

La burbuja de la TDT explota y el pluralismo se esfuma

En la implantación de la TDT, plagada de falta de transparencia, rigor y eficiencia, se han encadenado decisiones con escaso sentido y **errores muy caros**. Lo que tenía que ser una televisión **rica, plural y más democrática** se ha convertido en un **duopolio**, que se extiende también al mercado publicitario. Por el camino, se han cambiado leyes, promulgado decretos, desautorizado a Competencia y desperdiciado una ocasión de oro para dar un **salto tecnológico**.

CARLOS DÍAZ GÜELL

A finales de septiembre de 2012, el Consejo de Administración de Antena 3 comunicaba públicamente la aceptación de las condiciones establecidas por el Consejo de Ministros, relativo a su fusión con La Sexta, con lo que se cerraba un nuevo capítulo –quizás el último– de un proceso errático que originariamente tuvo como objetivo “oficial” abrir el mundo de la televisión al pluralismo y que ha terminado convirtiendo al sector en cosa de unos pocos, con todos los medios a su disposición para ahogar a la poca competencia que existe.

Para llegar a ese statu quo, se han cambiado leyes, promulgado decretos, desautorizado a la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) y desperdicia-

do una ocasión de oro para dar un salto tecnológico, que podía haber insuflado cierto aire a una maltrecha economía altamente dependiente de la colocación de ladrillos.

Han pasado 13 años desde que el Gobierno de Aznar decidiera introducir la Televisión Digital Terrestre (TDT) en España, repartiendo licencias de emisión a troche y moche o, lo que es lo mismo, a cada una de las cadenas existentes, públicas y privadas, además de otorgar tres múltiplex y medio al lanzamiento de una plataforma comercial que comenzó sus emisiones oficiales en mayo de 2000 llamada Quiero TV.

Asimismo, el Gobierno sacaba a concurso dos concesiones exclusivamente

Carlos Díaz Güell es doctor en Ciencias de la Información y editor de *Tendencias del Dinero*.

digitales, que recayeron en Veo Televisión, perteneciente a Unidad Editorial, y en la Sociedad Gestora de Televisión Net TV, participada en un 55 % por Vocento, un 25 % por Intereconomía Corporación y un 20 % por Walt Disney.

Por último, en un frenesí de concesiones, el Gobierno decidía otorgar a cada comunidad autónoma un múltiplex para sus canales públicos y posibles concesiones privadas. La Generalidad de Cataluña obtuvo la gestión completa del múltiplex catalán, mientras que la Comunidad de Madrid obtenía medio múltiplex, cuya concesión, tras un concurso público, recaía en Onda 6 y Quiero TV para su emisión en abierto.

El reparto de licencias digitales, por último, trajo consigo la primera generación de cadenas autonómicas privadas: algunas de ellas, locales anteriormente y otras, de nueva generación.

El dislate, según las pocas estimaciones realizadas, alcanzaba niveles inconmensurables, como lo refleja el hecho de que el número de canales locales y autonómicos que han llegado a existir en España ha alcanzado los 380, a los que habría que sumar los cinco canales de RTVE y los 24 de las operadoras privadas.

La llegada del Gobierno presidido por Rodríguez Zapatero provocaba un nuevo paso en este carrusel de concesiones. Aprovechando la desaparición de Quiero TV, las normativas previstas y el relanzamiento de la TDT, se permitió a Prisa TV, propietaria de Canal + , abrir su canal sin

límite de tiempo llamado Cuatro, provocando la desaparición del “plus” analógico, que pasó a emitir en exclusiva en Digital + o Canal Satélite Digital.

Mientras el resto de Europa se lo tomaba con calma y planificaba el lanzamiento de sus respectivas TDT con exquisita meticulosidad, el Gobierno español abría sin matices el melón de las concesiones, realizando un último concurso público que incluía emisión analógica en parte del territorio español hasta el apagón analógico, así como un múltiplex en TDT que, hasta el apagón y provisionalmente, solo podría emitir dos señales.

El proceso, no exento de polémica, se dio por finalizado con la adjudicación de una licencia a Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta.

Llegó a haber 380 canales locales y autonómicos

La concesión de estas dos licencias en analógico (Cuatro y La Sexta) tuvo la virtualidad de multiplicar por dos la competencia por una publicidad que menguó con la crisis e impidió que ninguno de los dos canales pudiera sobrevivir sin ser absorbido finalmente por uno de los dos grandes operadores de la televisión privada en España, Mediaset y Antena 3.

España se incorporaba así al mundo de la TDT que, según la propaganda oficial,

nos iba a traer toda clase de bondades y de avances tecnológicos y que iba a conformar las bases de un sector de las telecomunicaciones que situaría a España entre “la *crème de la crème*” de los países desarrollados: televisión a la carta, televisión inteligente e interactiva, Alta Definición (HD, por sus siglas en inglés), etc.

Lo más provocador de la cuestión es que los responsables políticos que diseñaron esta fracasada estrategia jamás reconocieron errores y los actuales utilizan una terminología cuya ambigüedad, no por consabida, deja de sonrojar, culpando de todo ello al dividendo digital y argumentando que este es una imposición de Europa. Nada más lejos de la realidad; no es una imposición, sino un proceso conocido desde hace años y que fue ignorado por las autoridades españolas. Esto convirtió el apagón analógico español en un esperpento “*typical Spanish*”, muy alejado de lo que ocurría en Europa, que elegía un camino muy distinto, optando por la racionalidad de las tecnologías en su aplicación al ámbito más propicio.

La oportunidad perdida

La realidad fue muy distinta y el tiempo ha demostrado que, desde el despliegue territorial –que ha resultado un tremendo y caro error que podría haberse evitado– hasta la prometida HD, todas las bondades que nos vendieron han resultado un fracaso que se ha cubierto con cientos de millones de euros con cargo a los Presupuestos Generales del Estado, del que nadie se ha responsabilizado

hasta ahora, como viene siendo un hábito en España.

Cuando se produce el apagón analógico y la puesta en marcha de la TDT en abril de 2010, los problemas que se detectan no auguran nada bueno, dado que, en sus orígenes y en casi el 30 % de los hogares españoles, la señal digital se recibe deficientemente y en muchas áreas urbanas y rurales ni siquiera se ve. Era el canon que se tuvo que pagar por utilizar la vieja estructura de transmisión terrestre de señal que usaba la televisión analógica aunque ahora ya digital (interferencias entre repetidores, variables condiciones de propagación en función de la climatología que provocan pixelaciones o anulaciones de señal, etc.) y despreciar el satélite.

Y todo ello con un futuro incierto para la TDT, que empezaba a perder millones de usuarios en Europa en favor de otras fórmulas televisivas como el cable, el acceso IP o el satélite. Este último mostraba su poderío e idoneidad y más de 83 millones de ciudadanos accedían a contenidos de televisión desde sus antenas, mientras que más de 16 millones de usuarios accedían a contenidos de pago a través de su conexión de banda ancha y mientras la televisión por cable alcanzaba los 70 millones de acceso en imparable proceso de crecimiento, cifras todas ellas que ponían de manifiesto el retraso de España en esta materia. En definitiva y como viene ocurriendo en España desde casi siempre, la cuestión está en los intereses creados, que son muchos y poderosos. Incluso, al-

gún Gobierno autonómico llegó a tomar decisiones en la medida en que, nunca como en este caso, los intereses políticos y empresariales habían llegado a una unión espiritual tan elevada.

Como todo lo mal hecho, el diseño se hizo con trazo grueso y despreciando detalles y, así, los “estrategas” de la TDT se olvidaron –o quizá no– de dibujar en la hoja de ruta la llegada al mercado de la anunciada telefonía 4G –telefonía de cuarta generación–, que aterrizaría en España ocupando las frecuencias de la TDT y que obligaría a los operadores a renunciar a parte de sus canales y dejar libre las frecuencias necesarias para su implantación, según una norma de la Unión Europea. La caja registradora tenía que volver a apuntar un gasto considerable, esta vez de cerca de 800 millones de euros, cantidad inicialmente prevista para implementar el dividendo digital y que provendría de las subastas de las frecuencias para 4G, y que fue destinada finalmente a reducir el déficit por parte de Rodríguez Zapatero, con lo cual todo el coste de los cambios de antenas, sistemas de recepción, etc. pasaría a correr a cargo de los ciudadanos.

En definitiva, todo un ejercicio de improvisación que nos ha salido especialmente caro y cuyo final ha sido una vuelta a los orígenes, sin que hasta el momento se haya aportado mayor valor al existente originariamente cuando el mundo analógico presidía nuestras vidas.

Fue el 12 de diciembre de 2005, día en que la televisión digital terrestre se hacía

realidad en España por orden directa del entonces presidente del Gobierno, Rodríguez Zapatero, enterrando la televisión analógica que había estado presente en los hogares españoles desde el 28 de octubre de 1956, cuando comenzaron las emisiones de TVE por VHF, con un parque de televisores que no superaba los 300 y un tiempo de emisión de tan solo 3 horas al día.

La apuesta por la TDT está confirmándose como un fiasco

Las autoridades se encargaban de enfatizar que en poco tiempo estaríamos haciendo las compras a través de la tele, accediendo a nuestro correo electrónico en pantalla y un sinfín de aplicaciones que pondrían a los españoles en lo más alto de escala evolutiva del “homo TIC”. Pero también arrancaba una nueva era de gran pluralidad informativa, de oferta de contenidos de calidad... de todo lo que el ciudadano de una gran potencia económica podía aspirar. ¡Todo aire!

Eran años de vino y rosas sin que nadie supiera o quisiera prever la llegada de la crisis económica que, a la postre, fue la causa de que la multiplicidad de canales y operadores provocara en un grave problema de financiación que obligaba a estos a rellenar los canales como buenamente podían, olvidándose de interactividades o de HD. Así, lo que tenía que ser una televisión rica, plural y más

democrática se acabaría convirtiendo en un duopolio que se extiende también al mercado publicitario, preconizando algo que en ningún caso puede ser bueno.

La historia de la implantación de la TDT española pasará a los libros como una etapa negra de la evolución tecnológica española, plagada de falta de transparencia, rigor y eficiencia, en donde muchos de los expertos convienen en señalar que se han encadenado decisiones con escaso sentido y errores especialmente caros. En ese escenario, hay que situar la etapa del dividendo digital, según la cual el espacio radioeléctrico es utilizado por los canales de TDT, pero también por los operadores de telecomunicaciones que deben aprovechar parte de las frecuencias para ofrecer servicios de movilidad y datos. Los mismos usuarios que disfrutaban de la TDT quieren disponer de los mejores servicios para sus teléfonos inteligentes y otros dispositivos móviles. Sin embargo, no todo cabe en ese mundo y la TDT se ve cada vez más amenazada. Las demandas de espacio para estos últimos servicios crecen a un ritmo exponencial, y las empresas del sector han venido denunciando que ningún dividendo digital será suficiente. A ese punto de esperpento se ha llegado sin que nadie de la Administración parezca dispuesto a considerar un alto en el camino para reflexionar sobre el futuro de la televisión.

Llegó el momento incluso en que el Gobierno reguló la obligatoriedad de disponer de receptores TDT HD en todos los televisores de más de 21 pulgadas con el objetivo

de potenciar la Alta Definición en el nuevo sistema. Ahora podemos hasta encontrarlos con un escenario en el que la HD quede reducida a un pequeño y discreto número de canales de mediocre calidad.

Y no es que a las cadenas no les interese emitir en una Alta Definición real –las actuales emisiones vendidas como tales son ridículas–, sino que no hay espacio para ello. La producción HD se ha abaratado y la renovación del parque de televisores ya es imparable e integran de fábrica este avance; pero, ¿para qué? Pocos ciudadanos pueden disfrutarlo.

En el caso de la televisión, es fundamental volver a hablar del satélite, cable o ADSL; de una apuesta por los entornos híbridos, en los que cada tecnología juegue sus mejores cartas dado el crecimiento de la Alta Definición y el 3D en los hogares. Quienes han visitado la última feria de electrónica IFA de Berlín pudieron comprobar la evolución espectacular en este sector, cuyo próximo paso –dos años pasan volando– será la Ultra HD (4k), que multiplica por cuatro las capacidades de la HD actual.

Vender humo

Incluso, hay quien pone en duda que el actual Gobierno sepa qué hacer con la TDT o, mejor dicho, ninguna de las alternativas a la vista para gestionar el futuro de la TDT parece contar con el consenso suficiente de todos los implicados. El dividendo digital se ha convertido en el gran obstáculo para el desarrollo de la TDT, pero no es el único. La apues-

ta por la TDT, en la que España quiso ser pionera, va camino de confirmarse como un auténtico fiasco y, sobre todo, un pozo sin fondo que lleva digeridas ingentes cantidades de euros. Para más inri, los reajustes del espectro radioeléctrico español no terminarán con el primer dividendo digital, sino que ya está previsto un segundo proceso que implicará el progresivo arrinconamiento de la TDT en la franja actual. No se puede poner freno a los servicios de movilidad y para la televisión no hay margen de crecimiento.

La bola va ganando tamaño. Al caos del espectro radioeléctrico y a la necesidad de reordenarlo hay que unir la recesión económica que España sufre con especial intensidad y, consecuentemente, la crisis publicitaria amenaza con agotar las nunca sólidas finanzas de los operadores. Una reconversión urgente se hace necesaria y los operadores privados saben muy bien que palillos tocar para que el Gobierno de turno legisle en dirección contraria a como lo hizo unos años antes. Pero bajo ningún concepto los grandes operadores parecen dispuestos a reducir canales, ya que el subarriendo de los mismos, aunque dudosamente legal, es un nicho de negocio de los operadores que no están dispuestos a desperdiciar.

Aunque no hay unanimidad entre los expertos, Rafael Díaz Arias, de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, no duda en calificar de “auténtico desastre y

oportunidad tecnológica perdida” la experiencia de la TDT en España: “Hemos llegado a un despropósito que tiene difícil arreglo. No ha habido planificación, no necesitamos tantos canales, los poderes autonómicos han dado sus concesiones a los amiguetes y ahora asistimos al estallido de una burbuja”.

No parece faltarle la razón al profesor universitario. Tras siete años de apagón analógico o encendido digital, y con el inmenso coste que ha supuesto el despliegue técnico de las televisiones, muchos piensan que todo ello no ha valido para casi nada, salvo para satisfacer el ego de algún político que quería aparecer en los primeros puestos de la clase de los listos europeos en implantar la TDT. ¡Eran tiempos en que el dinero público sobraba!

Aún hoy, muchos se preguntan si en algún momento se ha estudiado el mercado de la televisión en España con objeto de conocer cuántos canales tienen cabida realmente en nuestro país o si merecería la pena preguntar al espectador su opinión sobre su panorama televisivo. “Nadie repara en que, cada vez más, los espectadores de televisión somos más proactivos, consumimos a medida (*prosumers*), no tenemos costumbre de pagar por el consumo televisivo y solo tenemos diez dedos: los diez canales que como mucho estamos dispuestos a cambiar en el mando de televisión”. En definitiva, poner orden en el sector.

Ahora que hay escasez de espectro todos conviene en señalar que es el mo-

mento de poner orden en un sector que ha campado por sus respetos y de cerrar emisoras ilegales, ya que lo que no va a ser posible es aumentar la pluralidad informativa que queda muy menguada tras las fusiones, aunque en sus orígenes fue el canto de sirena que todos –operadores y Gobierno– trataron de vender a la sociedad española.

Porque lo que nadie niega es que la TDT ha traído a España más canales que contenidos, hasta el extremo de que la hiperabundancia ha propiciado que muchas licencias de orden menor se devuelvan y que grupos nacionales procedan a subarrendar frecuencias.

El Gobierno, sin embargo, no está para florituras y se conforma con negociar con los operadores privados el realojo de sus frecuencias en el espectro radioeléctrico, ya que la asignación de más espacio a la telefonía móvil (en parte, para la tecnología 4G) obliga a liberar frecuencias hoy ocupadas por las televisiones digitales terrestres. El coste de todo ello pocos dudan que será soportado, una vez más, por los consumidores, a pesar de que la subasta de las frecuencias, que finalmente se llevaron Telefónica, Vodafone y Orange a finales de 2011, reportó 1.305 millones de euros a las arcas del Estado.

Con este maremágnum instalado en el escenario radioeléctrico y con unos operadores muy debilitados por la profunda crisis publicitaria que ha hecho mella en sus cuentas de resultados, el Gobierno entendía que algo debía hacer y en un alarde de

imaginación decidió decir “diego” donde antes había dicho “digo”.

Por eso, en febrero de 2009, el Consejo de Ministros aprobaba un Real Decreto de medidas urgentes para liberalizar el sector de la televisión sin esperar a la Ley General Audiovisual, que se encontraba en su fase final de tramitación. Era la segunda vez que el Gobierno regulaba por la vía de urgencia el sector televisivo.

El nuevo R.D. suprimía el límite vigente hasta entonces del 5 % en las participaciones cruzadas entre compañías, siempre que la audiencia media acumulada de los operadores no superara el 27 % de audiencia total y siempre que se garantizara la existencia, como mínimo, de tres compañías privadas de ámbito estatal con dirección editorial distinta.

Una cuestión de connivencia

La justificación ofrecida por la entonces vicepresidenta del Gobierno, Fernández de la Vega, se basó en la necesidad de “fortalecer financieramente a las empresas de televisión, afectadas por el descenso de publicidad y permitir así su capitalización y las sinergias”.

El duopolio televisivo privado estaba servido, mientras que en el sector se ponía nombre a la nueva norma como la ley Lara. Gracias a que el Gobierno decidía eliminar las restricciones para la concentración en el sector audiovisual, levantadas en su día para asegurar el pluralismo y cuestionadas ahora por la crisis del sector, se abría la puerta para que las cadenas de televisión privadas

podrían tener accionistas comunes e, incluso, fusionarse mientras quedaran al menos tres de ámbito estatal de las seis existentes entonces: Antena 3, Telecinco, Cuatro, La Sexta, Veo y Net TV.

No contentos con el regalo del Consejo de Ministros, la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (Uteca) se atrevía a pedir la supresión total de la publicidad en las televisiones públicas.

La TDT ha traído más canales que contenidos

Meses antes a la promulgación del R.D., a mediados de 2009, el Gobierno de Rodríguez Zapatero había suprimido totalmente la publicidad en TVE, lo que supuso que 2010 trajera un crecimiento de la inversión publicitaria a los operadores privados, ya que el dinero disponible para TVE se desviaba fácilmente hacia las cadenas privadas. La supresión publicitaria a la televisión pública convertía a Telecinco y Antena 3 en dos de las compañías de televisión más rentables de Europa, cosa que cambió al año siguiente cuando la recesión económica volvió a escena. Aunque, pese a la fuerte caída de las inversiones publicitarias, siguieron ganando mucho más dinero que la mayoría de las empresas españolas.

Los analistas enfatizan que en aquellos momentos el grupo Prisa atravesaba una situación delicada, con el cierre de

Localia en noviembre de 2008, la venta del 25 % de Santillana y la compra del 21 % de Digital+ por parte de Telefónica en noviembre de 2009 por 470 millones de euros. Para sanear las cuentas del conglomerado mediático, otra de las opciones barajadas era la fusión de su canal generalista, Cuatro, débil al encontrarse inmerso en un mercado copado por Telecinco y Antena 3, además de TVE. Con esta fusión o venta, Prisa hacía un gran negocio y se embolsaba cerca de 600 millones de euros.

A finales de 2010, se produce la primera fusión de cadenas privadas de televisión creándose el mayor operador audiovisual de España, tras la unión de Telecinco y Cuatro (Mediaset y Prisa). Ello obligaba a Planeta y Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta a una fusión forzada de Antena 3 y La Sexta para poder competir con el nuevo grupo, aunque ninguna de las dos operaciones se ha desarrollado sin contratiempos y, aún hoy, continúan generando todo tipo de controversias.

Pasarían dos años hasta que se anunciara la segunda gran fusión televisiva. En diciembre de 2011, el Consejo extraordinario de Antena 3 aprobaba la fusión por absorción de La Sexta, en una operación de aproximadamente 150 millones de euros y en la que La Sexta se quedaba con el 7 % del capital social del grupo resultante, un porcentaje ampliable hasta el 14 % si entre 2012 y 2016 se alcanzaban una serie de objetivos en los resultados del nuevo conglomerado.

La operación ya se había intentado sin éxito durante 2010. Entonces, La Sexta tenía el 13 % del mercado publicitario, aunque con una tendencia a la baja que se reflejaba en una caída de hasta un 11 % en el primer semestre de 2011. Además, en diciembre de 2009, se valoraba a Antena 3 en 1.680 millones, prácticamente su capitalización bursátil de entonces, mientras año y medio después su valor bajaba a los 937 millones, un 44 % inferior. Por otra parte, otro factor que les avocaba a intentarlo de nuevo era la debilidad financiera de La Sexta y la presión de Televisa, su socio mexicano con un 40 % del capital, para que aceptaran vender la compañía a Antena 3.

El Consejo de Ministros ratificaría la compra de la cadena de Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta por parte del grupo Planeta y el caso quedaría en manos de la CNC, que, lejos de bendecir la unión, la puso en peligro al considerar que el acuerdo vulneraba principios básicos relacionados con el mercado publicitario, entre otros.

La fusión entre Antena 3 y La Sexta volvía a estar en peligro, y el Gobierno decidía suavizar las condiciones impuestas por la CNC eliminando la obligación a la entidad resultante de comercializar los espacios publicitarios a través de sociedades diferentes, como hacen Telecinco y Cuatro. Igualmente, se aumentaba al 22 % (la CNC la estableció en el 18 %) la limitación de la audiencia semestral media conjunta a las ofertas de publi-

dad televisiva de la entidad resultante, empaquetando varios canales de televisión. Adicionalmente, se modificaban las limitaciones al empaquetamiento y la prohibición de vinculación en la comercialización de espacios publicitarios y, asimismo, las obligaciones de información a incluir en la oferta publicada de productos publicitarios.

Por último, el Gobierno eliminaba las condiciones del proceso de negociación con anunciantes y agencias de medios sobre el mantenimiento de determinadas bases de datos y sobre la negociación de las extraprimas, a la vez que se modificaba el plazo de vigencia de las condiciones a las que se supeditaba la autorización de la operación. Dicho plazo pasaba de cinco años a tres prorrogables a otros dos. Todos los cambios afectaban a la facturación publicitaria y tenían su relevancia, dado que Antena 3 opera bajo el modelo de pauta única, que consiste en emitir los mismos anuncios de forma simultánea en todos los canales.

¿Para qué vale la CNC?

Si bien es cierto que la ley contempla que el Gobierno “puede establecer variaciones” a las restricciones impuestas por la Comisión Nacional de la Competencia “por razones de interés general y el mantenimiento del pluralismo informativo”, pero sobre todo por el cumplimiento de la “liberación del dividendo digital”, la propia vicepresidenta, Sáenz de Santamaría, justificaría la intermediación del

Gobierno “no por razones de Competencia, sino por el momento particular del mercado audiovisual, dado que la operación coincide con el proceso del dividendo digital y la necesidad de reorganizar el espectro radioeléctrico que aconsejaba la existencia de operadores de determinado tamaño que ayudara a este tránsito y a la existencia de un pluralismo informativo”. El argumento no resulta especialmente sólido, pero es la explicación gubernamental y era la primera vez que el Gobierno ejercitaba dicho privilegio.

La realidad, en efecto, es que la CNC impuso restricciones más severas a Antena 3-La Sexta que a Telecinco-Cuatro en lo referente a la comercialización de la publicidad, que Competencia justificó “porque se ha juzgado un mercado distinto”. El regulador y supervisor era sensible al nuevo mapa audiovisual con dos gigantes televisivos que controlarían el 85 % del mercado publicitario y decidía endurecer las condiciones. Telecinco, no sin cierta sorna, daba públicamente la enhorabuena a Antena 3 por “su innegable capacidad para conseguir que el Gobierno modifique unas condiciones impuestas por la Comisión Nacional de la Competencia”.

La Sexta llegaba al segundo intento de fusión en condiciones mucho peores que las que se pactaron dos años antes, cuando se planteó la integración que no llegó a concretarse con Antena 3. Dos años que habían llevado a La Sexta a un punto en que necesitaba la fusión con

Antena 3 al precio que fuera, mientras que la cadena de Planeta buscaba con cierto apremio aumentar sus poderes para competir con Mediaset, tras la integración entre Telecinco y Cuatro.

Dos grupos controlan el 85 % del mercado publicitario

La forma de actuar de la CNC no era nueva y se considera guiada por un sentido estricto de ver las cosas, al estimar que la fusión podría obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en varios mercados del sector audiovisual español, ya que Mediaset y Planeta podrían actuar de forma coordinada y su poder de negociación frente a anunciantes o vendedores de contenidos audiovisuales, por ejemplo, se podría ver reforzado frente a otros operadores de menor envergadura.

El nuevo grupo resultante de la fusión, que controla ocho canales de la TDT (Antena 3, Nitro, Neox, Nova, La Sexta, La Sexta 2, La Sexta 3 y Gol Televisión), dominaría aproximadamente el 42 % del mercado publicitario en España. Ello, unido al dominio del otro grupo fusionado con anterioridad –Telecinco-Cuatro–, daba como resultado de facto un duopolio publicitario que acapararía el 85 % de la facturación publicitaria de la televisión.

Lo cierto es que las condiciones de la CNC ponían en peligro la fusión en un

momento en que la situación financiera de ambos operadores estaba llegando a un punto de debilidad más que preocupante. El dueño de Planeta se revolvió contra la decisión de Competencia, demostrando el poder que sigue teniendo el propietario de un grupo periodístico en España. Finalmente, el Consejo de Ministros decidía intervenir autorizando la fusión tras haberse cumplido el plazo propuesto, que expiraba en marzo, y desautorizando a la Comisión, en una decisión que sería bueno que se explicara a fondo con objeto de despejar las dudas sobre un posible acuerdo de Lara con el Gobierno, según el cual la línea editorial e informativa de La Sexta se habría convertido en la moneda de cambio ofrecida por el presidente de Planeta al Gobierno del PP para desbloquear la fusión.

Precisamente, la CNC se convirtió también dos años antes en protagonista indeseado de la fusión entre Telecinco y Cuatro, al abrir un expediente sancionador contra la cadena de Mediaset por no haber entregado el plan de actuaciones y el calendario de la fusión con Cuatro, lo que supuso al operador italiano una multa por un valor de 3,6 millones de euros. La Comisión estimó que los documentos no entregados se consideraban básicos, ya que la fusión generaba “una reducción de la competencia efectiva en varios de los mercados afectados por la operación, por lo que la misma no podría ser autorizada sin el compromiso de Telecinco de tomar las medidas necesarias para restablecer las condiciones de competencia que la

operación alteraba”. Todas esas medidas debían plasmarse en los documentos que no se entregaron en el plazo establecido por el organismo regulador de la competencia. En resumen, lo que la CNC exigía a Mediaset era el compromiso de no vender mediante un mismo paquete comercial la publicidad de los dos canales de televisión en abierto de mayor audiencia que gestionaba, así como su compromiso de no desarrollar políticas de venta vinculada a los anunciantes de sus distintos paquetes comerciales.

El pluralismo es cosa de dos

Con todos estos ingredientes, el panorama no puede ser más desolador. Mediaset, con sus siete canales y con dos años de ventaja, se ha convertido en indiscutible líder del panorama televisivo, mientras que Antena 3 y La Sexta inician un proceso que se prevé largo y duro en plena recesión económica. Por su parte, las públicas están en franco retroceso, con recortes presupuestarios y una privatización incierta en un horizonte cercano.

El duopolio del que se salía ha retornado y aceptando como axioma irrefutable que no existe relación simétrica entre aumento de la concentración y reducción del pluralismo o descenso de los niveles de competencia razonables. La fusión por absorción de La Sexta por parte de Antena 3 cierra un ciclo lleno de contradicciones en el sector televisivo español, producto de una connivencia más que criticable entre Gobierno y grupos periodísticos. La fusión introdu-

ce al sector en una peligrosa senda oligopolística, cuyo incontestable reflejo se plasma en el mundo de la publicidad, en donde queda meridianamente clara la posición dominante de Antena 3 y Telecinco.

El sector está en una peligrosa senda oligopolística

Desde que el Gobierno de Rodríguez Zapatero, debido a las presiones de los grandes grupos mediáticos, aprobara en 2005 el Plan Técnico y el Reglamento para la prestación del servicio de TDT y, con ello, la aparición de múltiples canales de TV, el mapa televisivo español ha vivido tiempos convulsos que se supone terminan con esta última fusión. Durante ese periodo, el Gobierno se vio obligado a aprobar una serie de medidas liberalizadoras urgentes que permitieran recuperar el pulso a un sector ahogado por unos costes insostenibles, los cuales habían puesto al borde de la quiebra a los mismos que años antes habían presionado para que España fuera uno de los primeros países europeos en poner en funcionamiento un deficiente sistema de TDT.

Aunque hay quien considera que el pluralismo televisivo en España en materia informativa pueda no estar en peligro, quien así lo hace peca de un cierto infantilismo en la medida en que esa afirmación no puede extenderse al as-

pecto publicitario, en donde la concentración va a alcanzar niveles superiores incluso a la Italia de Berlusconi. Ahí reside, en definitiva, la fuerza para terminar convirtiéndose en el rey del mambo del sector de la televisión en España, pluralismo informativo incluido.

Así lo han denunciado las asociaciones de anunciantes al calificar de “alarmante” el proceso de concentración y afirmar que dos grandes grupos controlarán a partir de ahora el 85 % del mercado. En Alemania, el grado de concentración es del 74 %; en Francia, del 59 %; en el Reino Unido, del 66 %, y en Italia, del 85 %.

No les falta razón a los anunciantes españoles. Tras la fusión de Telecinco con Cuatro, Publiespaña, gestora de medios o agencia de publicidad de Mediaset, se situaba en posición dominante al convertirse en “exclusivista” del mercado publicitario del macrogrupo televisivo italiano. Con la absorción de La Sexta por Antena 3, ocurre algo similar, ya que la publicidad de la macrocadena resultante va a pasar a ser gestionada por Atres Advertising, la comercializadora publicitaria de todos los soportes del Grupo Antena 3, al agregar a su cuenta de resultados la facturación de Publiseis, la agencia de publicidad de la cadena de Roures. A partir de ahí, quien controla la publicidad controla los contenidos y la competencia se ve reducida a la mínima expresión como consecuencia del oligopolio montado y bendecido.

Los interrogantes se repiten: ¿es esta la televisión deseada tras la burbuja de

la TDT? ¿Han valido la pena los miles de millones gastados en el apagón analógico y los que restan para resintonizar por el dividendo digital? ¿Quién gana con ese dividendo? ¿Pueden ser malvendidas las televisiones autonómicas tras tanto dinero público invertido? ¿Es un mercado dominado por Mediaset y Planeta, con más de la mitad de la audiencia y 8,5 euros de cada diez de publicidad, lo mejor para anunciantes y consumidores? ¿Dónde está la promesa de la televisión híbrida con internet? ¿Sobrevivirán los canales temáticos nacionales, autonómicos y locales?

Las respuestas no llegan y, con ello, se multiplican las dudas de quienes sostienen que el pluralismo de la más poderosa herramienta de comunicación existente está en serio peligro de extinción y que la diversidad en la información como en la naturaleza debe ser un patrimonio a defender por los poderes públicos.

No resulta arriesgado afirmar que en España hoy el pluralismo informativo ha dado un paso atrás, posiblemente como consecuencia de la crisis económica, pero también por falta de una planificación rigurosa y por una complicidad latente entre poder político y poder mediático.

Los resultados no se alejan mucho de los estándares conocidos en este tipo de situaciones de concentración oligopolística de la propiedad de los medios.

Por eso, en ningún caso se incurre en la demagogia cuando se habla de falta de diversidad y pluralismo, de monopolización ideológica, de disminución de la oferta cultural, política y social, de distorsión de la realidad, de trivialización de la política, de subordinación de los medios al poder económico o de exclusión ciudadana.

¿Quién nos defiende? ■