libertad Digital, S.A.	Ver-T Canal 8 Televalenciana (antes LP Teva) Libertad Digital TV
Castellón	50	TV Cs Retransmisiones, S.L. Produccions Informatives La Plana, S.L. Unedisa, S.L.U (El Mundo)	TV Cs Tele 7 Planavisó Aprende inglés TV
Morella	22	TV Cs Retransmisiones, S.L. Produccions Informatives La Plana, S.L. Comunicacions Els Ports, S.A	TV Cs Tele 7 Morella Localia Nord TV
Vinaròs	46	TV Cs Retransmisiones, S.L. Produccions Informatives La Plana, S.L. Medios Audiovisuales del Maestrat, S.L.	TV Cs Tele 7 Vinaròs Canal 56 Tv Comarcal
Alicante	21	Comunicación Audiovisual Editores, S.L. Canal 37 TV, S.A.U. Editorial Prensa Alicantina, S.A	Tele 7 Alacant Canal 37 TV Información TV
Alcoi	56	43 TV, S.L. Canal 37 TV, S.A.U. Homo Virtualis, S.A.	Tele 7 Alcoi Mariola TV Intereconomía TV
Benidorm	27	43 TV, S.L. Unedisa, S.L.U. (El Mundo) Tele Noticias, S.L.	Tele 7 Benidorm Aprende inglés TV Noticias Te Yes
Elche	45	Comunicación Audiovisual Editores, S.L. Unedisa, S.L.U. (El Mundo) Libertad Digital, S.A.	Tele 7 Elx Aprende inglés TV Libertad Digital TV
Elda	25	43 TV, S.L. Homo Virtualis, S.A. Consortio de Televisión Comarcal, S.L.	Tele 7 Vinalopó Intereconomía TV Intercomarcal TV
Orihuela- Torrevieja	54	Comunicación Audiovisual Editores, S.L. Homo Virtualis, S.A. TV Orihuela, S.L.	Tele 7 Torrevieja Intereconomía TV Canal Vega TV

Fuente: Elaboración propia a partir de la datos publicados en el Diario Oficial de la Generalitat Valenciana (DOGV), núm. 5.194, de 8 de febrero de 2006.

que se dejaba entrever con las televisiones locales analógicas. La apertura de nuevos espacios de mercado ha permitido la entrada y el asentamiento de estos nuevos actores, que se han hecho con el control de diversas televisiones locales de manera que pueden rentabilizar mejor sus ingresos publicitarios y sus contenidos.

Un vistazo a sus programaciones confirma nuestras sospechas. Exceptuando las televisiones locales independientes que, con esfuerzo, sí que mantienen una parrilla fundamentada en la producción propia y en atender las demandas de su audiencia (aunque con muchas repeticiones y completando su programación con espacios tipo *call tv* o con porno), el resto de emisoras hace uso y abuso de la emisión en cadena y el asociacionismo para completar sus parrillas, alejándose, como sucedía con las televisiones locales analógicas, de los principios fundacionales de las televisiones locales. En ese sentido, todas las cadenas que pertenecen a grupos de comunicación funcionan con el mismo patrón: desconexiones locales para informativos (dos al día), algún magazine local y muy poca producción propia, que suelen concentrar en el *prime time* nocturno. El resto de la jornada se completa con los contenidos informativos y de entretenimiento comunes a todas las cadenas del grupo, así como por series y películas de baja calidad ya emitidas en innumerables ocasiones por las grandes cadenas generalistas. Por lo que se refiere al uso del valenciano, salvo en las cadenas locales históricas, en el resto es bastante inapreciable, como sucedía con la televisión local analógica. El problema es que ahora esta disfunción en sus programaciones puede ser sancionable, como lo es no emitir el porcentaje de producción propia y de contenidos facturados en la Comunitat Valenciana que dice la normativa²⁶. En todo caso, el sistema sancionador depende del Gobierno autonómico y lamentablemente no parece muy interesado en fiscalizar un ámbito tan importante como es la comunicación televisiva.

En este punto, pues, no compartimos los análisis que entienden la decisión de las televisiones locales de entrar a formar parte de un gran grupo de comunicación como premio para acceder a unos mínimos de calidad exigibles por la audiencia. Tampoco observamos que la televisión local cada vez cuente con más peso específico en términos de audiencia a pesar de la creciente fragmentación de la misma (García Muñoz, 2006: 457-458), al menos en la Comunitat Valenciana. Según datos de TNS Sofres referidos a la temporada 2008/09, la cuota de pantalla media de las televisiones locales en la Comunitat Valenciana era de 1,5%, una cifra por debajo de la media estatal (ver gráfico 3)²⁷. Coincidimos con López Cantos en que articular la programación de las televisiones locales como si fueran cadenas generalistas, pero de baja calidad, es una tarea inútil y una batalla perdida (2005: 183). Las televisiones locales no pueden funcionar de espaldas a sus públicos de referencia porque, en el contexto actual de abundancia de oferta, carecen

de todo sentido. Eso acarrea para el sector numerosos problemas, porque, con la escasez de mercado publicitario, las cadenas locales no pueden mantener sus ritmos productivos y se tienen que limitar a ofrecer contenidos de baja calidad. Lo cierto es que, con el incremento del número de canales y el mantenimiento del *simulcast*, la publicidad no llega para todos (Casero, 2007: 146-147). A eso hay que añadir la crisis económica que hemos sufrido en los últimos tiempos y que ha afectado especialmente al sector publicitario. La incertidumbre sobre el futuro del sector es tal que, recientemente, una de las principales marcas beneficiarias de la televisión digital local en la Comunitat Valenciana, Tele 7, tuvo que hacer un ERE (expediente de regulación de empleo) temporal y despedir a 90 trabajadores para hacer frente a la crisis económica y a la falta de ingresos de publicidad. Una circunstancia que podría repetirse en otras empresas del sector.

Para tratar de hacer frente a esta situación, tal vez debamos replantearnos qué significa ser una televisión local. Así, ¿podemos considerar a las televisiones locales que pertenecen a los grandes grupos como dignos ejemplos de televisiones de proximidad? Probablemente no. Vale la pena recordar que la televisión local nace con la voluntad de acercar a la comunidad local lo familiar, lo reconocible, lo próximo, que era permanentemente dejado de lado por los principales medios. Su objetivo siempre ha sido ser un instrumento plural e independiente, capaz de

Gráfico 3. Datos de audiencia de la temporada 2008/09 de la Comunitat Valenciana y del total de España. En porcentaje de cuota de pantalla

Canal	Total España	Total Comunitat Valenciana
TVE 1	16,9	15,3
TVE 2	4,0	3,5
Tele 5	16,0	15,9
Antena 3	15,6	15,3
Cuatro	8,5	8,7
La Sexta	6,6	7,4
Forta	14,1	14,3
Temáticas	15,4	17,0
Locales	1,8	1,5
Canal 9	-	12,3
Punt 2	-	1,0
TV3	-	0,5

recoger todas las voces de los individuos, colectivos, asociaciones, partidos políticos, que trabajan y luchan en su entorno. Una televisión con una producción propia sólida, capaz de desarrollar la industria audiovisual autonómica y local. Un proyecto participativo y entendido como servicio público esencial que, además, pueda ser rentable económicamente para sus accionistas y/o propietarios y donde los ciudadanos puedan ver reflejadas sus lenguas y culturas. Lo local, por tanto, no tiene tan sólo un significado geográfico, sino también sociológico (Garralón Velasco, 2006: 478), lo que lo convierte en un elemento imprescindible para el desarrollo de cualquier comunidad. En resumen, la televisión local debe ser todo aquello que las televisiones locales pertenecientes a los grandes grupos de comunicación, en general, no les ha interesado ser.

A modo de conclusión

Indudablemente, el sistema de la televisión privada en la Comunitat Valenciana a día de hoy no lo constituye únicamente la TDT, en especial la local y autonómica. Los valencianos podemos disfrutar de una amplia oferta de contenidos audiovisuales, que van desde el satélite pasando por el cable (donde también podemos encontrar un buen número de emisoras locales) y por las nuevas plataformas de distribución de televisión, como Internet y el móvil. Si nos hemos detenido más en desarrollar la situación de la TDT en la Comunitat Valenciana, sobre todo en el reparto de licencias locales y autonómicas, es porque nos parece un servicio público esencial, accesible a todos los ciudadanos y uno de los instrumentos que permitirán a la población entrar de lleno en las ventajas de la sociedad de la información y del conocimiento. Por eso mismo nos lamentamos en comprobar cómo la TDT autonómica y local de titularidad privada no está siendo el motor que la ciudadanía y la industria audiovisual valenciana esperaba. Entre otras muchas razones, porque no satisface las demandas de pluralismo y diversidad que toda sociedad necesita para mejorar su salud democrática. Lo podemos comprobar con el ninguneo que las formas de comunicación social sin ánimo de lucro, participativas, horizontales, generadas a partir de colectivos de ciudadanos independientes, han recibido por parte de la administración autonómica en la adjudicación de licencias de televisión digital local. Uno de los ejemplos es el de Pluràlia TV, una asociación nacida en la ciudad de Valencia, abierta a la participación de todos y que pretendía hacer una televisión diferente, con intereses alejados de los estrictamente económicos. Ante la negativa a poder emitir en digital, la emisora tuvo que cerrar sus emisiones analógicas y dirigir sus objetivos hacia otros medios menos hostiles, como Internet, donde ha creado una webTV. Casos parecidos han tenido lugar en otras partes del Estado español. Estamos pensando en Tele K de Vallecas, una de las televisiones locales más longevas y con más arraigo en su comunidad. Tal vez sea el momento de plantear nuevamente la creación de un Tercer

Sector Audiovisual que de salida a todos estos proyectos tan necesarios como frágiles. En ese sentido, se hace perentoria una decisión legislativa que les de cobertura y puedan consolidarse como un actor más del sistema televisivo español.

Volviendo a la Comunitat Valenciana, todavía quedan por resolver algunas demarcaciones que completen el mapa de la TDT local. Esperemos que su resolución tenga en cuenta algunas de las cuestiones que hemos planteado aquí. Está en juego la salud televisiva de todos. Mientras nuestros deseos se dirigen a la consecución de una oferta televisiva diversa a todos los niveles, muchos de los nuevos espectadores y creativos están migrando hacia los nuevos soportes de distribución y consumo audiovisual, como los comentados Internet y el móvil, los cuales, de un tiempo a esta parte, se están convirtiendo en escenarios inmejorables donde desarrollar aquellas propuestas que han sido excluidas de la televisión en abierto. Y esto sólo es el principio.

Referencias

Badillo, A. (2007). La nueva televisión de proximidad: un (incompleto) mapa de la TDT local y autonómica. En Marzal Felici, J. & Casero, A. (Eds.), *El desarrollo de la televisión digital en España* (pp. 3-32). La Coruña: Netbiblo.

Bustamante, E. (2006). *Radio y televisión en España*. Barcelona: Gedisa.

Casero, A. (2007). Escenarios de presente y futuro de los contenidos televisivos en el contexto de la TDT. En Marzal Felici, J. & Casero, A. (Eds.), *El desarrollo de la televisión digital en España* (pp. 137-154). La Coruña: Netbiblo.

Corominas, M., Bonet, M., Fernández Alonso, I., Guimerà, J.A.; Sanmartín, J. & Blasco, J.J. (2007). Televisión digital terrestre local (TDT-L) en España: los concesionarios privados. *ZER*, 22, 69-95.

Delgado, M. (2007). Contenidos y servicios de la televisión digital en España. En Marzal Felici, J. & Casero, A. (Eds.), *El desarrollo de la televisión digital en España* (pp. 127-136). La Coruña: Netbiblo.

Delgado, M. & Larrègola, G. (2003). Análisis de planteamientos, propósitos y despropósitos. Contenidos y servicios de la TDT en Europa. *TELOS*, 57.

García Muñoz, J.A. (2006). Televisión local en la era digital. En López Lita, R., Fernández Beltrán, F. & Durán Mañes, A. (Eds.), *La comunicación local por Internet* (pp. 457-464). Castellón: Universitat Jaume I.

Garralón Velasco, J.L. (2006). Crisis de la televisión local. En López Lita, R., Fernández Beltrán, F. & Durán Mañes, A. (Eds.), *La comunicación local por Internet* (pp. 475-484). Castellón: Universitat Jaume I.

López Cantos, F. (2005). *La situación de la televisión local en España*. València: Xarxa de Publicacions Joan Lluís Vives.

López Cantos, F. (2007). El panorama de la TDT en la Comunidad Valenciana. En Marzal Felici, J. & Casero, A. (Eds.), *El desarrollo de la televisión digital en España* (pp. 81-96). La Coruña: Netbiblo.

López Izquierdo, J. (2007). Regulación digital terrestre: una aproximación histórica. En Marzal Felici, J. & Casero, A. (Eds.), *El desarrollo de la televisión digital en España* (pp. 107-123). La Coruña: Netbiblo.

Marzal Felici, J. & Casero, A. (Eds.) (2007). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.

VV.AA. (2009). *España 2009: Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España*. Madrid: Fundación Orange (fundacionorange.es).

Notas

(1) Recordemos que todavía se emite en *simulcast* hasta el apagón analógico previsto para el 3 de abril de 2010, según establece el Real Decreto 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre. Para muchos expertos (Bustamante, 2006; Casero, 2007), ésta es una de las razones por las que no terminan de concretarse algunos de los avances que la tecnología digital permite, ya que los operadores deben mantener distintos canales en marcha y no pueden concentrar toda la inversión en contenidos para Televisión Digital Terrestre (TDT).

(2) El Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, modificado en diciembre por el Real Decreto 2268/2004, aprueba el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local, con el que, entre otras cuestiones, se adelanta el apagón analógico en las emisiones locales terrestres al 1 de enero de 2008. A partir de entonces, todas las cadenas que no hubieran conseguido una licencia digital deberían cancelar sus emisiones. No todas lo han hecho.

(3) Este trabajo es un excelente recorrido cronológico por la historia de la televisión local en España hasta la llegada de la televisión digital terrestre.

(4) La evolución de estas emisiones locales estará vinculada a la coyuntura política del momento y muchas de ellas acabarán conformando la red de televisiones locales públicas, que dependerán de los ayuntamientos.

(5) En esos años destacamos el inicio de las emisiones de Tele Benidorm S.A., Tele Crevillent S.L., Tele Orihuela, Tele Elda, TV Horadada, TV Onda, TV La Vall o Procono Valencia.

(6) Añadir algunas televisiones que empezaron sus emisiones a comienzos de los 90: Canal 37 Alicante (1991), Tele Petrer (1992) y MK La Vall d'Albaida (1992 -como Localia Ontinyent-Xàtiva desde 2001), entre otros. Ese proceso de expansión fue paralelo a todo el Estado español.

(7) Según apunta López Cantos (2005: 36), a la administración central no le interesaba seguir descentralizando el sistema televisivo español, por eso alargó hasta cuando pudo la regularización de las emisiones locales. Hay que tener en cuenta que había accedido a desganar con la legalización de las televisiones autonómicas gracias a la Ley del Tercer Canal (1983) y consideraba que estas cadenas ya proporcionaban el servicio de proximidad que reclamaban también para sí las televisiones locales y numerosos colectivos ciudadanos.

(9) Como, por ejemplo, Canal 39 TV Intercomarcal (Castalla-1996), Canal 34 Vega Baja TV (Orihuela-2001), Planavisió (Borriana-1997), Canal Castelló TV (1997), TV de Castelló (1998), TV Mediterráneo (Gandia-1997), Canal 7 Tele Valencia (2001) y Valencia TeVe (1996), entre muchas otras.

(9) En la Comunitat Valenciana, había emisoras en Alicante, (2001), Elche (2000), Castellón (2000), Morella (Localia Nord TV-2000), Vila-real (2001) y Ontinyent (Localia TV La Vall d'Albaida-2001).

(10) Censo de Televisiones Locales (2002), AIMC (Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación). Consultar www.aimc.es.

(11) Hay algunas excepciones como Canal 6 Ribera Televisió, Canal 56 o Localia Nord TV, que realizaban (y realizan) su programación íntegramente en valenciano.

(12) La delegación de Antena 3, por ejemplo, se inauguró el mismo año 90 y pasó por épocas muy variadas, según la importancia que quiso darle la dirección de la cadena. Con la actual, siendo Planeta el principal accionista, las desconexiones se han quitado definitivamente. Otro tanto sucedió con Tele 5, que abrió su delegación en Riba-roja como una extensión de la agencia de noticias Atlas. En su caso, sólo tuvieron desconexiones durante un tiempo a mitad de la década. Luego se quitaron y ya no han vuelto.

(13) En la mayoría de miembros de la Unión Europea el apagón analógico o "encendido digital" tendrá lugar en el 2012.

(14) Esta situación se alargará hasta el apagón. A la espera de lo que pueda suceder dentro de un año, la actualidad televisiva ya se presenta revuelta después que el Gobierno haya dado luz verde a la decisión de La Sexta de ofrecer contenidos de pago a través de la TDT con su canal GolTV. Las protestas del resto de operadores no se han hecho esperar; ya que esta propuesta modifica la relación de fuerzas dentro del panorama de la televisión digital.