

00466

3

2e

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

EL DEBATE DE LA TELEVISION PRIVADA EN ESPAÑA

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
MAESTRO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

ANTONIO JOSE MOLERO HERMOSILLA

ASESORA

DELIA MARIA CROVI DRUETTA

MEXICO, D. F.

JUNIO DE 1989

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE GENERAL

PROLOGO	I
1. INTRODUCCION A LA HISTORIA DE LA TELEVISION EN ESPAÑA	1
1.1. Antecedentes	2
1.2. Primera etapa (1956-1980) Modelo autoritario de televisión	3
1.2.1. Ubicación administrativa	4
1.2.2. Expansión centralizada	6
1.2.3. Financiación	9
1.2.4. Programación	12
1.2.5. Primer lustro post-franquista (1975-1980)	13
1.2.5.1. La actuación de la UC D	16
1.2.5.2. Consejo Rector Provisional de RTVE	18
1.2.5.3. Primeras acciones privatizadoras	19
1.2.5.4. Escándalo de las finanzas de RTVE	21
1.2.6. Visión general de este período	22
1.3. Segunda etapa (1980 - Actualidad): Transición hacia un modelo democrático - Visión cronológica -	24
2. TERMINOS DEL DEBATE DE LA TELEVISION PRIVADA EN ESPAÑA	46
2.1. Razones argüidas en favor de la implantación de la TV privada	49
2.1.1. Desarrollo de derechos y libertades funda- mentales (libertad de antena, de empresa, de expresión y de información)	49
2.1.2. Antinaturalidad y anticonstitucionalidad del monopolio televisivo	52
2.1.3. Ejercicio del derecho de sintonía	58
2.1.4. Profundización del proceso democrático	63

2.1.5. Fomento de la actividad económica	72
2.1.5.1. Creación de empleo	74
2.1.5.2. Independencia económica	75
2.1.5.3. Mayor acceso a publicidad televisiva	76
2.1.6. Competencia genera mejor programación	77
2.1.7. Inevitabilidad por desarrollo tecnológico	81
2.2. Argumentos esgrimidos en contra de la implantación de la televisión privada	83
2.2.1. Técnicos	85
2.2.1.1. Limitación del espacio radioeléctrico	85
2.2.1.2. Garantizar la cobertura de áreas econó- micamente deprimidas	90
2.2.1.3. Libertad de antena ≠ libertad de expresión ..	97
2.2.2. Económicos	99
2.2.2.1. Inevitabilidad de los oligopolios	99
2.2.2.2. Promoción de aumento innecesario del consumo.	109
2.2.2.3. Ventajas económicas sólo aparentes	114
2.2.3. Sociopolíticos	117
2.2.3.1. Garantizar permanencia del "servicio público".	117
2.2.3.2. Posibilitar realmente la libertad y la igualdad constitucionales	125
2.2.3.3. Evitar que las presiones comerciales impongan su ley	143
2.2.3.4. Facilitar la mejora cualitativa de la programación	154
2.2.3.5. Ofrecer una auténtica libertad de elección ..	164
2.2.4. Constitucionales	174
 3. CONSIDERACIONES EN TORNO A LA APROBACION DE LA TELEVISION PRIVADA EN ESPAÑA	 177
3.1. Algunas razones del sí socialista	181
3.1.1. Presión de la opinión pública	182
3.1.2. Exigencias del desarrollo tecnológico	185
3.1.3. Intereses de las multinacionales del sector	187
3.1.4. Asegurar el control partidario del medio de comunicación	188

3.2. La Ley de Televisión Privada	190
3.2.1. Configuración como servicio público esencial	191
3.2.1.1. Titularidad pública	192
3.2.1.2. Interés general de la comunidad	194
3.2.1.3. Esencialidad	195
3.2.1.4. Garantía del derecho de información y la opinión pública libre	196
3.2.1.5. Artículos 20 y 38 constitucionales	198
3.2.2. Modo de gestión	200
3.2.3. Obligaciones de los concesionarios	202
3.2.3.1. La competencia para el otorgamiento de la concesión	202
3.2.3.2. Fijación del número de concesiones	204
3.2.3.3. Cobertura	205
3.2.3.4. Las condiciones de la concesión	206
3.2.3.4.1. Intransferibilidad de la gestión concedida	206
3.2.3.4.2. Medidas anti-trust	207
3.2.3.4.3. Leyes de los servicios públicos	209
3.2.3.4.3.1. Ley de cambio	209
3.2.3.4.3.2. Ley de regularidad y continuidad ..	210
3.2.3.4.3.3. Ley de igualdad de los usuarios ...	211
3.2.3.4.4. Plazo de reversión de la concesión	211
3.2.3.4.5. Programación	212
3.2.3.4.6. Publicidad	215
3.2.3.4.7. Gestión	216
3.3. Grupos en liza	218
3.3.1. Antena 3 Televisión	219
3.3.2. Sociedad de Estudios de Televisión Independiente .	220
3.3.3. Univisión	221
3.3.4. Compañía Independiente de Televisión, S.A.	222
3.3.5. Editorial Católica, S.A.	224
3.3.6. Otros	224

CONCLUSIONES	226
NOTAS	268
REFERENCIAS	287
ANEXO (LEY DE TELEVISION PRIVADA Y LEY REGULADORA DE LA PUBLICIDAD ELECTORAL EN EMISORAS DE TELEVISION PRIVADA)	295

PROLOGO

Si quisiéramos fijar una fecha, habríamos de decir que la polémica en torno a la televisión privada se desató en España, en forma clara y directa, hace poco más de una docena de años, inmediatamente después del fallecimiento de Francisco Franco (20 de noviembre de 1975).

Anteriormente, su implantación había sido defendida a nivel de círculos más o menos amplios, y de forma más o menos enérgica, pero resultaba completamente evidente para todos la decisión del sistema de mantener, contra viento y marea, el control de tan importante medio de comunicación de masas.

Durante el proceso de transición democrática que sigue a la muerte del Caudillo, el debate en torno al medio audiovisual va a ir subiendo cada vez más de tono y a acaparar mayores espacios en los medios de comunicación, al hilo de la reestructuración y replanteamiento de la función de cada uno de los organismos del aparato estatal que caracteriza a este período.

Las personas y grupos interesados en la explotación de canales privados no tendrán la menor dificultad en comunicar sus ideas y convicciones al resto de la población, dado que serán los mismos medios masivos (impresos, radiofónicos y publicitarios) los más firmes partidarios y aspirantes a introducirse en el medio audiovisual. Los escándalos, corruptelas y, en general, el funcionamiento autoritario de Televisión Española (TVE) durante gran parte de esta etapa,

darán impulso a las pretensiones de aquéllos, que contarán en su favor con el apoyo de porcentajes cada vez más amplios de la opinión pública.

Por su parte, los sectores defensores de la vigencia del monopolio público, además de disponer de menores espacios para explicar sus puntos de vista, enfrentarán las consecuencias de tener que asumir en cierta forma el rol de abogado del diablo y de aparecer ante la ciudadanía como opositores a la modernidad. Sus propuestas de creación de una auténtica televisión pública -que no estatal- como alternativa a la implantación de la televisión privada, encontrarán difícilmente eco en unos medios masivos interesados en que el instrumento tome unos rumbos muy diferentes, y en una opinión pública cada vez más atosigada por informaciones sobre malos manejos y causada de la baja calidad de la programación que caracteriza al ente público. Por si esto fuera poco, el ejemplo de los países europeos con los que España tiene una relación más cercana, apunta hacia el hecho de que la legalización de la televisión privada es prácticamente inevitable y un signo de los nuevos tiempos, por lo que oponerse a ella resulta poco menos que retrógrado.

En estas circunstancias, se presenta un acontecimiento que impulsará sobremanera los argumentos y presiones de los grupos interesados en el establecimiento de un sistema mixto de televisión. Nos referimos al intento frustrado de golpe de Estado del 23 de febrero de 1981.

Durante las tensas horas en que el Gobierno español y el Congreso de los Diputados y Senado en pleno estuvieron "secuestrados" por Tejero y sus hombres, la mayoría de las emisoras de radio comerciales del país, y en especial las de cobertura nacional, transmitieron comunicados antigolpistas (incluidos los redactados por el, en esos momentos, Gobierno interino de la Nación, integrado básicamente por los subsecretarios de Estado) y siguieron paso a paso el curso de los acontecimientos. Esto no lo hicieron hasta bien entrada la madrugada del 24, y aún así con muchas reservas, ni la radio ni la televisión públicas, que, ocupadas por elementos militares en un primer momento, se limitaron a emitir música clásica o continuar con su programación habitual hasta la hora de la intervención real ante las cámaras y micrófonos nacionales (la una de la madrugada aproximadamente). El suceso fue aprovechado por los partidarios de los canales privados como muestra de los graves riesgos que -incluso para la sobrevivencia de la democracia- comporta la existencia de un monopolio televisivo estatal, y, en contraste, se destacaron los enormes beneficios derivados del funcionamiento de una pluralidad de emisoras en manos de particulares.

Justamente en 1981 surgirán los primeros decididos intentos gubernamentales por regular las televisiones privadas en suelo ibérico. Sendos proyectos de los ministros de la Presidencia Pío Cabanillas, primero, y Matías Rodríguez Inciarte, después, irán encaminados en esta dirección. Sin embargo, las luchas intestinas del partido centrista en el poder -ya en plena descomposición- darán al traste con estas pretensiones, y el primer proyecto de ley que en

abril del año siguiente enviara al Parlamento el Gobierno de Calvo Sotelo, quedaría anulado al perder las elecciones.

El triunfo electoral socialista de finales de 1982 parecía, en un principio, constituir un auténtico jarro de agua fría para tales aspiraciones, pues la izquierda española (Partido Socialista Obrero Español -P.S.O.E.- y Partido Comunista de España -P.C.E.- en particular) había expresado reiteradamente su firme oposición a que el medio audiovisual de comunicación fuera manejado por particulares. Sin embargo, pronto se pudo apreciar que tal toma de postura no era incommovible: Sea que la presión ejercida por el despliegue de una campaña propagandística en forma de informaciones en los medios periodísticos y, en ocasiones, de hechos consumados "a la italiana" (instalación y funcionamiento de pequeñas televisoras privadas "clandestinas" en diferentes partes del territorio nacional), dio los frutos apetecidos; sea que el cuestionamiento de la técnica a la viabilidad monopolística, a través de la aparición de la radio y la televisión de "enlace directo", vía satélite, y del cable, fue juzgado como irrefutable; sea fruto del cambio de perspectiva que supone el considerar los asuntos de Estado desde la oposición o desde el Gobierno; sean, en fin, éstas y otras causas, el caso es que el Partido Socialista en el poder cambió paulatinamente su posición tradicional respecto al tema, y terminó aprobando, en abril de 1988, con sólo los votos de sus diputados, la Ley de Televisión Privada.

Nuestra intención en este trabajo no es afrontar el estudio de los motivos que habrían conducido al cambio radical de postura del

P.S.O.E. con relación al medio audiovisual, ni indagar las causas reales que le habrían llevado a tomar una decisión favorable al establecimiento de televisiones privadas. El objetivo principal es, simplemente, el de identificar, recoger y reproducir los principales argumentos empleados en el país ibérico por los diversos sectores políticos, económicos y sociales partidarios o detractores de los canales privados, y sólo secundariamente -y a manera de hipótesis de trabajo a desarrollar y demostrar en futuras investigaciones- acercarnos a la problemática de en qué medida las razones principales esgrimidas en el debate de la televisión privada en España influyeron realmente en la determinación de aprobar el funcionamiento de la misma.

A estos efectos, hemos dividido el trabajo en tres capítulos. En el primero, se realiza una breve "Introducción a la historia de la televisión en España", desde sus orígenes hasta el 14 de abril de 1988, fecha ésta en que se aprueba definitivamente por el Congreso de los Diputados la Ley de Televisión Privada. Distinguimos en ella dos etapas: una primera (1956-1980) de "modelo autoritario de televisión", y una segunda (1980-actualidad) de "transición hacia un modelo democrático". Y efectuamos un tratamiento diverso de cada una de ellas (más explicativo para la primera; desarrollo cronológico para la segunda), en virtud de que prácticamente la totalidad de los dos capítulos siguientes versarán sobre acontecimientos tenidos lugar en el periodo de transición hacia un modelo democrático, y se ha preferido evitar repeticiones engorrosas. Es ésta también la razón por la cual, mientras que al final de la primera eta-

pa se hace un resumen de las características principales de la misma, éste se ha omitido en la segunda, ya que se realiza en cierta forma en las conclusiones finales.

El capítulo titulado "Términos del debate de la televisión privada en España" es el fundamental de este trabajo. Hemos recogido en él -en forma de citas textuales- las principales razones argüidas tanto a favor como en contra de la televisión privada en el país ibérico. Si en muchas ocasiones se mencionan ejemplos o autores de otros países, ello es debido, primero, a que, efectivamente, la experiencia internacional ha jugado un papel más que relevante en las discusiones habidas en los diferentes foros organizados en torno al tema; segundo, a que, en vistas de que los defensores de cada postura emplean argumentos muy similares en las diferentes naciones, hemos preferido incluir aquellas opiniones y situaciones que ilustraran con mayor claridad la naturaleza del argumento que se pretendía reproducir; y tercero, a que nuestra estancia en tierras mexicanas nos ha permitido aproximarnos con cierta profundidad a un sistema mixto de televisión como el mexicano, cuyo componente privado producía hace ya más de diez años tantas horas de programación al año como las televisiones española, italiana y francesa juntas, y casi tantas como francesa e inglesa reunidas, y que a finales de 1988 declaraba con orgullo -al tiempo que anunciaba el comienzo de sus transmisiones televisivas vía satélite para Europa- ser la "primera empresa productora de televisión del mundo", con catorce mil horas al año. 1/

Somos conscientes del riesgo implícito en toda comparación entre distintos sistemas televisivos, más aún si éstos no pertenecen a un mismo modelo, ya sea comercial o de servicio público. Sabemos que, como afirma Giuseppe Richeri (1983: 7), "en cada país la televisión se organiza en base al sistema radiofónico preexistente y se desarrolla según pautas y formas estrechamente ligadas a las condiciones políticas, económicas y socio-culturales nacionales". Sin embargo, los ejemplos a que hemos recurrido, creemos, obvian este escollo por incluir únicamente elementos que han demostrado tener efectos semejantes y comparables en sistemas televisivos de características muy diferentes, como los que se citan en el texto en cada caso.

El tercer y último capítulo, "Consideraciones en torno a la aprobación de la televisión privada en España", no es más que un mero esbozo de algunas líneas de investigación que podrían seguirse a fin de analizar con profundidad los motivos reales -más allá de las explicaciones dadas por los socialistas para salir del paso- que condujeron a la autorización de los canales privados en la Península Ibérica. Incluye también una somera descripción de los principales aspectos de la Ley recientemente aprobada (cuyo texto completo se recoge en el Anexo 1, junto con la Ley reguladora de la publicidad electoral en emisoras de televisión privada), y algunos datos sobre los grupos periodístico-financieros con más serias posibilidades de obtener una de las tres concesiones que, de acuerdo con aquélla, se encuentran en litigio. Sirve para dar pie a la redacción de unas "Conclusiones" en que se mencionan los instrumentos jurídi-

cos que sustentan el actual mapa televisivo español y se enumeran las necesidades básicas a las que habrá de atender prioritariamente el medio audiovisual si quiere consolidarse como servicio público.

CAPITULO I

INTROUCCION A LA HISTORIA DE LA TELEVISION EN ESPANA

En el desarrollo histórico de la televisión en España se pueden distinguir dos etapas claramente diferenciadas: una primera, autoritaria, que abarca desde sus orígenes hasta el 12 de enero de 1980, fecha en que se publica en el Boletín Oficial del Estado el Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión que regula la gestión directa del servicio público; y una segunda, de transición hacia una televisión democrática, que comprende los últimos ocho años, y cuyo punto culminante hasta el momento parece ser la aprobación definitiva por el Congreso de los Diputados el 14 de abril de 1988 de la Ley de Televisión Privada.

Los acontecimientos más significativos que jalonan estos períodos, así como las características generales de cada uno de ellos son expuestas a continuación.

1.1. Antecedentes.

Nada menos que veintiún años antes de que Televisión Española (TVE) comenzara sus transmisiones de manera regular, concretamente el 22 de noviembre de 1935, el Gobierno de la República declara el monopolio del Estado sobre la televisión. La declaración se produce incluso antes de que técnicos alemanes de la empresa Fonovisión muestren al general Franco los primeros avances televisivos en el cuartel general de Burgos (1938).

"La razón histórica del monopolio de televisión (por parte del Estado) deriva de haber surgido este medio como simple variante de las telecomunicaciones, desde siempre sujetas a régimen de monopolio y configura

das como servicio público, así como de las limitaciones de frecuencias de radio y televisión" (Gorostiaga, 1979). 2/

Contrariamente a lo que podría parecer desde ciertas posiciones ideológicas, la creación en España como

"en Europa de monopolios de radio y posteriormente de televisión no fue, en su momento, una opción de contenido progresista, sino la consecuencia de los intereses del capital de aquella época. Los monopolios de radio surgieron en Europa tras la crisis de 1929, y la televisión se desarrolló inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial. En ambos períodos, la actividad económica se desarrollaba bajo mínimos, lo cual creaba una situación en la que no se podía generar la suficiente publicidad para conseguir beneficios con la explotación de emisoras. La radiodifusión y la televisión no nacieron bajo intereses privados porque lo único rentable era vender aparatos, y eso es precisamente lo que hizo la burguesía al tiempo que el presupuesto público financiaba los programas que podían hacer atractiva la compra de los receptores" (Costa, 1986: 16).

1.2. Primera etapa (1956-1980): Modelo autoritario de televisión.

Las 3/4 partes del tiempo transcurrido desde la inauguración formal de la televisión española hasta la fecha se han desarrollado bajo una concepción claramente autoritaria del medio. El régimen franquista se basa en las experiencias de la Alemania nazi y la Italia fascista a la hora de organizar sus medios de comunicación, por lo que desde sus inicios

"la televisión se estructura como brazo directo del Estado en tanto principal instrumento de dominación ideológica del poder político. Su ubicación administrativa y su propia organización interna hablan tan elocuentemente de esta situación a lo largo de toda la dictadura como los discursos y las teorías de sus dirigentes" (Bustamante, 1986: 253).

La elección del día para el comienzo oficial de las transmisiones de TVE (programas sueltos con carácter experimental se emitían desde 1951) ilustra perfectamente esta dependencia del medio audiovisual respecto del poder ejecutivo dictatorial. Según el ministro de Información y Turismo de aquel entonces, Gabriel Arias Salgado, la elección del 29 de octubre de 1956 se debe a que en la misma fecha se celebra la festividad de "Cristo Rey" y la fundación de la Falange Española. 3/

1.2.1. Ubicación administrativa.

El Estado autoritario se erige, pues, en titular del sistema televisivo asumiendo la emisión por medio de un organismo propio de la Administración del Estado que gestiona el monopolio. 4/

TVE nace como un servicio administrativo sin personalidad jurídica propia, integrado en el antiguo Ministerio de Información y Turismo, y dentro de éste, a partir del 11 de octubre de 1962, en la -a estos efectos creada- Dirección General de Radiodifusión y Televisión.

La inexistencia de una separación formal televisión-poder ejecutivo, de una reglamentación especial, facilita sobremanera la burocracia y la constante ingerencia del gobierno.

"Esta situación de hecho comportaba, además, la dureza del régimen disciplinario a que se veían sometidos los trabajadores en el interior de

la empresa; las múltiples categorías en que se dividía el personal para justificar la desigualdad de los salarios; la existencia de los llamados 'colaboradores' (más del 40% del personal contratado, sin derecho alguno, que realizaba las mismas funciones que el personal fijo y cuya condición representaba una notable fuente de ingresos); el malestar y la desconfianza de los trabajadores frente los cargos elegidos que, en la mayoría de los casos, no demostraban su auténtica profesionalidad; la falta de profesionales de la información; el "empresario anónimo"; y un largo etcétera". 5/

Un año antes del deceso del dictador, un decreto define a TVE como "servicio público centralizado". Aunque sigue dependiendo jurídicamente del Ministerio de Información y Turismo, se concede una mayor jerarquía a la Dirección General de Radiodifusión y Televisión que la tenía hasta entonces.

Sin embargo, no va a ser hasta 1977 que se dan los primeros pasos tendentes a desligar jurídicamente a TVE respecto a la Administración del Estado. Por medio del Real Decreto del 28 de octubre de 1977, Televisión Española se configura como "organismo autónomo de carácter comercial, manteniendo su actual estructura interna y las funciones que hasta hoy tenía encomendadas", y dependiendo del Ministerio de Cultura.

Casi inmediatamente, el 3 de noviembre de 1977, por otro Real Decreto se crea el Consejo Rector Provisional de Radiotelevisión Española (RTVE), entre cuyas funciones está la de presentar al Gobierno un estatuto jurídico de RTVE.

Por fin, el 12 de enero de 1980 (cuatro años después de la muerte del general Franco y poco más de uno de promulgada la Cons-

titución), el Boletín Oficial del Estado publica el Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión, que regula con claridad la gestión directa de la radio y la televisión públicas en España. 6/

1.2.2. Expansión centralizada.

"(...), una vez acabada la Segunda Guerra Mundial, las diversas naciones europeas impulsaron programas de centralización a todos los niveles, como respuesta a la necesidad de volver a integrar las comunidades nacionales que habían sufrido graves procesos de desagregación durante la guerra. La televisión no se sustrajo a esta tendencia. Las redes de transmisión se extendieron con unos criterios de fuerte centralización, lo cual las hacía mucho más controlables desde la capital del Estado (...).

"La construcción radial de la red formaba parte de una política general de centralización televisiva que abarcó tanto a la organización de los entes públicos como a la programación" (Costa, 1986: 164-165).

Si esto es cierto para el ámbito europeo (con las excepciones de Alemania, Yugoslavia y Bélgica), adquiere dimensiones de verdad como templo aplicado a la realidad nacional española. Cuando se inaugura TVE, la dictadura

"aún mantenía el hermetismo político, económico y cultural que la había caracterizado desde sus comienzos. España, al margen de una literatura oficial que exaltaba el folklore y la "diversidad de sus pueblos dentro de la unidad", era una realidad política y administrativa, férreamente centralizada, sin ningún tipo de fisuras. A ello contribuía el hecho de que Cataluña y Euskadi, con una lengua y una cultura propias, eran realidades absolutamente unidas al bando perdedor de la Guerra Civil y, como consecuencia, no tenían el más mínimo reconocimiento administrativo y político. Cataluña era, en todo caso, la suma de cuatro provincias, y Euskadi la suma de tres. En muchas divisiones territoriales -por ejemplo, en la de Radio Nacional- se prescindió de su existencia y se utilizaron nombres de zonas geográficas como "Centro Emisor del Nordeste de España".

No tiene, pues, nada de extraño el que la primera ciudad desde la que emita la televisión española sea la capital (la inauguración de TVE tiene lugar en el mismo edificio madrileño del Paseo de la Habana, número 77, en que habían comenzado las emisiones experimentales); ni el que los tres mil aparatos receptores existentes entonces capaces de recibir las señales de televisión se encontraran, todos, en el área metropolitana de Madrid.

Hasta tres años más tarde (concretamente hasta el 17 de julio de 1959) no comienza Barcelona a emitir desde los estudios del antiguo hotel Miramar, situados en la cumbre del Tibidabo; y ello no - tanto como resultado de una pretensión descentralizadora como buscando descargar de trabajo a los estudios de Madrid. De hecho, los mandos se nombraban en la capital y la emisión se hacía en su totalidad desde ésta.

En 1964, entra en servicio el Centro de Producción de Programas de TVE de Prado del Rey, dotado de nueve estudios con todos los adelantos técnicos necesarios para la elaboración de programas. La fecha elegida para su inauguración es más que significativa: el 18 de julio... Dos meses más tarde tiene efecto la primera transmisión de un espacio en catalán.

Contrariamente a lo que había sucedido con el primer canal, la inauguración oficial de la segunda cadena de TVE en Madrid y Barcelona (1966) se produce en un lapso temporal muy corto, aunque en la capital había estado más de un año en período de pruebas. Como es

obvio dadas las circunstancias políticas por las que atraviesa el país, no se aprovecha la ocasión para desarrollar el más mínimo - plan descentralizador aunque sea a través de este canal subalterno y exclusivamente en las dos ciudades neurálgicas de la Nación.

La programación descentralizada va a seguir en un nivel más o menos raquíptico hasta la etapa de transición política post-franquista; la creación de centros regionales de TVE en Euskadi, Galicia, Canarias, etc., habla más de la expansión del monopolio televisivo que de un intento de acercamiento a la cultura propia de cada una de las nacionalidades que integran el Estado español.

El panorama va a cambiar en cierta forma a partir de 1976:

"Las fuerzas democráticas de las diversas nacionalidades del país claman por sus derechos y, como respuesta, se potenció la información y la programación en todos los centros regionales" (Costa, 1986: 338).

Pero incluso entonces

"los vaivenes que sufrió TVE en Madrid durante todo el período de la transición política repercutían en los denominados centros regionales, provocando épocas de involución o de apertura, sobre todo en Cataluña y Euskadi, donde la producción había llegado a tomar una cierta consistencia" (ibíd: 339).

Y es que, como afirma Antonio López (1986: 77)

"la televisión en España ha sido siempre controlada desde Madrid, y no ha hecho más que tímidos intentos de descentralización de producción con

una paulatina creación de centros regionales que no han sido más que de legaciones para la captación de noticias locales que servían a la organización central".

Tan es así que, en la auditoría practicada al ente público RTVE en 1978 por encargo del Ministerio de Hacienda,

"las diferencias existentes entre unos centros y otros fueron calificadas por el informe de "desigualdad irritante": mientras en Prado del Rey (Madrid) "existe un mobiliario caro, televisores en color, aparatos de radio y profusión de prensa"... en Barcelona hay sillas desvenecijadas, menos sillas que personas y máquinas de escribir alquiladas por carecer de fondos presupuestarios para comprarlas" (Molina i Compte, 1982: 48).

En descargo del proceso de expansión seguido por la televisión durante toda esta primera etapa, hemos de decir que no fueron exclusivamente razones políticas las que influyeron en la toma de decisiones. El hecho de que, después de Suiza, España sea el país europeo con orografía más accidentada, dificultó enormemente las posibilidades de una cobertura territorial completa del territorio nacional, considerando además los graves problemas económicos por los que atravesó el país durante casi todo este período.

1.2.3. Financiación.

Al dar comienzo a sus emisiones regulares, TVE tenía en los presupuestos generales del Estado su principal fuente de ingresos. El nuevo medio de comunicación experimentó un desarrollo más lento de lo previsto a causa de la aplicación de un plan de "estabiliza-

ción" que elevó los precios de los aparatos receptores más allá de las posibilidades de la clase media española, y como consecuencia del excesivo monto de la tasa con la que Hacienda gravó el uso de televisores: -de 300 a 500 pesetas al año-. Las entradas publicitarias, por tanto, no fueron muy jugosas en estos primeros pasos televisivos, a pesar de la inexistencia de criterios ideológicos que se opusieran a su introducción en las pantallas.

Sin embargo, la situación iba a cambiar rápidamente:

"En España, las entradas por publicidad supusieron en 1963 la mitad de los gastos totales de TVE. En 1964 la publicidad cubrió el 80 por ciento del presupuesto y en 1967 este porcentaje se había elevado a más del 90 por ciento." 7/

¿ Qué factores propiciaron este rápido cambio en las fuentes de financiación ?

A finales de los cincuenta y durante toda la década de los sesenta, diversas circunstancias relacionadas con el desarrollo del medio audiovisual incrementaron sustancialmente sus costos de explotación y mantenimiento. Entre éstas podemos mencionar la expansión territorial de TVE y el aumento de las horas de programación (ambas a partir de 1958), la participación en organismos televisivos internacionales (Eurovisión -1958- 8/, OTI -1971- 9/, etc.), el aprovechamiento de los avances tecnológicos (transmisión mediante satélite -1966-, creación de la segunda cadena en UHF -1966-, incorporación del color 10/), etc.

Este aumento exorbitante en los costos de producción coincidió en el tiempo con la crisis económica de los sesenta. El ente público buscó la forma de allegarse recursos económicos suficientes en un momento en que el Estado difícilmente se los podía facilitar, y en unas circunstancias en que su funcionamiento como "principal aparato de construcción de la hegemonía" (Esteinou Madrid, 1983) era vital para la supervivencia de la dictadura.

La solución adoptada finalmente por el sistema se movió dentro de estos parámetros: proveer de nuevas líneas de financiación al ente público y facilitar la compra de aparatos receptores por parte de los usuarios.

Es en este contexto en el que hay que situar una de las principales características diferenciales de la televisión pública española con relación a la casi totalidad de sus similares europeas: la eliminación del canon por el uso de receptores en 1966. La medida fue seguida de una auténtica avalancha de publicidad televisada, de modo que las entradas por este concepto cubrieron desde entonces un porcentaje bastante considerable de los costos de producción.

Así, para 1982 TVE se financiaba con aproximadamente un 80% de ingresos por publicidad y un 20 % de fondos provenientes de los Presupuestos Generales del Estado (Martínez Albertos, 1982: 141), y dos años más tarde

"la publicidad se constituye en única fuente financiera de las tres

sociedades (se refiere a las que integran RTVE) (los ingresos por otros conceptos son estiguos y no hacen granero) en lo tocante a la cuenta de explotación" (Baón, 1986: 96).

En la actualidad, y aunque el Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión de 1980 prevee la implantación de un canon por utilización de aparatos -especialmente de televisión en color-, el mismo no se ha aplicado todavía, y no está previsto hacerlo a corto plazo.

1.2.4. Programación.

"El simple hecho de que Televisión Española hiciera su aparición en plena dictadura y, a su vez, fuera monopolio exclusivo del Estado determinaría las directrices de este medio de comunicación, así como, posteriormente, su estructura".

"En realidad, las finalidades que en teoría se atribuyen a este medio como son: entretener, culturizar o informar, no podía plantearse una dictadura constantemente envuelta en conflictos sociales. De aquí el carácter de la programación durante este periodo en que los programas se elegían en función de las necesidades ideológicas del régimen" (Molina i Compte, 1982: 34-35).

Controlada rígidamente por el gobierno, la programación no se somete al más mínimo control democrático, e incluso grupos de presión emparentados con las altas instancias políticas pueden ejercer influencia práctica sobre determinados aspectos de aquélla con la simple utilización del medio telefónico para hacer valer sus ideas e intereses.

"La programación televisiva adopta bajo este sistema unas características peculiares muy distintas de las de otros sistemas. La diversión intenta desviar al receptor de su problemática real y la información se manipula sin atender a ningún criterio ético ni periodístico, con

el único fin de lograr y mantener la adhesión del receptor al sistema político vigente. Los mensajes emitidos por televisión son puramente instrumentales"(Costa, 1986: 31).

Esta utilización de la televisión como vehículo ideológico se apoya en tres pilares fundamentales: la no información (censura de conflictos sociales, por ejemplo), el bajo nivel cultural de la mayor parte de su audiencia y el bombardeo ideológico a través de la programación, que explica el que los directores del Telediario sean frecuentemente del Opus Dei (Molina i Compte, op. cit: 35-37); y es perfectamente congruente con la concepción que del individuo como animal político tiene el sistema dictatorial; en efecto,

"la posición de los mass-media (en este sistema) deriva del papel que se atribuye a los ciudadanos, éstos ni participan mediante cauces pluralistas -caso de los países occidentales- ni son encuadrados dentro de un partido único cuyas directrices se intenta difundir al máximo (...); en el régimen autoritario se busca que el ciudadano se ocupe de su vida privada y, en frase muy repetida en nuestro país, no se meta en política" (López Guerra, 1972. Citado en Cipriani, 1982: 30).

1.2.5. Primer lustro post-franquista (1975-1980).

El 20 de noviembre de 1975 muere el general Franco. Tendrán que pasar nada menos que cinco años para que el Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión establezca unas estructuras democráticas para el ente público RTVE.

El estudio de la transición política española desde la dictadura a la democracia demuestra que el cambio de estructuras en las instituciones de radiotelevisión fue voluntariamente retrasado por los gobiernos centristas. Con ello no sólo lograron apoyar y controlar el proceso refor

mista a través de una información manipulada, sino que pudieron utilizar, al servicio de sus fines, la capacidad persuasiva de una televisión no sujeta de hecho a ningún tipo de control" (Costa, 1986: 320-321).

No obstante, el hecho de que la radio no constituya un aparato de construcción de la hegemonía tan importante como la televisión facilitará los cambios en el medio auditivo. El proceso de transición democrática que sigue a la muerte del "Generalísimo", y que tiene dos de sus momentos estelares en el Referéndum sobre la Ley de Reforma Política y en las Elecciones Generales de junio de 1977, va a llevar aparejados una serie de cambios en el ámbito informativo radiofónico.

Es cierto que las primeras elecciones democráticas tras casi cuatro décadas de dictadura (o "democracia orgánica", como gustaba autodenominarse al régimen) se realizan en ausencia de las más mínimas condiciones de libertad de información. Que dos años después de la desaparición física del "Caudillo" aún permanecía prácticamente intacta su política de rígida censura sobre la radiodifusión y de emisión de informaciones con una carga ideológico-política monocolor, afín al sistema. Que, enfin, las emisoras de radio cargaban todavía sobre sus hombros con la prohibición de realizar su propia información y con la obligación de conectar con Radio Nacional de España (RNE) para emitir los "diarios hablados".

Pero también es innegable que el panorama va a cambiar rápidamente con la liberalización de la información radiofónica que decreta, en octubre de 1977, el nuevo gobierno de la Unión de Centro De-

mocrático salido de las urnas.

"Se establece, a partir de entonces, un proceso de competencia abierta entre las cadenas privadas y las radios públicas en el terreno de la información. Este hecho junto a la ausencia de la censura y la efervescencia social del momento ayudan a una progresiva recuperación del medio. La radio se muestra como un medio informativo ágil, flexible y capaz de acercarse a los procesos de cambio social en curso..

"Los profesionales hacen un esfuerzo por situarse a la altura que - reclaman las necesidades sociales del momento, sacan los micrófonos a la calle e intentan establecer nuevos canales de participación. Los informativos recogen, por primera vez en muchos años, la voz de los líderes obreros, los representantes sindicales y políticos, y portavoces de otros grupos sociales acceden esporádicamente a las ondas para explicar su realidad" (Franquet, 1984: 167-168).

La televisión no comulga ni remotamente con este proceso: su incapacidad de acercamiento al cambio social en curso se revela entonces en toda su magnitud. Frente a una sociedad en ebullición, el medio audiovisual de comunicación de masas más importante en nuestros días no va a adecuarse en modo alguno a las exigencias de los nuevos tiempos y pretenderá (demostrando una vez más una total falta de agilidad y flexibilidad) continuar emitiendo mensajes en función de la minoría gobernante y de las necesidades ideológicas del régimen precedente. El hecho de que haga su aparición en plena dictadura, de que, desde un principio adolezca de una estructura estrechamente vinculada a un poder represivo y censor, ocasionará que no pueda sustraerse con facilidad de éste aún después de finiquitado el régimen autoritario. En palabras de Antonio López (1986: 71-72):

"TVE ha mantenido siempre una estructura y un modelo de hacer que se

corresponde con un estado social superado, y que ha ido en todo momento resistiendo las presiones que desde la sociedad demandaban la evolución del modelo".

1.2.5.1. La actuación de la U.C.D.

Con estos antecedentes, no es de extrañar que, como afirma un diario español,

"Durante el mandato de Adolfo Suárez, la regulación de la televisión privada ni se consideró una cuestión urgente ni se incluyó en el programa de desarrollo de la Constitución." 11/

En el primer gobierno posfranquista de Arias Navarro la televisión no experimentó cambios de relieve con relación al periodo inmediatamente precedente. RTVE cerraba el ejercicio 1976 con un déficit de tres mil millones de pesetas.

Nada más llegar a la presidencia del Gobierno (julio de 1976), Adolfo Suárez -quien antes de convertirse en primer ministro y jefe de la UCD había sido director general de RTVE- tomó medidas para un uso propagandístico de la televisión a favor de su proyecto político.

Algo que en México es común y corriente desde la fundación de la radio y la televisión, la gran movilidad entre los medios y el gobierno, se iba a constituir en uno de los hechos que marcaran la televisión (así como la radio y la prensa) a partir del

fallecimiento del dictador (Amann Escobar, 1981: 88). Una personalidad del ámbito de las relaciones públicas, Luis María Ansón, es nombrado director general de radio y televisión.

"Su misión era poner la información de TVE y la programación en general, día a día, al servicio de la política del gobierno, dando credibilidad a la Reforma y obteniendo la victoria en las elecciones de 1977 para la Unión de Centro Democrático" (Costa, 1986: 322).

Una vez conseguido el objetivo, Ansón va a ser sustituido en la cúspide radiotelevisiva por un diplomático, Rafael Arias Salgado (otoño de 1977).

"La tónica dominante de Arias Salgado fue el involucionismo. Se hicieron habituales la supresión de programas por razones ideológicas y la condena al ostracismo de los profesionales que eran poco proclives a dejarse manipular. Fue durante este período cuando estalló el escándalo de las finanzas de TVE" (Costa, 1986: 323).

Y es que, la Comisión de control que comenzó a funcionar por estas fechas

"fue un organismo que, si bien significaba un pequeño recorte en el control de la televisión por parte del Ejecutivo, no podía ser homologado, por su estructura, con los estatutos democráticos de la Europa Occidental" (ibíd: 321).

Miguel de Moragas resume claramente las características y contradicciones principales del período que nos ocupa:

"En relación con los medios de comunicación audiovisuales el gobier

no de UCD se encuentra en una encrucijada de caminos que, por otra parte, es claramente definitoria de la situación española en este tránsito. El gobierno dispone de una gran maquinaria comunicativa heredada del franquismo, con todos los recursos jurídicos, las costumbres y circuitos de corruptela necesarios para una utilización propagandística a su favor. UCD, por otra parte, se encuentra en el camino de transformación del sistema comunicativo hacia la puesta en marcha y exaltación de la noción capitalista de libertad y flujo de información. De ahí que afloje o suelte las riendas en la medida que puede obtener beneficios de la coyuntura. La izquierda, posicionada contra la privatización facilita de hecho la supervivencia del control del gobierno sobre los aparatos de comunicación del Estado. Mientras, la industria comunicativa pugna por resolver los problemas de planificación y de infraestructura para preparar, a su favor, la salida y la privatización" (Moragas, 1981: 9-10. Citado en Costa, 1986: 321-322).

1.2.5.2. Consejo Rector Provisional de RTVE.

El 2 de noviembre de 1977 se promulga un Real Decreto por el que se crea el Consejo Rector Provisional de Radiotelevisión Española. La pretensión es colocar a la radiodifusión estatal bajo control del Parlamento. Al Consejo

"se le responsabiliza de cuatro objetivos básicos: presentar al Gobierno un estatuto jurídico de RTVE; velar por su objetividad informativa; controlar ingresos y gastos y, finalmente, regionalizar al "monstruo" (Molina i Compte, 1982: 40).

De esta labor se encargarán

"treinta y seis miembros, la mitad de los cuales son nombrados por el gobierno siendo la otra mitad parlamentarios; representantes de los distintos grupos elegidos con criterio profesional" (Gorostiaga, 1978: 5. Citado en Amann, 1981: 87). 12/

"A través de este sistema los partidos de oposición pueden denunciar y controlar, teóricamente, su funcionamiento (en mayor medida que lo permitido anteriormente). A pesar de ello, dado que el go-

bierno en turno tiene la mayoría de bancos, el control de los medios audiovisuales no se le escapa demasiado" (Amann, idem).

En efecto, a pesar de que la redacción del proyecto de Estatuto Jurídico de RTVE -uno de los objetivos principales por los que se constituyó el Consejo- se realizó, aun con muchos dimes y diretes en un par de años, la creación del organismo

"no había sido más que una coartada para mantener la legitimación de aquel estado de cosas (se refiere a la utilización de la capacidad persuasiva de la televisión al servicio del proyecto político centrista), aunque no logró alcanzar las finalidades para las que fue concebido. La constante denuncia de los parlamentarios de la oposición y el abandono posterior de los socialistas quitó a este Consejo toda posible credibilidad" (Costa, 1986: 321).

1.2.5.3. Primeras acciones privatizadoras.

El forcejeo por la aprobación del funcionamiento de canales privados de televisión en España comienza poco antes de las elecciones generales de junio de 1977. Y es, paradójicamente, el entonces director general de RTVE, Luis María Ansón, quien, podríamos decir, da la señal de partida al impulsar la presentación de solicitudes de permiso para poner en marcha dichos canales.

Anteriormente, sin embargo, ya habían existido algunos intentos más o menos esporádicos y transitorios, como el de Radiotelevisión Galán, que en 1976 emitió durante algún tiempo una serie de programas desde Santoña, Santander, y los de algunas comunidades locales o comunidades de vecinos que intentaron desa-

rollar una política de hechos consumados (Martínez Albertos, 1982: 144).

Durante toda la etapa de Suárez al frente del Gobierno, y aunque algunos ministros externan sus simpatías por la televisión privada, no se produce un pronunciamiento oficial al respecto. Ello no obstante, las iniciativas de algunas personas y grupos económicos interesados en la explotación de un canal de televisión siguen desarrollándose. Como muestra valga un botón: una empresa, denominada Promotora de Televisió Catalana, S.A., realiza en 1977 una campaña de suscripción de acciones con un éxito inmediato: Poco menos de mil accionistas aportan un capital inicial de más de doscientos millones de pesetas (Molina y Compte, 1982: 55).

El 12 de diciembre de 1978, el grupo Antena 3, S.A. se convierte en la primera empresa peticionaria de un canal de televisión al solicitar formalmente ante el Ministerio de Cultura permiso para poner en marcha una emisora privada de televisión. La petición se convertiría en el inicio de un largo proceso judicial, al que el Tribunal Constitucional pondría punto final con sus sentencias número 12, de 31 de marzo de 1982, y número 74, de 7 de diciembre de 1982.

Todos los intentos, ya sean individuales o grupales, por instalar y explotar, aun rudimentariamente, emisoras televisivas van a desarrollarse con una gran cobertura y apoyo de los medio perio

dísticos -principalmente prensa escrita- interesados en la puesta en funcionamiento de canales privados de televisión.

"La estrategia privatizadora se basará en dos ejes de actuación: los ataques continuos al servicio público de televisión identificando los vicios del monopolio con el concepto de "servicio público"; el otro eje consiste en presentar la privatización como sinónimo de pluralismo" (Prado, 1986: 180).

1.2.5.4. Escándalo de las finanzas de RTVE.

"Paralelamente a las nuevas estructuras que se estaban conformando a nivel oficial, un Comité Anticorrupción, elegido por los trabajadores, haría las denuncias pertinentes al medio televisivo, confirmadas y ampliadas, en julio de 1978, por Hacienda, en una inspección de la gestión financiera de RTVE" (Molina i Compte, 1982: 40).

La auditoría, encargada por el ministro de Hacienda de entonces, Fernández Ordóñez, y realizada por la Intervención General del Estado, iba a levantar una gran polvareda en la sociedad española, tanto más cuanto que sus resultados -que no consiguieron ser ocultados por la Administración- se pregonarían a los cuatro vientos con lujo de detalle por parte de aquellos sectores -principalmente periodísticos- interesados en preparar el camino para la aprobación de la televisión privada en España.

De acuerdo con la citada inspección, que recogía todo el período de Ansón y de Fernando Arias Salgado al frente de RTVE, y cuyo informe se publicaría en "El País" del 20 al 27 de enero del 80, la situación de la televisión pública española no era demasiado digna de ser envidiada, ni tan siquiera por el principal canal estatal mexicano. 13/

"Según desveló la citada auditoría, no se conocía el número de trabajadores en plantilla, había faltas de contabilidad, inexistencia de control de los deudores de TVE y un desconocimiento del volumen real del patrimonio propiedad de TVE. La jornada de trabajo de la plantilla era la más baja de todas las televisiones europeas y no existía control de las retribuciones del personal, de forma que algunos trabajadores cobraban dos sueldos, uno de TVE y otro de Radio Nacional de España (RNE), empresas ambas pertenecientes al ente. También había ausencia general de control en lo que se refiere a las producciones, y se descubrieron contratos de producción firmados con posterioridad a la realización del programa" (Costa, 1986: 323).

La corrupción en el ente público campaba por sus respetos. Prácticas como la justificación simulada de pagos, las recepciones simuladas en los almacenes, los pagos encubiertos, etc., estaban a la orden del día. RTVE terminaba la década de los setenta sacando a la luz pública una pequeña muestra de la gran cantidad de trapos sucios acumulados a lo largo de toda la etapa de vigencia del modelo autoritario de televisión.

1.2.6. Visión general de este período.

La declaración por parte del Gobierno de la República del monopolio del Estado sobre la televisión se hace cuatro años antes de que las tropas franquistas triunfen sobre las republicanas en la Guerra Civil Española, y con veintiún años de antelación a que el nuevo medio audiovisual comience sus transmisiones de manera regular, en pleno régimen autoritario.

Durante la larga noche de la dictadura -y por inercia histórica, durante varios años del período de transición democrática subsiguiente-, TVE va a ser "ofrecida aunque casi nunca utilizada como servicio

público" (López, 1986: 70). A este respecto, Molina y Compte (1982: 39) nos habla del

"profundo carácter alienante que ejercía el monopolio de Televisión Española; monopolio de la palabra que no permitía ningún intercambio, ninguna respuesta frente al carácter antimedidor de la manipulación sin límites".

Según Ricardo Amann, la situación de la televisión española durante el proceso de transición democrática tiene bastantes similitudes con la imperante en la televisión estatal mexicana. Y ello porque

"el hecho (de) que una gran parte en la población en ambos países sea marginal, acrecienta la tendencia autoritaria de los regímenes. Para completar el control político de la población, los dos regímenes "democráticos" utilizan sistemas de comunicación los cuales a pesar de ser diferentes (...) permiten una combinación de censura y de tolerancia. Las opiniones divergentes son toleradas (más en España que en México) mientras sean minoritarias limitadas a un ámbito reducido" (Amann, 1981: 88).

Terminamos la caracterización de esta primera etapa de modelo autoritario de televisión incluyendo el "juicio valorativo" que de la misma emite, muy acertadamente, un catedrático de la Universidad Complutense de Madrid:

"durante este tiempo, Televisión Española ha sido una televisión privada por sus fines y sus objetivos, aunque utilizando para estos fines privados el presupuesto del Estado, el patrimonio público.
"La situación de una televisión privada utilizando fondos públicos es un hecho muy repetido en todos aquellos regímenes políticos de corte autoritario, donde hay una gran indeterminación entre lo que es el campo público y el campo privado. Los gobernantes, sean los que sean, tienden a utilizar los dineros públicos, el Estado en general, como si fuera una finca particular suya, utilizándola para sus propios fines. Durante el tiempo que nos ocupa, es evidente que la televisión ha estado al servicio de los intereses concretos de los diferentes gobiernos que se fueron sucediendo. En este sentido es correcta la afirmación,

repetidamente hecha por el Partido Comunista de España, de que la Televisión Española ha sido en realidad una televisión privada" (Martínez Albertos, 1982: 142).

1.3. Segunda etapa (1980 - actualidad): Transición hacia un modelo democrático.

"La televisión como aparato de propaganda fuertemente jerarquizado y centralizado, a imagen del Estado, sobrevivirá por tanto más allá de las fórmulas democráticas" (Bustamante, 1986: 254).

Es ésta la razón por la que el Estatuto que regula el funcionamiento democrático estilo europeo (en cuanto a autonomía de gestión, control, acceso y descentralización) de la radio y la televisión públicas tardó nada menos que cinco años en ser promulgado tras el fallecimiento del dictador, y por la que aún se tuvo

"que esperar un año más para que las previsiones de la nueva ley se empezaran a cumplir con la creación del Consejo de Administración y el nombramiento de Fernando Castedo como primer director general estatutario" (Costa, 1986: 321), el 8 de enero de 1981.

Los obstáculos a la democratización de la televisión pública no han provenido únicamente de las fuerzas políticas conservadoras. El abrumador triunfo electoral socialista de octubre de 1982 no supuso en absoluto un cambio radical en el sentido de que el poder decidiera tomar medidas para transformar la televisión, para adaptarla a las nuevas estructuras sociales y tecnológicas. Antes al contrario, se demostró fuera de toda duda que

"la televisión no es nunca en España un elemento dinamizador de los cambios sociales o modernizador de la sociedad, sino un elemento moderador del cambio social y adaptado a estructuras sociales precedentes" (López, 1986: 73).

El análisis cronológico de estos ocho años de transición de un modelo dictatorial a uno democrático de televisión, que a continuación se realiza, así como los siguientes capítulos del presente trabajo ilustrarán perfectamente este hecho.

1980.

10 de enero. Las Cortes aprueban, con gran consenso, el "Estatuto Jurídico de Radio y Televisión". La norma tiene su origen en el artículo 20, apartado tercero, de la Constitución de diciembre de 1978, que establece que

"la ley regulará la organización y control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público, y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España".

Los puntos más destacados del nuevo Estatuto son, entre otros, los siguientes:

- Declaración de la radio y la televisión como "servicios públicos esenciales", en base al artículo 128 de la Constitución.

- Reserva de la televisión al sector público.

- Creación de una entidad de derecho público (u organismo autónomo) para que gestione el servicio público.

- Consideración del acceso como un derecho de "los grupos sociales y políticos significativos", y
- Concesión de la "posibilidad de establecer un canal de televisión de titularidad estatal para el ámbito territorial de cada Comunidad Autónoma", según se afirma en el preámbulo.

Este último punto tiene su base jurídica en

"El título octavo del texto constitucional (que) consagra un nuevo modelo de organización del Estado, y aunque en el artículo 149 de dicho título el Estado se reserva para sí la normativa básica sobre medios de comunicación, el 150 abre la posibilidad de transferir a las Comunidades Autónomas las facultades correspondientes a materia de titularidad estatal" (Villafañe, 1986: 187-188).

El proceso iniciado en España tras la aprobación del Estatuto es la historia de la lucha por pasar de un modelo televisivo autoritario a otro de corte democrático, de la manipulación gubernamental a un verdadero control público; la lucha por democratizar las estructuras ejecutiva y de control en RTVE.

"La aplicación del nuevo Estatuto iba a significar un considerable recorte de los poderes del Ejecutivo, pues daba autonomía al ente público y se le atribuían amplias funciones de control al Parlamento" (Costa, 1986: 327).

5 de agosto. El Boletín Oficial del Estado publica un decreto gubernamental por el que se desarrolla el Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión. De acuerdo con su articulado, se constituyen sociedades anónimas para cada una de las tres sociedades integradas en el ente público RTVE (TVE, RNE y RCE -Radiocadena Española-), y se obliga a éstas a inscribirse en el Registro Mercantil.

1981.

8 de enero. Fernando Castedo, miembro del ala más progresista de UCD, es nombrado director general de RTVE. La puesta en práctica del Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión se hace con este año de retraso debido al clima de tensión política reinante por estas fechas.

23 de febrero. La crispada situación política alcanza su clímax con el intento frustrado de golpe de Estado de Tejero y sus hombres, que pretenden acabar con el sistema democrático. RTVE muestra en esta ocasión, por enésima vez, su talón de Aquiles: su completa sujeción a las directrices del poder ejecutivo.

La etapa de Castedo al frente de RTVE, la transformación, ya sea parcial, del modelo televisivo existente se convierte, como el tejerazo, en un abortado intento:

"(...) la ruptura del cordón umbilical con el gobierno, que, por otro lado, sólo significaba el cumplimiento de las previsiones estatutarias no fue bien digerido por los poderes fácticos en aquel momento de tensión política creciente" (Costa, 1986: 328), y de comienzo del desmembramiento de la Unión de Centro Democrático.

"Las dimisiones que a partir de este momento se produjeron y las polémicas que suscitaron ciertos contenidos en la programación permiten suponer que las presiones del ala más conservadora de UCD tendieran a monopolizar el ente público con fines electorales dado el período en que se producen los cambios más significativos" (Molina i Compte, 1982: 49).

Efectivamente, el retroceso a prácticas pre-estatutarias explica el que desde enero de 1981 hasta diciembre de 1982 se sucedieran nada menos que cinco directores generales al frente de RTVE 14/, y el que dos de ellos -Fernando Castedo y Robles Piquer- fueran destituidos por el Gobierno en intervalos de nueve meses por discrepancias políticas 15/.

Pero el medio ambiente político no va a influir sólo en la actitud ucedista respecto a la televisión pública, sino que también en lo relativo a la privada. De hecho,

"si durante el último mandato legislativo no se dio luz verde a la televisión privada, fue porque UCD, el partido del gobierno, estaba profundamente dividido respecto al tema" (Costa, 1986: 331).

Así por ejemplo, el intento del ministro de la Presidencia del Gobierno de Leopoldo Calvo-Sotelo, Pío Cabanillas, de regular la televisión privada por decreto-ley encontró una seria oposición de varios ministros del Gabinete, que no estaban de acuerdo con la fórmula jurídica escogida 16/.

Julio - agosto. Desarrollo, principalmente por parte de los medios periodísticos impresos que sostienen a la sociedad "Antena 3", de

"una campaña de intoxicación informativa que intentó hacer creer a los lectores de los más importantes diarios del país que la aprobación de la televisión privada era cuestión de pocos días" (Costa, 1986: 330).

7 de agosto. El grupo "Antena 3, S.A.", primera empresa peticionaria de un canal privado de televisión al haber solicitado el correspondiente permiso ante el Ministerio de Cultura el 12 de diciembre de 1978, inicia los trámites previos a la demanda de amparo ante el Tribunal Constitucional, una vez agotada la vía judicial ante la Audiencia Nacional y el Tribunal Supremo.

Septiembre. El Consejo de Estado emite "un dictamen favorable a la vía del decreto gubernamental" para regular el funcionamiento de emisoras privadas de televisión, de acuerdo con el proyecto de Pío Cabanillas. En el texto de la resolución se prevén, "como futuros desarrollos legislativos, la elaboración de un plan técnico sobre disponibilidad de frecuencias y cobertura de canales y la convocatoria de concurso para la concesión de licencias de emisoras" 17/.

"Pocos días después de conocerse el dictamen del Consejo de Estado", se hace "público el contenido del proyecto de decreto", que Matías Rodríguez Inciarte -sucesor de Pío Cabanillas al frente del Ministerio de la Presidencia- ha preparado durante el verano de 1981, y que "promulga el régimen correspondiente a la gestión indirecta de los 'servicios públicos esenciales' de la radiodifusión y la televisión" 18/.

Mientras tanto, el Consejo de Estado ha modificado su opinión, inclinándose por la fórmula del proyecto de ley. A Rodríguez Inciarte sólo le queda el "recurso de continuar adelante con el proyecto de Pío Cabanillas o esperar a que el Tribunal Constitucional

dicte sentencia". Y esta última es la fórmula escogida 19/.

Octubre. El Tribunal Constitucional declara admitido el recurso (demanda de amparo) que la sociedad "Antena 3" ha planteado dos meses antes ante dicho Tribunal, en petición de derecho de antena 20/.

1982.

31 de marzo. El máximo tribunal dicta la sentencia que pone fin al proceso judicial iniciado en diciembre de 1978 por el grupo "Antena 3, S.A.", y de paso corta

"en seco las maniobras del Gobierno de Calvo Sotelo para inventarse un marco administrativo que permitiera al poder ejecutivo, en una complicada maniobra electoral, conceder graciosamente por decreto emisoras privadas de televisión a grupos política o ideológicamente afines al centrismo" 21/.

"La llamada televisión privada (afirma la sentencia, que se vería complementada con la número 74 de 7 de diciembre del mismo año) en cuyo favor postula la Sociedad Antena 3, S.A., no está necesariamente impuesta por el artículo 20 de la Constitución. No es una derivación necesaria del artículo 20, aunque como es obvio, no está tampoco constitucionalmente impedida. Su implantación no es una exigencia jurídico-constitucional, sino una decisión política, que puede adoptarse dentro del marco de la Constitución".

Tras considerar constitucional la declaración que el Estatuto de 1980 hace de la radio y la televisión como "servicios públicos esenciales", el Tribunal señala que ello no prejuzga el monopolio de su gestión por un ente público, pero que la gestión por empresas privadas de esta actividad "requiere una decisión del legislador y un

desarrollo legislativo que el Tribunal no puede suplir". Y recuerda que "la forma normativa del acuerdo parlamentario tendría que ser una ley orgánica, en la medida que afecte al desarrollo de algunos de los derechos constitucionalizados en el artículo 20" 22/.

A partir de este momento, y cuando ya "distintos grupos ligados a personas o empresas relacionadas con el mundo de la comunicación" habían solicitado de forma oficial "alrededor de treinta emisoras de televisión privada" 23/, el "PSOE, que desde la oposición mantenía a ultranza la defensa del monopolio estatal, se pronunció a favor de una sola ley orgánica para la regulación de esta materia 24/.

28 de abril. El Gobierno envía al "Congreso dos proyectos de ley para introducir y regular la televisión privada. El primero contemplaba la regulación del ejercicio de la libertad de expresión a través de la radiodifusión y televisión (...). El segundo proponía un concurso para otorgar licencias de radios y televisiones privadas" 25/.

La propuesta del ministro de la Presidencia, Matías Rodríguez Inciarte, es la de que fueran preferentemente las empresas de comunicación ya existentes las concesionarias de la "gestión indirecta del servicio público"; que ésta se realizara por el cuarto canal, último de los que tiene reservados España de acuerdo con la Convención de Estocolmo, y que el tercer canal se reservara para las Comunidades Autónomas. Para ello, el Gobierno fragmentaría el cuarto canal "o banda de frecuencias en seis o siete zonas territoriales para o-

tras tantas concesiones a empresas privadas de televisión", y concedería "un número indefinido de otras emisoras privadas de televisión que tendr(í)an cobertura exclusivamente local" 26/.

Sin embargo, "ambos proyectos fueron duramente criticados por los grupos socialista y comunista y no llegaron a debatirse 27/, por disolución de las Cámaras.

28 de octubre. Cambio radical en el panorama político español al ganar los socialistas las Elecciones Generales y conseguir mayoría absoluta en el Parlamento.

El triunfo de Felipe González trae "consigo un paréntesis en la ofensiva contra el monopolio de la televisión pública. El PSOE ha ba anunciado que el fortalecimiento de la RTVE era su principal prioridad en este terreno" (Costa, 1986: 333), y había ofrecido durante la campaña electoral

"'la televisión del cambio', con supresión progresista de los ingresos por publicidad -por lo alienante que ello resultaba- y con saneamiento económico interno, ofreciendo al propio tiempo una programación lúdica, cultural y progresista" (Baón, 1986: 94).

El encargado de instrumentar esta política sería José María Calviño, quien es nombrado director general de RTVE tras haber sido hasta ese momento miembro del Consejo de Administración del ente pú blico.

En cuanto a la televisión privada, el Programa máximo del PSOE no era partidario de ésta, sino que, antes al contrario, "abogaba

por la televisión únicamente estatal; (sin embargo) más tarde tal concepción varió (...) hasta el punto de consentir la televisión privada con arreglo al modelo seudoprivado de la ITV inglesa" (Baón, *ibíd.*), aunque, bien es verdad, sin considerarla prioritaria en extremo.

~~Diciembre~~. Empieza a emitir, sin autorización, Euskal Telebista, el autodenominado "cuarto canal" vasco. Nueve meses después llevaría a cabo sus primeras emisiones experimentales TV-3, el canal autonómico catalán.

Ambos goles al gobierno central son posibles dada la extrema debilidad por la que atraviesa la Unión de Centro Democrático en 1982, que obliga a Calvo-Sotelo a establecer alianzas parlamentarias con las minorías vasca y catalana. Los gobiernos de estas dos Comunidades Autónomas aprovecharon la oportunidad para "dentro del vacío legal más absoluto" llevar a cabo "la realización material de la infraestructura de sus respectivas televisiones, conscientes de la improbabilidad de una llamada al orden por parte del gobierno central" (Villafañe, 1986: 188).

Meses antes se había instalado el primer sistema de televisión por cable de España, en Vilada, una localidad catalana de la comarca del Berguedà, con 600 habitantes. El sistema de teledistribución (CATV) ofrece la posibilidad al usuario de estas latitudes pirenaicas "de utilizar 30 canales distintos a elegir, así como la frecuencia modulada para radio (...) y permite también disponer de un cir-

cuito cerrado para el municipio" 28/ donde poder realizar programaciones de tipo local.

No obstante lo anterior, los primeros intentos por instalar en el país ibérico la televisión por cable habían tenido lugar en agosto de 1972, fecha en que "se firmaron unos acuerdos entre la Dirección General de Radiodifusión, TVE y la Compañía Telefónica Nacional de España (CTNE) para la puesta en marcha de una red" (Costa, 1986: 334). Entonces "las pruebas de señal fueron positivas, pero el plan quedó frenado sin que en realidad se hayan dado a conocer las causas" (ibíd.: 335).

1983.

13 de enero. El Grupo Popular, principal partido parlamentario de oposición, que dirige el ex-ministro franquista Manuel Fraga Iribarne, presenta en el Congreso de los Diputados una proposición de ley orgánica para autorizar la televisión privada.

30 de mayo. Se promulga la Ley de Creación de la Corporación Catalana de Radio y Televisión.

15 de julio. Dentro de los continuos intentos de diversos grupos económicos (principalmente periodísticos) por desarrollar una política de hechos consumados respecto a la televisión privada, inaugura sus emisiones desde Mallorca la televisión clandestina "Onda Blúmini". El objetivo declarado de los organizadores es "apoyar la librevisión" y "seguir la lucha en favor de la libertad de ondas, como ya intenta-

ron hacer antes las televisiones independientes de Cardedeu, Coria, Alaró, Lloret, etcétera". (Pasarón, 83: 42).

El hecho se desarrolla en medio de comentarios sobre un posible "pacto aceptado por el Gobierno Civil de Baleares para permitirles emitir durante un par de días y luego cerrar" (ibíd.).

10 de septiembre. Primeras emisiones experimentales de TV-3, el canal de la Generalitat de Cataluña.

13 de octubre. En el contexto de la amplia cobertura periodística a todo acontecimiento -por mínimo que sea- que ayude a "demostrar" que, como afirma Martínez Albertos (1982: 144), "poner en marcha una emisora de televisión en España es relativamente fácil, e incluso ba rato", aparece publicada en la prensa del día una nota firmada por Alfredo Relaño y titulada: "El pueblo sevillano de Peñafior cuenta con televisión privada" 29/.

En ella el promotor de Tele-Sergio, el señor Sergio Carranza, afirma que emitir diariamente entre seis y diez horas, como él hace, "es fácil". Y explica el funcionamiento de su "televisión privada": "Tengo un vídeo clásico conectado a un preamplificador, luego a un amplificador y finalmente a una antena emisora".

26 de diciembre. Tras discrepancias respecto a la interpretación de lo establecido en los Estatutos de Autonomía entre el Gobierno Central y las Comunidades Autónomas (principalmente vasca y catalana), es aprobada finalmente la "Ley Reguladora del Tercer Canal de Televi-

sión". Con ella "se abrió la puerta a las distintas autonomías y se legalizó la situación de las televisiones vasca y catalana, Euskal Televista y TV-3, que estaban emitiendo desde diciembre de 1982 y septiembre de 1983 sin autorización" 30/.

Mientras tanto, hay que destacar el crecimiento del número de pequeñas emisoras de ámbito local, sobre todo en cataluña, donde el número de ellas se acerca a 100, y que en general se plantean como finalidad el desarrollo de la televisión comunitaria" (Costa, 1986: 334).

1984.

Enero. Dan inicio las emisiones regulares de la televisión autonómica catalana, TV-3.

Mayo. "El Instituto Nacional de Técnicas Aeroespaciales (INTA), de España, firmó un contrato con la ESA ("que trabaja en los proyectos Ariane, H-Sat y L-Sat") para realizar un estudio técnico en relación a la preparación del lanzamiento del SDD (satélite de difusión directa) español en el marco de lo que se ha denominado oficialmente "Sistema Español de Radiodifusión directa por Satélite". Se prevé que el SDD ocupará su órbita geoestacionaria sobre el Océano Atlántico y tendrá un peso aproximado de unos 2200 kilogramos. Pero, de todas formas, en nuestro país no habrá satélite de difusión directa por lo menos hasta después de 1990" (Costa, 1986: 336).

Diciembre. El XXX Congreso del Partido Socialista Obrero Español, en el Gobierno, se pronuncia, aunque de forma aún poco explícita, a

favor de la implantación en España de emisoras privadas de televisión. La primera manifestación oficial del PSOE en este sentido que da recogida en la conclusión 99, dentro del capítulo "Desarrollar la libertad de expresión". En él se puede leer lo siguiente:

"(...) El principio que guiará el nuevo ordenamiento, de acuerdo con las teorías progresistas señaladas anteriormente, debe subrayar la función social de estos medios (se refiere a las nuevas tecnologías de televisión y radiodifusión) y su contribución al pluralismo informativo y al enriquecimiento del derecho a la información de todos los ciudadanos, cualquiera que sea la titularidad de los nuevos medios de comunicación (...)" (Citado en Baón, 1986: 95).

1985.

Primavera. El Gobierno aprueba el segundo anteproyecto de la futura "Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones" (LOT). Según Pere-Oriol Costa (1986: 345),

"los puntos más significativos del anteproyecto de ley que debe discutir el Parlamento son los siguientes:

1. Reafirma el carácter de servicio de la televisión.
2. Mantiene la adjudicación a RTVE de los servicios de radiodifusión estatales.
3. Confirma a las Comunidades Autónomas su derecho a crear y mantener un tercer canal público de televisión.
4. Acepta implícitamente el derecho de las Corporaciones Locales a tener su propio servicio de radio y televisión.
5. Establece la posibilidad de conceder la emisión de televisión a empresas privadas como "gestoras indirectas del servicio público".
6. Prohíbe la emisión en cadena de quienes ostenten concesiones de televisión sin haber sido autorizados previamente.
7. Establece que las concesiones de televisión serán como mucho de diez años".

24 de julio. Inicia sus transmisiones la "Compañía de Radiotelevisión de Galicia", que desde entonces emite diariamente una programación en gallego.

~~Septiembre~~. Presidencia del Gobierno realiza el primer borrador de un proyecto regulador de la televisión privada.

1986.

Abril. El Consejo de Ministros aprueba el día 4 un proyecto de ley para la televisión privada, autorizando tres canales privados. A pesar de que los principales partidos de oposición consideran negativo el nuevo proyecto y las empresas interesadas estiman insuficiente el número de canales, el proyecto es aceptado como base de discusión. Sin embargo, la disolución de las Cámaras y la convocatoria de elecciones anticipadas el 22 de abril impiden que el proyecto llegue al Parlamento 31/.

Entretanto, los Parlamentos de algunas Comunidades Autónomas, como los de Baleares y Madrid, han aprobado ya su Ley de Creación de un canal de televisión propio.

1987.

Comienzos. Tras un recurso de los vídeos comunitarios de Sevilla, el Tribunal Supremo reconoce esta actividad como algo distinto a la televisión, por tratarse de distribución por cable de material audiovisual previamente grabado.

Para entonces, nada menos que "700.000 casas españolas -de todas las regiones, pero sobre todo de Andalucía- estaban abonadas,

por cuotas mensuales de 500 a 1000 pesetas, a una programación por cable que les era suministrada por unas 300 empresas diferentes" 32/.

6 de marzo. El Consejo de Ministros aprueba el proyecto de Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT) y acuerda remitirlo a las Cortes. "El proyecto, aunque no hace referencia directa a la explotación de los servicios de televisión privada (...), establece, sin embargo, un marco técnico y jurídico donde podrá tener cabida la televisión como un servicio de telecomunicación de titularidad estatal que podría ser objeto de concesión" 33/.

23 de marzo. Aparece por primera vez la programación de "Teleelx", emisora privada de televisión por cable que habrá de convertirse "en el medio de comunicación más importante e influyente de la tercera ciudad del País Valenciano en número de habitantes" 34/.

La empresa promotora de la idea, "Elche Comunicación, S.A.", había presentado previamente en el Ayuntamiento ilicitano un proyecto técnico para cablear la ciudad tras la sentencia de los tribunales Constitucional y Supremo sobre los vídeos comunitarios. La corporación, en la que el PSOE tiene mayoría absoluta, no encontró motivos para negar la licencia dado el vacío legal existente y, como opinan algunos, dado el hecho de que el principal consejero delegado de Elche Comunicación, S.A. es socialista...

Teleelx, que comienza con una programación cargada de películas, va a introducir en ella progresivamente un mínimo de producción propia, principalmente dos informativos. Para noviembre de este año, la emisora llega a diez mil hogares, que, previo pago de una cuota mensual de mil pesetas, reciben a través del cable cuatro horas de teletexto y doce horas y media de programación 35/.

Para entonces también, algunos empresarios de videoclubes de la localidad que habían notado pronto en su facturación la competencia de Teleelx, crean "Ilicitana del Vídeo", que comienza a colocar sus propios cables y a transportar por ellos una programación en la que hay también informativos. "Curiosamente", Jesús Sánchez Oliva, gerente de esta nueva empresa, pertenece también al PSOE 36/.

3 de abril. El Consejo de Ministros acuerda "remitir a las Cortes Generales el proyecto de ley sobre la televisión privada, que contempla tres canales" 37/.

"Desde diciembre de 1983, el presidente del Gobierno y el portavoz gubernamental, Javier Solana, habían anunciado en siete ocasiones que la autorización de la televisión privada estaba próxima o era inminente" 38/.

"La elaboración del proyecto (...) fue acelerada repentinamente a principios de (...) año, poco antes del debate parlamentario sobre el "estado de la nación", en el que Felipe González se comprometió a aprobarlo antes de que finalizase marzo" 39/.

23 de abril. El portavoz adjunto del Grupo Popular en el Congreso de los Diputados, Luis Ramallo, anuncia que "Alianza Popular (AP) presentará en la Cámara un texto alternativo al enviado por el Gobierno para regular la televisión privada" 40/.

Noviembre. En medio de plenas disquisiciones sobre la regulación de la "gestión indirecta del servicio público", el ex-director general de RTVE, José María Calviño, hombre cercano al vicepresidente del Gobierno Alfonso Guerra, anuncia que a partir del primero de enero de 1988 los españoles podrán ver un canal privado de televisión.

El propósito de los grupos económicos impulsores del Canal 10 es comenzar a emitir en enero y llegar a todo el país en tres años. La captación del público televidente se hará en un principio transmitiendo películas-gancho.

Con objeto de "no infringir la legalidad", Canal 10 "realizará sus emisiones desde Londres, con lo cual, al trabajar desde fuera de España, no tendrá(n) que esperar a la aprobación de la ley reguladora de la televisión privada y no deberá(n) atenerse a las obligaciones que marque este articulado" (Mellado y Perales, 1987: 25).

El anuncio del nuevo canal provoca una generalizada reacción negativa por parte de los grupos económicos interesados en la autorización del funcionamiento de emisoras privadas, que van a acusar al Gobierno socialista de haber realizado lo que en México se deno-

mina un "madruguete": poner en marcha un canal privado antes de que la legislación respectiva se haya aprobado, aprovechando para ello la trampa de un decreto reciente. El hecho de que la gestación del proyecto de Calviño haya sido muy largo y muchas instancias oficiales la conocieran sin tomar medida alguna, aviva las sospechas sobre el irregular manejo del asunto por parte de los socialistas.

Las emisiones del Canal 10 no son, sin embargo, las primeras en español que Europa va a poder captar, vía satélite, en un cortísimo plazo. Por estas fechas se anuncia que TVE va a firmar en breve un convenio con la Telefónica gracias al cual los europeos podrán recibir las imágenes de la televisión pública española con sus antenas parabólicas. El primer programa en ser emitido de esta forma será el especial de fin de año, que realizará la directora general del Ente Público, Pilar Miró 41/.

Y también en estos días, los vídeos comunitarios, que agrupan a más de un millón y medio de telespectadores, anuncian que comenzarán a emitir sus programas de forma simultánea, con lo que crearán de hecho una "cadena de televisión por cable". La decisión se produce cuando el Senado ha aceptado una enmienda del Grupo Socialista al artículo 25 de la LOT por la que se prohibirá el tendido de cables aéreos -imprescindible para que los vídeos comunitarios sean rentables a las empresas que los comercializan-, y coincide también con la entrada en vigor de la Ley de Propiedad Intelectual, que obliga a obtener previamente los derechos de emisión de producciones audiovisuales.

10 de diciembre. El Ministro de Cultura y portavoz del Gobierno, Javier Solana, afirma en el programa televisivo "Debate" que en un año o año y medio estará preparada la red terrestre y podrán comenzar a emitir las televisiones privadas 42/.

18 de diciembre. La Ley 31/1987, de Ordenación de las Telecomunicaciones, es aprobada finalmente con la práctica totalidad de características básicas propuestas en el segundo anteproyecto socialista (ver "primavera 1985").

22 de diciembre. El Congreso aprueba totalmente la normativa reguladora de la televisión privada con la votación de la ley orgánica sobre publicidad electoral en emisoras privadas, con la opinión contraria de Alianza Popular (AP), el Partido Demócrata Popular (PDP) y el Centro Democrático y Social (CDS). "Esta ley equipara la televisión pública con las cadenas privadas en lo referente a la publicidad política durante la campaña electoral". La ley de la televisión privada deberá debatirse ahora en el Senado antes de volver al Congreso, donde se aprobará definitivamente 43/.

1988

Febrero. Televisión Española retrasa hasta el mes de junio la anunciada puesta en servicio de un sistema de teletexto denominado Telecinco, que desde 1982 estaba técnicamente en condiciones de ser implantado. Mientras tanto, la Compañía Telefónica sigue preparando la introducción del vídeotexto.

14 de abril. La Ley de la Televisión Privada es aprobada definitivamente en el Congreso de los Diputados, con los únicos votos a favor del Partido Socialista Obrero Español.

La norma desagradada, por restrictiva, a los empresarios interesados en la explotación de canales privados, y no convence a la oposición parlamentaria. Tan es así, que el Grupo Popular, el Grupo Vasco, la Minoría Catalana y algunos diputados del Grupo Mixto expresan su intención de presentar un recurso de inconstitucionalidad contra el texto aprobado.

Hacia tiempo que se venía acusando al gobierno de "gubernamentalizar" TVE al hacer girar caprichosamente la información política en favor de los planteamientos socialistas (Baón, 1986: 106); o, en otra línea, de implementar una política en lo audiovisual semejante a la desarrollada en otros "terrenos de la vida económica y social", en el sentido de limitarse "a realizar los cambios, los ajustes que en una buena lógica hubiera correspondido a gobiernos de la derecha democrática" (Bustamante, 1986: 254). Pues bien, ahora se va a atacar a los socialistas por no dejar que las segundas elecciones que convoquen desde el poder "estén animadas por otras televisiones que no sean las suyas" 44/, entendiéndose por "las suyas" el canal de televisión por satélite de Calviño y la televisión pública de Pilar Miró --sucesora de éste al frente de la dirección general de RTVE--. Ello, a pesar de que el portavoz del Gobierno afirma reiteradamente que "es voluntad del Gobierno que las concesiones estén hechas antes de las elecciones generales".

Un editorial del diario madrileño "El País", publicado al día siguiente de que la ley que nos ocupa fuera aprobada, resume claramente las reticencias de empresarios y oposición ante su texto. En el mismo, bajo un título nada ambiguo ("Televisión muy poco privada"), se puede leer lo siguiente:

"(...) la permanencia en éste (el poder) cobra su precio. Retirado el primer borrador, convocadas nuevas elecciones y afianzados los socialistas en el machito, el marco legal -ya irremisiblemente tardío- ahora aprobado para la televisión privada está penetrado de una obsesión reglamentista, lleno de cautelas ante lo nuevo y plagado de deseos de control. Los intereses políticos han viciado de origen ese proyecto, destinado a que el Gobierno no sólo controle la televisión pública, sino también la privada" 45/.

CAPITULO II

TERMINOS DEL DEBATE DE LA TELEVISION PRIVADA EN ESPANA

La polémica en torno a la televisión privada se suscitó en España con bastante retraso en relación a la mayoría de las naciones europeas. Mientras que en éstas el debate sobre el modelo televisivo del futuro se plantea en los cincuenta, en el país ibérico habrá que esperar dos décadas para que el mismo tenga lugar. La existencia del régimen dictatorial va a ser la principal causa de la diferente evolución de los acontecimientos también en este terreno.

"En 1955, el viejo continente estaba entrando en una fase de crecimiento económico espectacular. El trauma de la guerra quedaba atrás, y aquellas condiciones que permitieron que el Estado se reservara la televisión sin que apenas nadie protestara desaparecieron. En la segunda mitad de los años cincuenta ya no hacían falta grandes estudios económicos para advertir que una televisión privada de estilo americano podía constituir un gran negocio en cualquiera de los países europeos donde el nuevo medio llevaba algunos años de implantación. En consecuencia, las campañas para privatizar la televisión, o al menos para suprimir el monopolio, se produjeron en la mayoría de los países. Sus animadores eran, generalmente, personas ligadas a los sectores de servicios -sobre todo a la publicidad- de ideología liberal o conservadora" (Costa, 1986: 63).

España, como decimos, constituye una excepción en el ámbito europeo. En primer lugar, porque su situación económica no es en los cincuenta ni mucho menos tan boyante como la de casi todo el Occidente Europeo (recordemos que el Plan Marshall no la incluyó en absoluto dentro de la lista de países beneficiados, como castigo al régimen político imperante), por lo que los potenciales beneficios económicos de su explotación en esos años no son tan suculentos como para levantar firme presión por parte de aquellos sectores sociales con recursos; y en segundo lugar, porque -aun cuando las circunstancias económicas comiencen a ser más prometedoras, allá por los sesenta- el interés del sistema por conservar en sus manos el principal instrumento de construcción de la hegemonía es tan meridiano que

"(...) el capital privado, el poder económico que formalizaba en este mismo período alianzas con el Estado en otros medios de comunicación como la radio, respetará escrupulosamente esa reserva exclusiva del poder político" (Bustamante, 1986a: 253).

De ahí que haya que esperar hasta el deceso del dictador para que los argumentos en favor o en contra del sistema mixto de televisión comiencen a salir a la luz pública, espoleados, entre otros factores, por el hecho de que en el proceso de transición de la dictadura a la democracia la televisión va a ir "apareciendo ya como el centro de las grandes confrontaciones políticas" (ibíd: 252).

El debate en torno al modelo televisivo del futuro español "no ha cesado de desarrollarse en los últimos años a medida que la llegada de la democracia lo ha permitido y lo ha hecho lo más necesario", y ello "tanto por razones políticas y culturales como por sordidas razones de negocio" (Claudín, 1986: 14-15).

La característica principal de este contraste de pareceres ha resultado ser, como veremos a continuación, el haberse desplegado

"en un marco intencionadamente limitado. (...) no ha sido casual el que tal debate se haya ceñido a la confrontación entre modelos de economía de mercado y modelos de control estatal. Y toda la polémica referida de forma continuada a las servidumbres técnicas que una opción u otra obliguen a aceptar"(Martínez Reverte, 1986: 17).

Se ha escamoteado así, frecuentemente, un terreno de la discusión: "cada uno de los modelos de televisión depende de una opción ideológica, de una opción política y, sólo al final, de unas posibilidades técnicas y unas decisiones presupuestarias" (ibíd: 18); y,

dentro de los defensores de una misma postura, se han desarrollado argumentaciones a menudo contradictorias entre sí, al hilo de los intereses de cada momento, no importando sacrificar una visión global y racional del tema en aras de una mayor eficacia coyuntural.

A continuación hacemos un recuento de los principales razonamientos esgrimidos a lo largo de los últimos años a favor y en contra de la implantación de la televisión privada en España.

2.1. Razones arquídas en favor de la implantación de la televisión privada.

2.1.1. Desarrollo de derechos y libertades fundamentales (libertad de antena, de empresa, de expresión y de información).

Es éste, con toda seguridad, el principal caballo de batalla empleado por los defensores del otorgamiento de canales televisivos a particulares, pues "la dictadura nos llevó a sobrevalorar o por lo menos a reforzar la concepción liberal del sistema comunicativo" (Moragas, 1986: 53), ya de por sí multipresente en la mayoría de los debates contemporáneos sobre los medios de difusión en todo el mundo.

Los partidarios de la televisión privada o independiente ("que es el nombre que más (nos) gusta", pues el llamarla comercial resulta "una trampa. Comercial es también el Ente Público que ejerce en

España el monopolio de la televisión" (Peláez, 1982: 174)) establecen "una correlación entre 'libertad de información y de expresión con libertad de empresa'" 46/ y de antena. Es decir, consideran que la defensa del concepto decimonónico de libertad de expresión, el derecho del ciudadano a expresar por escrito o de palabra sus ideas (consagrado en el artículo 11 de la Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789, ratificado tanto en la Declaración Universal de Derechos del Hombre de 1948 como en el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y Libertades Fundamentales -Roma, 1950-, y recogido en el artículo 20 de la Constitución Española de 1978, que reconoce el derecho a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio)

"exige, en el caso de la radio y la televisión, que éstas sean los soportes a través de los cuales se manifieste la concurrencia de pensamientos, ideas y opiniones libremente expresados, a fin de evitar situaciones de monopolio que atenten contra la comunicación libre, sin la cual no hay sociedad libre ni soberanía popular" 47/.

Los defensores de esta postura entienden que la libertad de antena (el derecho a la creación de emisoras de radio y televisión) debe ser ejercitada sin otros límites que los marcados por las posibilidades técnicas, pues -dicen- sólo en presencia de un auténtico pluralismo de ofertas estará garantizada la libertad informativa; y argumentan que el artículo 38 de nuestra norma fundamental, que establece que los poderes públicos garantizarán y protegerán el ejercicio de la libertad de empresa dentro de la economía de mercado, constituye su más firme soporte.

Estos sectores consideran "asunto de gran urgencia la regulación de las televisiones privadas en España al modo norteamericano" (Martínez Albertos, 1982: 148) 48/, lo que les ha llevado a enfatizar aún más en la identificación entre libertad de expresión y libertad de empresa:

"El monopolio constituye una verdadera barrera para la traslación del esquema americano a los países europeos y así esta identificación de libertad de expresión y libertad de empresa constituye una estrategia de desmantelamiento de los sistemas públicos monopolísticos" (Costa, 1986: 99).

En defensa de estas tesis no se vacila en acudir a argumentaciones pseudofilosóficas:

"el temor político a la televisión privada es el producto del miedo profundo a la libertad que aún sufre el hombre contemporáneo" 49/.

ni, por supuesto, en aprovechar cabalmente las contradicciones en la gestión del gobierno socialista:

"Ignoramos las razones por las que la admiración del Gobierno de Felipe González hacia los empresarios privados, a quienes ha sido confiada incluso la entera gestión de las empresas públicas, tiene que detenerse precisamente en los umbrales de la industria de la comunicación, bastante menos peligrosa, en cualquier caso, que la industria de armamentos o de explosivos" 50/.

Un amplio abanico político engloba a las personas partidarias de la idea de que la implantación de la televisión privada en España es necesaria para desarrollar los derechos y libertades fundamentales mencionados:

"Desde el punto de vista ideológico son los intelectuales conservadores y algunos de formación liberal quienes argumentan la necesidad de que sea reconocido sin limitaciones el derecho a la creación de emisoras de radio y televisión. Pero no son los únicos. En el espectro de la izquierda extraparlamentaria algunos grupos radicalizados también atacan al monopolio, al que acusan de estar al servicio de la clase política, por lo que -al igual que la derecha- propugnan la libertad de antena. Silia to dice, a este respecto: "Identificando privado con 'libre' y espontáneo y lo público con lo 'oficial' y lo 'burocrático', la ideología de la libertad de antena ha podido celebrar el matrimonio entre los intereses del gran capital privado y los intereses de amplias zonas del movimiento de base" (Costa, 1986: 104).

2.1.2. Antinaturalidad y anticonstitucionalidad del monopolio televisivo.

Los partidarios de la televisión privada son de la opinión de que la existencia de un monopolio de televisión es algo antinatural y, además, completamente contrario a lo establecido en los artículos 20 y 38 de nuestra norma fundamental.

Antinaturalidad.

La idea de la antinaturalidad del monopolio aparece perfectamente defendida en un artículo que el entonces secretario general de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) publicó en el periódico "El País" el 15 de abril de 1983. Bajo el título de "El Gobierno tropieza en Coria con la televisión libre", Pedro Crespo de Lara argumenta:

"No olvidemos que la televisión es un mero instrumento para la comunicación, un simple medio o soporte como lo son el periódico, la radio, el cine o el libro. Lo que importa, a efectos de la legitimidad de su uso, es el contenido, es decir, la comunicación y la difusión del pensamiento, los contenidos informativos, las noticias y comentarios. Estamos, pues, dejando a un lado los medios o aparatos instrumentales, ante el fenómeno informativo en estado puro. Y conviene no olvidar que, en los regímenes democráticos, la información, entendida como acción organiza-

da para dar la noticia de lo que acontece, es un bien apropiable con destino al mercado. Su materia prima es la noticia o conocimiento del suceso, que es un bien mostrenco, como el aire y como el sol, es decir, que pertenece a todos por no pertenecer a nadie. Se trata, pues, de una materia de la que nadie puede apropiarse en exclusiva, ni el Estado, ni el individuo, ni gremio alguno".

Según los defensores de esta postura, la actitud "paternalista" del Estado al monopolizar el principal medio de comunicación audiovisual, no es más que una consecuencia del "miedo a la libertad de los ciudadanos", de que "el poder recela de cualquier poder ajeno" 51/.

Aunque no ha sido, ni mucho menos, la regla general en España, sí ha habido quienes, en su intento de llevar agua a su molino, no han tenido el menor escrúpulo en reducir al absurdo esta postura y exhibir públicamente argumentos tan burdos como el utilizado por el actual director de un canal privado mexicano:

"Recuérdese que este esquema (se refiere al modelo europeo de televisión) se inició en pleno stalinismo, conteniendo influencias mussolinianas y hitleristas que se apoyaban en el aserto fascista de negar la vigencia de cualquier otro código que no fuere el suyo" 52/.

La polémica en torno a la televisión privada en España, en este sentido -podríamos decir- se ha mantenido dentro de unos derroteros de mayor racionalidad, y por lo general no ha recurrido a tamañas falsedades históricas para cuestionar "el hecho mismo de que el Estado añada por su cuenta el poder informativo al político y administrativo, sobre todo, con la titularidad exclusiva de la televisión única" 54/; ni para plantear la opinión de que, si se atendiera a la naturaleza de las cosas, al Estado debería corresponderle "el control, nunca la gestión o la propiedad" 54/ del medio televisivo.

Anticonstitucionalidad.

Los defensores de la televisión privada plantean que la situación de monopolio estatal sobre el principal aparato de construcción de la hegemonía es contradictoria con los artículos 20 y 38 de la Constitución, derivados ambos del artículo primero de nuestra ley de leyes, que propugna "como valores superiores del ordenamiento jurídico la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político".

"El apartado 1 del artículo 20 de la Constitución, al reconocer y proteger el derecho a expresar y difundir libremente pensamientos, ideas y opiniones, mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción, consagra -según estos grupos- el derecho a establecer emisoras de televisión" 55/. La existencia del monopolio televisivo resulta, por tanto, difícilmente compatible con el derecho a la libertad de expresión.

A la misma conclusión se llega -se afirma- si se interpreta cabalmente el artículo 38 de nuestra norma fundamental, que consagra el principio de libertad de empresa.

Además, uno de los argumentos esgrimidos tradicionalmente para justificar la reserva en exclusiva al Estado del medio audiovisual: la escasez de frecuencias, ha quedado -se dice- obsoleto. Como consecuencia de los avances de la técnica, las frecuencias han dejado de ser un bien escaso: hoy día se puede explotar la banda de frecuencias más (nuevos sistemas de difusión televisiva en microondas -SHF- han surgido para complementar a los habituales en UHF y VHF), y me-

por (en Estados Unidos, por ejemplo, existen multitud de emisoras locales cuyas señales no se interfieren unas a otras), y "el número de frecuencias disponible también puede aumentar si se actúa en base a una interpretación heterodoxa de los reglamentos internacionales" (Costa, 1986: 310). Precisamente --se recuerda-- fueron estas consideraciones las que llevaron al Tribunal Constitucional italiano a que, en su sentencia de julio de 1976, basara su declaración de no legitimidad de la RAI a nivel local en la inexistencia de escasez de frecuencias, demostrada entre otras cosas por el funcionamiento de emisoras privadas en territorio italiano.

En base a esta crítica de fondo, se impugna la constitucionalidad de la Ley 4/1980, de 10 de enero --Estatuto de la Radio y la Televisión-- 56/:

"la declaración del artículo 1º 2, de dicha Ley, según la cual "la radiodifusión y la televisión son servicios públicos esenciales, cuya titularidad corresponde al Estado", no queda suficientemente cubierta por el artículo 128 de la Constitución, en el que se establece que "mediante Ley se podrán reservar al sector público recursos o servicios esenciales" 57/, porque la esencialidad sólo se da cuando se trata de servicios que afectan a los fines esenciales del Estado o a intereses esenciales, como los derechos fundamentales, las libertades públicas y los bienes constitucionalmente protegidos, mientras que aquí lo esencial es el derecho fundamental mismo, que no puede sacrificarse haciendo uso de una facultad que, como la del artículo 128, está pensada para actividades mercantiles o industriales. Por ello, (...) la posibilidad que prevé la disposición final primera de la Ley 4/1980, en punto a que la gestión del servicio público de radiodifusión se lleve a cabo por Sociedades privadas, debe extenderse a la televisión, creando para ello la normativa apropiada" 58/.

Este cuestionamiento de la esencialidad del servicio público televisivo ha derramado en España tanta tinta como el debate servicio público - servicio de interés público en México (Mejía Barque-

ra, 1981; Fernández Christlieb, 1984; Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986).

Es cierto que ha habido quienes han impugnado la misma condición de servicio público del medio audiovisual de comunicación, por entender que se opone al derecho constitucional de los ciudadanos "a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión" 59/. O por considerar que la función del Estado debería ser, respecto a la RTV, de policía, no de servicio público 60/, y por tanto estimar ilegítimo e injustificado "dejar en manos del Estado" algo que no sean "las instalaciones técnicas de retransmisión televisiva, así como una potestad concesionaria regulada previamente, para la distribución de frecuencias" 61/.

Pero también resulta verdadero que no han sido pocos quienes han aceptado la condición de servicio público de la televisión, basados en la función social que ésta cumple; entre ellos, cabe citar al mismo Director de Relaciones Externas de la Sociedad Española de Radiodifusión (SER) -uno de los principales grupos interesados en la explotación de canales privados-:

"La capacidad de acción social de la televisión y su influencia en el desarrollo de la sociedad, hacen imperativo concebirla como servicio público, sea cual sea su titularidad. Ocupar un Canal de televisión supone para el emisor, ya se trate de empresa pública o privada, el compromiso de ejercer de modo irrenunciable una acción social constante. La justificación de la empresa emisora ante la sociedad, sólo puede consistir en su propósito de servirla. El objetivo final del servicio público, consiste en elevar el nivel cultural de la sociedad" (Peláez, 1982: 176); y para ello -concluye- lo que se necesita es "conciliar los lógicos intereses de la empresa en una economía de libre mercado, con su condición de Medio de Comunicación y de Servicio Público" (ibíd.: 173-174).

Decimos, pues, que lo que se cuestiona en España no es, por regla general, la definición de servicio público de la televisión, sino el añadido que a éste se hace del adjetivo "esencial".

Pero los argumentos en contra de la constitucionalidad de la reserva exclusiva del medio de comunicación por parte del Estado no se detienen aquí. Otro planteamiento entra al relevo: "aun admitiendo la esencialidad del servicio público, su titularidad estatal no comporta necesariamente su monopolio" 62/:

"el hecho de que se reconozca la titularidad no hubiera sido grave. La gestión privada de los servicios públicos es una forma admitida, pero (...) se entró (...) en la inconstitucionalidad cuando el artículo 5 (del Estatuto) agrega: "las funciones que corresponden al Estado como titular de los servicios públicos de radio y televisión se ejercerán por una sociedad estatal que se denominará Televisión Española". Y luego: "la gestión del servicio público estatal se realizará por una sociedad estatal que se denominará Televisión Española". De modo que, no sólo asigna la titularidad del servicio público esencial al Estado, sino que la gestión también se la asigna a un ente público. Entonces, de acuerdo con el artículo 18 de la propia ley, esta sociedad estatal, Televisión Española, tendrá un capital íntegramente estatal. Y agrega: "pertenece en su totalidad al ente público Radiotelevisión Española". Entonces (...) nos encontramos con que desde enero del 80, las puertas de televisión están totalmente cerradas a la iniciativa privada" (Jiménez de Parga, 1982: 168-169).

Con todos estos planteamientos, es lógico que se concluya en que la lucha por el reconocimiento de la libertad de expresión establecida en el artículo 20 de la Constitución implica necesariamente el derribo de los sistemas públicos monopolísticos, labor que por otra parte no se antoja extremadamente difícil, dado que

"el concepto servicio público -referido a la televisión- atraviesa una profunda crisis que desembocará a la larga en una liberalización casi absoluta cual ha ocurrido con las publicaciones periodísticas. Cosa muy distinta es que del Estado o de cualquier ente público sigan de-

pendiendo ciertos medios, porque no es bueno, por lo demás, que el Estado quede inerte en materia de comunicación social aunque no sea dominante, sino concurrente como ya sucede en el panorama de la radio" (Baón, 1986: 93-94).

2.1.3. Ejercicio del derecho de sintonía.

Quienes argumentan en favor de la implantación de la televisión privada en el país ibérico firman con los ojos cerrados las palabras vertidas por el Rector Magnífico de la Universidad de Navarra en el acto de clausura de las VI Jornadas de Estudio para antiguos alumnos celebradas en Pamplona el 1 y 2 de mayo de 1981. El Prof. Dr. Alfonso Nieto Tamargo dijo en esta ocasión:

"(...) la libertad de la persona humana implica el derecho a elegir libre y pluralmente las fuentes de su información. Para satisfacer nuestra sed, los hombres preferimos elegir entre varios manantiales -aunque sean pequeños- en lugar de acudir a la ribera de un solo río por caudaloso que sea. En los manantiales hay menos riesgo de contaminación" (Nieto, 1982: 188).

De hecho, esta tesis ha sido también defendida por la sociedad Antena 3, S.A., en su recurso de amparo del 7 de agosto de 1981 ante el Tribunal Constitucional. Antena 3 proponía en el documento presentado al Alto Tribunal su interpretación

"de que la libertad de expresión, como concepto decimonónico, es decir, el derecho del ciudadano a expresar por escrito o de palabra sus ideas, ha sido superado por otro más amplio y adecuado a la nueva sociedad, en el que se entiende que tal derecho no es posible sin la libertad del ciudadano a optar por una u otra fuente de información" 63/.

Evidentemente, la existencia de sistemas públicos monopolísticos "coarta", desde esta óptica, "la libertad democrática de opción, el libre ejercicio del derecho de sintonía" 64/. El espectador de estos sistemas no tiene "ese privilegio envidiable y poco frecuente de cambiar de canal, o de sintonía de radio" 65/:

"Ya que el Estado comúnmente es una entidad con un tono uniforme, no es necesario más de un canal nacional y en ocasiones un segundo canal, menor en tiempo, en importancia y en efecto, que únicamente sirve como subsidiario del primero, lo que mutila el proceso de comunicación, pues deja fuera de él a una multitud de sectores" (Televisa, s/f: s/n).

Partiendo de estas bases, es que "la iniciativa privada también exige el derecho a acceder a un tipo de industria que puede funcionar (en su opinión) con mayor grado de 'satisfacción social' que los entes paraestatales" 66/: "las expectativas de variedad en los programas aumentarían de forma muy positiva para los televidentes" 67/, lo que haría que estuvieran mejor atendidos (Crick, 1982: 53); y además se sentirían más satisfechos "con la idea de pulsar muchos botones", pues el espectador que "sólo tiene dos o tres opciones, se siente una víctima del televisor" 68/.

La realidad -afirman los partidarios de la privatización- apoya con creces estas tesis. El hecho de que la ocupación libre e irregular de las ondas aumente progresivamente es una muestra más que fehaciente de que existe realmente una demanda social de una mayor oferta televisiva 69/. En mayo de 1983, el propio Gobierno tuvo que reconocer que "el 90% de las emisoras de radio que existen en España transmite de forma irregular, bien porque no tienen permiso de emisión o porque no cumplen debidamente la reglamentación" 70/.

El panorama televisivo, asegura la iniciativa privada, no es similar porque a las autoridades les ha resultado mucho más fácil localizar -y, por consiguiente, clausurar- un canal de televisión que una emisora de radio, considerando además la carencia gubernamental de infraestructura de comprobación técnica de las emisiones radiofónicas. Pero, de no haber mediado esta diferencia -aseveran- la proliferación de canales televisivos hubiera sido inevitable. Ejemplos les sobran.

"Radiotelevisión Galán", que emitió desde Santoña, Santander en 1976; algunas emisoras libres catalanas, como las de Cardedeu y Granollers (Martínez Albertos, 1982: 144); Tele-Sergio, en el pueblo sevillano de Peñaflores (Relaño, 1983: 58); la comunal "Televisión Ventas" (TVV), en la localidad toledana de Las Ventas con Peña Aguilera (Martínez, 1983: 58)... hablan de la iniciativa ciudadana por conquistar el derecho a la libre emisión.

Y esta iniciativa -se afirma- ha servido, por ende, para destruir un mito:

"Parece realmente que poner en marcha una emisora de televisión en España es relativamente fácil, e incluso barato (... lo que explica que) algunas comunidades de vecinos ha(ya)n tomado la decisión de iniciar este camino por libre y por su cuenta" (Martínez Albertos, 1982: 144).

Efectivamente, en la prensa abundan los ejemplos de experiencias que -se dice- causan "el estupor de quienes creían que la televisión era un complicado negocio que requería grandes inversiones de capital y poco menos que la intervención de las multinacionales de la cosa" (Crespo de Lara, 1983) 71/.

La propuesta de un sistema mixto televisivo resultó ser la consecuencia natural de las reflexiones y experiencias en torno al ejercicio del derecho de sintonía. Los debates sobre las funciones de las televisiones pública y privada se pusieron a la orden del día. A este respecto, los grupos españoles interesados en la explotación de canales privados demostraron compartir, en síntesis, la posición que manifestó el director general de la Radiotelevisión de Luxemburgo (RTL), Gust Graas, en un debate organizado por la Unión Europea de Radiodifusión (UER) en el marco de la primera reunión en Viena del Consejo de Europa sobre el porvenir de la televisión:

"la televisión privada es una de las características naturales de cualquier sociedad competitiva y tiene como principal función la de informar y divertir, mientras que, subsidiariamente, la de educar. Por el contrario, la misión fundamental de la televisión pública es precisamente la de educar e informar y, subsidiariamente, la de divertir"
72/.

Esta "delimitación de los campos" (Mejía Barquera, 1981) que en materia televisiva corresponden al Estado y a la iniciativa privada es tradicional en los países con sistema mixto en radio y/o televisión, o que pugnan por tenerlo. Así, por ejemplo, en México quedó definida ya en los años veinte una división similar:

"Desde entonces, el Estado había reconocido que su labor en la radiodifusión consistiría básicamente en utilizarla para fines educativos, de difusión cultural, de orientación cívica, higiénica, política, etc., y que, por su lado, los concesionarios, aunque debían colaborar con el Estado en tales labores, podían, al mismo tiempo, utilizarla para obtener a través de su explotación comercial una 'legítima ganancia'" (Mejía Barquera, 1981: 676).

Con esta "delimitación de campos" -dicen sus apologistas-, el telespectador saldría ganando, pues "por muy descorazonados que estén los intelectuales con ello, al público en general le gusta la radiotelevisión comercial" (Bertrand, 1982: 26). Mientras que "en España el Estado ha hecho la televisión que pensaba que tenía que hacer. Si además gustaba al telespectador, mucho mejor" 73/, la televisión privada tiende a emitir lo que gusta a la gente

"y la lógica del mercado es positiva, porque es liberadora frente a la lógica del servicio público que es lo aburrido, lo gris, etc.; el mercado es la revolución, que aporta un elemento esencial que no ha podido tener en cuenta el servicio público y es el concepto de goce, de placer y de entretenimiento" 74/.

Basta, pues, de tanto rasgamiento de vestiduras en favor de lo cultural, dicen los defensores más recalcitrantes de la privatización. No es culpa nuestra el que la gente no quiera complicaciones cuando se sienta ante la pantalla del televisor. Intelectuales como Paul A. Baran y Paul M. Sweezy han estudiado el fenómeno y llegado a la conclusión de que el tiempo de ocio es utilizado por el ser humano voluntariamente en la pasividad, y que los medios de comunicación lo que hacen es adaptarse y responder a este hecho:

"Esta propensión a no hacer nada ha jugado un papel decisivo para determinar los tipos de entretenimiento que le son provistos (a los trabajadores) para llenar las horas de ocio: por las noches los fines de semana, los días festivos, las vacaciones. El principio básico es que aquello que se le presente -la lectura, el cine, el teatro, la música, los programas de radio y de televisión- no debe formular exigencias indebidas a los recursos intelectuales y emocionales de quienes lo reciben. El propósito es aportar "diversión", "descanso", "un buen rato"; en pocas palabras, una diversión que se pueda absorber pasivamente" 75/.

Las palabras de un dirigente de uno de los principales grupos interesados en obtener una concesión para explotar un canal televisivo, resumen claramente esta postura en torno al ejercicio del derecho de sintonía:

"La Administración no puede irrogarse el papel paternalista de imponer su televisión y sus criterios a la sociedad española. El pueblo español tiene derecho a tener otras opciones y otros canales que le hagan más informado, más culto y más entretenido. En tiempo en que la gente se encierra en casa por múltiples motivos, tiene el derecho a tener distintas opciones. Pero estas opciones tienen que ser serias, responsables y sin más limitaciones que aquellas de tipo técnico para ordenar el espacio, que responde a un reparto de frecuencias según Tratados Internacionales que España tiene la obligación de cumplir" (Peláez, 1982: 174-175).

2.1.4. Profundización del proceso democrático.

El surgimiento de la televisión privada está -dicen sus simpatizantes- ligado íntimamente al desarrollo de una auténtica democracia, pues "no es posible el pluralismo en un sistema de monopolio" 76/, y menos cuando éste pertenece al sector público: Históricamente está demostrado que "el mayor enemigo que ha tenido siempre la libertad de expresión ha sido el Estado" 77/.

El observar al receptor -como se afirma desde esta óptica, hacen los sistemas europeos- "solamente como a un integrante de la maquinaria política de cada país (...) ha probado sus varios inconvenientes" (Sabido, 1976). "La experiencia de las emisoras públicas occidentales, excluida la BBC, demuestra que no han garantizado el pluralismo político y social debido a la dependencia y presiones del Gobierno y partidos políticos especialmente" (Pérez Ornia, 1983), "tendencia y tentación inevitables en los sistemas de monopolio" 78/.

En España, este fenómeno se ha dado en toda su crudeza. Durante el régimen franquista, poco o nada se podía hacer para evitarlo, pues no era la televisión sino la sociedad entera quien estaba amordazada. Pero en el mismo período de transición política hacia la democracia encontramos evidencias de este, que podríamos llamar, "mal de los monopolios". Todo el mundo sabe, por ejemplo, que la televisión ha sido usada como "un instrumento decisivo" en cada una de las elecciones políticas celebradas hasta el presente, y conoce acerca "de las condiciones ventajosas de determinados candidatos para aparecer en la televisión", y de lo "determinante (que es) para la carrera política el tener más o menos las puertas abiertas a un canal de televisión" (Jiménez de Parga, 1982: 170).

Pero la experiencia suprema en este sentido la habrían brindado los sucesos en torno al intento de golpe de Estado de Tejero y compañía:

"Qué duda cabe que el fallo del golpe estuvo en no saber acudir a Televisión, y utilizar a modo la televisión. Todo el mundo reconoce que el momento en que el Rey apareció en televisión es el momento en que gira ciento ochenta grados todo el proceso. Entonces, pensar que hacemos nuestra vida pendientes de que tres o cuatro, o cuarenta personas armadas entren en un estudio, y dominen un país y clausuren una etapa histórica, es triste. Triste sería que sólo hubiera un periódico, un periódico oficial. (...) Ahora nos parecería una situación aberrante que desaparecieran todos los periódicos y quedara un periódico del Estado, como servicio público esencial, con monopolio abierto, con representación de los grupos. Estas cosas que se han inventado y de las que en España tenemos experiencia, que se han hecho, nos parecería una gran monstruosidad. Yo creo que a nuestros nietos, nuestros hijos quizá, dentro de unos años, les parecerá también una monstruosidad que todavía hoy alguien pueda sostener que se respeta ese derecho básico de la libertad de expresión sólo con una televisión oficial, aunque tenga todos estos correctivos que se han querido imponer" (ibíd.: 170-171).

Los dramáticos acontecimientos del 23-F habrían demostrado que los sistemas públicos monopolísticos no garantizan ni el pluralismo político y social ni, en el hipotético caso de existir éste, su resistencia ante circunstancias extremas. Monopolizar la emisión de la "palabra sin respuesta que constituyen los medios electrónicos es dotarse de un formidable instrumento de control social" 79/, y no es razonable que la comunidad viva con la espada de Damocles de la utilización de los mismos para fines o prácticas antidemocráticas pendiente sobre sus cabezas.

Además, "en las televisiones explotadas en régimen de monopolio existe una gran dificultad para establecer el derecho de acceso de las fuerzas o grupos sociales, e incluso para determinar qué colectivos o entidades tienen derecho a ese acceso a las emisoras públicas de televisión" 80/. La "constatación (...) evidente de que RTVE (...) está sujeta a un control social exclusivamente confiado al Gobierno y a los partidos políticos, como demuestra la comisión de control parlamentario y la composición del Consejo de Administración" 81/ apoya estos planteamientos. Y la "paralizadora división proporcional de responsabilidad entre los partidos políticos mayoritarios en la radiodifusión italiana o alemana" (Bertrand, 1982: 28) los refuerza con creces.

Por último -se añade-, no se entiende el porqué "la transición operada en todos los ámbitos de la vida española no ha tenido lugar en los medios de comunicación estatales" y "la industria de la información está (aún) nacionalizada en un setenta por ciento" 82/. El miedo a la libertad -se apunta- podría ser la explicación

de este fenómeno, pues, como dirá Mario Bunge (1984:10), Premio Príncipe de Asturias en Comunicación y Humanidades en 1982:

"Lo cierto es que hay opinión pública, vox populi, sólo cuando hay medios de comunicación libres: de lo contrario, no hay sino opinión de la cúpula dirigente. Sólo en régimen de libertad -y ello, independientemente del régimen de propiedad- puede haber una opinión pública que no sea monolítica, conformista y conservadora. Por esto las dictaduras, tanto de izquierda como de derecha, temen tanto o más a la Prensa, la radio y la televisión que a la oposición política: saben que ésta es impotente sin la ayuda de medios de comunicación de la verdad".

Evidentemente -se propone-, la salida a esta situación estriba en el reconocimiento de la televisión privada. En primer lugar, "su aprobación es imprescindible para restar protagonismo a Televisión Española" 83/:

"Hasta que no exista televisión privada -argumenta Iñaki Gabilondo, director de RTV 16- no se podrá solucionar el fondo de los problemas de la televisión estatal.

"Mientras haya una sola televisión -agrega-, este medio seguirá siendo considerado un poder constitucional, como las Cortes, por ejemplo, ajeno a los planteamientos de un medio de comunicación normal" 84/.

En segundo lugar, su independencia del Gobierno 85/ posibilitaría el ofrecimiento de "una televisión en la que prime el individuo y los grupos naturales sobre las agrupaciones políticas, (en) que los intereses inmediatos y diarios prevalezcan sobre fórmulas abstractas" (de la Viuda, 1982: 185). En palabras de un editorialista del diario mexicano "Excélsior", refiriéndose a la prensa en México, pero en gran medida similares a las utilizadas por los partidarios de la televisión privada en España:

"La prensa es una voz ciudadana no necesariamente adversa ni opositora, simplemente ajena a él (al Gobierno). La libertad de prensa surge de la necesidad de que esa voz no sea la del gobierno. Frente a la capacidad del gobierno para fabricar, captar y difundir información, volverla publicidad, propaganda y manejarla de modo que nos haga creer en lo que está haciendo o lo que debe hacerse, son necesarias las voces que hablen por una acción y un punto de vista ciudadanos, frente a las acciones y visiones del gobierno. Ahora, si buscamos representatividad en los propios partidos políticos, en cuanto a militancia, vemos que se trata también de grupos muy minoritarios. De modo que frente a un gobierno que concentra el poder y un sistema presidencialista sin contrapesos clásicos, sin división real de poderes, aunque poco a poco esto vaya cambiando, la prensa cumple una función que va más allá de lo crítico. No funciona como el control político ni como el legal, pero sí como una voz de contrapeso frente a una voz monocróde como la del gobierno. La voz diversa, singular, global y a veces discordante, de los intereses ciudadanos" 86/.

En tercer término, la autorización de la televisión privada facilitaría la primacía de los intereses profesionales por sobre los políticos:

"Gabilondo recuerda que se planteó esta tesis durante la noche del 23 de febrero, cuando los altos cargos de TVE -entre los que él se encontraba- discutían la conveniencia o no de airear el video de la toma del Congreso por Tejero y sus guardias civiles.

"Por una cuestión de puro interés informativo, no hubiera habido duda. Habría que mostrar el video inmediatamente. Pero TVE es una institución por encima de un medio informativo". "Y mientras sólo haya una -sentencia- la batalla profesional, estará condenada sin remedio" 87/.

Como contraste, este mismo acontecimiento histórico del 23-F, habría demostrado las ventajas de un sistema de radiodifusión mixto sobre uno monopólico, al resaltar "aquellas notas que hacen de un instrumento técnico un medio de comunicación, con todo lo que ello lleva implícito de servicio a la sociedad" (Díaz, 1988: 50). Así, mientras que la radio y la televisión públicas estuvieron amordazadas durante las tensas horas del asalto al Congreso, la radio comercial española "supo dar la talla de una responsabilidad social, si-

tuándose más allá de lo que, desde un punto de vista de supervivencia empresarial -derivada de la libertad y de la concurrencia-, es exigible tanto al sector privado como al público" (ibíd.).

En cuarto término, el problema del control social del principal aparato de construcción de la hegemonía en nuestros días se atañería muy significativamente con los nuevos canales privados:

"estas televisiones conectarán mucho mejor con las audiencias que la televisión pública. Lo cual se traducirá, en cierto modo, en una especie de control y de participación social que en este momento está lejos de conseguirse en España a través de la televisión pública. No es que sea difícil, es que no se ha hecho casi nada por conseguirlo. Por necesidad de competencia, las televisiones privadas necesitarán contar con sus públicos, promover el acceso de los consumidores a los programas de televisión" (Martínez Albertos, 1982: 149).

Por todas estas razones, al Gobierno español -si quiere ser considerado democrático- "corresponde crear cauces adecuados por donde puedan discurrir, sin salirse de madre, las corrientes de pensamiento y los descos de la sociedad" (Crespo de Lara, 1983). El ciudadano debe ser considerado "como la fuente y la justificación de su poder, y no como un menor de edad a quien hay que tutelar" (ibíd.).

Sentado esto, es evidente -reconocen las personas y grupos simpatizantes de la televisión privada- que el establecimiento, con solidación y mantenimiento de este proceso lleva aparejados también ciertos riesgos y disfunciones, pero éstos son -afirman- más aparentes que reales, y en todo caso no resulta imposible ponerles coto.

El primero de estos riesgos -señalan los detractores de la televisión privada- es el de la excesiva concentración de poder en manos de particulares. Pues bien, replican los defensores de la televisión "independiente, libre o plural":

"a nosotros nos parece absolutamente normal y necesario incluso, que como consecuencia de esta Ley se consoliden determinados grupos multimedia. Es decir, que dentro de un sistema de Economía Libre de Mercado, el hecho de que se quieran consolidar grupos multimedia, no es fruto de una desmesurada voluntad política de poder o de pseudopoder, sino que a nosotros nos parece que es, más bien, una exigencia lícita motivada por la necesidad de poder competir con unos Sistemas Públicos que pensamos que deben de subsistir y, cuya batalla de competencia se va a plantear en el terreno de la audiencia y por lo tanto, en última instancia, en la posibilidad de poder resistir económicamente"
88/.

Pero es que, desde otro punto de vista -el de la posibilidad o no de realizar una información libre, y poder o no colaborar en la solución de problemas sociales-, también es deseable la existencia de medios de difusión fuertes. Veamos si no lo que opina al respecto el filósofo de origen argentino Mario Bunge:

"La información es libre sólo cuando hay mercado para ella y cuando no es monopolizada por un grupo de intereses especiales ni por el Gobierno. Es verdad que en las democracias capitalistas hay periódicos, revistas, radios y canales de televisión descaradamente parciales, pero también hay empresas serias que miran por su propio prestigio (...). "La noticia veraz es, en las democracias capitalistas, una mercancía que circula aun cuando perjudique los intereses de las clases dominantes. Es así que la gran Prensa, radio y televisión de dichos países dan a conocer no sólo los éxitos de la empresa privada, sino también sus fracasos, tales como el desempleo, la inflación, la violencia, la adicción a drogas y la opresión colonial. Se da así la paradoja de que solamente algunos grandes medios de comunicación de masas pueden darse el lujo de poner al desnudo la miseria que coexiste con el esplendor del capitalismo. De esta manera ayudan efectivamente a los reformadores que se esfuerzan por corregir dichas lacras" (Bunge, 1984).

Contestado, pues, el primer cuestionamiento, pasemos al segundo. Uno de los peligros que más insistentemente se señala por parte de los opositores a los canales privados es el de que éstos caerían inevitablemente en manos de grupos derechistas. También para éste existe una réplica adecuada:

"La idea de que la televisión privada tendría que ser necesariamente un cortijo de las ideologías conservadoras y de poderosos grupos de intereses no encaja con la reciente historia española de los medios de comunicación, tanto de la Prensa diaria o semanal como de las emisoras de radio. Al fin y al cabo, los periódicos, las revistas y los programas radiofónicos, sometidos a un régimen de libre competencia que les obliga a disputarse los lectores y los oyentes, se hallan en manos de profesionales de la información que se ven obligados a sintonizar con necesidades y deseos del público -la mitad del cual ha votado al PSOE en las últimas elecciones- para merecer su atención.

"En ese contexto, el argumento de que las empresas privadas lanzadas a la aventura de la televisión privada se moverían fundamentalmente por el ánimo de lucro resulta incongruente con los temores a un secuestro sectario, partidista o intoxicador de la información y la opinión. Si una compañía desea ganar dinero, resulta difícil suponer que los costes de instalación y los gastos generales de funcionamiento de una televisión privada pudieran ser amortizados o sufragados mediante emisiones dedicadas a la propaganda política o al adoctrinamiento ideológico. Resulta así que los fichajes de locutores y presentadores de Radio Nacional -desde Luis del Olmo a Jesús Quintero- por la competencia privada han tenido como protagonistas a profesionales muy alejados de la mentalidad derechista. ¿Por qué unas eventuales caenas privadas de televisión tendrían que seguir diferentes criterios?" ("De Coria al Coto de Bornos", editorial de El País, 22 de abril de 1983).

En cuanto al señalamiento de que la libertad de expresión está reñida, sí, con las presiones políticas, pero también -y quizás en mayor grado- con las comerciales (tercero de los riesgos de la puesta en marcha de canales privados), existen dos remedios: desarrollar una "legislación que impida que la publicidad cree mecanismos de influencia" (Toledano, 1986: 319), y "diversificar" las "fuentes de ingreso de tal manera que no (se) dependa del ingreso del anunciante", es decir, fomentar el incremento de las exportaciones, la 'promoción de espectáculos', los "servicios profesionales a dependencias gubernamenta-

les", etc. (Televisa, s/f). Además, la natural transformación de los medios periodísticos impresos (principales interesados en la obtención de concesiones para explotar televisiones "libres") en grupos multimedia, impulsa aún más su independencia, y asegura su sobrevivencia de forma aún más firme que en la actualidad, con lo que se destruye de paso el argumento de que la prensa vería peligrar sus ingresos por publicidad frente a la televisión, otra de las armas esgrimidas contra la implantación de canales privados.

Lo veamos como lo veamos -dicen los partidarios de la televisión privada-, es "de hecho más favorable a los intereses de una comunicación plural la existencia de un sólido sector privado que no sea tan fácilmente (y sobre todo tan monolíticamente) controlado como sucede en las estructuras totalmente estatales" 89/.

Y no faltan quienes -aunque en franca minoría- llevan esta idea hasta sus últimas consecuencias y, como José Antonio Segurado, del minúsculo Partido Liberal, piden la privatización de RTVE, entendiendo que "lo más conveniente para una sociedad democrática, pluralista y libre es la inexistencia de medios de comunicación de titularidad estatal" 90/. Detrás de esta afirmación, lo que se encuentra es la idea clásica del liberalismo según la cual

"la razón de ser del aparato informativo de la sociedad radica en su función de 'vigilancia' y contrapeso de ese mal necesario conocido como Estado" 91/.

2.1.5. Fomento de la actividad económica.

Se trata aquí de uno de los más firmes soportes empleado por los defensores de la televisión privada para construir su edificio argumental en favor de la misma. La afirmación de que la "liberalización crearía empleo, garantizaría la independencia y el pluralismo y facilitaría el acceso a la publicidad de las pequeñas y medianas empresas" ^{92/}, es prácticamente un lugar común entre estos sectores. La idea de que "la comunicación entre anunciante y consumidor (...) promueve y fortifica el desarrollo de la economía nacional" (Televisa, s/f), deviene poco menos que dogma de fe.

La asunción plena de esta postura la encontramos en uno de los mensajes que el presidente mexicano Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970) dirigió a los radiodifusores de su país:

"Es cierto que ustedes representan una industria y como tal persiguen un legítimo lucro. La labor puramente comercial que realizan al servicio de industriales y comerciantes, sirve, de modo indirecto, a la multiplicación de las transacciones que a su vez van creando las fuentes de producción y de ocupación que el país tanto necesita. Ustedes en su trabajo diario acercan a quien produce con quien necesita los productos o servicios; son intermediarios eficaces del tráfico comercial, a través de la publicidad. Sin mercado no hay industria y la labor de ustedes coadyuva a la ampliación de mercados, al aumento de los consumidores y, por ende, al incremento de la actividad industrial" (Citado en Cremoux, 1974: 62-63).

Los partidarios de la televisión "libre", pues, consideran que el precio que el espectador tiene que pagar por sus servicios ("el hecho de ver y escuchar los mensajes comerciales" -Televisa, s/f) es mínimo -por no decir "nulo"-, en comparación con sus enormes potencialidades: contribución "al desarrollo del país, fomen-

tando las actividades que estimulen la producción nacional y su diversificación en atención a la demanda interna y de los mercados internacionales" 92/. Señalan a continuación lo absurdo que resulta en una economía de mercado la acusación de que los nuevos canales privados traerían consigo un incremento excesivo de la publicidad: "Lo cierto es que el volumen de anuncios es variable y sus curvas de ascenso o descenso corresponden, como es lógico, a las curvas mismas de la actividad económica en el mercado nacional" 93/. Enfatizan asimismo el hecho de que "la promoción y ampliación del consumo de bienes y servicios" es una "parte fundamental" del "progreso económico" 94/ y "ha contribuido en forma decisiva al aumento de las posibilidades de elegir del consumidor" 95/. E insisten en lo desatinado que resulta exigir a los particulares lo que la televisión pública española -plagaña de anuncios publicitarios- no ha hecho durante prácticamente toda su historia.

Pero hay aún un aspecto más al que las personas y grupos simpatizantes de la televisión privada recurren para fundamentar su tesis de que ésta impulsaría sobremanera la actividad económica del país. Nos referimos a lo positivo que desde esta óptica resulta el que la clase empresarial difunda su mentalidad respecto al trabajo y la producción entre el resto de la población. En palabras de un dirigente patronal mexicano,

"para nosotros los empresarios, radio y televisión son los medios más modernos para dar a conocer nuestros productos; para crear mercados y transmitir mensajes. Son, igualmente, los instrumentos más adecuados para lograr la difusión de la imagen empresarial (...) ya que por una parte van a contribuir a crear los sistemas adecuados de consumo y comportamiento económicos de los mexicanos y por la otra permitirán una mayor y mejor difusión de la filosofía y de la mística que debe alentar y orientar a los ciudadanos del país en cuanto a su conducta frente a las grandes tareas nacionales. "La orientación que se puede dar a través de esos medios no tiene límites" 96/.

2.1.5.1. Creación de empleo.

Entre los argumentos utilizados por los defensores de la televisión privada para demandar la implantación de ésta en el país ibérico, hay uno al que la clase política española, dada la situación económica por la que atraviesa el país, es especialmente sensible: el de que su funcionamiento crearía de inmediato puestos de trabajo. El razonamiento es el siguiente: "Ya que la publicidad genera ventas, con ventas hay producción y, como consecuencia, hay trabajo" 97/.

Este aumento en la oferta de empleos -se asegura- beneficiaría claramente a los profesionales de la televisión:

"hay más televisiones, hay más trabajo. No nos olvidemos que el único vivero de profesionales que existe actualmente es TVE, porque es la única empresa de TV" (Gutiérrez Espada, 1982: 154-155);

pero favorecería también a los trabajadores del resto de la industria audiovisual al crear

"una demanda notable en lo que se llama industria cinematográfica, y una demanda notable en la industria del vídeo" (Martínez Reverte, 1986: 213) 98/

e incluso ayudaría a sectores de la población no cualificados:

"crea puestos de (...) ordenanzas, chóferes, etc" (ibíd.).

Los aproximadamente seiscientos puestos de trabajo que, según las mismas sociedades aspirantes a los canales privados, se cre

arían en un primer momento, podrían incrementar su número conforme aumentara la creación de riqueza por el funcionamiento de éstos. Porque -dicen los empresarios privados-, la prestación de un servicio público no tiene por qué negar, sino que, al contrario, legitima el espíritu de lucro. Es precisamente esta convicción la que permite a "un expresidente de la Cámara de Radiodifusión mexicana y representante fidedigno del sentir de los concesionarios" señalar, ufano, que "esta industria (radio y televisión) ha dado bienestar económico a miles de familias y verdaderas fortunas a no pocos señores concesionarios 99/.

2.1.5.2. Independencia.

La creación de canales de televisión "libres" -arguyen sus partidarios-, también acarrearía una mayor independencia económica de los medios masivos de comunicación, incluso de los que supuestamente deberían sufrir las consecuencias de su implantación:

"Los medios informativos, la Prensa en concreto, no verán peligrar sus ingresos por publicidad frente a la televisión, sino que "se refuerza su independencia al convertirse en multimedia y al no estar tan dependientes de un mercado publicitario casi monopolizado por la televisión pública" 100/.

Ello les permitiría, entre otras ventajas, mejorar las condiciones económicas de los trabajadores y desarrollar una programación de cierta envergadura. Como dice Mr. Hoban, reproduciendo el pensamiento de muchos profesionales de la BBC ante la implantación de la

televisión comercial en Gran Bretaña en la década de los cincuenta:

"Un nuevo canal podría ofrecer más oportunidades, horizontes nuevos y, probablemente, más dinero, tanto para ellos como para los presupuestos de sus programas" (Hoban, 1982: 43).

Pero no sólo saldrían ganando los profesionales, sino que también el televidente, que tendría acceso a medios de comunicación cada vez menos masivos por más personales:

"Pienso también que la televisión privada en España va a fomentar la implantación de las nuevas corrientes tecnológicas casi absolutamente olvidadas en este momento por la televisión pública. Es decir, televisión por cable, fomento de la industria del videocassette, desarrollo de las posibilidades de información alfanumérica mediante sistemas tipo Videotex, Antiope, Ceefax, etc. Esto va a estar muy estimulado por la televisión privada. Por razones derivadas de la mentalidad monopolística, las nuevas corrientes tecnológicas no son debidamente atendidas en Europa porque aquí no necesitan hacer nada por conquistar la audiencia. Pienso yo que esa corriente actual, que consiste en convertir la televisión de medio de masas en medio personal -o sea de mass-media a self-media-, esto, en España, nos va a venir impulsado sobre todo por las televisiones privadas, comerciales, que necesitarán buscar nueva clientela y nuevos estímulos para conseguir mayor audiencia, como ocurre en USA." (Martínez Albertos, 1982: 148-149).

2.1.5.3. Mayor acceso a publicidad televisiva.

La constitución de televisiones "independientes" -decíamos señalaban los grupos partidarios de las mismas- "facilitaría (por último) el acceso a la publicidad de las pequeñas y medianas empresas". Como declaraba en 1982 un empresario aspirante a una concesión, la televisión comercial privada, y no estatal, "puede ayudar a las empresas y comercios locales a su progreso y, a la vez, colaborar a clarificar las opiniones en todos los sectores de la vida local y nacional" 101/.

Esta aseveración encuentra su lógica en el hecho de que -se cree- la existencia de un mayor número de canales conduciría a un abaratamiento de las tarifas publicitarias impuestas por la televisión pública; y en que, además, su puesta en marcha no produciría un agotamiento del mercado, sino, justamente, lo contrario. Así, por ejemplo, de acuerdo con Berlusconi, el magnate de la televisión europea, "la televisión privada ha provocado en Italia un aumento del 300% del volumen total de publicidad" 102/.

Es evidente -reconocen estas mismas fuentes- que puede haber excesos por parte de empresarios con un afán de lucro desmedido. Pero el Estado dispone de la legitimación necesaria (imposición, por ejemplo, por parte de la Unión Internacional de Comunicaciones, de la obligación "de someter a licencia o autorización gubernamental el establecimiento y explotación de emisoras de radio o TV dentro de su territorio" -Gorostiaga, 1976: 119-), y de los recursos suficientes para hacer acatar sus disposiciones a como dé lugar. Así que, el problema -se asegura- no es tal. No obstante, nunca está de más recordar al Estado que, en el hipotético caso de verse obligado a aplicar medidas represivas, tenga en cuenta que "las industrias de la radio y la televisión son posibles gracias al patrocinio comercial", y que "constituyen un aspecto de la actividad económica, misma que requiere de medios con la masa consumidora para garantizar su diversificación y expansión" 103/.

2.1.6. Competencia genera mejor programación.

"La ampliación de la oferta de un determinado producto mejora en definitiva ese mismo producto" (López Casas, 1986: 241).

Estas palabras de un diputado de la Asamblea de Madrid, tendentes, en principio, a abrir camino en favor de las televisiones autonómicas, condensan perfectamente la posición de los grupos interesados en la explotación de canales privados. Tales sectores expresan su convicción de que la existencia de la televisión privada solucionarían dos problemas de fondo: transformaría la televisión pública positivamente y satisfacería la demanda social de una programación más atractiva.

En lo que atañe al primer punto, se parte de la idea de que TVE se encuentra en una situación prácticamente catastrófica. Los riesgos que el Publicity Officer para Europa de la British Broadcasting Corporation (ferviente defensor, por otra parte, de la televisión de servicio público) señalaba como posibles en todo sistema mal planteado y conducido, léase:

"producir una mole burocrática excesivamente subvencionada, con demasiado personal y paralizada, ignorante además de las necesidades de la nación y los deseos del televidente" (Hoban, 1982: 50),

tales riesgos son, dicen sus detractores, una triste realidad en TVE. El ente público se encuentra adormecido, víctima de la situación de sopor y seguridad a que ha dado lugar su posición de monopolio. Esto ha contribuido "a favorecer la idea de que sólo la competencia entre el sector público y la iniciativa privada podrá sacar del museo de los horrores a la televisión estatal" 104/.

Pero éste no es el único, ni tan siquiera el principal factor, que impulsa la opinión en favor de la implantación de canales privados con vistas al mejoramiento de la televisión pública. A él

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

hay que añadir el ejemplo de otras televisiones para la confianza en el funcionamiento de los mecanismos del mercado.

La experiencia de otros sistemas televisivos -se afirma- de muestra que sólo gracias a la competencia de la televisión pública con la privada se podrá superar esa situación de adormecimiento que padece TVE. Y se cita como ejemplo la mejoría de la BBC de Londres al salir al aire la Independent Broadcasting Authority (IBA) 105/.

El sistema mixto sería, por ende, un freno contra los turbios manejos económicos y políticos en la televisión pública, y beneficiaría a los profesionales de ésta al aportar esa imaginación de la que carece a ojos vista la enorme burocracia. Como afirmará un directivo de RTVE,

"La competencia va a ser saludable para la televisión pública, porque ha habido épocas en que se ha caído en ciertos favoritismos y en nombramientos de personas que no llegaron ni a pisar un plató, y no sabían como era la televisión. Pero llegaban en función de otras razones, que muchas veces, además -no nos engañemos- no eran razones políticas sino favoritismo personal. Efectivamente, esta gente fue un desastre en el cumplimiento de sus funciones. Y qué decir tiene, que si existe una competencia, la televisión pública está más presionada, tiene una referencia contra la que luchar, lo mismo que sucede con ese control político que efectivamente existe, del que debemos sustraernos, importando poco la militancia política cuando se trata de buenos profesionales" 106/.

En definitiva -afirman los defensores de la privatización-, está más que demostrado que "las importantes e irremplazables tareas que la televisión pública (...) debería desempeñar (pero que ahora no cumple) recibirían una positiva ayuda de la competencia y la emulación de las televisiones privadas" 107/.

Porque, y éste es el segundo punto en que la competencia mejoraría al sistema televisivo, la satisfacción de la demanda social de una programación más atractiva y plural, según las mismas fuentes, no se puede lograr "con la oferta presente de una televisión única, la estatal, regida por un consejo de administración controlado por el partido político mayoritario, y cuya insuficiencia informativa, baja calidad de entretenimiento y abuso del tiempo dedicado a la publicidad son ya un lugar común entre los españoles" (Crespo de Lara, 1983).

¿A santo de qué viene -se pregunta- criticar apriorísticamente la forma en que se desenvolverían los nuevos canales, si TVE funciona con los mismos esquemas que guiarían a una televisión privada?:

"Para mayor paradoja, el fantasma de las multinacionales, agitado por los defensores a ultranza del monopolio estatal para descalificar a los partidarios de la televisión privada, recorre triunfalmente la pequeña pantalla, tanto en los espacios dedicados a la publicidad como en la programación cinematográfica. La vida diaria de los españoles, desde que se levantan hasta que se acuestan, se halla pautada por el consumo de productos manufacturados por firmas extranjeras o con patentes foráneas y vigorosamente promocionadas por la publicidad televisiva. Porque, a diferencia de Radio Nacional, el servicio público de Prado del Rey está financiado en buena parte por la publicidad y sirve de vehículo para la persuasión abierta de mercancías de todo tipo. Por lo demás, la mayoría de los héroes y de los malvados que sirven de arquetipo a los espectadores proceden también de fábricas de sueños multinacionales. Ni qué decir tiene que la respuesta a esa situación sería un retroceso en el túnel del tiempo o una estación preparatoria para una invasión cultural de signo inverso. Pero parece necesario advertir, ante tanta demagogia, que el monopolio estatal Televisión Española se nutre, en buena medida, de los mismos programas que ponen en antena las emisoras privadas norteamericanas, y que unas eventuales televisiones privadas españolas contratarían para su explotación" (ibíd.).

Las nuevas emisoras, en el peor de los casos, harían lo mismo que lleva haciendo TVE desde sus inicios prácticamente. Se reclama, por tanto, el beneficio de la duda y, de cualquier forma, no se ve

el porqué hay que atacar por principio los programas de entretenimiento; al fin y al cabo, "al menos en los últimos diez años, tras los movimientos radicales de los años 1960, han difundido con eficacia mensajes progresistas", de los que son claros ejemplos programas como "Raíces" u "Holocausto" (Bertrand, 1982: 27).

Se reconoce, claro, la posibilidad de que puedan existir elementos descarriados que busquen la ganancia a cualquier costo, pero, afortunadamente -se dirá-, el televidente actual español comienza a madurar lo suficiente para discernir con claridad aquello que le beneficia de lo que le perjudica para su desarrollo personal:

"El espectador de hoy, y mucho más el de mañana (...), practica balances de su ganancia cultural y no perdona al emisor que no le haya entregado algo duradero a cambio de su tiempo útil. Ya no existen programas inocuos de televisión. Los propios fines de la sociedad mercantil se dirigen a conseguir las mayores porciones de sus mercados. Y ante un mercado competitivo caben dos actitudes diferentes: la de una explotación rápida y superficial, mediante la utilización de recursos de respuesta rápida, como la violencia, la pornografía, el sensacionalismo informativo y la chabacanería, entre otros; y la de Servicio Público para la información y el entretenimiento, que persigue una respuesta estable y no menos rápida" (Peláez, 1982: 177).

La alternativa se encuentra, por supuesto, apuntándose a la segunda.

2.1.7. Inevitabilidad por desarrollo tecnológico.

"Los monopolios estatales en la gestión exclusiva de la televisión están periclitados a causa de los avances tecnológicos en radiodifusión directa por satélite y en el servicio de emisoras por cable que amplían y diversifican las ofertas tradicionales de la pequeña pantalla" (Pérez Ornia, 1983).

"El monopolio nada tiene que hacer en la televisión del mañana, pues hoy mismo es ya una antigualla superviviente de un pasado cada vez más remoto" 108/.

Con expresiones como éstas, los partidarios de la televisión privada intentan destacar ante la opinión pública su convicción de que la regulación de la misma es prácticamente inevitable como consecuencia del acelerado desarrollo tecnológico. En efecto -dicen-, el argumento técnico utilizado tradicionalmente por los Estados europeos para justificar la reserva exclusiva de la explotación del medio audiovisual, léase la escasez de las ondas, está ya superado por los avances científicos.

En primer lugar, la oferta de la tecnología para la emisión se ha incrementado considerablemente como consecuencia de una mayor y mejor utilización de la banda de frecuencias 109/, de lo que dan fe las "manifestaciones espontáneas" de la misma por personas o grupos interesados en "expresar y difundir su pensamiento". "Los primeros brotes de libertad en las ondas, como el de Coria, el de Mataró y el de Cardedeu, impulsados por la fuerza irresistible de los fenómenos naturales y del tiempo en que vivimos" (Crespo de Lara, 1983), no hubieran sido posibles -se argumenta- si, de hecho, no se hubiera ampliado el espectro de transmisión 110/.

En segundo término, y quizás aún más trascendente para el punto que nos ocupa, la utilización masiva de las nuevas tecnologías -se afirma desde esta óptica- conduce irremisiblemente a un cambio en el panorama mundial televisivo. La viabilidad monopolística queda cuestionada por la democratización cultural que la aplicación de estos avances tecnológicos trae consigo. Como afirma un profesor del Institut Français de Presse et des Sciences de l'Information, refiriéndose al caso estadounidense, pero con validez para la generalidad de los países desarrollados según los partidarios de la

"En cuanto a la fatal imperfección de la TV en Estados Unidos, consistente en ser realmente un medio de comunicación unidireccional con las masas, siempre vomitando material del más bajo común denominador, parece que el remedio ya está en camino: el cable, la DBS, STV, MDS, grabadores video-cassettes (...), y aparatos video-disco. Todo ello hará posible una amplia elección de programas, correspondiendo a los gustos y necesidades de cualquier posible minoría. Los ordenadores y las fibras ópticas harán posible, muy pronto y muy barato, que la gente pueda tener un acceso fácil a los medios y pueda ejercer su "derecho a la comunicación", un nuevo y fascinante derecho del hombre. La liberación de los televidentes está llegando" (Bertrand, 1982: 28-29).

Por otra parte -se dice-, la progresiva incorporación de estos adelantos tecnológicos a la comunicación social de cada país, ha producido también "un acuerdo general sobre estas cuestiones que hasta hace muy poco tiempo eran todavía centro de debate y que ahora se dan por superadas: nadie pone en duda que tiene que haber libertad de empresa en el mundo de la televisión y que las nuevas tecnologías de retransmisión hacen prácticamente inviable cualquier pretensión de impedir la libre recepción de programas" 111/, por lo que "es absolutamente necesario encontrar un punto de encuentro y coexistencia de las televisiones públicas y las privadas" y "tomar conciencia de que el sector de la televisión privada desempeña una función indispensable en la evolución de la televisión en Europa" 112/.

De ahí que los partidarios españoles de los canales "libres" insistan en la pérdida de tiempo que supone el desarrollo de un debate que resulta estéril por la fuerza misma de los hechos, y se preocupen, paradójicamente (dado que éste ha sido un argumento esgrimido tradicionalmente por los detractores de la televisión privada para atacarles), por el riesgo de colonización cultural que una duración más prolongada del mismo, y la consiguiente tardanza

en la toma de medidas apropiadas acarrearía inevitablemente:

"Cuando los que no son partidarios o se oponen a la televisión privada o independiente, hablan de la colonización cultural, sin duda olvidan que muy pronto, desde cualquier domicilio y por medio de una antena parabólica, cualquier ciudadano español va a poder recibir directamente programas en castellano, transmitidos desde Estados Unidos, Luxemburgo, Francia o Inglaterra. Si previamente no hay una televisión de carácter local, identificada con el sentido y la tradición de los distintos pueblos de España, difícilmente podrá ser competir con esa colonización. En este sentido se mueve nuestra filosofía empresarial. Sabemos que estamos en una época en que el avance de la tecnología va a cambiar fundamentalmente los medios de hacer televisión. El cable, los sistemas de televisión pagada, los aparatos para producir juegos en la pantalla del televisor, el videocassette, el video-disco, y por supuesto, los satélites, van a cambiar mucho las cosas, hasta el punto de que cada ser humano pueda hacerse su propia programación. Sabemos que estamos en el momento en que se inicia la desmasificación de los medios de comunicación masivos. Por supuesto, que esto no se realiza en poco tiempo; quizá en veinte años. Esa especialización étnica, cultural, lingüística, religiosa, esa especialización en el entretenimiento está a la vuelta de la esquina. En este sentido (...) llevamos un retraso evidente y estamos discutiendo el sí o el no de la televisión privada en España cuando deberíamos estar discutiendo ya otros problemas" (Peláez, 1982: 175-176) 113/.

Basta, pues, de tanta dilación -se concluye-, y tomemos las medidas que forzosamente -y más vale pronto que tarde- tendremos que tomar, si es que no queremos perder de antemano la lucha por la conquista de las mentes. Porque, además -cuestionaba en 1983 el entonces secretario general de la Asociación de Editores de Diarios Españoles, Pedro Crespo de Lara-,

"Una vez que, merced a los adelantos de la tecnología, el uso múltiple de las ondas ya no es un problema, ¿qué otra razón existe para impedir a los ciudadanos el establecimiento y la explotación de emisoras de televisión?.

"Nuestro Gobierno -advierte más adelante-, debe tener presente que, si la televisión privada no se regula hoy, en un plazo no superior a tres años estará establecida por medio de los satélites artificiales que escapan a su control. Y que ningún Gobierno ha merecido el respeto de la historia haciendo prevalecer la autoridad sobre la razón, y ninguno, hasta la fecha, ha tenido éxito en el desatentado intento de ponerle puertas al campo".

2.2. Argumentos esgrimidos en contra de la implantación de la televisión privada*

2.2.1. Técnicos.

2.2.1.1. Limitación del espacio radioeléctrico.

La limitación del número de frecuencias disponibles -y la consiguiente imposibilidad de una autorización generalizada- ha sido tradicionalmente una de las argumentaciones básicas para la justificación del monopolio público de televisión y la oposición a la explotación de canales televisivos por particulares. Las circunstancias técnicas impiden -según los defensores de esta tesis- que haya un número de canales suficiente como para garantizar el pluralismo en las ondas, por lo que, consecuentemente, sólo el Estado puede asegurar la objetividad.

Precisamente es basándose en la existencia real de una escasez de frecuencias de transmisión, que la normativa internacional -se recuerda- atribuye a los Estados competencia en materia de autorización de emisoras:

* Esquema extraído (en lo que respecta a la división en cuatro tipos de argumentaciones: técnicas, económicas, sociopolíticas y constitucionales) básicamente de la reseña que del artículo de Eduardo Gorostiaga, "¿Televisión privada en España?", se publicó en el número 8 de la revista Mensaje y medios, el mes de julio de 1979. Madrid: IORTV, pp. 118-119. El escrito original apareció en la revista barcelonesa El Ciervo, núm. 338, abril de 1979.

"Para lograr una utilización racional del espectro de frecuencias han sido necesarios acuerdos internacionales que regulen su utilización. Una de las finalidades fundamentales del Reglamento de Radiodifusión es la de permitir el mayor número posible de estaciones radioeléctricas en funcionamiento sin interferencias. Para ello, la UIT ha elaborado una tabla de repartición en la que además de atribuir espacios exclusivos a diversos servicios como comunicación marítima, militar, radioastronomía, etc., se adjudican a cada país una serie limitada de frecuencias para la radiodifusión y para la televisión. La UIT impone a los gobiernos la responsabilidad del cumplimiento de los acuerdos por parte de las estaciones que emiten desde el interior de cada país, de lo cual se desprende que estas emisoras deben ser explotadas por el Estado, o por aquellas personas privadas que el Estado autorice. Namurois explica: "La aplicación de este principio es precisada en el Reglamento de Radiocomunicaciones. En él, efectivamente, se especifica que ninguna emisora puede ser establecida o explotada por un particular o por una empresa cualquiera sin una licencia expedida por el gobierno del territorio desde el que se emite la emisora" 114/.

Este hecho de que, por imposición de la normativa internacional, sólo los Gobiernos pueden autorizar o crear un servicio de RTV, tiene aplicación en los mismos Estados Unidos, en los que a pesar de prevalecer "el criterio de la libertad de empresa, de acuerdo con los principios constitucionales, (...) se admite que, a diferencia de otros medios de difusión, la RTV no es accesible a todo el mundo, por lo que está sometida a reglamentación del Estado" 115/.

Es cierto -se afirma desde esta óptica- que el desarrollo de la técnica ha permitido ampliar el número de frecuencias disponibles. A nadie se le oculta el que los avances tecnológicos han permitido aprovechar más y mejor la banda de emisión de señales televisivas, pero esta ampliación -se asegura- sigue siendo limitada. El caso que nos ocupa, la situación española, permite pensar -dada la limitación de frecuencias destinadas al servicio de la TV- en sólo cuatro posibles programas de cobertura nacional. Así lo explica un ex-director técnico de TVE:

"La difusión de televisión se realiza en frecuencias de VHF (Bandas I y III) y UHF (Bandas IV y V), cuya planificación para Europa se llevó a cabo en la Conferencia Europea de Radiodifusión de Ondas Métricas (Estocolmo, 1961).

"En esta famosa Conferencia de Estocolmo, que reglamentó las emisoras de VHF y UHF con PRA superiores a 1 y 10 kw, respectivamente, se asignaron a España 54 emisoras en bandas I y III y 68 emplazamientos con 3 frecuencias cada uno (más una cuarta en 8 de ellas) en UHF. El objetivo de la Conferencia era lograr coberturas nacionales sin interferencias entre ellas, y esto es lo que asegura en teoría dicha planificación. En concreto, para España, cuatro posibles programas de cobertura nacional, uno en VHF y tres en UHF" (Barrasa, 1986: 293-294), "además de una posibilidad residual con los ocho emplazamientos que disponen de una cuarta frecuencia de UHF" (ibíd.: 296) 116/.

No mucho, en definitiva, para garantizar una auténtica pluralidad en las ondas -dicen los detractores de la televisión privada-. Pero es que, por si esto no fuera suficiente -añaden-, TVE no ha podido evitar la utilización de la banda de frecuencias más allá de los límites que hubieran deseado los grupos interesados en la explotación de canales privados:

"Hasta ahora, en líneas generales, la planificación de RTVE se ha conformado a lo dispuesto en dicho Plan (la Conferencia de Estocolmo); sin embargo, en algunas emisoras, por razones de interferencias con emisiones de países limítrofes, se han sustituido los transmisores de VHF (sobre todo en banda I) del primer programa de TVE por sistemas de UHF y, en otros casos, se han planificado directamente en esta banda. Esto quiere decir que las posibilidades teóricas de cuatro programas se reducen en realidad a tres en ciertas zonas. Si tenemos en cuenta que TVE emite dos programas más el tercer canal autonómico, no quedaría sitio en ellas para ningún nuevo servicio" (Barrasa, 1986: 296).

Así, pues, el panorama en cuanto a disposición de frecuencias es más sombrío de lo que los partidarios de la televisión privada quieren admitir, aunque -se reconoce- quizás menos oscuro de lo que un estudio técnico serio y profundo de la situación podría revelar:

"tal como se indica en la reciente aportación del Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT) a la hipotética Ley de Regulación de la Televisión, el Plan de Estocolmo no es el estudio teórico más adecuado para establecer las posibilidades reales de radiodifusión de programas de cobertura nacional, ni estudia las posibilidades de cobertura adicionales que pueden establecerse mediante emisoras de baja potencia.

"Propone, en consecuencia, el COIT la realización de un Plan Técnico que, partiendo de los condicionantes del de Estocolmo en lo referente a compromisos internacionales, contemple todas las posibilidades técnicas de establecer emisiones, no sólo de cobertura nacional, sino también autonómicas, provinciales y locales, ya que lo único existente hasta el momento es el "Plan Nacional de Cobertura del Tercer Canal", realizado por el Gobierno como consecuencia de la Ley Reguladora del Tercer Canal, efectuado sobre la base de las infraestructuras y cobertura del segundo programa de TVE.

"Tan sólo el estudio del citado Plan Técnico, en el que necesariamente habrá que tener en cuenta la situación actual, permitirá conocer las posibilidades reales de difusión terrenal de nuevos programas. No obstante, creo que no es excesivamente arriesgado especular con la factibilidad de cuatro programas de cobertura nacional en UHF, sobre todo si el concepto de "cobertura nacional" no se hace excesivamente estricto, lo que proporcionaría dos nuevos programas sobre los tres, TVE-1, TVE-2 y televisiones autonómicas, ya existentes o de próxima aparición. A esto hay que añadir, naturalmente, un número indeterminado de emisiones de cobertura limitada 117/, dependiendo de condicionamientos de ubicación, interferencias, etc" (ibíd: 297-298).

Las posibilidades de emisión televisiva, por tanto -dicen los defensores de la continuidad del monopolio público-, no se han ampliado en la medida necesaria para justificar o recomendar su explotación por particulares:

"El problema de las frecuencias, a pesar de que se ha modificado, sigue siendo real. Aunque los avances técnicos han permitido aumentar su número y aun suponiendo una interpretación laxa de los reglamentos de la UIT, el número de frecuencias sigue siendo limitado y, por tanto, este aumento no puede ser utilizado a nivel ideológico para reforzar los argumentos de quienes pretenden que la libertad de antena es la simple traslación al terreno audiovisual de los criterios que rigen la prensa escrita en el contexto liberal" (Costa, 1986: 113).

Por otra parte, la tesis de que la incorporación de las nuevas tecnologías va a modificar, en todo caso, irremisiblemente el

panorama televisivo mundial, al convertir en prácticamente ilimitado el número posible de canales, va a ser acusada de introducir, a sabiendas, un elemento demagógico en la polémica ante la opinión pública:

"(...) las declaraciones y los rumores procedentes de fuentes gubernamentales sobre la futura entrega de dos-tres canales de televisión privada han sido contestadas en estos últimos meses por un discurso mítico que oponía las posibilidades de las nuevas tecnologías a la limitación de canales comentada. Obviando los problemas técnicos, los costes necesarios y los riesgos de su amortización, artículos de prensa y comentarios han esgrimido las posibilidades del satélite o del cable para reclamar múltiples canales televisivos. Una vez más, el hipnotismo tecnológico ha sido instrumentalizado al servicio del oscuro recimiento del debate ciudadano 118/. Pero si los casi cuarenta aspirantes concienzudos a la televisión comercial parecen contemplarse a sí mismos como dueños virtuales de una parcela en las ondas, las empresas más serias han hecho sus cálculos y siguen luchando por la televisión tradicional por ondas, sabedores de que la gran batalla por el control de los pocos -¿uno-dos, tres?- canales tradicionales susceptibles de encontrar el mercado y los grandes ingresos necesarios se va a dar en este terreno" (Bustamante y Villafañe, 1986b: 330-331).

En resumen -plantean los detractores de la televisión privada-, los avances técnicos en cuanto a una mayor y mejor utilización de la banda de frecuencias y la incorporación de las nuevas tecnologías de la comunicación, no han podido evitar el que especialistas como Roberto Zaccaria afirmen lo siguiente:

"no obstante algunos "clamorosos" descubrimientos anunciados con gran relieve pero después rápidamente desmentidos, se puede decir que, a nivel cualificado -sea oficial o no oficial-, existe un sustancial acuerdo en que las frecuencias utilizadas para transmitir señales de televisión existen, en todo caso, en número bastante limitado y, por tanto, representan un bien precioso que requiere una rigurosa reglamentación no sólo para evitar las interferencias entre varios mensajes radiotelevisivos, sino también, sobre todo, para los otros numerosos servicios de utilidad pública" (Zaccaria, 1977: 131-132. Citado en Costa, 1986: 113).

2.2.1.2. Garantizar la cobertura de áreas económicamente deprimidas.

Argumentan los defensores del sistema público de televisión que la implantación de canales privados no asegura el servicio a áreas cuya población no dispone de un determinado poder adquisitivo, pues los particulares buscan una rentabilidad que sólo la eficacia publicitaria puede ofrecer. Y advierten sobre el agravamiento de las diferencias sociales, económicas y culturales que, en su opinión, acarrearía la puesta en marcha de televisiones "libres".

La experiencia de otros países en los que el medio audiovisual ha sido explotado por grupos económicos privados prácticamente desde un principio, arguyen, sustenta con firmeza este raciocinio. México es uno de ellos. Su historia televisiva parece dar la razón a los opositores a la televisión privada. Veamos si no algunos ejemplos y comentarios de lo sucedido en este país al respecto.

En primer lugar, citamos al investigador Fernando Mejía Barquera:

"El 29 de abril de 1972, el Poder Ejecutivo expidió un decreto que autorizó "a la SCT (Secretaría de Comunicaciones y Transportes) para ejecutar el plan y los proyectos de televisión rural del Gobierno Federal" (...). La creación de televisión rural era necesaria, según el decreto (...), porque las estaciones comerciales cubrían en su mayoría solamente las áreas urbanas del país (dado que éstas concentran el interés económico de los concesionarios) y en tal situación el gobierno federal tenía la obligación de "hacer llegar el servicio de televisión a las poblaciones y áreas rurales de la provincia a fin de convertir este poderoso instrumento de comunicación en eficaz vehículo para la integración y la cultura del pueblo (...)" (1981: 742).

"(En) el proyecto de "Regionalización Para Planear el Crecimiento de la Radiodifusión en México (1977-1982)" elaborado en 1977 por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (...) se explica que debido a que durante mucho tiempo las concesiones se otorgaban "a toda persona física o moral que se interesara en crear una estación de radio o televisión en una determinada localidad, (si) a su juicio podía operar con utilidades (con la sola exigencia de que) presentara su solicitud ante la SCT (cumpliera) con algunos requisitos técnicos, legales y administrativos; además de acompañar dicha solicitud de información demográfica y económica para comprobar la necesidad del servicio", se propició una excesiva concentración del servicio de radiodifusión en ciertas regiones del país, dejando a otras carentes del servicio. Esto fue así "pues era de esperarse que los empresarios solicitaran concesiones exclusivamente para las ciudades más prósperas y dejaran sin este valioso servicio a las zonas más pobres; esto trajo como consecuencia, la rápida saturación técnica de las zonas metropolitanas de las Ciudades de México, Guadalajara y Monterrey; así como también de las Ciudades de Toluca, Cuernavaca y Puebla por su cercanía al Distrito Federal" (ibíd.: 872; subrayado en el original).

Efraín Pérez Espino (1977: 63-65), por su parte, expone lo siguiente:

"Para 1974, "las cincuenta ciudades de mayor población, con el 41.5% del total de habitantes y el 35.8% de viviendas del país, concentraban el 66.7% de las emisoras de TV... y el 68.4% de los hogares con televisión...". La televisión comercial, fiel a sus fines propagandístico-publicitarios, dirige sus actividades a aquellos centros urbanos en donde existen las posibilidades de "vender" más. De modo que aunque formalmente esta red abarca todo el país, excepto los estados de Morelos, Tlaxcala e Hidalgo, resulta falso que llegue (a) 9 de 10 mexicanos", puesto que la señal abarca solamente las áreas urbanas más importantes, y deja sin cobertura a multitud de pequeños centros urbanos que por su bajo poder adquisitivo y marginación de la vida económica, no son de interés para este medio.

"Para la implantación de una nueva estación, no se considera siquiera el desarrollo de la entidad federativa, sino que se atiende sí, al desarrollo de la ciudad escogida, pero preferentemente al mercado publicitario existente, es decir, al número de habitantes y su nivel socioeconómico (...).

"Este interés netamente comercial crea un alto grado de concentración territorial de este medio (...)"

A conclusiones similares llegan Pablo Arredondo y Enrique E. Sánchez Ruiz en su libro "Comunicación social, poder y democracia en México" (1986):

"El marcado sentido comercial de la radiodifusión implica que ésta se desarrolle desde sus orígenes bajo la guía de un criterio fundamental: la búsqueda y penetración de los mercados más atractivos para quienes en última instancia operan como base financiera de la actividad "comunicativa", es decir, los anunciantes. Esta dinámica conllevó una serie de desequilibrios, entre los cuales cabe señalar la tendencia hacia la concentración de los "servicios" de comunicación social en ciertas zonas del país, en detrimento de otras "menos atractivas" comercialmente" (págs. 140 y 142).

"Parece (...) lógico (...) que dadas las finalidades lucrativas de los llamados medios informativos, éstos hayan tendido a establecerse y desarrollarse en aquellos lugares cuyas características podían garantizar la producción de ganancias" (pág. 143).

"(...) vemos (...) cómo la tendencia del sistema de medios comerciales es hacia la concentración en las áreas de mayor potencial mercadotécnico. Lo cual significa áreas de mayor riqueza las que a su vez, en nuestro contexto, tienden a ser zonas altamente urbanizadas. Así, mientras que el promedio nacional de población urbana al inicio de la presente década es de 56.1%, los estados en donde se concentran las actividades radiotelevisivas alcanzan un promedio de casi 70% de sus habitantes en zonas urbanas" (pág. 145).

Desde el prisma publicitario, Víctor M. Bernal Sahagún describe resultados prácticamente idénticos:

"(...) los medios de comunicación masiva --o "medios publicitarios"-- basan su desarrollo en la cantidad de telespectadores, radioescuchas o lectores que puedan ofrecer a los anunciantes, de tal suerte que la pu blicidad mexicana se ha concentrado en las grandes ciudades, que son las que brindan mayores beneficios tanto a las empresas productoras co mo a los vehículos publicitarios en sí" (Bernal, 1983: 149).

"(El poco poder adquisitivo de la población rural del país), aunado a la dispersión en vastos territorios hacen poco atractiva la instalación de medios de difusión. Podemos tener la seguridad de que esto seguirá así, mientras siga viéndose a la comunicación como un negocio más y no como una necesidad social" (ibí.d.: 156).

El fenómeno que describen y analizan las citas anteriores parece ser tan evidente, que un alto representante de la empresa monopólica de la televisión privada en México no tuvo por menos que reconocerlo, aunque confesara también no encontrar las claves de su interpretación:

"Al iniciarse el análisis de la problemática de la televisión en México, resulta sorprendente y hasta inexplicable que, a más de veinticinco años de la instalación profesional del medio, apenas el cuarenta por ciento del país disfrute de los beneficios de este gran instrumento; 60 por ciento del pueblo mexicano se encuentra marginado del proceso de comunicación por televisión; 60 por ciento de nuestra nación, no tiene acceso a la información, al entretenimiento, a la educación que brinda este medio, grave problema que se ve intensificado por el hecho de que la señal se genera siempre desde el centro del país, haciendo pensar que por alguna extraña razón sólo la metrópoli tiene derecho a emitir su mensaje" (Zabludovsky, 1976: s/p).

En experiencias como la mexicana encuentran, pues, sólido apoyo las argumentaciones de quienes consideran que los canales privados televisivos no garantizan la cobertura total del territorio nacional, e incluso acentúan el centralismo del país. Pero no necesitan aquéllos buscar en el extranjero motivos para desconfiar al respecto; los mismos les son brindados con prodigalidad por los propios grupos económicos interesados en la explotación de televisiones "independientes" en el país ibérico, que muestran -y conceden sin la menor oposición- en sus propuestas que los sectores de la población con bajo poder adquisitivo no son, en principio, de su interés. Veamos si no.

En su calidad de Director General de Promotora de Televisión y Radio, S.A. (PTR), Madrid, Luis Angel de la Viuda afirmaba con la mayor franqueza y naturalidad en 1982:

"Promotora de Televisión y Radio, S.A.' pretende la implantación en España de una cadena de televisión de cobertura nacional, si bien el término de cobertura nacional debe entenderse con las limitaciones propias del caso.

"Se pretende que dicha cadena tenga implantación en todas las regiones españolas, dé servicio a la mayor parte de las capitales de provincia y ciudades de más de 100.000 habitantes, y en su conjunto cubra el ochenta y cinco por ciento de la población española. Al tratarse de una empresa privada es lógico además que se busque desde el

principio la mayor cobertura con la mínima inversión posible y por ello, en su desarrollo, la cadena procurará cubrir en primer lugar las grandes concentraciones urbanas: Madrid, Barcelona, Valencia, etc., para después extenderse a otros núcleos urbanos y por último alcanzar poblaciones entre los cincuenta y los cien mil habitantes, ante los límites señalados en el párrafo anterior" (1982: 183).

El mismo año, concretamente el 3 de enero, el diario El País publicaba una nota en la que se podía leer lo siguiente:

"El establecimiento en España de cadenas privadas de televisión supondrá una inversión superior a los 3.000 millones de pesetas. "Con esa cifra", señalaron al Servicio Empresarial de Noticias (SEN) fuentes de toda solvencia, "podría instalarse un grupo de emisoras locales, con una gran productora centralizada, que cubriera las ciudades más importantes: Madrid, Barcelona, Bilbao, Zaragoza, Sevilla y Valencia. El nivel de cobertura oscilaría entre el 60% y el 70% de la población nacional".

La acusación de que "las únicas emisoras de televisión que los grupos económicos interesados pretenden instalar son de cobertura urbana, ya que son las únicas que pueden resultar rentables" (Gorostia ga, 1979b: 119), es confirmada, pues, sin la menor resistencia por éstos en sus propuestas. Pero es que, además, en España ya ha habido una experiencia que muestra claramente que los empresarios hispanos ven con la mayor naturalidad del mundo este fenómeno, y dan a entender que el servicio a áreas económicamente deprimidas no es de su incumbencia plena. Nos referimos al caso de la televisión de pago vía satélite representado por Canal 10.

En 1987 se publicaba en El País un reportaje firmado por José Miguel Contreras, en donde se explicaba la audiencia potencial a la que pretendía dirigirse este nuevo canal. Bajo el título "Canal 10 sólo atenderá a hogares situados en grandes aglomeraciones urbanas",

se podía leer lo siguiente:

"Canal 10 ha llevado a cabo, desde finales del pasado mes de diciembre, en cuatro ciudades españolas -Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao- una intensa campaña publicitaria con el fin de dar a conocer su oferta. Según fuentes de la empresa, se han gastado alrededor de 300 millones de pesetas en la campaña. El slogan de la publicidad -Apúntate al 10- parece indicar que cualquier persona podrá recibir en cuanto lo desee el nuevo servicio televisivo. Sin embargo, la realidad es distinta. Canal 10 atenderá primordialmente a aquellos hogares enclavados en grandes aglomeraciones urbanas.

"(Y se explicaba:) El peculiar sistema de distribución que utiliza este sistema de televisión de pago plantea algunas dificultades técnicas que obligan a la empresa, con el fin de buscar la máxima rentabilidad económica al proyecto, a escoger con especial cuidado a su clientela.

"En la práctica, Canal 10, más que atender las peticiones de enganche al sistema, buscará por sí mismo sus clientes más adecuados, según reconocen los promotores del proyecto. En base a los estudios que ha realizado la empresa, lo que denominan como "zonas optimizadas", es decir, el público que podrá suscribirse, al menos en una primera etapa, está previsto que esté caracterizado por una doble condición, su hábitat y su nivel socio-económico.

"La primera condición para ser considerado por Canal 10 un cliente prioritario a la hora de atender su petición es habitar en manzanas de edificios que reúnan un elevado número de viviendas. Ello permitiría a Canal 10 rentabilizar la inversión que para ellos supone instalar cada antena parabólica. Teniendo en cuenta que la legislación actual prohíbe el traslado de la señal vía cable cruzando una calle, sólo se puede extender la señal proveniente de una parábola a las viviendas situadas en una misma manzana. Aquellas personas que vivan en viviendas unifamiliares o en edificios con pocos pisos tendrán serias dificultades para poder ver satisfecho su deseo de inscripción, a no ser que ellos mismos adquieran por libre la antena parabólica.

"La segunda característica, considerada por los estudios previos, es el nivel socioeconómico de los potenciales clientes. En contra de lo que muchos puedan pensar, el público más proclive a pagar la cuota mensual del servicio no son las clases más acomodadas, sino las clases media y baja, principales consumidores de los mensajes televisivos, al carecer de otros recursos alternativos de ocio.

"(...) Las previsiones de Canal 10 contemplan la posibilidad de aumentar la oferta actual de sólo a cuatro ciudades -Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao- a cinco más -Sevilla, Zaragoza, Málaga, La Coruña y Oviedo-, en el mes de abril (de 1988), aproximadamente".

Parece aceptarse, pues, por todos -tanto apologistas como detractores- la tesis de que los grupos privados instalarían sus emisoras en ámbitos reducidos, y que el servicio a áreas subdesarrolladas no estaría garantizado por los nuevos canales "libres" que se

pusieran en marcha.

Es cierto que los partidarios de la televisión "independiente" relativizan esta afirmación argumentando que la entrada en funcionamiento de los satélites de difusión directa solucionará el problema de raíz, de forma que las áreas más recónditas del territorio nacional estarían cubiertas por las señales televisivas. Sin embargo -replican los defensores del sistema público monopolístico-, el ejemplo de Canal 10 y las propuestas de los mismos grupos económicos interesados en la explotación de canales privados, hacen que siga siendo válida la preocupación por las consecuencias sociales, económicas y culturales que, en forma de agravamiento de diferencias ciudad-campo en primer término, y de mayores distancias entre las clases sociales en segundo, traerían consigo la implantación de las nuevas televisiones 119/.

Es este planteamiento de fondo (el hecho de que "lograr una cobertura total del territorio habitado exige unos gastos de inversión cuya rentabilidad marginal es decreciente y cuyo montante es muy elevado" -Gorostiaga, 1979b: 118-119-), el que sirve de base a quienes afirman que "a nivel nacional, sólo una red pública garantizará el servicio a áreas económicamente deprimidas" (ibíd.: 119).

Y plantean quienes defienden esta idea que la experiencia de los sistemas monopolísticos europeos apoya con creces la misma, pues éstos habrían demostrado tener una concepción de "servicio público" superior a los regímenes televisivos privados. Tan es así -añaden-, que el retraso en el desarrollo de la televisión por ca-

ble en Europa con relación a los Estados Unidos, así como su diversa funcionalidad, tendrían su principal explicación en esta realidad. Pere-Oriol Costa (1986: 214-215) recoge perfectamente esta tesis:

"Las razones de este retraso hay que buscarlas sobre todo en que las empresas de televisión privada dejan amplias áreas de sombra en aquellos países en los que -como en los Estados Unidos- obtienen permisos de emisión utilizando su propia red. Las zonas montañosas o semidesérticas y todas aquellas en las que la población vive dispersa no son interesantes para estas empresas, pues la cantidad de espectadores con que potencialmente pueden aumentar la audiencia, nunca hará rentable la construcción de los repetidores necesarios para cubrir con su señal todas las zonas de la geografía de forma indiscriminada. Estas zonas semidesérticas y en las que la población vive diseminada son, por contra, buenos clientes potenciales de pequeñas redes de cable que se limiten a captar la señal de las emisoras convencionales y la lleven a través del hilo a los distintos hogares, los cuales están dispuestos a pagar una cantidad mensual antes que verse privados de todo servicio de televisión.

"Las televisiones europeas, dada su condición de servicio público y por tanto desarrolladas por empresas sin ánimo de lucro, han acostumbrado a mostrar su voluntad de hacer llegar la señal hasta la zona más recóndita y poco poblada del país, aunque, en la práctica, la red siempre se ha empezado a construir por las grandes ciudades. Hoy en día, sin embargo, tanto las primeras como las segundas cadenas europeas han llegado ya a cubrir con su señal la mayor parte de los territorios en los que están implantadas. En casos aislados y para pequeños sectores geográficos o de población, lo más rentable por parte del organismo público encargado de la red ha sido también la utilización del cable. Como ha escrito Alberich, "se trataba -refiriéndose a Europa- de mejorar la recepción de las emisoras de televisión convencionales en zonas donde, por interferencias de otras estaciones o por perturbaciones debidas a fuentes de origen doméstico o industrial, la calidad de la señal era baja". En otros casos se trataba de suprimir las antiestéticas y peligrosas antenas exteriores en barrios o zonas de carácter artístico o experimental".

2.2.1.3. Libertad de antena ≠ Libertad de expresión.

Los simpatizantes del sistema público monopolístico de televisión arguyen en contra de la identificación que efectúan sus oponentes entre libertad de antena y libertad de expresión:

"La libertad de antena pretende ser una prolongación de la libertad de expresión. Pero este planteamiento es bastante falso. La libertad de antena está limitada por las frecuencias. El servicio audiovisual no puede venderse como mercado" 120/.

Quienes así piensan, comienzan cuestionando muy seriamente la vigencia del concepto decimonónico de libertad de prensa en nuestros días:

"(...) para criticar la libertad de antena se debe empezar por criticar los criterios liberales que sostienen la libertad de prensa, la cual, en la práctica, ha circunscrito el poder de informar a determinados círculos de la burguesía dominante, y ha dejado al resto de la población como usufructuarios de una libertad que sólo existe en teoría. Puesto que se equipara la libre circulación de ideas a la de mercancías, el valor de las ideas se pone a nivel de cambio, el cual viene determinado por el mercado. ¿Quién puede acceder a la libertad de prensa? Caído el control político religioso del Antiguo Régimen, la burguesía lo sustituirá por el control económico, que es lo que la caracteriza. Ya no hace falta censura. Todo el mundo puede gozar de libertad de expresión y de prensa, pero si este acceso quiere ser permanente y no esporádico, es necesaria la posesión de capital. Según Siliato, "cualquiera puede acceder a la libertad de la burguesía, pero haciéndose burgués. En todo caso hay que aceptar al mercado sus leyes, como supremo árbitro de la validez de la información. En este control neutral del mercado está el secreto del inmenso provecho que el capitalismo ha sacado de la ideología de la práctica de la libertad de prensa. Bajo la apariencia de dar a todos la más total libertad de expresión, la conservaba en realidad para sí y excluía a la gran mayoría de la población del uso de los medios de información. La libertad de información se reduce a la libertad de consumir la información del poder" (Costa, 1986: 106-107).

"Hoy en día sigue teniendo sentido defender la libertad de prensa frente a sistemas políticos dictatoriales, pero en el contexto occidental hay que tener en cuenta los factores citados. Defender la libertad de antena ahora es defender la libertad burguesa, pero no aquella progresiva y revolucionaria que luchaba contra el Antiguo Régimen, sino la actual que concentra el usufructo de la libertad de informar en muy pocas manos, convirtiéndola para el resto de la humanidad, en una libertad teórica" (ibíd.: 109).

Los defensores de la reserva pública del medio audiovisual expresan enseguida su convicción de que la televisión es tan importante a la hora de la construcción de la hegemonía en el mundo actual,

que deviene en un medio de comunicación especial frente a los otros medios masivos. Sus posibilidades en lo que a la conformación de la opinión pública se refiere son tan evidentes que -afirman aquéllos- no puede ser manejada como si se tratara de una empresa comercial cualquiera, pues las leyes del mercado no le son aplicables; al menos, no en la misma medida que a otras sociedades mercantiles, e incluso que a otros medios de difusión:

"Algunos grandes aspirantes a la televisión comercial o informes cercanos a ellos se han apresurado a desechar previamente los condicionamientos y responsabilidades que las concesiones podrían llevar consigo. De nuevo, una superposición mecánica sirve para equiparar la empresa privada de televisión con cualquier otra sociedad comercial y adoptar por tanto el derecho casi ilimitado del empresario a los destinos de su propiedad.

"Pero aun moviéndose en una sociedad de economía de mercado, aun partiendo de sus supuestos, una cadena de televisión no es equiparable nunca a otra empresa mercantil y ni siquiera, por su trascendencia social, a otros medios de comunicación" (Bustamante, 1986a: 277).

El hecho de que las ondas hertzianas constituyan un bien, hoy por hoy, no mensurable económicamente -se concluye- fundamenta la exclusión de las leyes del mercado respecto a las mismas.

2.2.2. Económicos.

2.2.2.1. Inevitabilidad de los oligopolios.

La negativa a la televisión privada se fundamenta -en este punto- en el argumento de que "la necesidad de capitales y medios de toda índole conduce a concentraciones peligrosas que pueden afectar al ejercicio general de la libertad económica" (Gorostiaga, 1979b: 119).

Se parte de la idea de que una televisión auténticamente profesional es, por definición, algo caro, y que experiencias como las de algunos grupos de base -que parecen demostrar lo contrario- no son en absoluto a las que aspiran los sectores económicos que demandan la implantación de la televisión privada en España. En esto parecen coincidir -más allá de campañas propagandísticas- los opositores con los más sinceros partidarios de los canales "libres". Así, por ejemplo, Luis Gutiérrez Espada (1982: 156), defensor de la existencia de éstos por "razones de carácter profesional", afirmaba, siendo Subdirector del Gabinete Técnico de la Dirección del Ente Público RTVE, lo siguiente:

"si la fórmula (de posible autorización de estos canales) es la atomizada y anárquica italiana, estas emisoras, evidentemente, poca potencia económica tendrán para hacer producción propia, y se nutrirán de películas, fundamentalmente americanas. Por lo tanto, hay que entender que, en ese supuesto normativo que reconozca la televisión privada, es aconsejable (...) una televisión privada lo suficientemente fuerte como para permitir un alto nivel de profesionalidad. Y eso sólo se hace con muchos medios".

John Hoban (1982: 48-49), de la BBC de Londres, por su parte, concuerda punto por punto, y casi palabra por palabra, con esta tesis cuando señala que "inevitablemente, la televisión es un medio caro, a no ser que uno se limite a emitir viejos programas comprados por lotes a las productoras internacionales".

Este hecho es reconocido incluso -decimos-, por los propios grupos económicos interesados en la explotación de canales "independientes", sobre todo cuando, pasado el tiempo de la propaganda, y

una vez que las televisiones privadas reciben la luz verde por parte del Gobierno socialista, tienen interés en cambiar de estrategia a fin de arrancar concesiones al Ejecutivo. Es entonces cuando exhiben a bombo y platillo sus cálculos económicos ante la opinión pública, y afirman que "para poner en marcha un canal son necesarios unos 15.000 millones de pesetas" 121/.

La televisión, por tanto, necesita de grandes inversiones. Esta constatación, unida a (y derivada de) la naturaleza tecnológica del medio, sirve de base a quienes advierten sobre los riesgos que para la libertad económica del país supondría el funcionamiento de emisoras "independientes". Según menciona Elena Vázquez (1986: 156), en la última sentencia del Tribunal Constitucional italiano del año 1981 se señalaba

"que la limitación de las frecuencias disponibles y los costes demasiado elevados de instalación y de gestión conducirían inexorablemente a la concentración de pocas cadenas de emisoras de difusión nacional, en manos de unos pocos: "El progreso propio de la tecnología incrementa actualmente los riesgos de concentración oligopolística debido a la facilidad con que se pueden realizar las interconexiones y debido también a los diversos tipos de conexión existentes en la actualidad en el sector de transmisiones de televisión".

Pero las concentraciones financieras no se derivan únicamente -afirman quienes defienden a ultranza el sistema público monopolístico- de la naturaleza tecnológica del medio, sino que su inevitabilidad se produce también por otros factores. El primero de ellos es el constituido por los imperativos de la economía de escala:

"El costo (de la programación televisiva), en relación con el número de televidentes, sólo puede mantenerse dentro de unas proporciones razonables siguiendo la economía de escala. Es decir, que si se trata de hacer programas originales que valgan la pena, deben tener un alto potencial de audiencia. Si se diluye la audiencia, ya sea limitando las transmisiones a una zona geográfica reducida o multiplicando los canales, se reducirían también los ingresos, cualesquiera que sean sus fuentes" (Hoban, 1982: 49).

Como afirma Gabriel González Molina (1988: 20), refiriéndose a un momento de fuerte competencia en la televisión mexicana -inmediatamente antes de la creación del consorcio privado Televisa,

S.A.--:

"La competencia tiene connotaciones que inspiran respeto dentro de la industria de la televisión mexicana debido a sus implicaciones económicas desfavorables. (...) la competencia trajo consigo costos más elevados de operación. Según los propietarios clave de TSM (Telesistema Mexicano, una de las dos organizaciones contendientes en el período a que se refiere el texto), los años dominados por una cerrada competencia acarrearón un proceso de negociaciones improductivo que a corto plazo infló los costos de sus programas y a su vez redujo los márgenes de utilidad. Todo ello benefició tanto al staff de producción doméstica como a los productores de programas con éxito internacional. La competencia debilitó las economías de las compañías al enfrascarlas en una constante lucha por detectar artistas famosos, directores o personal especializado cuyos sueldos alcanzaron cifras sin precedente. Además, la competencia por franquicias de programas populares del mercado internacional les obligaron a buscar niveles más altos de inversión que los originalmente previstos. Asimismo, la incesante lucha por lograr una cobertura total les hizo vulnerables a la influencia y presión gubernamentales" 122/.

Hablando del caso francés tras la "explosión" de la ORTF en siete sociedades, René Duval (1982: 69) identifica una realidad similar a la descrita, al afirmar que "la falsa competencia que se había creado entre las tres cadenas de televisión, nos lleva(ba) a un coste superior de los programas; a dificultades para introducirse en el campo de las coproducciones extranjeras".

Los mecanismos de la economía de escala -concluyen, pues, los opositores a la televisión privada- conducen inevitablemente a un proceso de concentración entre los canales que contrarresta en poco tiempo la poca pluralidad de las ondas que, por otra parte, permite la escasez de frecuencias.

Pero es que, además -advierten éstos-, la explotación comercial de canales televisivos resulta ser un negocio de tales dimensiones y que rinde tales beneficios que la constitución de enormes grupos multimedia, e incluso de consorcios que se adentren en otras ramas de la producción, deviene en posibilidad prácticamente imparable. El mundo actual -señalan- es rico en experiencias de esta índole. Los casos italiano, estadounidense y mexicano, por ejemplo, son bastante ilustrativos al respecto.

Italia (que para 1982 contaba ya con el "índice mundial más alto de fraccionamiento de audiencias: una emisora de televisión ca da 15.000 habitantes, que equivale a una emisora cada 850 kilómetros cuadrados") no pudo evitar el fagotidismo paulatino de las pequeñas televisoras: "Un grupo de empresas, casi todos los más poderosos editores italianos" -a través del procedimiento de "la compra-venta de instalaciones y frecuencias que habían ocupado pequeñas emisoras locales"-, absorbieron o controlaron progresiva y globalmente el funcionamiento de éstas, hasta el punto de que en el mismo 1982 tenían en su poder "a más de cien pequeñas emisoras" y se disputaban "alrededor de 27.000 millones de pesetas en publicidad", tan sólo 6.750 millones menos que las previsiones de ingresos de la

RAI por ese mismo concepto y para ese mismo período (Pérez Ornia, 1982: 46), y a quien superarían con creces al año siguiente 123/. Para 1984, el proceso de concentración se había acentuado aún más, y "los cinco canales más importantes de la televisión privada de este país -Retequattro, Canale 5, Italia Uno, Antenna Tre y Quarta Rete-" habían creado "en la práctica una especie de monopolio, casi todo en manos de Berlusconi" 124/.

Estados Unidos, por su parte, con un sistema de televisión de base local, no ha podido impedir tampoco que el mundo de los negocios amenace la libertad de los medios. En primer lugar, la tendencia oligopolística ha conducido a que prácticamente toda la radiodifusión norteamericana se agrupe en tres o cuatro cadenas, que se reparten la mayor porción del presupuesto publicitario. Y en segundo término, el crecimiento de los grupos multimedia ha alcanzado tales dimensiones que ha puesto en mayor riesgo dicha libertad. Como ejemplifica Claude Jean Bertrand (1982:33),

"Por una parte, como los medios impresos han entrado en el mundo de la electrónica, corren el riesgo de ser regulados como los radiodifusores o distribuidores de señales, o como simples empresas industriales. Por otra parte, no solamente aumenta la concentración de la propiedad (9 MSOs - Multiple Cable System Operator- controlan el 40% del mercado de TV-cable), sino que también, debido a la necesidad de invertir enormes capitales (mil millones de dólares en 1980-1981 sólo para el cable), grandes holdings transnacionales, sin intereses en el mundo de la comunicación, se han introducido en este campo, p. ej., la American Express adquirió, recientemente, el 50% de la Warner Communications".

En México, por último, el proceso de concentración ha alcanzado unas dimensiones inusitadas, aun tratándose de un país subde-

sarrollado. La televisión privada se encuentra prácticamente monopolizada por el consorcio Televisa, S.A., resultante de dos procesos de fusión de emisoras en manos de fuertes grupos económicos, en los años 1955 y 1972. Televisa es, hoy por hoy, la principal empresa de comunicación del mundo de habla hispana, y una de las más importantes del orbe. De hecho, el mercado nacional hace años que le vino pequeño, por lo que se lanzó -y con éxito- a la conquista de los públicos internacionales.

Como afirma el investigador Efraín Pérez Espino (1977: 83 y 99), su crecimiento no ha sido el resultado de una casualidad, sino del apoyo, tanto con capital financiero -sin el cual no podría disponer de los enormes recursos necesarios para su expansión material-, como con su utilización como enlace para la venta de los bienes y servicios ofrecidos por más de un centenar de empresas en las que intervienen los miembros del grupo.

La explotación publicitaria de la industria televisiva, y su aprovechamiento para la venta de artículos de las relevantes ramas de la producción en las que aparecen como propietarios los dueños de la misma, ha proporcionado a éstos un poder económico inconmensurable, y como consecuencia, un poder sobre la sociedad mexicana que va más allá de lo que sería aconsejable en una sociedad democrática.

Hay que aprender, pues, de las experiencias ajenas, y no volver a caminar por unos senderos que han demostrado ser desaconsejables -concluyen los partidarios de la vigencia del sistema público monopolístico-. Y rematan señalando otro factor más que, en su opi-

nión, conduce a la inevitabilidad de los procesos de concentración u oligopolísticos como consecuencia de la implantación de la televisión privada: el miedo del sistema capitalista a perder el control de las mentes por las contradicciones que lleva en sí misma la existencia de la cultura de masas. Así es como lo ve Ivano Cipriani (1982: 164):

"El sistema capitalista, en su intento de conquistar nuevos beneficios industriales, corre el riesgo de perder el dominio de uno de los más eficaces instrumentos de control: la cultura se convierte hoy en cultura de masas, merced a la enseñanza obligatoria, a los mass-media, a la propia mercantilización de los productos culturales y a sus nuevas formas de consumo.

"Por esta razón, el sistema capitalista necesita hacerse de nuevo con la situación, recomponer contradicciones demasiado violentas y peligrosas incluso porque actúan de forma traumática especialmente sobre las nuevas generaciones; de aquí se desprende, entonces, con la coincidencia de diversas necesidades, el recurso a procesos de concentración, cada vez más extendidos a nivel planetario destinados a conseguir el control de la producción, de las mercancías culturales (estandarización de contenidos y de lenguajes), de su distribución (comunicación) y de su consumo (organización del público).

A todas estas argumentaciones se responde, desde la óptica favorable a la privatización de las ondas, que los Estados tienen siempre en sus manos los instrumentos necesarios para controlar las desviaciones que puedan surgir del libre funcionamiento del mercado. Pero este raciocinio no es aceptado por la totalidad de los defensores del mantenimiento del statu quo televisivo.

La propuesta de aplicación de correctivos a la libertad de empresa, en forma de -entre otras medidas- leyes anti-cárteles o anti monopolio:

"En una sociedad pluralista no se pueden conseguir los derechos de libertad de radiodifusión sólo a través de su independencia frente al Estado, porque esta libertad formal no produce de forma automática una multiplicidad de emisoras. En un sistema de sociedad concebida como pluralista no se puede dejar la organización de la radiodifusión en manos del libre mercado. Precisamente para asegurar la igualdad de oportunidades es absolutamente necesaria una regulación que garantice además de la independencia frente al Estado el que no se puedan constituir determinados grupos de presión. La actuación del Estado tiene un margen que abarca desde normas genéricas de defensa de la competencia hasta normas específicas. En este sentido cabe recordar que mientras España está huérfana de esta normativa, los demás países europeos están sujetos a normativas específicas o genéricas -aplicaciones de leyes antimonopolio, etcétera" (Vázquez, 1986: 160-161)

decimos, esta propuesta es considerada poco eficaz por quienes plantean que las leyes del mercado reforzarían el oligopolio informativo nacional e internacional.

Y basan éstos su negativa, nuevamente, en la experiencia internacional. De nada sirvieron -recuerdan- las disposiciones del Estado mexicano post-revolucionario prohibiendo el otorgamiento de concesiones radiofónicas a extranjeros a fin de frenar los intentos expansionistas de los consorcios norteamericanos: "las dos primeras cadenas radiales que se instalan en el territorio nacional (mexicano) son financiadas por capital extranjero perteneciente a dos grupos económicos estadounidenses distintos, que utilizan los servicios de un mismo ciudadano mexicano para la obtención de las concesiones" (Fernández Christlieb, 1984: 242); ni el que el artículo 28 de la Constitución mexicana no permita las prácticas monopólicas: cuando en 1955 "los concesionarios de los canales de televisión 2, 4 y 5 deciden constituir una empresa encargada de administrar y operar esas emisoras, la nueva empresa, Telesistema Mexicano, S.A., no se convierte en concesionaria", sino que, a fin de salvar legalmente lo

establecido en la máxima norma, conviene en que las concesiones continúen "perteneciendo a las empresas que originalmente las obtuvieron" (Mejía Barquera, 1985: 25). De nada han servido tampoco -añaden- los correctivos aplicados por la FCC estadounidense a la libertad de empresa:

"La principal acusación que se puede hacer a la FCC es que su acción no ha podido evitar que el principio esencial de la doctrina que con forma el sistema, que es una televisión de base local, haya sido desvirtuado por un acentuado proceso de concentración, que ha convertido a la televisión americana en un oligopolio. Todas las medidas adoptadas para evitar que fuera incrementando la dependencia de las emisoras locales respecto a las cadenas (networks), y su absorción por éstas han quedado siempre desvirtuadas (...). En todo caso, para los grupos que defienden la necesidad de un mayor pluralismo y diversificación en los medios norteamericanos queda claro que este tipo de disposiciones no modifican la tendencia a una mayor concentración" (Costa, 1986: 188-189).

La relativa facilidad con que se pueden burlar las normas, y la necesidad de una voluntad política permanente de hacerlas cumplir -aspecto éste bastante complejo en un sistema de partidos políticos-, desaconsejan, pues, desde esta óptica, la autorización de la televisión privada por el reforzamiento de los oligopolios que la misma traería consigo.

Los entes públicos, por contra -se afirma-, no sólo pueden asegurar mejor la imparcialidad y la independencia 125/, sino que -como consecuencia de la economía de escala- pueden trabajar con costos menores e implementar una estrategia de coproducciones y programas para a la exportación. Además,

"El monopolio en manos del Estado implica de hecho un límite muy importante a la penetración de las multinacionales extranjeras en el mercado interior, tanto en la venta de aparatos de filmación, reproducción y transmisión de tipo profesional -hardware- como en la difusión de programas pregrabados -software-, pues los clientes potenciales que ofrecería un sistema de libre mercado quedan reducidos al único ente público que ostenta el monopolio" (Costa, 1986: 92).

2.2.2.2. Promoción de aumento innecesario del consumo.

La implantación de la televisión privada en España -pronostican quienes se oponen a la misma- daría lugar a un exceso de publicidad "a cambio de prácticamente nada, en detrimento de la calidad y a costa del consumidor" 126/.

Un intelectual norteamericano afirma que "la meta de la TV comercial no consiste en presentar programas al televidente, sino proporcionar espectadores al anunciante..." 127/; a los dueños de aquélla no les interesa tanto servir a su público como hacer suculentos negocios mediante la explotación publicitaria. "(...) ya lo dijo Roy Thomson (lord inglés y todo) cuando en 1956 le concedieron la explotación de un canal escocés: "Una licencia para transmitir televisión es una licencia para imprimir tu propio dinero" (Hermina, 1979: 87).

Las posibilidades de obtener grandes fortunas a través de este medio son tan obvias -señalan los opositores a que el mismo caiga en manos de particulares-, que los empresarios del mismo llegan a relegar a un segundo plano la preocupación por la información, la cultura, el desarrollo y la movilización social, y dedican todos sus esfuerzos a lucrar descaradamente. Como escribió, en frase memo

rable, Fred. W. Friendly, ex-director de los Servicios Informativos de una cadena norteamericana, "la televisión puede ganar tantísimo dinero haciendo las cosas mal que no se puede permitir el lujo de hacerlas bien" (Citado en Hermida, 1979: 89).

Incluso, las alternativas culturales que pudieran salir de la televisión privada por diversas circunstancias (presión social, exigencia estatal, etc.), se encuentran siempre mediatizadas -se afirma- por la necesidad de no interferir en modo alguno con los objetivos comerciales de la empresa. En México hay un ejemplo bastante ilustrativo al respecto.

En 1983 comienza a funcionar un nuevo proyecto televisivo: uno de los canales del consorcio Televisa, S.A. -el 8, hoy 9- se presenta "como la autoalternativa adecuada frente a la TV comercial". Deja de transmitir publicidad y se dedica por completo a la difusión cultural. Aunque su cobertura no es nacional, la experiencia resulta, en un principio, plausible. Sin embargo, las contradicciones del intento asoman pronto, incluso en los detalles más nimios. Uno de éstos, destacado por el investigador Efraín Pérez Espino en su estudio sobre el particular (1986: 135-136), muestra claramente las dificultades que para una empresa comercial conlleva desarrollar un proyecto televisivo auténticamente cultural:

"Uno se pregunta entonces si, no estando sujeto el Canal 9 a la lógica de la venta del tiempo, no resultan innecesarios ciertos "cortes" que sin motivo aparente fragmentan cualquier programa, solamente para dar paso a un joven locutor que hace recordatorios intrascendentes o recita cápsulas informativas que, indistintamente, pueden o no tener algo que ver con el programa mismo. Lo que se concluye es que

estos cortes podrían hacerse al término de cada programa, para no alterar su continuidad.

"La respuesta a esta reminiscencia comercial es bastante sencilla. Modificar los "cortes" equivaldría para Televisa desandar el camino andado, e inocular a su auditorio con una vacuna propia; pero no lo hace. Desde sus orígenes, la TV comercial tuvo la necesidad de establecerlos para la exposición de los bienes y servicios de los anunciantes que pagan la transmisión; y en ocasiones estos "cortes" son de una abundancia desesperante. Si ahora Canal Nueve se atuviese a una lógica "cultural" suprimiría todos los cortes supefluos, pero es to inocularía necesariamente al público televidente, ya que hasta la persona más enajenada advertiría la diferencia entre la forma constantemente fragmentada de recibir un mensaje en los canales comerciales y la nueva forma que respetaría la continuidad natural de cada programa. Se vería claramente la diferencia entre el canal cultural y sus similares comerciales, que se encuentran repletos de cortes pu**bl**icitarios. Además modificaría necesariamente los "ratings" del consorcio, ya que mucha gente preferiría ver una película sin cortes comerciales en Canal Nueve, que una serie policiaca con multitud de ellos, en Canal 5.

"Televisa entonces "controla" y mediatiza su propia alternativa cultural ya que ella sí "vacuna" a su auditorio contra todo posible cambio de "hábitos" y aprendizajes previos, conservando los cortes en Canal Nueve que, aunque no le reditúan ganancias monetarias, sí le reditúan ganancia ideológica al prevenir una descolonización gradual del televidente y seguir conservándolo dentro de la "lógica del mensaje fragmentado" que se hace aparecer como "natural". A fin de cuentas el altruismo de Televisa termina ahí donde comienzan sus intereses monetarios. He aquí la principal incapacidad y limitación de la TV comercial para llevar adelante un proyecto cultural que esté desligado de cualquier interés monetario" (subrayado en el original).

Su propia lógica interna, pues, cierra todas las salidas a toda propuesta de programación que atente -aunque sea reduciendo mínimamente las enormes ganancias, no suprimiéndolas- contra el objetivo primordial de la televisión privada: la rentabilidad económica a como dé lugar.

Que a los empresarios de la televisión "independiente" -insisten los opositores a la misma- les anima un espíritu de lucro sin medida, está más que comprobado por lo ocurrido en otros países. En Estados Unidos, por ejemplo -señala Claude Jean Bertrand (1982: 25),

"el público americano (...) puede soportar la interrupción de todos los programas de televisión cada 10 ó 12 minutos por un corte de 2 a 3 minutos de anuncios de 30 segundos, lo cual suma del 15 al 20% del tiempo de emisión. Y esto ya es una mejoría: antes del escándalo de los concursos, en 1959, las agencias publicitarias producían los programas y los patrocinadores controlaban los contenidos. Pero los 'ratings' y la medición de audiencias todavía dictan las decisiones de las emisoras. Una estación de radio cambiará de música clásica a música popular por obtener algo más de beneficio. Una estación de televisión cambiará un programa de asuntos públicos por una película antigua si con ello logra más anuncios de los comerciantes locales de coches de segunda mano".

Se ha comprobado también --se añade-- que esta utilización de la televisión, no como un medio de comunicación, sino como una máquina de hacer dinero para los accionistas, ha causado el que la inversión publicitaria experimente un gran salto en aquellos países en los que los canales "independientes" se han ido estableciendo para complementar a los sistemas públicos monopolísticos.

Así, en Italia, la televisión privada provocó un aumento del 300% del volumen total de publicidad 128/. Y sin ir más lejos, en España misma, las televisiones autonómicas que ya han entrado en funcionamiento --a pesar de no ser equiparables en absoluto a los canales autodenominados "libres", ni en su gestión ni en sus objetivos-- también han conducido a un incremento publicitario notable:

"Se puede decir que (...) la aparición de las televisiones autonómicas ha supuesto para los anunciantes nacionales y locales una ampliación del presupuesto publicitario en el 27% de los casos, es decir, la aparición de los terceros canales ha hecho que se gaste más en publicidad, se ha creado nueva publicidad; un desvío de inversión de otros medios en el 69% de los casos y ambas cosas en el 4%.

"El porcentaje de anunciantes que han ampliado su presupuesto publicitario con la aparición de las nuevas televisiones ha pasado del 27% al 33% en el caso de empresas de ámbito local, que ven en la televisión regional el medio idóneo para sus campañas" (Martínez Revejete, 1986b: 218-219).

Desde la perspectiva opuesta a las televisiones privadas, este bombardeo publicitario no resulta en absoluto beneficioso para la comunidad. Las teorías de que la publicidad vive "informando y persuadiendo con altura y honestidad, no esclavizando ni manipulando voluntades, sino aireando, en un ambiente libre de presiones, ofertas dentro de un abanico de diversas alternativas para que consumidores y usuarios elijan, libremente, según sus necesidades, deseos o caprichos" (Orduz, 1984: 6), o de que "la comunicación entre anunciante y consumidor (...) promueve y fortifica el desarrollo de la economía nacional" (Televisa, s/f), son consideradas meros discursos propagandísticos.

Desde esta posición, se va a poner énfasis en el derroche que ocasiona la lucha sin cuartel por lograr un mayor auditorio y un debilitamiento de la competencia (Pérez Espino, 1977: 45); en los perjuicios económicos que de la competencia en la captación de anuncios con la televisión se derivan para la prensa escrita (Debbasch, citado en Costa, 1986: 84-85); en los riesgos de otorgar excesivo poder a quienes consigan acumular en sus manos una buena parte del enorme ingreso publicitario (Zaccaria, 1982: 107-108); en el acrecentamiento de las diferencias socio-económicas que la lógica búsqueda de ricos mercados publicitarios trae consigo; en la capacidad sin igual del medio audiovisual para implantar la ideología consumista entre la población (Janus, citado en Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 26) 129/; en el "alto costo de la publicidad gratuita" (Bagdikian, 1986: 119-205).

Pero sobre todos éstos, se va a destacar un factor negativo más: la distorsión de la estructura de producción que -según esta óptica- acarrea la excesiva publicidad (Lozoya, 1974). Se incluyen aquí los riesgos que para la industria nacional supone el poner a la radiodifusión al servicio de grandes consorcios extranjeros -únicos que, por regla general, pueden pagar sus elevadas tarifas-, y los peligros de que las grandes empresas multimedia que se formen conduzcan a la toma de decisiones que no se articulen a las necesidades reales del conjunto de la sociedad y modifiquen la jerarquía de prioridades nacionales 130/.

2.2.2.3. Ventajas económicas sólo aparentes.

Los partidarios de la instalación de un sistema televisivo mixto en España han esgrimido tradicionalment dos factores (aparte del de que la publicidad promueve y fortifica el desarrollo de la economía nacional, ya tratado en el punto anterior) que, en su opinión, muestran los beneficios económicos que se derivarían del funcionamiento de los canales "independientes": La creación de puestos de trabajo y el funcionamiento con números negros -sin atentar al bolsillo del contribuyente en ningún momento, como ocurre generalmente con la televisión pública-.

Pues bien, ambos argumentos -replican los defensores de la vigencia del servicio público monopolístico- son más aparentes que reales.

En lo que respecta al primero de ellos, la creación de empleo, se afirma desde esta perspectiva que, aunque resulta ser muy atractivo y popular, sobre todo en épocas de crisis económica como la que atravesamos, por desgracia no responde del todo a la realidad:

"Lo de que (las emisoras privadas) crearían puestos de trabajo es otro camelo, salvo para un número reducido de especialistas técnicos. Estas empresas tirarían de sus propios trabajadores (aprovechando quizá la reconversión tecnológica actual de prensa), pluriemplearían a trabajadores de TVE (para que sea ésta quien pague la Seguridad Social) o malpagarían a estudiantes de comunicación. Esta es la experiencia de las radios últimas en FM" 131/.

Esta creencia de que habría "un movimiento pero no una creación de puestos de trabajo" (Kindelán, 1986: 171), se ve alimentada por la constatación de que las televisiones privadas que han entrado en funcionamiento recientemente en Europa, emiten porcentajes muy reducidos de programación propia (la italiana, por ejemplo, "apenas si alcanza el 13% del total de la programación" -Prado, 1986: 181), por lo que difícilmente generarían empleos en cantidad digna de ser tenida en cuenta como un factor realmente positivo para la economía nacional 132/.

En lo que atañe al segundo factor que mencionábamos en un principio -la acusación de que los sistemas públicos monopolísticos no son rentables pues operan casi siempre con déficits-, se va a criticar fuertemente su estrecha visión economicista, y se van a destacar ciertas contradicciones implícitas en el ataque.

En primer lugar -se dirá-, una empresa televisiva que funcione como un auténtico servicio público no tiene por qué basar la razón de su existencia en criterios exclusivamente de rentabilidad económica, como por fuerza ocurre con las emisoras privadas. Al contrario, la persecución a toda costa de utilidades, está reñida por regla general con la rentabilidad social que de ella se espera:

"(No) hay que olvidar que en una empresa de televisión la búsqueda de beneficios sociales resulta contradictoria con la obtención de beneficios económicos. Llevar la señal de televisión a zonas despobladas, destinar una parte de la programación a la educación, obligarse a transmitir unos mínimos de producción propia, etc., son decisiones que, de por sí, no son rentables desde el punto de vista económico, pero que, sin duda, legitiman la actividad televisiva y su condición de servicio público" 133/.

La obligación del Estado de velar por la educación, cultura, orientación cívica, higiénica, política, etc. de los ciudadanos, y por garantizar y promover el desarrollo de la economía nacional 134/, legítima, pues, la existencia de las empresas públicas, aun si llegan a operar -hecho que, por otra parte, no tiene que ser forzoso- con déficits. Pero es que, además, este ataque -se replica- resulta difícilmente congruente con las tesis que defienden que "la 'tarta publicitaria' es insuficiente y el Estado debería dejar de aceptar anuncios en las empresas públicas de comunicación" (Martínez Reverte, 1986a: 17). ¿Cómo conciliar -se cuestiona- que se ataque a la televisión pública por su falta de rentabilidad económica, y que cuando se pretende poner en marcha una televisión autonómica como la madrileña -que no fallaría precisamente por este lado- se plantee una oposición a la misma arguyendo que no sería lícito que se llevara "una parte de la publicidad que po-

dría ir destinada a canales privados"? (ibíd., 1986b: 213). La 'sinrazón' de esta postura -se concluye- es más que evidente, y no puede ocultar que la misma no es fruto de un raciocinio lógico, si no producto de la defensa de intereses económicos claramente identificados.

2.2.3. Sociopolíticos.

2.2.3.1. Garantizar permanencia del 'servicio público'.

El hecho de que el medio audiovisual de comunicación sea el principal aparato de construcción de la hegemonía en nuestros días, justifica y legitima -en opinión de los defensores del monopolio público- su reserva en exclusiva al Estado, pues sólo éste puede garantizar, a su juicio, que a través del mismo se preste un auténtico servicio público a la ciudadanía.

Los medios de difusión "no son más unos simples transmisores de información. Innumerables estudios los definen como medios de control político, como aparatos de hegemonía cultural y como acortadores del ciclo de circulación del capital" (Fernández Christlieb, 1984: 280). En lo que respecta a la televisión, esta definición -se afirma- está más que fundamentada.

En primer lugar, porque es cierto que a través de la misma se puede ejercer una gran influencia sobre la opinión pública, e incluso poner en riesgo la continuidad del sistema político democrático

y la seguridad nacional. Como afirma un intelectual alemán,

"La formación de opinión es un fin legítimo de la TV. El Tribunal Constitucional (alemán) ha declarado que la radio-televisión, más que un medio entre otros, es un preeminente factor en la formación de la opinión pública. En su dictamen sobre la TV, del año 1961, el Tribunal Constitucional hace constar: "Esta colaboración en la formación de la opinión pública no se limita a las emisiones de noticias, comentarios políticos, series sobre problemas políticos del presente, pasado o futuro; la formación de una opinión también se realiza a través de espacios dramáticos y musicales, en transmisiones de programas de variedades y hasta en la escenografía".

"En el segundo dictamen sobre televisión, en 1971, el Tribunal Constitucional señala que la radio-televisión ha llegado a ser, sobre todo a raíz de los adelantos en la técnica de la TV, uno de los medios de comunicación más poderosos y con más influencia sobre las masas. Por su extenso campo de acción y múltiples posibilidades y, también, por el peligro de abuso para la influencia unilateral sobre la opinión pública, no debe abandonarse al juego libre de los poderes" (Schwarzkopf, 1978: 5-6) 135/.

La constitución de fuertes grupos económicos que -en virtud de la concentración de capitales y la inversión que significa el establecimiento de la industria- detentan un poder excesivo sobre la comunidad, y no están sometidos a un control suficientemente efectivo por parte de ésta es, de hecho -se recuerda-, una de las preocupaciones principales en los países en los que los particulares llevan tiempo explotando los medios audiovisuales. Los problemas derivados de "la participación relevante que ha llegado a alcanzar el grupo que los maneja (se refiere en este caso a Televisa en México) en una cuestión políticamente tan importante como es la interpretación del acontecer nacional" (Fernández Christlieb, 1984: 232); de una "organización y funcionamiento que responde más a los intereses específicos de quienes los controlan que a la colectividad que supuestamente representan" (Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 28-29); de la creación de magnos y complejos conglomerados de empresas de comunica-

ción e industria cultural poco controlables y atentatorios incluso contra la seguridad nacional (Pérez Espino, 1986: 68); todos estos problemas -se argumenta- son moneda de uso corriente en países con experiencia sobrada en este terreno.

En la misma "cuna de la libertad", y ya en 1969, causaron fuerte controversia unas declaraciones del entonces vicepresidente norteamericano, Spiro T. Agnew. En su discurso al Comité Republicano Regional del Oeste Medio, el 13 de noviembre, tras atacar a las noticias pasadas por las grandes cadenas de televisión, el señor Agnew se quejó de que "ningún poder tan grande está sujeto a tan poco control" (Fang, 1977: 1).

En lo que respecta al papel de la televisión como aparato de hegemonía cultural, desde la óptica de los opositores a su explotación por el sector privado se va a enfatizar en los riesgos de que sean los empresarios casi en exclusiva quienes difundan su versión de la problemática nacional y determinen la línea de la cultura popular y la educación (Fernández Christlieb, 1984: 228):

"Con su comercialismo voraz y su sometimiento cultural -escribe (el mexicano) Fernando Carmona- los medios modernos de difusión y todo el engranaje de la educación extraescolar no sólo contribuyen a hacer más profunda la enajenación individual y la de las clases sociales dominadas y de la nación; en otras palabras, no sólo difunden en un eficaz bombardeo cotidiano los valores éticos, culturales y políticos de la burguesía mexicana subordinada, imbricados con los de la burguesía imperialista extranjera hegemónica, sino que ayudan poderosamente a imprimir, agrandar y reforzar algunos de los principales rasgos del sistema educativo en su conjunto" 136/.

Por último, la problemática relacionada con el funcionamiento de la televisión como acortadora del ciclo de circulación del capital -ya tratada en 2.2.2.2.- menciona el riesgo de un aumento innecesario del consumo como uno de los motivos principales por los que oponerse al manejo de la televisión por particulares; y destaca al mismo tiempo la pérdida de las potencialidades comunicativas del medio en aras de su utilización pura y simple como negocio que rinde grandes beneficios:

"En Estados Unidos, en los periódicos, la relación texto-publicidad es normalmente del 30/70%, y hablar de la preponderante importancia que la publicidad asume en la programación de la televisión resulta incluso banal. (...) En base a estos elementos, un autor canadiense, Dallas W. Smythe, llega a avanzar la hipótesis de que los medios de comunicación no sean más que simples contenedores del mensaje publicitario (...)" (Pilati, 1983: 124).

Estos tres factores, derivados de la real potencialidad y utilización de la televisión como medio de difusión que cumple una función que va mucho más allá de lo meramente informativo 137/, aconsejan, en opinión de algunos sectores sociales, la reserva en exclusiva de su explotación por el Estado. La monopolización del medio audiovisual por el sector público evita -según éstos- la conformación de grupos económicos que puedan adquirir un poder social y político frente al Estado de tales dimensiones que ponga en verdadero riesgo el equilibrio de la democracia; es una superación lógica de la "contradicción entre la propiedad privada de los medios y el carácter social de la comunicación" (Pereyra, 1979: 35); se deriva naturalmente del carácter estratégico de la televisión "para el desarrollo (y la integridad) nacional" (Bellinghausen, 1987: 211); permite que los poderes públicos velen por la defensa de intereses ge-

nerales de la comunidad ante los que "no pueden permanecer indife-
rentes": "cultura, educación, impacto político sobre las audien-
cias" (Gorostiaga, 1979b: 119); posibilita, enfin, la regulación de
un control social y político de la misma, muy difícil de establecer
en las empresas privadas, y que constituye sin embargo una de las
garantías de la moderna democracia (Costa, 1986: 88-89).

La postura de que la prestación de una auténtica labor social
a través del medio audiovisual demanda su configuración como servi-
cio público, encuentra su legitimación, además, en el hecho de que
la televisión es un medio de comunicación de masas que reúne en sí
varias características que le dan "un valor indudablemente particu-
lar y probablemente único respecto a cualquier otra manifestación
del pensamiento":

- "1. Dirigirse potencialmente con costes relativamente bajos a un altí-
simo número de sujetos indeterminados.
- "2. El mensaje transmitido sobre una determinada área (que puede ser
muy grande) tiene el poder de entrar directamente en la esfera in-
vidual del destinatario, independientemente de un acto explícito
de recepción dirigido a identificar el sujeto que transmite.
- "3. Para llegar al destinatario se utilizan las ondas magnéticas, que
indudablemente representan un bien público de disponibilidad limi-
tada.
- "4. El mensaje, basado en la unión de la imagen y el sonido, presenta
una particular fuerza de sugestión según han afirmado muchas ve-
ces los estudiosos de la comunicación social" (Zaccaria, 1977:
137 y ss. Citado en Costa, 1986: 120).

El carácter de servicio público de la televisión se deriva,
pues, de otros tres factores: su reconocimiento como tal a nivel in-
ternacional, el adecuado cumplimiento de su misión educativa y su
incidencia sobre el orden público.

"En los países miembros de la U.I.T. (...), solamente los Gobiernos pueden autorizar o crear un servicio de RTV: el reglamento de radio comunicaciones les impone la obligación de someter a licencia o autorización gubernamental el establecimiento y explotación de emisoras de radio o TV dentro de su territorio" (Gorostiaga, 1976: 119).

El aspecto educativo es tenido en cuenta a la hora de adscribir a la televisión al ámbito del servicio público sobre todo por "los juristas que consideran a los medios de difusión como patrimonio científico de la humanidad y componentes fundamentales de la cultura nacional y universal" (Fernández Christlieb, 1984: 278). Se argumenta desde esta óptica que las tres funciones principales que tradicionalmente se han adjudicado a los medios de comunicación social (informar, educar y entretener)

"serían imposibles de cumplir sin una intervención muy directa del Estado en el sector, lo que, de hecho, sitúa a la televisión en el área pública. La televisión privada, constituida por entidades mercantiles, se impone como finalidad principal la búsqueda del beneficio, lo cual, en la práctica, es incompatible con un tipo de programación parecido al de las televisiones públicas europeas, que sólo en tercer lugar buscan la distracción del público como finalidad" (Costa, 1986: 76).

El peligro de que, a través de la explotación del medio, se promuevan los intereses individualistas por sobre los de la sociedad, se imponga "la presión económica en el enfoque social y moral de las cuestiones" (ibíd.: 64), se atente contra "los intereses de las clases trabajadoras" (Comisiones Obreras, 1983), se marginen objetivos de educación, salud, etc., justifica plenamente -desde esta óptica- su monopolización por parte del sector público. Tanto más, cuanto que éste habría demostrado que, a pesar de sus múltiples deficiencias, el servir a la comunidad es uno de sus objeti-

vos principales 138/, y, en la contraparte, la empresa privada habría dejado patente -tanto teórica como prácticamente- su objetivo casi exclusivo de "entretener al pueblo", considerando que la asunción de la tarea de educarlo y llevarle cultura pertenece "naturalmente" al Estado.

La incidencia sobre el orden público es el tercer factor que legitima plenamente la definición de la televisión como servicio público, según mencionábamos más arriba: "Cuando hay estabilidad política, la apertura a la privatización se considera como un riesgo de desestabilización política y económica" 139/.

Es cierto que con la televisión en manos del Estado puede haber conflicto entre los "intereses del público" y los "intereses nacionales", pero la solución está -se reitera- en arbitrar fórmulas que lleven a que -salvo situaciones extremas y plenamente justificadas- se impongan los primeros por sobre los segundos, y no en dar concesiones a los particulares.

Las teorías sobre la responsabilidad social de los profesionales de la comunicación habrían demostrado no ser otra cosa que eso: "teorías", y los medios masivos en manos privadas no se han podido sustraer a la participación en campañas de rumores atentatorios contra la seguridad nacional (anuncios de golpes de Estado); a la toma de posición contra reformas transcendentales para el futuro de un determinado país realizadas con el consenso de los principales sectores políticos del mismo 140/; al funcionamiento como "un poder equiparable y a veces superior al de los tradicionales actores pri-

vilegiados del sistema, el Poder Legislativo o los gobiernos estatales, los partidos políticos o las cúpulas obreras" 141/ ... a la pretensión de que, como ocurrió a principios del sexenio del presidente mexicano Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988), la televisión y los personajes populares de ella se convirtieran en "interlocutores entre pueblo y candidato", como "canales confiables".

Son precisamente -se recuerda- todas estas consideraciones, las que llevaron a consagrar en el artículo 1º, 2 de la Ley 4/1980, de 10 de enero (Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión)

"el principio de que la radiodifusión y la radiotelevisión son 'servicios públicos esenciales', cuya titularidad corresponde al Estado. (En efecto), la consideración de la televisión como un servicio público esencial, la fundamenta el legislador en la concepción que al respecto mantiene y que manifiesta paladinamente en el preámbulo de dicha Ley. Se dice allí que tanto la televisión como la radiodifusión son un vehículo esencial de información y de participación política de los ciudadanos, de formación de la opinión pública, de cooperación con el sistema educativo, de difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones y de medio de contribución para que la libertad y la igualdad sean efectivas" 142/.

Como consecuencia de esta calificación, "la RTV está sujeta a las tres grandes leyes de tales servicios: la ley del cambio, la de continuidad y regularidad y la de igualdad de los usuarios" 143/, leyes -sobre todo la primera y la última- que -se afirma- cuesta gran esfuerzo hacer respetar plenamente a los concesionarios privados.

No obstante todo lo anterior, se reconoce que los organismos públicos, al depender de fuerzas económicas, políticas o sociales no siempre empeñadas en preservar los valores de identidad cultural, social, etc., se contraponen a veces en sus intereses a los

auténticos valores y necesidades de la comunidad. De ahí que estudiosos del fenómeno como Pere-Oriol Costa planteen la necesidad de superar la oposición público-privado entendida como dos realidades imposibles de conectar e integrar, para pasar a diseñar lo que denomina el espacio público audiovisual (1986:350). Este, propuesto como "alternativa al monopolio y a la privatización, tendría, entre otras, dos "características definitorias":

- "1. La afirmación de la primacía absoluta de la televisión de servicio público frente a la televisión negocio publicitario, pues en esta última se produce una desnaturalización del proceso comunicativo. El público, que debería tener el rol de receptor que satisface necesidades de información, formación y entretenimiento, es convertido en la mercancía ofrecida por las emisoras a las empresas de publicidad.
- "2. La constatación de que al sector privado se le puede adjudicar la gestión indirecta del servicio público, pero únicamente en aspectos parciales del proceso comunicativo. Aporta así su potencialidad creativa y, al mismo tiempo, no desnaturaliza el proceso masivo de comunicación" (ibíd.) 144/.

2.2.3.2. Posibilitar realmente la libertad y la igualdad constitucionales.

"Existe el prejuicio de que la monopolización de los medios de comunicación por parte del Estado es un deseo de controlar tan importantes medios de difusión. Pero la oferta de libertad de emisión se reduce a los grupos financieros" 145/. La implantación de la televisión privada imposibilitaría la libertad e igualdad del individuo proclamadas en la Constitución de 1978.

Quienes así opinan, empiezan refutando la afirmación de "que poner en marcha una emisora de televisión es relativamente fácil, e

incluso barato", y que esto quede demostrado por el hecho de que "algunas comunidades locales o comunidades de vecinos ha(ya)n tomado la decisión de iniciar este camino por libre y por su cuenta" (Martínez Albertos, 1982: 144).

Reconocen que "en los últimos años, las inversiones necesarias para desarrollar un sistema de televisión han bajado de nivel, sobre todo tras la aparición de material ligero de tipo profesional. Pero -afirman- esto sólo debilita en parte la vigencia de la argumentación" de que "las disponibilidades económicas requeridas para instalar una emisora profesional de televisión y una red para conducir la señal a una zona geográfica amplia son muy altas", "pues el análisis sigue siendo válido, cuando se trata de montar una red de televisión que tenga pretensiones de ser un verdadero medio de masas" (Costa, 1986: 80-81).

Las mismas cifras manejadas por la iniciativa privada una vez comenzaron a entreabrirse las puertas a la posibilidad de explotación de televisiones "libres" -se señala- confirman con amplitud esta aseveración. Ya se trate de "una inversión superior a los 3.000 millones de pesetas" 146/, de una cantidad "no inferior a los quince mil millones de pesetas" 147/, o de un desembolso cercano a los veinte mil millones de pesetas 148/, el hecho es que se trata de sumas más que respetables y al alcance de muy pocos grupos económicos.

Que "el medio precisa para su correcto funcionamiento" de "cuantiosas inversiones" 149/, es una realidad, pues, que se impo

ne a todo intento propagandístico por demostrar lo contrario. Y en ello coinciden -decimos- los más conscientes partidarios de la implantación de la televisión privada en el país ibérico. Como reconoce un ejecutivo de uno de los principales grupos interesados en el funcionamiento de canales "independientes",

"(...) todo es bastante caro. Mejor dicho, y conviene matizar: no es barato. Admito que sobre este particular haya -y sé que los hay- disparidad de criterios, pero el sistema de TV en que nosotros estamos pensando no es barato y además tiene que ser explotado con destreza y habilidad casi mágicas" (Casas, 1986: 144-145).

El aserto que inmediatamente después realiza este mismo ejecutivo, y que relativiza su categórica afirmación:

"Hay otros sistemas de TV más baratos. Se pueden diseñar. Lo sabemos y nos complace decirlo. Y nos complace, porque es así y porque esta realidad de bajas inversiones es lo que justamente puede abrir nuevos caminos a sistemas de TV no estrictamente comerciales y que, seguramente, el futuro de este país en la comunicación audiovisual, también va a necesitar" (ibíd.)

nos remite a la coincidencia habida entre empresarios y determinados grupos de base a la hora de defender las televisiones "libres", concordancia en la que se apoyan quienes como Martínez Albertos, a partir de algunas experiencias aisladas de estos últimos, plantean que la televisión parece ser un medio barato.

Los partidarios de la continuidad del monopolio público no van a dar a esta consideración otro valor que el puramente demagógico, pues -acusan- se utiliza la necesidad popular de una televisión

más cercana al ciudadano de a pie (alternativa, local, vecinal, verde, ecologista, comunitaria...), para defender intereses que en modo alguno levantan a éste de su postración comunicativa.

No se trata sólo de que los objetivos de las experiencias radiodifusoras auténticamente populares sean divergentes en el fondo de los de los grandes grupos económicos, sino que -se aseguran también incompatibles, y sólo se pueden lograr unos a costa de los otros.

Difícilmente -se ejemplifica- empresario alguno firmaría un comunicado como el difundido en 1983 por tres emisoras libres de Barcelona, que incluye afirmaciones como las siguientes:

"Las radios libres surgen ante la necesidad y el derecho de toda persona, individual o colectiva, a expresar libremente sus opiniones y a criticar y ofrecer alternativas en todo aquello que le afecta directa o indirectamente.

"(Se caracteriza por ser) un medio no profesional sin fines lucrativos; autogestionario; autónomo, "al margen de todo grupo de presión político o económico que pueda o quiera alterar en su provecho el mensaje a difundir"; una radio participativa, "al servicio de la comunidad donde se integra", en lucha "contra el monopolio y la centralización de la comunicación".

"(...) "pretendemos potenciar toda una práctica de comunicación basada en un enfrentamiento radical contra todo tipo de relación social de dominación y, por tanto, apostamos, por una forma de vida alternativa a la actual" 150/.

Esta incompatibilidad -se constata- es tan manifiesta, que los grupos económicos interesados en la explotación de canales "libres", nada más avizorarse la posibilidad cercana de una autorización de su funcionamiento, empiezan a levantar voces en favor de que sean "empresas sólidas" las que tengan acceso a las concesiones, de que se

evite un "pluralismo desenfrenado" 151/, de que sea asegure un "co
rrecto funcionamiento", etc., etc.

Este mismo fenómeno -se recuerda- ocurrió a la hora de las concesiones de licencias de emisoras en FM "como consecuencia del Real Decreto 1433/79 del 8 de junio de 1979 y su posterior reglamen
tación el 28 de agosto de 1980". A pesar de que en este caso las ma
yores posibilidades técnicas y las menores exigencias económicas permitían potencialmente un mayor pluralismo, los grupos de presión consiguieron que el reparto sirviera para dar "lugar a dos nuevas cadenas: Antena 3 y Radio 80" y reforzar "una tercera, Cadena de Emisor
as Rato. Cadenas establecidas como SER y COPE" obtuvieron "algunas licencias, y el resto (fueron) emisoras independientes aunque la ma
yoría de ellas se (asociaron) o están en trance de hacerlo, a las cadenas citadas" (Pardo, 1984: 9-10 y 16).

Si esto sucedió con un medio que plantea relativamente pocas exigencias técnicas y económicas, ¿qué cabe esperar -se cuestiona- del reparto de las concesiones televisivas, en que, para empezar, la escasez de frecuencias es mucho más palpable?

La televisión es, por tanto -se concluye- un medio caro, al alcance de grupos financieros casi exclusivamente, como lo demuestra la lista de peticionarios principales de emisoras privadas. No es de extrañar, sin embargo -se señala mordazmente-, que a éstos les resulte barato, pues la rentabilidad que proporciona alcanza unas dimensiones más que considerables 152/.

Una vez sentado esto, afirman los opositores a la autorización de la televisión privada, procede debatir seriamente la utilización que del término "libertad" hacen los partidarios de aquella.

Sin llegar a emplear la crudeza con que Lenin se refería al fenómeno: "Los capitalistas han llamado siempre 'libertad' a la libertad de los ricos para enriquecerse y a la libertad de los obreros para morir de hambre" 153/, sí se va a poner de relieve la transformación sufrida por esta divisa desde los tiempos de la Revolución Francesa, cuando era enarbolada en la lucha contra el Antiguo Régimen, hasta nuestros días, en que cumple objetivos de conservación del statu quo. De hecho, en lo que atañe a la comunicación -se va a destacar-,

"Sólo cuando el empresario de prensa demostró que necesitaba cierta independencia para garantizar su negocio, y que esa independencia no le enfrentaba necesariamente a un estado y a un orden con los que se sentía identificado, se consumó la victoria de la teoría liberal de la comunicación social. Se consuma en el momento en que ya no es un factor de cambio histórico, sino de consolidación del estado burgués, en el momento en que se convierte en un aparato ideológico de este estado burgués" (Vázquez Montalbán, 1985: 159) 154/.

Desde esta perspectiva (la de que la burguesía ha impuesto su concepto de libertad al resto de la población 155/), las críticas a las libertades económica, de flujo de información, de expresión, de elección, de empresa, etc., van a ser múltiples y constantes. Hagamos un breve repaso de las mismas.

Cuando los sectores conservadores hablan de "libertad económica" -afirmará Noam Chomsky (1983:14)- no denotan con este término "la libertad de los trabajadores o las comunidades de controlar la producción, sino más bien la libertad de la empresa privada (...) para llevar sus asuntos sin cortapisas".

"El recurso de los norteamericanos para copar el espacio sin interferencias -recordará el nicaragüense Guillermo Rothschuh (1984: 73)- ha sido el principio de libre circulación de las ideas. La relación desigual de fuerzas y su inmenso potencial tecnológico es velado con este discurso".

"Si el libre cambio es el mecanismo por el cual una economía poderosa penetra y domina una economía más débil -dirá al respecto Herbert I. Schiller (1977: 18)-, la 'libre circulación de información' (...) es el canal a través del cual es posible imponer sistemas de vida y de valores a las sociedades pobres y vulnerables". Y recalcará el intelectual norteamericano (1983: 68):

"Lo que está en juego es nada menos que la continuidad de la rentabilidad del sistema mundial de negocios de Estados Unidos. Los complejos mecanismos de composición y de transmisión de mensajes, así como los instrumentos de persuasión y de control de las conciencias, son lo que le permite al sistema mundial funcionar como está funcionando actualmente. Cualquier ingerencia en la actual estructura de la comunicación que afecte negativamente a las operaciones de las transnacionales provoca la alarma y la aprehensión en los centros de poder del mundo occidental. El antiguo director interino de la Oficina Política en materia de Telecomunicaciones de la Casa Blanca habla de 'guerra de la información' y subraya que "nuestra economía y nuestra forma de vida dependen cada vez más de la libre circulación de la información y del secreto de la comunicación" 156/.

Con el manejo del concepto de libertad de expresión -afirman los opositores a la televisión privada-, también se está incurriendo en la utilización de un término de apariencia progresista para denominar una realidad opuesta 157/. "Cuando los sectores conservadores de este país hablan de libertad (libertad de elección de médico, de elección de colegio, etc.) de lo que realmente hablan es de mantenimiento de privilegios (...). Si se habla de libertad de elección para la conservación de ciertos privilegios, también se puede estar hablando de libertad de expresión para la constitución de nuevos privilegios" (Erauskin, 1986: 175).

"El principio de la libertad de información (se recuerda) (fue) acuñado por las constituciones liberales de los siglos XVIII y XIX y (...) queda reflejado en la Declaración Universal de Derechos del Hombre de 1948. Su artículo 19 dice: Todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión: este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección" (Costa, 1986: 79).

"La 'exactitud' de la imagen del mundo derivada de la exposición a los mensajes de los medios de difusión, según la visión liberal, proviene de la pluralidad de puntos de vista que se supone circulan a través de los medios y son confrontados en el 'mercado libre de las ideas'" (Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 22). Según los defensores de la continuidad del monopolio público, esta visión habría demostrado ser insuficiente por la enorme concentración y centralización de recursos informativos que caracteriza al mundo del siglo XX, "factor (que) limita (...) la participación democrática de la colectividad" (ibíd.) 158/.

De ahí que desde esta perspectiva, se considere la libertad de expresión burguesa como un medio idóneo "para detener la expresión de los que no pueden hablar en nombre propio" 159/; se critica a sus defensores a ultranza por estimar que lo que persiguen no es otra cosa que defender privilegios a través del uso de una divisa sólo formalmente progresista ("de nada sirve la libertad de expresión si no se cuenta con los medios para ejercerla" 160/); y se plantee la necesidad de revisar el principio en disputa de forma que "se entienda no sólo como garantía de no interferencia del Estado en determinadas esferas individuales, sino también como poder de exigir decisiones al Estado, de forma que se garantice realmente el ejercicio de la libertad" (Costa, 1986: 79). De ahí el surgimiento de las doctrinas en torno a los derechos de los pueblos o derecho a la comunicación como reivindicación prioritaria por sobre la defensa de las libertades individuales.

La bandera del derecho de sintonía o libertad de elección esgrimida por los partidarios de la implantación de la televisión privada en España -dicen los opositores a ésta-, también es más aparente que real. En realidad, las ventajas de la explotación del medio audiovisual por particulares no serían tales en este aspecto, pues existen varios factores que limitan sobremanera la diversidad de ofertas.

El primero de ellos es la escasez de frecuencias. La limitaciones técnicas, se afirma, a pesar de cierta superación en los últimos años, son de tal relieve que sólo contados grupos pueden

tener acceso real a la explotación del medio audiovisual sin que medien interferencias. Los escasos sectores que podrían contar con un canal propio no incrementarían la libertad de elección en la medida necesaria para contrarrestar los efectos negativos de la introducción de la iniciativa privada en la televisión.

A este respecto, se recuerda por ejemplo, que el máximo tribunal italiano "en el año 1960 afirmó la legitimidad del monopolio de la RAI, siendo la razón principal de la decisión el número limitado de frecuencias disponibles por lo que la falta de un monopolio público significaría -a juicio del Tribunal Constitucional- la constitución de un monopolio u oligopolio privado con un serio perjuicio de la libertad de expresión, garantizada a todos por la Constitución" (Vázquez, 1986: 155-156).

Ligado con esta opinión del alto tribunal italiano, se encuentra el segundo factor que se señala como sería limitante a la existencia real de una libertad de elección por la autorización de televisiones privadas. Nos referimos al de la inevitabilidad de constitución de grupos multimedia:

"La tendencia hacia la concentración que existe en la economía aparece también en los medios de comunicación. En una mayoría de los países europeos unas pocas empresas ocupan importantes posiciones en el mercado viéndose así limitada la diversidad. Esta diversidad queda restringida en la medida que aumenta la concentración entre los medios, es decir entre prensa y radiodifusión" (ibíd.: 162).

Esta creación o reforzamiento de los grupos multimedia -se asegura- atentaría directamente contra el pluralismo informativo:

"La reducida lista de los grupos aspirantes con posibilidades reales de hacerse cargo de cadenas televisivas, su coincidencia con los grandes grupos ya instalados en prensa escrita, en radio o en ambos medios a un tiempo apuntaban este temor a la concentración y la diversificación del poder informativo. No es casual en este sentido que en España algunos medios de comunicación y sectores empresariales de la comunicación hayan venido sosteniendo una insólita defensa de los grupos multimedia como garantía de la independencia informativa, justamente a contrapelo de los principios más asentados a nivel internacional e incluso de numerosos autores nada sospechosos de atentar contra la iniciativa privada en la comunicación de masas. Y el inicio de los grupos multimedia en España, con el reparto de nuevas emisoras en Frecuencia Modulada realizado en 1981-1982, constituye, auténtico secreto a voces, el precedente buscado de esa concentración en la televisión. Uno de los escasos valores mantenidos de la comunicación, el pluralismo, se vería así transformado en diversificación de voces ventrílocuas" (Bustamante, 1986: 265-266) 161/.

El tercer factor que se identifica como serio obstáculo a la libertad de elección tras la implantación de los canales privados es el relacionado con el impacto sobre los medios de comunicación más débiles. A duras penas podrían resistir éstos -se afirma- la presión económico-financiera derivada del desplazamiento del presupuesto publicitario hacia las televisiones que surgieran: lo que el espectador ganara en posibilidades de elección, lo perderían el oyente y el lector:

"la irrupción de grandes cadenas en el ámbito publicitario como su fuente de financiación casi exclusiva es un peligro de agudización de la crisis e incluso de cierre inmediato de muchos pequeños medios, locales y regionales muy especialmente, que difícilmente podrían compensar sus pérdidas con una salida televisiva. Incluso fuentes empresariales de clara opción por la televisión privada y ampliamente optimistas por tanto sobre la elasticidad del mercado publicitario, reconocen este grave riesgo" (Bustamante, 1986a: 266).

Así, por ejemplo, en un documento de la Asociación Editora de Diarios Españoles (AEDE) se puede leer lo siguiente:

"El establecimiento de un canal privado de televisión, por suponer un incremento de competencia no sólo con RTVE sino también con otros medios de comunicación dependientes de la publicidad, puede crear si tuaciones de crisis" 162/.

La única libertad que -aceptan los detractores de la televisión privada- pueden reclamar los partidarios de los canales 'libres' es la libertad de creación de empresas 163/; "que no se hable por tanto -protestan- de libertad de expresión porque eso es demagogia" (Erauskin, 1986: 175). Aquellos que reclaman la misma para argüir en favor de los canales 'independientes', lo que hacen es confundir "la libertad de comercio con la libertad de empresa" e identificar "la libertad de empresa de información con la libertad de información" 164/.

Como afirma Raúl Cremoux (1982: 55), "esta falsa y acomodaticia concepción de la libertad de expresión ha fortalecido la posición reaccionaria que ve en la difusión masiva 'un campo natural y exclusivo' del sector privado". A través de ella, los empresarios defienden el derecho a transmitir su visión del mundo a sus conciudadanos, tanto en el aspecto ideológico -planteamiento de proyectos conservadores 165/- como económico -incitación al consumismo 166/-, aunque (o quizás porque) para la inmensa mayoría de éstos la libertad de empresa no sea más que una libertad teórica.

"Esta idea (...) de la democracia comunicacional (...) se origina -dice Máximo Simpson- en una concepción clasista y jerárquica de la vida social y cultural. Según tal parecer, la capacidad de emitir mensajes a través de los medios masivos correspondería naturalmente a quienes poseen también el poder económico y, con éste, la posibilidad de instalar canales y contratar a técnicos y profesionistas. Todo lo cual implica varias cosas: en primer lugar, desestima la capa

cidad emisora del receptor, al que cristaliza en un solo del proceso; consecuentemente, soslaya el hecho de que toda relación genuinamente comunicacional, sea directa o mediata, supone un quantum de dialogicidad, es decir, el intercambio de papeles entre emisor y receptor; y finalmente, implica ignorar o desechar todos los avances conceptuales verificados en los últimos años (...) en el ámbito internacional, acerca de la relación entre comunicación y sociedad y, más específicamente, entre comunicación y democracia" 167/.

Es precisamente partiendo del principio de que una verdadera democracia implica forzosamente igualdad de oportunidades para acceder a los medios de difusión, que en los últimos años asistimos a intentos de redefinir el concepto mismo de democracia en comunicación.

"Se pretende, así, superar la concepción individualista liberal que ha permeado los significados adscritos a la democracia en el terreno de la comunicación, y se habla entonces de los derechos sociales como complemento de los derechos individuales. Ello supone reconocer la insuficiencia que conceptos tales como el de la 'libertad de expresión' han adquirido ante la existencia de estructuras sociales e informativas que difieren profundamente de aquellas en que fueron originalmente acuñados. Se llega, por lo tanto, a establecer la necesidad de considerar que la 'libertad de expresión' y la 'libertad de prensa' deben ser entendidos bajo marcos normativos más acordes con la realidad contemporánea; emerge así la idea del 'derecho a la comunicación'" (Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 27).

Evidentemente, este concepto, que va a intentar superar la contradicción "entre el carácter y las consecuencias crecientemente sociales de la radio(difusión), y su control por parte de unos pocos individuos, grupos y clases" (ibíd.: 109), va a desatar la oposición de las instancias interesadas en el mantenimiento, creación y reforzamiento de privilegios; y así, por ejemplo, el proyecto de programa de la UNESCO titulado "La comunicación al servicio del hombre" va a ser acusado por Estados Unidos de insistir 'exce-

sivamente en aspectos tales como derechos de los pueblos o derecho a la comunicación y (de) no tomar(r) en consideración la necesidad de defender las libertades individuales" 168/.

Pero por encima de estos obstáculos y reticencias se ha ido imponiendo progresiva e inexorablemente la idea de que

"el derecho de la sociedad a ser informada y a informar (...) no puede lograrse simplemente con una apertura de oportunidades iguales, que en sociedades plurales y desiguales no funcionan y garantizan injusticia (...) y de que para que una democracia sea plena y funcional, la igualdad de oportunidad debe expresarse, primero, con una igualdad de seguridades. En el caso de la información no basta con abrir la oportunidad legal y libre para que haya información y comunicación. En una economía de mercado, en una economía mixta, en la que los procesos mercantiles también se garantizan, menester es garantizar que quienes por la fortuna no tienen medios, tengan sí la seguridad de informar y ser informados" 169/.

Conscientes de esta problemática, los propios grupos interesados en el mantenimiento del statu quo han impulsado el desarrollo de teorías como la de la responsabilidad social de los periodistas, que tienden a suavizar los aspectos más inequitativos de la situación, aunque sin atacar lógicamente la cuestión de fondo:

"La evidente transformación de las estructuras de comunicación en este siglo ha forzado la reformulación de las concepciones clásicas originales acerca de la prensa (es decir, los medios de información) en las llamadas sociedades democráticas. Se ha aceptado, así, que ante la práctica imposibilidad de suponer un 'mercado libre' de las ideas -en el cual cada individuo esté en condiciones de participar como productor de mensajes- es menester aceptar la responsabilidad social de aquellos pocos individuos y grupos sociales, que están capacitados para acceder a, y operar los mecanismos de información social. La responsabilidad social de los medios de comunicación ha venido a conformarse como la versión neoliberal dominante en nuestros días. Esta presupone la nula participación del Estado en el control del sistema informativo, pero niega a su vez, la participación general en la producción y difusión de mensajes masi-

vos" (Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 28) 170/.

Quienes defienden la vigencia de los servicios públicos monopolísticos, van a justificar la intervención del Estado en la televisión "para salvaguardar el derecho a la información; para que el poder de informar a través de las ondas no quede en la práctica, por razones técnicas y políticas, en manos de una minoría y para que el conjunto de la sociedad pueda acceder al medio" (Costa, 1986: 81). En su opinión, "es perfectamente compatible la libertad de expresión con la existencia del monopolio estatal ya que esta libertad se asegura por el pluralismo y la participación, condiciones que pueden darse, como está demostrado en otros países occidentales, en un medio de titularidad estatal". Y añaden: "El mero hecho de que existan varios titulares no asegura la libertad y la participación" 171/.

Al respecto, se traen a colación, una vez más, la creación de grupos multimedia como auténticos atentados al derecho a la comunicación por parte de la ciudadanía. Señala Elena Vázquez (1986:163-165):

"Esta interrelación entre prensa y radiodifusión está iniciándose en Italia y en la República Federal de Alemania. En ambas se han puesto de manifiesto claramente el interés de las grandes empresas extranjeras de medios de comunicación por penetrar internacionalmente en el negocio de los medios. Y a medio plazo, las empresas locales no podrán sobrevivir a las grandes empresas con poder financiero. La participación de empresas externas al sector en las sociedades de TV agrupa -en muchos casos- el poder económico con el publicitario. Esta tendencia estructural se puede suavizar con normas legales. En España el capital financiero español tiene conexiones -por medio de acciones, directivos y consejeros- con un 65% de los diarios privados, que generalmente remitían a una vinculación con la gran Banca, abarcando el 86, 8% del total de la difusión controlada de la prensa diaria. Además el capital financiero controla la producción monopolística del papel prensa, está relacionado estrechamente con las 3 cadenas de radio privadas y posee parte minoritaria del subsector publicitario de las agencias de servicios plenos y

así como las agencias de distribución. La entrega de la radiodifusión a los intereses privados sin que medie una estricta regulación sobre la libertad, igualdad y pluralismo, tendría como consecuencia inmediata que la tarea de información y formación de opinión estaría en manos de unos poderosos grupos sociales, quedando por tanto excluidos otros segmentos de la sociedad y no se garantizaría la igualdad de oportunidades. Al depender la TV de sus accionistas y de la economía de la publicidad la imagen de los programas sería unilateral, agravándose por tanto el desequilibrio de poderes existente en la sociedad.

"La sentencia de nuestro Tribunal Constitucional con motivo del recurso de amparo de Antena 3, pone en guardia sobre estos riesgos al decir que al organizar la TV privada "se respeten los principios de libertad, igualdad y pluralismo, como valores fundamentales del Estado de acuerdo con el artículo 1 de la Constitución", sea como resultante de las relaciones de conjunto, sea como factores operantes que actúen en el medio ya que la preservación de la comunicación pública libre, sin la cual no hay sociedad libre, ni soberanía popular, no sólo exige la garantía del derecho de todos los ciudadanos a la expresión del pensamiento y a la información, sino que requiere también la preservación de un determinado modo de producirse los medios de comunicación social, porque tanto se viola la comunicación libre al ponerle obstáculos desde el poder como al ponerle obstáculos desde los propios medios de difusión".

La reserva en exclusiva de la explotación del medio audiovisual por parte del Estado -se asevera, pues- encuentra su legitimidad en la obligación que éste tiene de plantearse el medio como un servicio público que debe promover la comunicación de masas, facilitar un control democrático del mismo por parte de la sociedad y posibilitar el acceso real de grupos y colectivos a la programación.

Como afirma Pere-Oriol Costa (1986: 88-89), "en la moderna regulación de la televisión, el control social y político es, precisamente, una de las garantías de la democracia". Los políticos alemanes, consecuentes con este principio -ejemplifica Lehner, 1982: 90- a la hora de regular la televisión en su país, "sostuvieron la opinión de que apenas sería posible garantizar el libre y completo de-

sarrollo de la opinión pública si la radiodifusión y la televisión no se concebían en régimen de servicio y bajo el control de la comunidad, es decir, de la sociedad en su totalidad", por lo que decidieron instrumentar dentro del marco jurídico público un sistema, ni estatal, ni privado ni comercial, que impidiera a toda costa el dominio del medio por intereses públicos o privados.

La existencia de sistemas públicos monopolísticos garantiza la objetividad de la información transmitida a través de ellos con mucha mayor eficacia que la que podrían ofrecer los canales gestionados por grupos privados, que a la postre, por la propia naturaleza tecnológica y económica del medio, tienden a favorecer por regla general los intereses conservadores. Ello, claro, siempre y cuando se institucionalizara, "como correctivo de los excesos a que tal situación pudiera conducir" (Gorostiaga, 1976: 154-155), un control del medio por parte de una pluralidad de fuerzas sociales, culturales, políticas y económicas (sindicatos, asociaciones de oyentes, empresarios, Iglesias, Universidades, partidos políticos, etc.) que obstaculizara la confusión de "la asunción estatal del servicio con la sumisión al Gobierno" (ibíd.: 123), y decidiera sobre el contenido de las emisiones y garantizara la intervención popular.

La democratización del acceso a las oportunidades y satisfactores culturales se plantea como una exigencia del artículo 20, párrafo 3 de la Constitución de 1978, que establece: "La Ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y polí

ticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España.

Un monopolio público con estas características -se afirma- "garantizaría un acceso efectivo de las diferentes organizaciones sociales y políticas, de las instituciones de cultura y de los individuos en general" (Mejía Barquera, 1981: 861), y haría que no resultaran procedentes críticas como las que el expresidente mexicano José López Portillo dirigió, en junio de 1980, a los profesionales de los medios de difusión de su país, durante la "comida de la libertad de prensa":

"... debemos preguntarnos todos, ustedes, nosotros, los medios, si esta comunicación masiva garantiza hoy a todos los sectores de la población el acceso igualitario a la información, si aún hoy rigen en algunos medios los mensajes deformados, los códigos inadecuados, la manipulación informativa alienante, si aún hoy algunos medios privilegian el consumismo, las diferencias sociales y el colonialismo informativo; si no es acaso ya, hora de articular una nueva filosofía de la comunicación participativa, popular, profundamente democrática e igualitaria; si podemos estar satisfechos de que la información sea decisión de unos pocos que no rinden cuentas a nadie; si podemos decirle realmente a la sociedad que lo que sabe el país de su realidad y del mundo, es el resultado de un proceso hecho con responsabilidad sustentada en un criterio formador de conciencias amplias y plurales; si seremos la solución todos, si la comprensión real y profunda de nuestros problemas raigales descansa sólo en algunos grupos minoritarios; si no creemos que es ya hora de poner en práctica una estrategia donde el receptor inerme pueda convertirse, a su vez, en emisor con pleno derecho a serlo; si la información que queremos para el México de la década de los ochentas surgirá de minorías iluminadas o surgirá de un proceso donde todas las voces puedan expresar sus ideas" (Citado en Mejía Barquera, 1981: 866-867) 172/.

2.2.3.3. Evitar que las presiones comerciales impongan

 su ley.

Argumentan los defensores de la vigencia del servicio público monopolístico que históricamente no es cierto que la explotación de medios de difusión por particulares haya demostrado posibilitar una libertad de expresión mayor que cuando los mismos están en manos estatales. Y que denominar -como hacen los empresarios- a las televisiones privadas, televisiones 'libres' o 'independientes', no es más que un eufemismo con cierta dosis de cinismo, que estaría desmentido por la propia naturaleza de la información en el mundo contemporáneo occidental.

"Quienes detentan el poder -léase tecnología, bienes de capital, infraestructura y recursos económicos- determinan paralelamente qué entra y qué sale de aquella enorme máquina procesadora que son los medios de comunicación. De esta manera, la información, además de constituir un ingrediente vital en la actualidad, es un producto más que concurre al mercado de la oferta y la demanda, un bien que le pertenece a quien se puede dar el lujo de comprarlo" 173/.

"En las sociedades capitalistas la información no sólo es valiosa, sino que tiene un precio: es una mercancía. Esta característica es ambivalente. Por una parte, favorece la difusión de información, y por otra, hace posible que un grupo económicamente poderoso la monopolice en beneficio propio, censurándola o tergiversándola" 174/.

Este encuadre de la información en nuestros días tiene, pues, consecuencias directas sobre la libertad de expresión y la independencia de las organizaciones de radiodifusión.

"Antaño, los únicos poderes opuestos a la libre difusión de las ideas fueron la Iglesia y el Estado. Hoy, los polos que pueden impedirla se han multiplicado. Los grandes capitalistas cuentan de manera muy singular entre los poderes que eventualmente se erigen como enemigos de la expresión libre" (Granados Chapa, 1982).

"Una concepción contemporánea de la libertad de expresión no puede reducirse, como en el pasado, a la eliminación de las limitaciones impuestas por el Estado... Son mucho más frecuentes los casos de limitación de la expresión por parte de las fuerzas empresariales... A pesar de que las empresas de información son parte integrante de la 'industria de la conciencia', frecuentemente obstruyen la libertad de expresión tal como la practican sus trabajadores" (ibíd., 1986: 43-44. Citado en Groscore, 1986: 32).

"No hay ningún tipo de garantía para el pluralismo y la información, equilibrada y objetiva, sobre los acontecimientos y tendencias de importancia para la sociedad" (Lehner, 1982: 98) cuando "la obtención del beneficio particular y privado (se plantea) como único fin" (Peri Rossi, 1984). Antes al contrario, la libertad de expresión y la democracia pueden ser puestas en serio riesgo por "la naturaleza comercial y la organización corporativizada" (Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 56) de los medios de difusión. Por ende, la virtual concentración de ciertos tipos de producción cultural en un número reducido de instituciones "críticas" tiene implicaciones para el mantenimiento y la promoción de cierta diversidad cultural.

La participación de grupos económica y/o políticamente poderosos en la radiodifusión, ha dado al traste en muchos países con los intentos de imponer una cierta supervisión social sobre "ese Parlamento de la sociedad de consumo, que (...) resultan ser los medios electrónicos de comunicación" (Zapata, 1974. Citado en Carrillo, 1980: 12). En México, por ejemplo,

"Cuando Díaz Ordaz (1964-1970) quiso cobrar mayores impuestos a las radiodifusoras y, de pasada, ejercer mayor control en lo que transmitían, la respuesta fue que la Cámara de Radiodifusión en ple no fue a ver al presidente para entregarle todas las concesiones, y de pasada amenazarlo con represalias económicas por parte de sus clientes de publicidad. La amenaza era de tal magnitud que todo que dó en que los mismos radiodifusores propusieran que, en lugar de im puesto, el gobierno tuviera derecho a transmitir sus propios programa s y mensajes en el 12.5 por ciento del tiempo real de transmisión de cada estación" 175/.

George Hills (1983: 92) identifica también esta realidad, pues afirma:

"Todos sabemos que empresas comerciales han amenazado a emisoras privadas con la retirada de la publicidad con el fin de disuadir la divulgación de noticias y opiniones poco gratas para esas empresas. Sería contrario a los hechos pensar que la libertad de montar emisoras privadas conduce a la libertad de información".

En 1984 desató una gran polémica en el Reino Unido el enfrentamiento entre el director y el propietario de un diario. "El dueño del periódico dominical 'The Observer', Roland Rowland", desautorizó "públicamente un artículo aparecido en el periódico sobre las presuntas atrocidades del Ejército de Zimbabue en la región de Matabeleland, firmado por el propio director, Donald Trelford. Este se (negó) a dimitir, y (exigió) por el contrario, que el propietario respet(ara) el estatuto del periódico, según el cual la línea política e informativa es competencia del director".

El propietario había intentado con anterioridad "evitar la publicación del artículo" y había llegado a "amenazar incluso con cerrar el periódico, pero el director se negó a retirarlo". La preocupación del dueño se derivaba del hecho de que la empresa que

había comprado el periódico hacía tres años, la sociedad Lonhro, de la que Rowland es presidente, "tiene importantes negocios en Zimbabue". "El fondo real de la polémica quedó más explícito cuando uno de los portavoces de Lonhro, Paul Spicer, afirmó: "The Observeres un monstruo fuera de control que pagamos nosotros y nuestros accionistas. Cuesta dinero mantenerlo en pie y resulta que la gente que trabaja allí cree que puede hacer lo que le da la gana"" 176/.

En México nuevamente, "en 1972 una confabulación empresarial resolvió ahogar económicamente al diario 'Excélsior'" (Granados Chapa, 1982: 3). "(...) Ciertos sectores de la empresa privada, nacional y transnacional (...) ejercieron, inicialmente, una presión sin precedentes contra el que entonces estaba catalogado como el diario más prestigiado del país, y uno de los más reconocidos en el ámbito internacional" (Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 58).

La "enemistad de diversos grupos" se la había ganado a pulso el periódico por implantar una política editorial crítica, en el sentido de "hacer denuncias sobre problemas económicos, políticos y sociales", de las que resultaban "afectados (...) tanto facciones del sector público como del sector privado" (Fernández Christlieb, 1984: 67). "Sobre la endeble tesis de que no querían fabricar la cuerda con la que se les ahorcara (forma de aludir a la postura de ese diario, entonces adverso a la injusticia, no a la existencia de la empresa particular) practicaron un boicot de anuncios" (Granados Chapa, 1982: 3). "Con una duración de más de

un año, el movimiento contó entre sus principales organizadores y promotores a la Cámara de Comercio Americana de México y a la empresa privada de televisión, Telesistema Mexicano, S.A.:

"La campaña de las empresas transnacionales contra "Excélsior" llevada a cabo principalmente a partir de enero de 1972 hasta marzo de 1973, consistió en dos acciones casi simultáneas: un flujo de literatura enviada a diversas empresas, al menos en la ciudad de México; y una campaña de difamación en radio y televisión. Aunque el propósito general de la campaña estaba dirigido a forzar la bancarrota de "Excélsior", cada una de las partes tenía ciertos propósitos específicos. La campaña de literatura, compuesta por cartas, artículos, panfletos y libros, buscaba principalmente convencer a las empresas de que suspendieran sus anuncios en "Excélsior", desprestigiando la imagen del diario y sus editores, y creando paralelamente pánico entre los hombres de negocios" (Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 59, citando a Delli Sante).

El boicot desbancó a la publicación -al menos temporalmente- "de la posición de líder absoluto que como principal medio impreso nacional había sostenido desde hac(ía) varios años. (...) De ser "el periódico con mayor lineaje publicitario hasta el mes de agosto (entre semana facturaba de 50.000 a 70.000 líneas ágatas... y los domingos superaba las 100.000 l.a.)", pasó a ocupar el cuarto sitio en noviembre de 1972, "con sólo 48.080 l.a." 177/.

Aunque finalmente "la conjura no alcanzó sus objetivos" (Granados Chapa, 1982: 3), y el diario salió "paulatinamente de la crisis (...) gracias a la publicidad de las empresas estatales y posteriormente cuando los grandes almacenes y algunas empresas de servicios presionan a los organismos patronales para levantar el boicot y continuar anunciándose en Excélsior" (Fernández Christlieb, 1984: 250), el caso sirvió para que se cuestionara "si los anunciantes tienen derecho a calificar y, por consecuencia, a determinar el contenido de los medios en que adquieren espacio publicitario" (Granados Chapa, 1982: 3).

Un prístino ejemplo de cómo la importancia de la publicidad en los ingresos de los medios privados controla la línea editorial y la programación de éstos, e impone una mordaza a la libre información, nos lo proporciona Víctor M. Bernal Sahagún en su libro "Anatomía de la publicidad en México" (1983: 136-137). El investigador mexicano transcribe "parte de una carta enviada por el director de una cadena radiodifusora al gerente de publicidad de una compañía cigarrera":

"La falta de juicio de uno de los empleados que labora en nuestra emisora asociada XEKJ en Acapulco, Gro., originó la transmisión, dentro de noticieros, de una nota relacionada con el consumo de cigarros.

"Independientemente del personal testimonio de usted, (quien había reclamado a la radiodifusora) hemos podido comprobar que, efectivamente, sucedió lo anterior, y en verdad lo lamentamos profundamente. Este hecho se aleja totalmente de la política de trabajo de nuestra empresa y, por lo tanto, lo reprobamos enérgicamente.

"La disculpa que ahora le presentamos, queremos hacerla extensiva también a su digna Agencia de Publicidad, Grant Advertising, S.A., (ya desaparecida en México) a través de su Director de Medios" (subrayado en el original).

El hecho de que el sustento de los medios electrónicos privados sea la publicidad, y de que lo que traten éstos es vender tiempo a dichas agencias, conduce, pues -recalca Ricardo Amann-, a que en "los programas informativos se (vaya) de una discreta autocensura -eliminando todo aquello que pueda perjudicarlas- a una publicidad clandestina en favor de la empresa privada" 178/.

Esto nos remite a la oposición a la concesión de canales televisivos a particulares basada también en que, por su propia naturaleza, la iniciativa privada busca en principio un rendimiento económico e ideológico, y deja en un segundo plano, o incluso se despreocupa completamente por la función de servicio público que debe cumplir el medio audiovisual. En este sentido, las opiniones, aun provenientes de segmentos del espectro ideológico muy alejados entre sí, convergen en el mismo punto 179/.

Existe, en efecto, un consenso entre los opositores a la televisión privada en el sentido de que ésta no garantiza realmente el derecho a la información, pues su pregonada independencia resulta más que cuestionable. "La excesiva tendencia a los programas de entretenimiento, los excesos en la publicidad y la unilateralidad son factores inherentes" a la misma (Vázquez, 1986: 168), en opinión de estos sectores. Y se citan, por ejemplo, los casos de Italia (en que "al analizar los telediarios emitidos por las emisoras de Rizzoli y Berlusconi en los días en que el caso "P-2" estaba más candente, se pudo ver que en los Telediarios del Canal 5 se mantuvo silencio -ibíd.-), o de México, cuyo monopolio privado, Televisa, S.A., involucrado en multitud de ramas de la producción de este país, ha-

ce un uso del instrumento en sus manos de forma tan unilateral que los noticieros se convierten en ocasiones prácticamente en vídeos promocionales de sus intereses ideológicos, económicos e incluso familiares o personales.

Como ya se ha señalado, del fenómeno parecen ser conscientes, incluso, los propietarios de los medios, en cuyo auxilio se habría desarrollado la teoría de la responsabilidad social de los periodistas como antídoto contra la resistencia social a la apropiación privada de los medios de comunicación colectiva.

Sin embargo, el problema es tan serio que un decidido partidario de la explotación privada de la televisión, Claude Jean Bertrand (1982: 33-34), no tiene por menos que llamar la atención sobre los riesgos de abandonar la televisión al libre juego de la oferta y la demanda:

"La comunicación social en los Estados Unidos, primera nación en el mundo que se ha introducido en la era de la información, puede caer completamente en las largas manos de la burocracia privada. La única intención de esta última es repartir los dividendos entre los accionistas, para lo cual no tienen inconveniente en prostituir los medios. Su mayor preocupación es la de preservar unos recursos económicos que permitan un beneficio máximo, para lo cual están dispuestos a manipular al público a través de los medios. Esas corporaciones tienen poca consideración hacia los conceptos de participación democrática y derechos humanos (aunque por razones comerciales generalmente, los consideran un poco más que la mayoría de los gobiernos). Sea como fuere, el alcance de la supresión de normas, el dominio de los medios, no puede dejarse a "las fuerzas del mercado". Esto conduciría a la creación de un "estado policía de las multinacionales".

En definitiva, las dudas manifestadas por los defensores de la continuidad del sistema público monopolístico respecto a la po-

sibilidad de un auténtico servicio a la ciudadanía si las presiones comerciales imponen su ley en la producción televisiva tienen, entre otras, las siguientes vertientes:

- La convicción de que a la iniciativa privada no la mueve el deseo de promover el ejercicio del derecho social a la información, sino el del derecho individual a la expresión de los propietarios de los medios. Y, en frase de Regis Debray (1968: 108), la convicción de que "los que nos dejan ver el mundo, no nos dejarán ver más que su visión del mundo".

- La creencia en que los grupos interesados en la explotación de canales privados "no buscan ejercer la libertad de expresión, sino comercializarla; (y en que) más que defender un derecho humano lo que buscan es hacer un negocio usando un derecho humano universal" (Comisiones Obreras, 1983). "Porque en un sistema de televisión comercial la audiencia se convierte en una mercancía controlada por las empresas que miden los índices de escucha y aceptación, para, después, vender esta mercancía-audiencia a las empresas publicitarias" (Costa, 1986: 81), sin que las audiencias "alcancen nunca cauces para poder condicionar o, al menos, influir en las directrices de las empresas que les ofrecen estos productos (sean de televisión, radio o prensa)" (Toledano, 1986: 317).

- El convencimiento de que "la factibilidad de que el aparato informativo de una sociedad preserve su independencia del Estado se desvanece al considerar su significativa dependencia de otros centros de poder, en este caso del capital mismo. (Y de que) no bag

ta (...), pensar en que la responsabilidad social de quienes controlan los medios pueda sustituir a la idea de participación ("activa en los procesos de producción y difusión de la información y el conocimiento"), que en última instancia opera como sinónimo de democracia" (Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 29-30).

- La certeza de que "así como una TV que dependiera del Estado entraría en contradicción con los principios democráticos, una TV comercial, que funcionase según las leyes del mercado dejaría al margen los intereses sociales o de la sociedad en su globalidad" (Vázquez, 1986: 161). Porque "cuando la radio y la televisión están exclusivamente sujetas a los intereses económicos, acaban subordinándose a éstos, y el esplendor que logran suele ser meramente formalista y envolver una actitud despreocupada respecto a sus potencialidades constructivas" 180/.

- La preocupación por "el alto costo de la publicidad gratuita" (Bagdikian, 1986), "costo real, indirecto, alto (...) por la vía del consumismo o de la inversión gubernamental" (López Narváez, 1985: 23), y por la de la influencia sobre la programación y la captación de audiencias a toda costa:

+ "El mercantilismo, el oficialismo, las posiciones conservadoras y aun reaccionarias de los poderosos impiden la presencia y las búsquedas comunicativas verdaderamente populares" (ibíd.).

+ La programación tiende hacia la "mediocracia, busca el centro, o eje de la sana razón" y plantea "la comedia filosófica y política de los derechos del hombre", a fin de asegurarse un auditorio numeroso y receptivo.

+ La dependencia de la publicidad como prácticamente la única fuente de financiación permite a ésta ejercer una gran influencia en la programación, lo cual "tuvo su momento culminante en 1959, cuando se descubrió (en Estados Unidos) el denominado 'escándalo de los concursos'" 181/.

+ "En la selección de los temas, tanto en los espacios de noticias como en los demás informativos, todo se subordina a su potencialidad espectacular" (Hills, 1983: 92). Los "títeres y personajes (que en ellos aparecen) narcotizan, éste sí es un narcoterror ideológico, mal educan en la sensiblería, en las fobias, en los clisés" (López Narváez, 1985: 23).

+ Incluso, "las consideraciones de segmentación de audiencias (...) ejercen cierta influencia sobre la duración de los programas noticiosos" 182/.

+ El desarrollo persuasivo que ha alcanzado la publicidad a estas alturas del siglo XX, le permite en la práctica violar cotidianamente las mentes de los consumidores, sobre todo si tenemos en cuenta que la información sobre las virtudes o bondades del producto o servicio anunciado ha ido menguando considerablemente hasta desaparecer en muchos de los avisos de hoy en día" 183/.

Sentadas estas inquietudes, los más firmes opositores a la televisión privada defienden la continuidad del servicio público monopolístico por considerarlo más beneficioso socialmente que la explotación privada del medio televisivo. El desarrollo de su argumentación en lo que a este punto respecta es más o menos el siguiente:

"(...) las organizaciones emisoras tienen que distanciarse algo del gobierno, porque si el gobierno tiene la posibilidad constitucional de entrometerse en las emisiones con frecuencia, encuentra difícil resistir la tentación de hacerlo" (Hughes, 1981: 3).

"Pero además de suscitar esta lógica voracidad en el mundo político, la televisión provoca no menos voracidad, y con intenciones mucho menos altruistas --en la medida que puede hablarse de altruismo tratándose de la política-- en el mundo de la ganancia por la ganancia. De ahí que la televisión, de vector de la política, de la cultura o de la distracción, corra peligro de transformarse ante todo en vector de la publicidad (...). Dicho de otra manera: la garantía del pluralismo y de la libertad de expresión no se logra únicamente asegurando la independencia de los medios frente al Estado o los partidos; necesita también independencia de los mismos frente a los intereses económicos, cuya preocupación esencial no es siempre la libertad ni la cultura" (Claudín, 1986: 14) 184/.

"Lo que hay que distinguir es entre empresa pública y empresa estatal. Estatal no quiere decir que sea pública; lo contrario, sí. Y el concepto de público es, sobre todo, más completo: hace referencia a control social, a control democrático, a plural. A todas esas cosas. "Sólo los medios públicos están obligados (la sociedad es quien ha de conseguir que se cumpla la obligación) a ser plurales, a ser controlables. Y, en definitiva, los medios públicos han de servir de base para que la libertad de expresión exista, para que exista el derecho de acceso de las minorías, etc" (Martínez Reverte, 1986: 20).

"El monopolio puede prescindir del apremio que aflige al radio (léase TV) comercial por muchas razones: porque sabe que lo que ofrece no se compra con dinero; porque lo que ofrece --en música, en drama o en conocimiento científico o artístico-- no pasa de moda; y porque no sufre el acicate de un patrocinador interesado en salir de su mercancía" 185/. "(...) los anuncios incluidos en la programación de una televisión pública no influyen excesivamente en la programación, pues dada la situación de monopolio con la que actúa (...) los anunciantes potenciales tienen que someterse a las reglas impuestas por el ente" (Costa, 1986: 85) 186/.

2.2.3.4. Facilitar la mejora cualitativa de la programación.

Una de las armas empleadas por quienes demandan la autorización para el funcionamiento de las televisiones privadas en el país ibérico, la de que la competencia genera una mejor programación, va

a ser contrarrestada puntualmente por quienes se oponen a las mismas, mediante la acusación de que, no sólo ello no es cierto, sino que, antes al contrario, el encono de la competencia conduce inexorablemente a una programación cada vez más aberrante. El complacer antes que a nadie al anunciante, y la consiguiente búsqueda de audiencias a toda costa, desembocan -se argumenta- en una apelación al "más bajo común denominador" y una 'degradación tonal' de la programación 187/.

Esta postura de que "resulta difícil admitir el argumento de la libre competencia en el ámbito de la radiodifusión, cuando la filosofía que sustenta esa libre competencia es obviamente la venta del espacio publicitario en lugar de la competencia por el mejor programa" (Vázquez, 1986: 162), va a ser reforzada por ciertas declaraciones provenientes de la iniciativa privada, que -involuntariamente, por supuesto- van a poner en guardia a los opositores a la explotación de canales por particulares sobre los riesgos que la existencia de éstos implicarían para la armonía en la programación. Un ejemplo de dichas manifestaciones es la incluida en el informe realizado en 1984 por encargo de la Asociación Española de Editores de Diarios Españoles, y titulado "Estudio técnico, económico y jurídico para el establecimiento de la televisión privada en España". En éste se afirma sin el menor escrúpulo que "quizás sea ésta, la televisión de servicio público, la única a la que el Gobierno o el poder legislativo, en un régimen de libertades y de economía de mercado, puede exigir una programación equilibrada" 188/.

Se da aquí por sentado, como algo natural y legítimo, que el imperativo de la ganancia que mueve a los 'canales libres' obligue a éstos a desarrollar unos esquemas de producción tendentes más a divertir que a informar, educar, movilizar o desarrollar a la sociedad, y el que ésta no tenga derecho a marcar el rumbo que aquéllos deben seguir para servirle adecuadamente. En palabras de Mattelart (1986: 44-45),

"con el paradigma de mercado está emergiendo, digamos, un argumento totalitario sobre el hecho de que la televisión se define primero como un instrumento de entretenimiento. Entonces uno echa por la borda todas las críticas de veinte años, desde la Escuela de Frankfurt hasta Baudrillard de hace algunos años; se echa por la borda el hecho elemental de que la televisión como medio de comunicación no es solamente para entretener (incluso los propios funcionalistas, los propios conservadores americanos cuando analizan los medios de comunicación dicen que la televisión no es sólo para entretener, es también para educar, informar, etc...). Ahora, con la lógica del mercado, hay un totalitarismo de la noción de entretenimiento, y el lenguaje de la ley de mercado es el lenguaje del goce publicitario".

La preocupación de los defensores del sistema público monopolístico por evitar esquemas de programación que reduzcan al medio de comunicación "a ser un aparato transmisor de entretenimiento y anuncios comerciales" 189/, por luchar contra el desequilibrio informativo 190/ o por impedir el deterioro del rigor informativo 191/, no va a ser aminorada, pues, sino todo lo contrario, con aseveraciones como la del catedrático Martínez Albertos, que hace poco más de un lustro "profetizaba":

"La televisión privada será cuantitativamente menos informativa que la televisión pública. Es decir, va a dedicar menos horas y menos énfasis a la información de actualidad o periodismo televisivo, porque, de acuerdo con las tendencias universales que hoy existen, la televisión privada va a ser básicamente espectáculo. Este es, nos

guste o no, un dato absolutamente objetivo, desde un punto de vista estadístico, en estos momentos, en las áreas culturales de Occidente" (1982: 148) 192/.

Entre los opositores a los canales "libres", el "que la implantación de programas comerciales va a llevar a una disminución del nivel de todos los programas, es una opinión muy difundida que cobra fuerza al observar las experiencias en otros países" (Lehner, 1982: 94-95). De la televisión estadounidense, por ejemplo, Claude Jean Bertrand (1982: 26), decidido partidario de las televisoras "independientes" como ya se indicó, no tiene por menos que señalar lo siguiente:

"La obsesión de las diversas empresas por lograr la mayor audiencia posible durante 19 a 23 horas al día, da como resultado un montón de basura monótona y manipulada, "visión de chatarra", "chicle para la vista": juegos tontos y dramas repetidos durante el día; series de violencia y comedias carentes de sentido, por las noche; de sábado a domingo mucho deporte y una indigestión de viejas películas de Hollywood. Hace algún tiempo, la revista New Yorker publicó una caricatura de un hombre pegado al televisor que dice a su mujer: "No podría reconocer un buen programa, si viera uno". Mucha gente duda que haya mejorado algo desde que en 1961 Newton Mellow, un presidente muy especial de la FCC, definiera la televisión americana como "una enorme desolación" 193/.

En México, los efectos de la concurrencia -de acuerdo con los investigadores de este país- no han sido muy diferentes. Los escasos períodos de real competencia interempresarial en su historia 194/, se caracterizaron por una sensible baja en la calidad de la programación. Este fenómeno se dio tanto en la etapa anterior a la creación de Telesistema Mexicano, en 1955, como en la fase previa a la constitución de Televisa, S.A., en 1972. En este último período, por ejemplo, principalmente "de 1968 a 1972 los programadores se ensarzaron (sic) en una lucha por obtener el me-

jor 'Costo por Millar'; de ahí el reinado de programas en un tono cada vez más degradado" (Sabido, 1976). "Para 1970 ya se habían institucionalizado los 'programas de concurso' en donde el público, con una mínima participación, aún menos inteligente, podía 'concurrar' y obtener valiosos 'premios' tales como aparatos domésticos, dinero, automóviles entre otras cosas" (Pérez Espino, 1977: 45). "(...) los programas de concurso llegaron a límites exagerados al promover la ridiculización del mismo auditorio que participaba en ellos (...). De esta forma, la etapa 'competitiva' de la televisión mexicana se caracterizó fundamentalmente por lo que más tarde se llamaría un proceso de 'degradación tonal' (Sabido, 1976). Es decir, una tendencia hacia la devaluación de los contenidos como única estrategia de ganar auditorios y anunciantes (Pérez Espino, 1979)" (Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 158). La situación fue tan grave y notoria que provocó "una ola de crítica por parte de la prensa mexicana", que acusaba a los dueños de los canales televisivos de evocar un 'mínimo denominador común', y en consecuencia "pasar por alto las funciones educativas y de información que se adjudican a la transmisión" (González Molina, 1987: 5).

En aquellos países en que las emisoras privadas han entrado en funcionamiento tras un más o menos largo período de monopolio estatal, la televisión pública habría sufrido también -de acuerdo con los opositores a aquéllas- los efectos negativos de la competencia. El caso italiano parece ser paradigmático al respecto, según la descripción pormenorizada que del mismo realiza Giuseppe Richeri (1986: 31-34):

"La existencia de televisiones privadas en Italia, legalizadas en 1976 y organizadas muy rápidamente en una red nacional e interregional, produce efectos relevantes sobre la televisión pública, la RAI, a partir del comienzo de 1980.

"La RAI, reforzada por sus dos redes nacionales de televisión y de una regional, poseedora también de una larga experiencia y de un alto nivel profesional, de una sólida imagen internacional y de grandes recursos humanos, económicos y técnicos, encuentra en las televisiones privadas un competidor directo que llega a quitarle hasta el 50% del público televidente nacional, que llega a quitarle también los productos televisivos más atractivos ofertados en el mercado internacional y asimismo algunos de los mejores managers y show man.

"Para contestar a esta situación que hace correr el riesgo de quitar la legitimidad al servicio público, sobre todo, por el hecho de que este fenómeno se financia con la publicidad o con el importe pagado por el conjunto de los usuarios, mientras que sólo una parte de ellos utiliza los programas presentados por el servicio público, la RAI cambia su actividad de programación y de producción. Antes que nada, las programación de las redes públicas de televisión tiende a homogeneizarse cada vez más en vez de desarrollar una complementariedad calculada, como se impondría a un servicio público. El objetivo de obtener la máxima cuota del público total, lleva a alargar los horarios de transmisión diaria en correspondencia a los sectores horarios ya ocupados por las televisiones privadas que en muchos casos transmiten más de dieciséis horas al día.

"Los programas de entretenimiento se vuelven el corazón de las programaciones de las dos redes nacionales de televisión, mientras que los programas que se alejan del gusto medio del público están colocados en segmentos horarios secundarios o marginales. La consecuencia es que las películas, los 'telefilms', las series para televisión juegan en la programación de la televisión pública un rol cada vez más importante según un doble principio de selección:

"Para las horas del principio de la noche, después del telediario, único punto de fuerza de la RAI, el principio es transmitir programas aunque sea con costos altísimos, para enfrentarse a la competencia, dado que se trata del segmento horario de transmisión durante el cual el público global es más elevado, en relación al horario de todo el día, y es también el momento en el cual se encuentra el máximo de publicidad. Para los otros segmentos horarios de transmisión, el principio es utilizar el presupuesto destinado a la programación para llenar el mayor número de horas diarias de transmisión: el objetivo es lograr, con los mismos recursos económicos, disponer de más programas y obtener índices de audiencia satisfactorios. Dicho de otro modo, el imperativo llega a ser: mayor público con costos unitarios de programación más bajos.

"La necesidad, por un lado, de transmitir programas que corresponden al gusto medio y, por otro, de aumentar lo más posible las horas de transmisión cotidiana sin que los recursos económicos a disposición aumenten en proporción, tienen como efectos favorecer el aumento de los programas estándar y, en parte, aumentar el repertorio de los programas ya transmitidos. Pero el hecho de mayor relieve es que, a consecuencia de todo esto, aumentan los programas adquiridos en el mercado internacional porque éstos reúnen tres característi-

cas esenciales para la RAI: éxito seguro de audiencia, formato estándar y precios muy inferiores en los costos a los programas de producción propia.

"Los efectos sobre la política productiva de las redes públicas de televisión han sido unívocos:

"-Abandonar o reducir totalmente la producción directa del tipo 'creación de calidad' (comedias, etc), sector en el cual cada estructura productiva de la RAI podría realizar no más de veinte partes (episodios) anuales y pasar a una producción de tipo más 'ligero' y repetitivo, en la cual la misma estructura está capacitada para producir hasta 150 partes al año.

"-Privilegiar los productos realizados por la RAI con costos que se acerquen lo más posible al valor de los costos físicos solamente (es decir, los de personal permanente de la RAI y de sus instalaciones) y reservar el presupuesto para destinarlo a las adquisiciones extranjeras. Así la RAI abandona la producción con contenidos culturales y de calidad y se abre la era de los juegos con premios, de los 'talk show'.

"Por otro lado, habría sido difícil seguir otras selecciones productivas y de programación visto que las horas de transmisión anuales de la RAI se han más que duplicado en un lapso de siete años, mientras que sus recursos financieros se han mantenido prácticamente estacionarios.

"Entre 1975 y 1982 las horas de transmisión anuales han pasado de 5000 a 12000 sin que el importe de suscripción pagado por los usuarios aumente, y sin que las mayores entradas por concepto de publicidad logren contrapesar las altas tasas de inflación de estos años" 195/.

La introducción de la competencia entre cadenas en Italia no habría supuesto, pues, en absoluto la mejora de la televisión estatal, ya que la disputa se habría llevado a cabo en el terreno de la captación de audiencia y no en el de la calidad de la programación. Algo similar a lo acontecido con la RAI le habría sucedido anteriormente a la BBC británica.

La aparición de la IBA (Independent Broadcasting Authority) en 1955, supuso para el monopolio público un fuerte golpe, sobre todo a la hora de la captación de audiencia. Ante el dilema de continuar con su programación 'de calidad', aun a riesgo de seguir perdiendo televidentes, o cambiar ésta, a la BBC no le habría quedado más remedio que optar por el mismo esquema ensayado,

perfeccionado y estereotipado por la televisión empresarial competidora 196/.

De hecho, para 1962 (época de la publicación del Informe Pilkington, "redactado inicialmente para ver si era conveniente dar la tercera cadena a la BBC o a la IBA"), la situación de la BBC "amenzaba con hacerse catastrófica, pues los periódicos ya se preguntaban por qué debía ir el impuesto de todos los ingleses a una emisora que sólo era escuchada por tres de cada diez". A pesar de que, entre otras medidas, se decidió entonces elevar "el control sobre la programación de las emisoras independientes para evitar que la BBC fuera bajando el nivel de la suya" (Costa, 1986: 277), "lo cierto es que en los últimos años ya se han producido recortes en los programas educativos de la British Broadcasting Corporation (BBC) inglesa, nunca recuperada de su competencia con la televisión privada" (ibíd.: 14).

Experiencias muy parecidas habría sufrido la televisión francesa tras la reforma Giscard del 6 de enero de 1975, como consecuencia de la cual se habría producido una baja "en el nivel de los programas privilegiándose de forma repetitiva las películas de cine y las series de gran público sin calidad" (ibíd.: 14 y 296 y ss.).

Todo ello habla -afirman los antagonistas de la televisión privada- de que el argumento de que la competencia conduce a una mayor calidad de la programación, no es válido más que a nivel puramente demagógico, pues los hechos demuestran claramente lo contrario; en la práctica, los monopolios han podido realizar producciones de mayor calidad y utilidad que las efectuadas tras la implanta

ción de canales privados:

"Las condiciones de monopolio y la ausencia de cualquier lógica de competencia interna o externa a ellos habían favorecido el fin de realizar una televisión diversificada, creativa, 'de calidad', basada en la producción de partes únicas, de obras de autor, una producción de tipo artesanal y una televisión que se basa sobre recursos, capacidades y características fuertemente nacionales.

"Mientras tanto, las nuevas condiciones en las cuales muchas televisiones se encontraron durante los últimos años ponen de manifiesto la necesidad de alcanzar una producción de programas nacionales a escala industrial, de tal modo que se llegue a cubrir muchas horas de transmisión cotidianas con costos medios más bajos que los generados por los programas llamados de calidad o de autor, y con un ritmo de realización y una organización comercial que permitan amortizar parte de sus costos en un mercado más amplio del nacional" (Richeri, 1986: 35).

Los partidarios de las televisiones "libres" en el país ibérico, en defensa de su postura acuden al ejemplo dado por las nuevas emisoras de frecuencia modulada, cuya entrada en funcionamiento habría producido cambios radicales en los contenidos y personas de los programas, "robado oyentes a la onda media ya existente y (...) provocado al cabo de un año un profundo replanteamiento de la programación de las emisoras, tanto estatales como privadas" (Beaumont, 1983a: 58). La búsqueda de "nuevos caminos en la radiodifusión" (ibíd.: 1983b), y un aumento en el nivel de calidad exigido y en el grado de especialización habrían sido la consecuencia natural del notable incremento de la competencia en este terreno.

Sin embargo, también aquí plantean batalla los opositores a las televisiones privadas, que, no obstante reconocer algunos avances en esta dirección, ponen el énfasis en las diferencias evidentes entre un medio y otro, y destacan que, incluso dejando

éstas al margen, la realidad no es tan halagüeña como sería de desear. Así, por ejemplo, intentando identificar las tendencias de estas nuevas emisoras, José Miguel Contreras (1984: 57) afirmaba que parecían

"destacarse tres formatos bien diferenciados:

"- La continuación del 'viejo estilo', es decir las listas de éxito convencionales. Las emisoras suelen funcionar previo acuerdo con las casas discográficas y ofrecen únicamente música pop comercial de actualidad. Este es el modelo más extendido. No olvidemos que es el de más barata producción, aunque salvo raras excepciones también es muy limitado como receptor de publicidad.

"- El traslado de las formas y contenidos de la onda media a la FM, utilizando como reclamo a grandes estrellas de la radio.

"- Intentos aislados de radio especializada".

Si a esto se añade el que los mismos promotores de las televisiones "independientes" han declarado su intención de basar "la programación de la emisora en el entretenimiento" (Luis Angel de la Viuda, de Teleochenta) o un propósito de "ofrecer una programación básicamente familiar" (Joaquín Peláez, de la SER), las perspectivas de que los nuevos canales pudieran introducir algunos de los servicios de las nuevas FM's -dicen los opositores a aquéllos- se esfuman casi por completo.

"El efecto de la competencia" -se concluye- "fortalece la pretensión de amarrar al espectador frente al televisor, pero no garantiza una mayor calidad o un mejor servicio" (Erauskin, 1986: 176-177) 197/. La entrada en funcionamiento de canales "libres" conduciría a "una programación más populista en busca de mayor audiencia", a un incremento del "estilo americano, en el que se consume cambio de plano, no cambio de imagen" (ibíd.: 176), a un ol-

vido de las funciones básicas de la televisión como medio de comunicación (excepto la de entretenimiento), y del principio de que ésta debe evaluar sus programas no sólo en forma cuantitativa sino cualitativa también.

Por contra, remacha Costa (1986: 35-36), "la falta de la lógica del beneficio da a las televisiones (públicas) la posibilidad de generar una programación equilibrada en donde los espacios formativos y los informativos alternan con los destinados al gran público". Y si no se han "alterado los fines con los que se creó la segunda cadena aún (hay) mayores oportunidades de combinar lo mayoritario con lo minoritario, lo cultural y lo informativo con los programas destinados a proporcionar distracción a la audiencia". Un sistema monopólico debe "confirmar su legitimidad a través del equilibrio de la programación, el control a que se somete por los representantes públicos, los intentos de abrirse a la participación, o la tendencia a la neutralidad política y, en la medida en que consigue estos fines, se va convirtiendo en un auténtico servicio público".

2.2.3.5. Ofrecer una auténtica libertad de elección.

"(...) una oferta mayor de programas no va a suponer una posibilidad más amplia de elegir más programas de calidad, sino solamente la de poder elegir más de lo mismo; habrá más películas policíacas, más películas del oeste, más entretenimiento para el ingenio, todo bajo un mismo corte, pues lo decisivo para todos va a ser conseguir la mayor audiencia. En una lucha competitiva, sin cuartel, las emisoras jurídico-públicas no tendrían ninguna oportunidad de cumplir el encargo que tienen como medio cultural, de información y de formación" (Lehner, 1982: 95).

Esta opinión sobre las consecuencias que la puesta en marcha de nuevas emisoras privadas ejercería sobre la libertad de elección del televidente, condensa perfectamente la posición de los antagonistas de éstas al respecto. Se pone especial énfasis, desde esta óptica, tanto en la falta de producción propia que caracteriza a la mayoría de los canales "libres" existentes, como en la disminución de los contenidos culturales y la calidad de la programación que llevan a cabo éstos; en las consecuencias culturales de la inevitable dependencia exterior en materia audiovisual, como en la mínima experimentación de nuevas formas de comunicación que singulariza tradicionalmente a los mismos; en el arrastre de la televisión estatal hacia senderos no válidos para un auténtico servicio público, como en los riesgos de una excesiva exposición ante el televisor que la pluralidad de ofertas traería consigo.

No sólo es generalizable -se arguye- lo planteado por Giuseppe Richeri en el punto anterior -2.2.3.4.- acerca de la RAI, y se puede, por tanto, afirmar que los sistemas mixtos de televisión conducen a un abandono de "la producción con contenidos culturales y de calidad" y a una apertura de "la era de los juegos con premios, de los 'talk show'", sino que la falta de una meta de labor social, y la persecución de objetivos puramente comerciales o ideológicos, y, por consiguiente, la ausencia de complementariedad entre los canales dan por resultado una programación meramente repetitiva -y esto incluso en sentido literal-, ignorante de las genuinas necesidades de la comunidad a la que se dirige, y atentatoria contra las más elementales normas de toda planeación presupuestaria tendente a evitar la duplicación de recursos.

En la televisión mexicana, por ejemplo, no son raros los casos en que un mismo acontecimiento es transmitido por dos o más canales simultáneamente. En ocasiones su explicación estriba en el encadenamiento obligatorio que -al igual que ocurre en muchos países de modelo televisivo 'democrático', ya sea europeo o americano- establece la ley para la difusión de eventos de especial transcendencia política o social; pero otras veces los motivos se derivan directamente de una mal entendida competencia que lleva a disputarse el mismo producto ofertado en el mercado -principalmente internacional-, con el consiguiente despilfarro económico.

El investigador Raúl Cremoux (1982: 89) recuerda que en el período anterior a la constitución de Televisa, S.A., "'la sana competencia' obligaba a que estas dos entidades (se refiere a las dos principales empresas rivales entonces: Televisión Independiente de México (TIM) y Telesistema Mexicano) llegaran a anunciar "'transcendentales partidos de fútbol' entre los mismos contendientes y a la misma hora del mismo día como exclusivas de ambas partes". El 1 de enero de 1988 -sin ir más lejos-, los telespectadores mexicanos pudieron elegir contemplar el tradicional Desfile de las Rosas desde Pasadena (California), por el estatal Canal 13, de Imevisión, o por el privado Canal 5, de Televisa, que transmitieron simultáneamente el espectáculo conectados a su vez a dos diferentes cadenas estadounidenses ...

En lo que respecta a la producción propia -se argumenta-, esta actividad es muy baja en el sistema privado:

"la persecución de la máxima rentabilidad no impulsa precisamente una amplia producción nacional de los canales comerciales, ya que sus costes son siempre inmensamente superiores a los de las importaciones, y sus riesgos crecen frente a los productos internacionales y probados en otras latitudes" (Bustamante, 1986: 267).

Para ilustrar esta afirmación se citan, entre otros, los casos italiano y estadounidense. Menos del 15% del total de la programación de las televisiones privadas italianas es realmente de producción propia (Prado, 1986: 181; Molina i Compte, 1982: 51; Zaccaria, 1982: 108). "Dos tercios de lo que programa la televisión privada (en el país alpino) son films, telefilms americanos y dibujos animados, en su mayoría japoneses. (...) El único tipo de producción propia -salvo algunas excepciones- es la de los noticiarios informativos, compuestos por noticias de agencias y largas conversaciones frente a una cámara fija" (Costa, 1986: 318, citando a diversas fuentes).

En Estados Unidos, "las emisoras locales opt(a)n (también) por los programas comprados a bajo precio antes que por la producción propia", en clara "desnaturalización de lo que debería ser una televisión local (supuesta base del sistema televisivo norteamericano). Para una emisora local cualquiera, el promedio del origen de su programación es el siguiente: el 70 por ciento proviene del network, el 25 por ciento de la compra de syndication y sólo un 5 por ciento es de producción propia" (ibíd.: 200).

A estas cifras, aceptadas como naturales y legítimas por parte de los promotores de las televisiones privadas en España (la SER, por ejemplo, ofrece "una producción propia de un 30%

aproximadamente" -Peláez, 1982: 177), oponen aquellos sectores contrarios a las mismas el argumento de que una televisión pública como la británica produce nada menos que el ochenta y ocho por ciento de sus programas (Hoban, 1982: 49), y enfatizan en los riesgos de una excesiva adquisición de programas extranjeros en caso de autorizarse el funcionamiento de aquéllas:

"Especialmente en el campo de la ficción este peligro acrecentaría considerablemente la dependencia exterior en materia audiovisual. Y si tenemos en cuenta la clásica división del trabajo dada en no pocos países de coexistencia entre televisión pública y privada, entre información y ficción respectivamente, se cumpliría de nuevo esa peligrosa dicotomía: la 'realidad' en manos de una sociedad (relativamente si contamos con las agencias de información audiovisual), el imaginario colectivo en poder de instancias exteriores. Los contactos y acuerdos previos de algunos candidatos privilegiados a la televisión privada española con grandes cadenas estadounidenses como la NBC o la CBS constituyen aquí un indicio de esta preocupación" (Bustamante, 1986a: 267).

El problema se torna serio en virtud de la, hasta el momento, deficiente respuesta de las emisoras europeas a las nuevas condiciones del mercado televisivo, y de la fragmentación que ha caracterizado históricamente a éste en el Viejo Continente 198/. Una mayor oferta televisiva -sobre todo por parte privada- llevaría a un alto índice de importaciones, con la consiguiente "difusión del discurso publicitario" y la "transmisión de patrones culturales" provenientes de sociedades ajenas a la propia (Fernández Christlieb, 1984: 240) 199/. Pero lo que desde esta perspectiva es aún más grave, posibilitaría la definitiva imposición de un "concepto de producto audiovisual comercializado publicitario y preferiblemente estandarizado, que no deja espacio ni a la creación ni a la expresión de las clases, de los grupos, de los indi-

viduos y de las naciones" 200/.

La televisión como medio de comunicación -se afirma- experimentaría un ínfimo desarrollo en su aspecto expresivo como consecuencia del funcionamiento de los mecanismos de la competencia y de la persecución del 'rating' por encima de todo:

"La búsqueda continuada de la maximización de audiencias, exigida por la publicidad, induce una programación determinada, regida entre otros principios por el seguimiento de valores dominantes y por el desprecio o la marginación de los intereses minoritarios, con la excepción de aquellas franjas estrechas de la población que gocen de alto poder adquisitivo. Por las mismas razones, la innovación tiende a ser sistemáticamente desechada fuera de las fórmulas que hayan obtenido éxito en otros lugares" (Bustamante, 1986a: 266).

La conversión de la competencia en el principal elemento de determinación de la programación, no iría acompañada necesariamente -se insiste- de una oferta más variada y rica de programas, sino que, antes al contrario, todos los indicios apuntan hacia una mayor homogeneidad en los mismos:

"La forma de conseguir un alto índice de audiencia es recurriendo a determinados programas por lo que la lucha de competencia por el telespectador no conduce automáticamente a mayores posibilidades de elección para los receptores.

"Es un hecho que en los países con televisiones comerciales la programación está saturada de entretenimiento, sobre todo en las horas de mayor audiencia. Y reciben poquísima atención los espacios informativos, políticos o documentales y también se constata la ausencia de los programas dirigidos a las minorías. Hasta las noticias adquieren un carácter de entretenimiento" 201/.

La primacía en las televisiones privadas de una política cultural demagógica consistente en "hacer la televisión que piden los televidentes", la convicción de que aquellas "no pueden experimen-

tar", se ve más que confirmada -señalan nuevamente los opositores a las mismas- por los resultados proporcionados por las nuevas emisoras en Frecuencia Modulada concesionadas en los ochenta. Como escribe José Manuel Costa en El País, con ellas

"la oferta radiofónica se ha ampliado en número pero no en variedad. Apenas pueden escucharse dos formatos de programación: la llamada completa, típica de la Onda Media y la musical, más o menos derivada de los Top Forty americanos. No se han explorado otros como la radio todo noticias, todo palabras, todo música o las dedicadas a sectores minoritarios, al municipio, etcétera. Es más, casi todas las nuevas emisoras han basado buena parte de su atractivo en estrellas provenientes de la Onda Media o del mundo del espectáculo".

La existencia de radios libres o piratas en país de tan fuerte implantación de radios privadas demostraría -se agrega- que una mayor diversificación y variedad de emisoras fomenta la ilusión de poder elegir libremente, pero no tiene por qué considerarse que satisfaga adecuadamente los requerimientos de la audiencia, propósito éste que sólo puede lograrse tras un análisis serio de las necesidades (que no 'gustos') de la misma a la hora de ofrecerle opciones determinadas.

Una oferta amplia de canales, además, encuentra difícil su legitimación cuando lo que se defiende es lo cuantitativo por sí mismo, cuando los efectos sobre el manejo del tiempo libre por las personas no son considerados en su verdadera magnitud y cuando la preocupación porque el instrumento sea un auténtico medio de comunicación queda relegada a un segundo plano.

En efecto, lo que debe primar -se señala- no es el número de emisoras, sino las necesidades que cubren éstas y las consecuencias de su implantación 202/. Lo deseable no es emitir a través de una gran cantidad de canales, sino usar adecuadamente aquellos de los que razonablemente se pueda disponer 203/.

Razonamientos como éstos son los que se hallan detrás de la crítica del sindicato Comisiones Obreras de RTVE al argumento de que "el usuario tendría más canales si existieran privados", y explican la propuesta del organismo laboral en torno al tema:

"con los dos actuales, el canal autonómico que se va a poner en marcha, la televisión por cable (que funciona por sistema de abonados) e incluso 'la propia' programación que se hacen los que tienen vídeo conforman un sistema de opciones que consideramos suficiente. Sobre todo, si se da buen servicio, porque éste es el problema a resolver por la televisión pública actual" (Comisiones Obreras, 1983).

Efectivamente, el acento de los opositores a las televisiones privadas con vistas a la consecución de una auténtica libertad de elección, se va a poner en la necesidad de que el medio audiovisual en manos del Estado legitime su monopolización mediante una programación de auténtico servicio público, considerando como completamente irrelevante el aumento en la oferta audiovisual. Incluso -se llega a decir- la multiplicación de canales es negativa en sí misma, dadas las características intrínsecas del instrumento:

"(... una) falacia, y quizá la más extendida es aquella que se refiere a la bondad del medio. Se supone que la televisión es neutral en sí misma y, por tanto, que la proliferación de televisiones, sean del género que sean, puede ser saludable. Pienso que lo que habría que poner en cuestión es esta hipotética neutralidad e inocencia

del medio para ver hasta qué punto ello es cierto o, por el contrario, la televisión como tal lleva larvada alguna posibilidad de perversidad y de fomento de pasividad en la audiencia. En mi opinión, esta segunda hipótesis es más cierta y dicha pasividad produce una monotonía y estandarización de contenidos que tiene como consecuencia una peligrosa igualación cultural" (Erauskín, 1986: 174).

Desde esta óptica, es digno de orgullo el dato de que, mientras los ingleses dedican semanalmente 30 horas a ver la televisión, y los americanos 38, los españoles apenas le dedican 23 horas (Merino, 1986: 59); y es de preocupar la posibilidad de autorización de emisoras 'libres', pues "evidentemente, a medida que hay una mayor disponibilidad u oferta de canales de televisión, la audiencia gasta más tiempo en televisión" (ibíd.).

Se podría alegar a este argumento que la audiencia ya es mayor de edad, y está capacitada para elegir lo que objetivamente va más de acuerdo con sus necesidades de desarrollo humano integral, y para saber qué hacer con su tiempo de ocio; pero -se replica- la experiencia de otros países no es muy prometedora en este sentido:

"con la existencia de gran número de emisoras y gracias a los mandos a distancia, ha llegado a ser un juego para mucha gente el pasar continuamente de un canal a otro y asistir, de esta manera, a programas fragmentados; un poco de este y de aquel otro filme, un trozo de noticiario, el final de un ballet, dos preguntas de un concurso, el resumen de un telediario y así sucesivamente.

"A diferencia de los otros medios de comunicación de masa (sic), con la única excepción de la radio, la televisión transmite un flujo continuo de mensajes. Este flujo condiciona y tiende a cambiar totalmente incluso la utilización del tiempo libre, pues corre el riesgo de transformarse en un tiempo totalmente dedicado al consumo, al intercambio entre una oferta ininterrumpida de mensajes y nuestra atención" (Cipriani, 1982: 103).

La multiplicación de canales, por tanto, obstaculizaría el despliegue de una política comunicativa tendente a elevar el nivel cultural de las personas, pues éstas elegirían siempre aquellos programas que invocaran el 'mínimo denominador común', y se alejarían definitivamente de los que requirieran del menor esfuerzo intelectual para su plena asimilación, lo cual -a su vez- desembocaría en una eliminación progresiva de los mismos:

Incluso la televisión pública, en lugar de armonizar la programación de sus canales de forma que se diera a la audiencia la oportunidad de optar entre diversos tipos de programa a la misma hora, sufriría el fenómeno de arrastre provocado por la competencia y tendería a orientar la programación "hacia programas cada vez más comunes y de mayor penetración popular" 204/. Con ello, las emisoras estatales contribuirían a la conversión del espectador en un ser alienado orgulloso de su situación como consecuencia de la imposición de políticas culturales demagógicas, y se alejarían definitivamente de la auténtica labor exigible a un servicio público en este terreno: paradójicamente, la de disminuir su audiencia en favor de otras actividades culturales, sociales y/o profesionales 205/.

La libertad de elección de la que hablan los partidarios de las televisiones privadas no es, pues, más que algo aparente, engañoso y en el fondo completamente demagógico:

"podemos cambiar nuestra atención sólo por mercancías limitadas en número y, ante todo, de calidad pareja, pues carecemos de la posibilidad de controlarla la producción, la distribución y, en definitiva, no estamos en condiciones de expresar nuestras auténticas necesidades. Ocurre (...) que se ignora la existencia misma de otros productos y que no se tiene siquiera conciencia de que la televisión podría ser totalmente distinta de como es y más atenta a nuestras exigencias. La transformación en mercancías de los bienes intelectuales y el monopolio establecido de hecho en la producción y en la distribución de las mercancías nos obligan a ser vendedores de atención en condiciones de libertad restringida" (Cipriani, 1982: 58-59) 206/.

La proliferación de canales -se concluye- no ofrecería unas ventajas muy claras en lo que respecta a lo que aportaría la iniciativa privada al medio audiovisual, y podría alterar por completo la jerarquía de objetivos que cabe esperar persiga toda televisión pública. Como afirma Roberto Zaccaria (1982: 111) refiriéndose al caso italiano,

"Existe el riesgo concreto de que los privados se conviertan quizá en pocos, como está sucediendo ahora, y que en lugar de producir sus propios programas, compren en el exterior, cosa que es más fácil, y que el servicio público, en lugar de mejorar debido al estímulo del sistema privado, corra el riesgo de empeorar, de asumir todos los defectos: no producir y comprar fuera también, porque cuesta menos y rinde más en términos de audiencia, con el resultado, por tanto, de que en lugar de un sistema más pluralista, tendríamos un sistema más cerrado y dependiente de otros sistemas. Así llegaríamos a un sistema privado no pluralista y un sistema público que corre el riesgo de convertirse en más privado y peor que aquel que se llama privado".

2.2.4. Constitucionales.

Las "razones del 'no' a la TV privada" desde el punto de vista constitucional aparecen resumidas perfectamente en la reseña que del artículo de Eduardo Gorostiaga, "¿Televisión privada en España?", publicó la revista del IORTV Mensaje y Medios el mes de julio de 1979.

Textualmente se expone lo siguiente:

"El artículo primero de la Constitución señala, como valores superiores del ordenamiento jurídico español, la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político. A los poderes públicos les corresponde "promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social" (Art. 9,2).

"La igualdad ante la ley es hoy el primero y básico derecho fundamental humano. Educación, cultura, libertad de expresión a través de cualquier medio, derecho a información, participación política y libre producción y creación intelectual, son otros tantos derechos que hay que considerar. La ley deberá tratar igual a los ciudadanos ante sus derechos. Y los poderes públicos han de lograr que sean reales y efectivos para todos. La Constitución establece que las normas sobre derechos fundamentales han de interpretarse de conformidad con la Declaración Universal de Derechos Humanos. El propio artículo 19 de esta Declaración establece que la libertad de información y de expresión por medios de comunicación social "entraña deberes y responsabilidades especiales", y que puede estar sujeta a ciertas restricciones fijadas por la ley. Es correcto, por tanto, interpretar que son lícitas las restricciones legales y, más aún, que serán constitucionales, si se efectúan para garantizar precisamente el disfrute de los derechos humanos por todos.

"Mirando al plano económico, la Constitución reconoce la propiedad privada, pero no es derecho de rango fundamental. También se reconoce la subordinación de toda riqueza al interés general y la iniciativa pública en la actividad económica. Por ello no es aventurado derivar la conclusión de que sólo es preceptiva la libertad de empresa en los sectores en que se dé el mercado, no así en los demás: caso de la RIV, en que el mercado es imposible que exista. Y en esa línea, la Constitución establece que: "mediante ley se podrá reservar al sector público recursos o servicios esenciales, especialmente en caso de monopolio" (Artículo 128,2)" (Corostiaga, 1979b: 118-119).

El fondo principal de la argumentación, pues, es el de que el reconocimiento constitucional de las libertades de expresión y de empresa no impide el monopolio estatal de servicios esenciales como lo son la radio y la televisión.

Esta tesis será confirmada por el Tribunal Constitucional en sentencia de marzo de 1982, en que el máximo tribunal dictami-

nó -a través de diversos "fundamentos jurídicos"- que es posible el sistema público monopolístico en el caso de los medios audiovisuales, y que la televisión privada no está necesariamente impuesta por el sistema legal existente. Sin embargo, se abrió al mismo tiempo la puerta a la creación de emisoras privadas al reconocer el alto tribunal que en la Constitución no hay nada que se oponga a las mismas, y que la existencia de éstas depende de una decisión política del Gobierno:

"la llamada 'televisión privada' (...) no está necesariamente impuesta por el artículo 20 de la Constitución. No es una derivación necesaria del artículo 20, aunque, como es obvio, no está tampoco constitucionalmente impedida. Su implantación no es una exigencia jurídico-constitucional, sino una decisión política, que puede adoptarse, dentro del marco de la Constitución" 207/.

CAPITULO III

**CONSIDERACIONES EN TORNO A LA APROBACION
DE LA TELEVISION PRIVADA EN ESPANA**

Lo llamativo de la autorización del funcionamiento de canales televisivos privados en el país ibérico es la índole del Gobierno que ha llevado a cabo tal tarea: si la promulgación de la Ley hubiera provenído de un Gobierno conservador, nada de extraño habría en ello; pero el hecho de que la misma se haya efectuado por parte de un Ejecutivo progresista, sí resulta en cierto sentido contradictorio, pues la izquierda española tradicionalmente se había opuesto a la entrada de la iniciativa privada en el medio audiovisual.

La posición de la derecha hispana en relación al tema, de cualquier forma, no ha sido tampoco siempre la de defensa a ultranza de la libertad de antena. Durante el régimen franquista, este sector político, no sólo aceptó, sino que defendió vigorosamente la existencia del monopolio público televisivo, pues lo patrimonilizó como si de una empresa propia se tratara. La actuación del mismo Fraga Iribarne como ministro de Información y Turismo del antiguo régimen es ejemplar al respecto.

Una vez desaparecido el Caudillo, entrevisto el riesgo inminente de tener que compartir -o alternar- la explotación del monopolio con otras formaciones políticas, y convencidos de que los altos costos de implantación de un sistema televisivo privado no deberían por menos que favorecerles, los sectores conservadores hispanos van a abandonar rápidamente sus posiciones en defensa de la permanencia del modelo autoritario de televisión, y a convertirse en los más fervientes partidarios de las libertades de expresión y de empresa en el medio audiovisual. Este cambio concuerda perfectamen

te, por otra parte, con los deseos de aquéllos de ofrecer una imagen menos ultramontana y más civilizada a una sociedad en vías de democratización.

El partido en el poder durante la fase principal del proceso de transición española hacia la democracia, la Unión de Centro Democrático (U.C.D.), a su vez, después de unos titubeos iniciales derivados de la efectiva utilización de Televisión Española al servicio de sus intereses, va a pronunciarse a favor de las televisiones privadas en su segundo Congreso. Sin embargo, esa defensa de una posición privilegiada en un principio, y algunas indecisiones y desacuerdos más tarde, se verán complementados por el hecho de que el momento en que existe una voluntad política manifiesta de llevar adelante la decisión, resulta ser demasiado tardío por inoportuno, y en definitiva la agrupación centrista se queda con las ganas de ser ella quien regule el funcionamiento de los canales 'independientes' en España. Recordemos a este respecto que los intentos ucedistas de establecer la televisión privada por decreto chocan con sendas resoluciones del Consejo de Estado, primero, y del Tribunal Constitucional, después, que impiden la usurpación al Parlamento de la decisión; y que los dos proyectos de ley que el ministro de la Presidencia de Leopoldo Calvo-Sotelo, Matías Rodríguez Inciarte, presentó en 1982, no consiguieron ser aprobados en un Congreso en que el partido gubernamental, en franca e irreversible descomposición, había ido quedando en minoría.

Tanto derecha como centro, pues, no regularon la televisión privada en situaciones históricas en que -de haber querido- hubie-

ran podido avanzar al menos algo en ese sentido (y ello, en aras de mantener un status quo en que se sentían claramente beneficiados); y, sin embargo, cuando quisieron tomar medidas al respecto, no pudieron lograrlo por no disponer ya de la fuerza ejecutiva y legislativa necesaria. Apuraron excesivamente su situación de privilegio y no respondieron a tiempo a la dinámica de los acontecimientos.

En cuanto a la izquierda (Partido Socialista Obrero Español y Partido Comunista de España principalmente), siempre se opuso, por motivos fundamentalmente ideológicos, a la explotación televisiva por particulares. Los argumentos en contra de la televisión privada mencionados con amplitud en el capítulo anterior, fueron utilizados una y otra vez por los sectores progresistas del país a fin de evitar la ruptura del monopolio público audiovisual. Sin embargo, una vez en el poder, y contrariamente a todas las expectativas, la posición ideológica socialista en torno al tema experimentó una rápida evolución:

"En un principio (Programa máximo del PSOE) se abogaba por la televisión únicamente estatal; más tarde tal concepción varió asimismo hasta el punto de consentir la televisión privada con arreglo al modelo pseudoprivado de la ITV inglesa". (Finalmente, el XXX Congreso del PSOE aprobó) "como conclusión 99, dentro del capítulo "Desarrollar la libertad de expresión", un nuevo texto. (...) A saber: ""(...) El principio que guiará el nuevo ordenamiento, de acuerdo con las teorías progresistas señaladas anteriormente, debe subrayar la función social de estos medios (se refiere a las nuevas tecnologías de televisión y radiodifusión) y su contribución al pluralismo informativo y al enriquecimiento del derecho a la información de todos los ciudadanos, cualquiera que sea la titularidad de los nuevos medios de comunicación (...)" (Baón, 1986: 94-95).

El camino para la redacción por parte de los socialistas de un proyecto de ley tendente a autorizar la televisión privada, esta

ba desde ese momento allanado ante sus bases; y si la ley respectiva no fue aprobada definitivamente en el Congreso de los Diputados hasta marzo de 1988, se debió entre otros motivos al hecho de que el primer proyecto (de abril de 1986) no pudo experimentar la tramitación parlamentaria por la disolución anticipada de las Cortes con motivo de la convocatoria de elecciones generales anticipadas. No sería sino hasta un año más tarde (abril de 1987) que se aprobaría en Consejo de Ministros el proyecto que habría de devenir finalmente Ley de Televisión Privada.

3.1. Algunas razones del 'sí' socialista.

La aprobación de la televisión privada en España tiene un punto de partida inevitable en las dos sentencias que el Tribunal Constitucional dictó en marzo y diciembre de 1982. El fondo de las mismas es el de que su implantación "no está necesariamente impuesta por la Constitución (...), no está tampoco constitucionalmente impedida" y, en definitiva, "no es una exigencia jurídico-constitucional, sino una decisión política, que puede adoptarse dentro del marco de la Constitución, por la vía de una Ley orgánica".

El alto tribunal cortó de raíz el intento de vía italiana a la televisión privada, pero dejó al mismo tiempo abierta la posibilidad de que las instancias políticas correspondientes tomaran la decisión en el momento que consideraran oportuno. A partir de entonces, la autorización de los canales privados no era más que cuestión de tiempo, pues por la alternancia de partidos políticos en el

poder propia de un sistema democrático, sólo habría que esperar el triunfo electoral de un partido de derecha o de centro con posibilidad de obtener la mayoría absoluta necesaria en las Cortes, para que aquéllos entraran en funcionamiento.

Esta certeza podría haber influido en los dirigentes socialistas a la hora de cambiar sustancialmente su posición respecto al tema televisivo, pues resulta obvio que, por mucha imparcialidad y neutralidad que medie, no es nunca indiferente ser el autor o no del otorgamiento de unas concesiones.

3.1.1. Presión de la opinión pública.

Un factor que se antoja más importante con vistas a explicar la actitud socialista respecto al tema, es el de la gran presión ejercida por la opinión pública en demanda de una, en un principio, mejor, y más tarde, mayor oferta televisiva.

A nadie se le oculta la insatisfacción de los ciudadanos españoles respecto a la programación de TVE, la irónicamente denominada "mejor televisión de España". Multitud de encuestas revelan la sempiterna dura opinión crítica de aquéllos con relación a la misma. El largo período autoritario por el que atravesó el ente público hizo que arraigara sobremanera este juicio negativo en cada una de las diferentes generaciones de españoles. Pues bien, este sentimiento de descontento hacia el monopolio público, la demanda social de

una televisión más cercana al ciudadano de a pie y que funcione como un auténtico servicio público, va a ser capitalizada puntualmente por los grupos interesados en la puesta en marcha de canales privados -principalmente periodísticos y editoriales- a fin de legitimar la intervención de la iniciativa privada en este campo.

Dichos grupos desplegarán una campaña propagandística con dos ejes principales: un ataque frontal a la televisión pública, identificando los vicios del monopolio con el concepto de servicio público, y una asociación de la privatización con el pluralismo y la libertad (Prado, 1986).

El funcionamiento de TVE resultará, así, fiscalizado hasta en sus detalles más nimios por las empresas informativas deseosas de extender su campo de acción a los medios audiovisuales. Evidentemente, los profesionales de las mismas encontrarán mucha tela de donde cortar en un ámbito cerrado a todo tipo de control social durante más de veinte años, y con la lógica resistencia al cambio propia de toda institución con esas características. Para más inri, las instancias políticas protagonistas de esta etapa no demostrarán albergar una voluntad manifiesta de romper con la inercia histórica consistente en la utilización de la televisión al servicio de intereses partidarios. El terreno estará más que abonado para que la labor de los sectores contrarios al monopolio no caiga en saco roto ante la opinión pública.

Los ataques al servicio público radiotelevisivo se sucederán cotidianamente en los principales medios periodísticos. Enfatís especial se pondrá en la gubernamentalización del monopolio, en el colonialismo de la programación, en la bajísima productividad de los trabajadores... en el despilfarro y la corrupción. Los deseos de la ciudadanía de una televisión diferente parecerán así irreconciliables con la continuidad del monopolio, y más aún cuando todos los esfuerzos tienden a conseguir que la opinión pública asocie televisión privada con pluralismo y libertad.

La amplia y detallada cobertura periodística de fenómenos como las radios piratas, radios libres y radios municipales; los elogios al funcionamiento de las nuevas emisoras en Frecuencia Modulada (en su gran mayoría, en manos de los mismos grupos interesados en la explotación de canales televisivos); el deslumbramiento ante las posibilidades comunicativas de las nuevas tecnologías (vídeos comunitarios, cable, satélite...); el apoyo a los intentos de implantar la televisión privada mediante una estrategia de hechos consumados similar a la italiana (Onda Blúmini, Peñaflor, etc) ..., todo ello responde -además de a una exigencia profesional de informar con actualidad y oportunidad de los sucesos que acontecen cotidianamente y que interesan a la comunidad- al objetivo de implantar en la opinión pública la idea de que la libertad de antena no sólo es posible, fácil y económica, sino también deseable y, en último extremo, inevitable. Sólo así se entiende que quepan en un mismo saco la defensa de experiencias con un sustrato ideológico anarquizante, como las de algunas radios libres y las de ciertos ensayos de televisión privada, y la justificación teórica de la formación de gru-

pos multimedia como la mejor garantía de la libertad de expresión.

La campaña periodística en defensa de la aplicación del idea rio liberal al medio televisivo habría surtido efectos en la opi-
nión pública, que, a resultas de la cual, habría trocado su peti-
ción inicial de una mejor oferta televisiva en una demanda cada
vez más notoria, y relativamente imparable, de una mayor oferta te-
levisiva, a la que no se habrían podido sustraer los socialistas.

3.1.2. Exigencias del desarrollo tecnológico.

El convencimiento de que el desarrollo tecnológico tiene
unas implicaciones definitivas para la definición del servicio pú-
blico, habría sido otro de los motivos por los que el PSOE viró ra-
dicalmente en su actitud con relación al sistema radiotelevisivo.
El surgimiento y comienzo de la implantación de las nuevas tecnolo-
gías, y especialmente de los satélites de difusión directa, por to-
da Europa, habría sido visto, no ya como una amenaza para la conti-
nuidad del monopolio público en los términos y condiciones en que
hasta ese momento funcionaba, sino como una realidad que convertía
en insostenible su mera existencia. Las posibilidades de invasión
de fronteras sin que el Estado pudiera hacer prácticamente nada pa-
ra evitarlo, habrían convertido ante los ojos socialistas en anti-
cuada y trasnochada la permanencia del sistema público monopolísti-
co. La paulatina implantación de regímenes televisivos mixtos en
los países del viejo continente con los que España tiene una rela-

ción más estrecha, habría dado pábulo a esta convicción. Los ejemplos de Francia, Italia, Alemania... ilustraban cómo la onda privatizadora se extendía por doquier, al tenor de -entre otros factores- el impacto de los nuevos adelantos tecnológicos en materia audiovisual.

Incluso, organismos internacionales de los que España forma parte, especialmente la Comunidad Europea, desarrollaron varios proyectos, como el de la "Televisión sin fronteras", que partían de la base de que la tradicional polémica en torno a la televisión privada debería darse por superada cuanto antes, en el sentido de reconocer la introducción de la iniciativa privada en el sector como una realidad insoslayable... y en todo caso secundaria ante la circunstancia de la creciente colonización cultural europea por norteamericanos y japoneses, y la necesidad de un fuerte impulso comunitario a la producción y distribución de programas, a fin de no perder la batalla televisiva ante competidores que hacía ya tiempo superaron ese dilema.

Estas recomendaciones habrían sido tenidas en cuenta también por los socialistas españoles a la hora de tomar la decisión de regular el funcionamiento de la televisión privada en el país ibérico.

3.1.3. Intereses de las multinacionales del sector.

Otro de los motivos que habrían dado pie al cambio en la tradicional postura socialista respecto de la televisión privada es el de la presión ejercida por las empresas multinacionales audiovisuales con vistas a incrementar el mercado para sus productos. Evidentemente, una mayor pluralidad de ofertas requiere de una mayor disponibilidad de programas, por lo que la libertad de empresa en lo audiovisual beneficia a las compañías transnacionales.

La coincidencia en la defensa de la libertad de antena entre determinados sectores de base y los grandes grupos multimedia, la encontramos también aquí entre emisoras locales y compañías transnacionales. El objetivo de las primeras de conseguir su autorización para realizar una televisión más cercana al ciudadano común, más próxima a sus intereses y necesidades, va a ser apoyado firmemente por las segundas con la seguridad de que, cuanto mayor sea el número de canales existentes, más débiles resultarán económicamente, menores índices de producción propia podrán consecuentemente exhibir y, en definitiva, mayor dependencia de los mercados externos experimentarán.

De ahí que todo movimiento tendente a la ruptura del monopolio público cuente con el beneplácito "a priori" de las grandes industrias culturales internacionales, y que no sea muy aventurado suponer que éstas hayan movido sus hilos a fin de penetrar más profundamente un mercado tan prometedor como el español. Después de todo,

"la nueva fase transnacional capitalista no es sólo de orden económico, sino fundamentalmente de naturaleza política. Como lo expresa Ron cagliolo, este proceso erosiona la base de los Estados-nacionales, vulnera las soberanías y requiere, además, de un aparato transnacional de comunicaciones que le permita desplegarse con consenso y sin alteraciones" (Rothschuh, 1984: 125).

Además, si éste fue el caso de la creación, en 1955, de la IBA en Gran Bretaña -como se ha archidemostrado posteriormente-, ¿por qué no pensar que un proceso similar -tanto en lo que se refiere a la estrategia propagandística como en la presión en las altas esferas gubernamentales- podría haberse desarrollado en tierras peninsulares? La firme creencia en el funcionamiento de las leyes del mercado de muchos sectores socialistas con sustrato ideológico neoliberal, habría facilitado la consecución de los objetivos de dichas empresas, entre las que ocupan un privilegiado lugar las agencias publicitarias, que atisban la posibilidad de incrementar sustancialmente unos pedidos que en 1987 se situaron por encima del medio billón de pesetas...

3.1.4. Asegurar el control partidario del medio de comunicación.

Quizás sea éste el motivo principal por el que los socialistas han dado el paso de aprobar el funcionamiento de canales privados en suelo ibérico. La lucha por el control de los grandes medios de comunicación que actualmente se libra en Europa, principalmente entre socialistas y conservadores, habría escenificado entonces un episodio más.

A través de esta batalla política y financiera, los partidos socialdemócratas del sur del viejo continente agrupados en la Internacional Socialista (España, Francia, Italia, Grecia...) intentan mantener su liderazgo frente a la influencia ejercida por los conservadores en el norte europeo (en Gran Bretaña y en la República Federal Alemana especialmente), donde empresarios como Murdoch o Hersant han establecido poderosas empresas de comunicación.

Que la decisión del partido gubernamental podría tener su más sólida base en esta pretensión de asegurar el control socialdemócrata del principal aparato de construcción de la hegemonía, se ve en cierto modo impulsada por experiencias como la sorpresiva aparición en el panorama televisivo español de Canal 10.

El hecho de que este primer canal de televisión en castellano vía satélite para Europa surgiera sin impedimentos legales (pues emite desde Londres) en medio de plenas disquisiciones sobre el proyecto de ley de televisión privada; ideado, desarrollado y materializado por ex-directivos de RTVE íntimamente ligados a los gobernantes socialistas, y con un accionariado compuesto por operadores financieros y promotores de empresas de comunicación con excelentes amistades en la dirección del PSOE y en altos cargos de la Administración española, justifica las especulaciones en torno a que la implicación en la operación, si no del Gobierno como tal, sí de sectores importantes del partido en el poder, tendría como objeto ganar la carrera de la televisión privada aun antes de que se hubiera dado siquiera el banderazo de salida. La entrada en fun

cionamiento del nuevo canal al menos con dos años de ventaja sobre cualquier otro privado, permitiría a aquél ganar posiciones... e, incluso, situarse mucho mejor que cualquier otro competidor a la hora de -en caso de desear aspirar a ello- obtener una de las tres concesiones en litigio de acuerdo con la Ley de Televisión Privada.

Con acciones como éstas, los socialistas españoles estarían preparando el terreno a fin de asegurarse que los futuros canales no escapen del todo a su control, o que cuando menos no le sean de claradamente hostiles, precaución ésta fundamental con vistas a que la mayor pluralidad de ofertas implique realmente una extensión y profundización del proyecto de sociedad y pensamiento socialdemócrata entre la población española.

3.2. La Ley de Televisión Privada.

La normativa que regula el funcionamiento de la televisión privada en España es aprobada definitivamente por el Congreso de los Diputados el 14 de marzo de 1988, con los únicos votos favorables del PSOE y con el rechazo de todos los grupos de la oposición. Tras su sanción por el rey y su publicación en el Boletín Oficial del Estado, la ley entra en vigor en medio de anuncios de interposición de recursos de inconstitucionalidad contra la misma por todos los partidos parlamentarios excepto, además del gubernamental, el Centro Democrático y Social del ex-presidente Adolfo Suárez.

A continuación se mencionan algunos de los aspectos más significativos de dicha Ley (*).

3.2.1. Configuración como servicio público esencial.

Según se afirma en el preámbulo de la Ley, "la televisión es, en nuestro ordenamiento jurídico y en los términos del artículo 128 de la Constitución, un servicio público esencial cuya titularidad corresponde al Estado (...). La finalidad de la televisión como tal servicio público ha de ser, ante todo, la de satisfacer el interés de los ciudadanos y la de contribuir al pluralismo informativo, a la formación de una opinión pública libre y a la extensión de la cultura".

La configuración como servicio público de la radio y la televisión cuenta con una larga tradición en España. Una Real Orden de 7 de enero de 1930 calificó ya expresamente como servicio público a una actividad que estaba reservada al Estado desde 1908, y que veía ratificada su definición por la ley de 1934 para la radiodifusión sonora y de imagen.

(*) Los datos y argumentos estrictamente jurídicos incluidos en este apartado han sido extraídos, en lo fundamental, de la tesis doctoral de Carmen Chinchilla Marín que, bajo el título de "La radiotelevisión como servicio público esencial" publicó la editorial Tecnos en 1988.

Tan forma parte de nuestro ordenamiento jurídico dicha calificación que, por ejemplo, en el recurso de amparo de "Antena 3" ante el Tribunal Constitucional -varias veces mencionado a lo largo de este trabajo-, a pesar de defenderse el derecho a crear libremente emisoras de televisión, no se cuestionaba en ningún momento su definición como servicio público.

"La base fundamental de la declaración del servicio público está en que se trata de un servicio esencial que el interés general exige que sea prestado por la Administración para dar cumplimiento al derecho de todos a la información" (Chinchilla, 1988: 102) y para "garantizar la libre formación de la opinión pública" (ibíd.: 208).

Como tal servicio público, se pueden distinguir en él elementos contingentes, como el modo de gestión y el régimen jurídico, y elementos inmutables o esenciales -presentes en todo servicio público- como la titularidad pública de la actividad objeto de la reserva y su naturaleza de prestación que satisface los intereses generales de la comunidad. Las siguientes líneas desarrollan mínimamente estos elementos.

3.2.1.1. Titularidad pública.

Jurídicamente la titularidad pública sobre una determinada actividad significa que ésta ha sido sustraída a la libre iniciativa y reservada a los poderes públicos, que se obligan a prestarla como servicio al público, a todos, sin excepción, de una manera regular y continua.

Constitucionalmente, dicha reserva tiene su fundamento en el artículo 128.2, que dice textualmente lo siguiente: "Mediante ley se podrá reservar al sector público recursos o servicios esenciales, especialmente en caso de monopolio, y asimismo acordar la intervención de empresas cuando así lo exigiere el interés general".

Titularidad pública no es sinónimo ni de titularidad estatal (pues incluye a todos los entes públicos territoriales, ya sean estatales, autonómicos o locales) ni de gestión directa por la Administración (pues su elección está determinada por las características del servicio y la necesidad de satisfacer de la manera más conveniente los fines de interés general que ha de atender el mismo).

La reserva al sector público de la actividad radiotelevisiva se encuadra perfectamente dentro de los términos del mencionado artículo de nuestra ley fundamental:

En primer lugar, porque su funcionamiento implica la utilización de bienes que pertenecen al Estado: las ondas hertzianas, de las que aquél debe asegurar la utilización más racional -dado que son un bien escaso- y más conveniente para que sea real y efectivo el derecho de todos a la información (artículo 20.1.d. de la Constitución).

En segundo lugar, porque al estar configurada como servicio público esencial, sus concesionarios -entes públicos o particulares- han de alcanzar con su gestión el fin a que aquél tiende y en cuya virtud ha sido declarada tal, y que consiste, sobre todo, en

hacer real y efectivo el derecho de todos a la información veraz, así como garantizar la formación de una opinión pública libre y contribuir a la extensión de la cultura.

Y en tercer término, porque se da la circunstancia de que es una actividad abocada al monopolio por su propia naturaleza económica y tecnológica (utilización de un bien de dominio público escaso y de uso excluyente, altos costos de instalación, mantenimiento y desarrollo de la actividad y complejidad puramente técnica), por lo que si se concibiera como una actividad libre la creación de emisoras de radio y televisión, esa libertad sería la de muy pocos, no la de todos, como exige el principio de igualdad (arts. 1.1. y 14 de la Constitución).

3.2.1.2. Interés general de la comunidad.

Este "concepto-criterio" debe legitimar la decisión del legislador de configurar a una actividad determinada como servicio público y de reservar la misma a los poderes públicos.

Su existencia en el caso de la radiotelevisión viene dada por los fines de interés general que a través de ella se cumplen, y que, como se afirma en el preámbulo de la Ley han de ser, ante todo, los de satisfacer el interés de los ciudadanos y contribuir al pluralismo informativo, a la formación de una opinión pública libre y a la extensión de la cultura.

El servicio público radiotelevisivo proporciona a la comunidad estas prestaciones necesarias para la existencia y desarrollo personal de sus miembros, y de gran utilidad pública para el logro del bien común. La satisfacción de esta necesidad general por parte de la Administración persigue dar cumplimiento a estas finalidades y evitar, por ejemplo, la instrumentalización del público al servicio de la explotación publicitaria.

3.2.1.3. Esencialidad.

Si bien la configuración de la radio y la televisión como servicios públicos cuenta con una larga tradición en el ordenamiento jurídico español, el añadido del adjetivo "esencial" a la misma resulta ser una innovación recogida por vez primera en el Estatuto de Radio y Televisión de 1980.

El concepto 'servicios esenciales' a que se refiere el artículo 128.2 de la Constitución expresa el criterio sobre el que debe basarse la reserva de una actividad al sector público. Caben en él dos interpretaciones: una amplia y otra restringida. En sentido estricto, servicios esenciales serían aquellos imprescindibles para la comunidad, los que cubren necesidades imperiosas e inaplazables para la vida humana.

En sentido amplio, la esencialidad es sinónimo de utilidad pública o utilidad general. Determinados servicios o recursos inte

resan y son útiles a la comunidad, sin que por ello tengan que ser absolutamente indispensables para la supervivencia de la misma.

Parece ser esta última la intensidad exigida al carácter de "esencial" en el artículo referido. De cualquier forma, y aun planteando la definición restringida del concepto, la radio y la televisión no tendrían problemas a la hora de defender su esencialidad, pues presentan en grado máximo esta cualidad. De un lado, proporcionan al público 'prestaciones útiles'; de otro, son el medio que potencialmente reúne las mejores condiciones para satisfacer el derecho de todos a la información y garantizar la libre formación de la opinión pública (artículo 20 de la Constitución). Es decir, algunas de sus prestaciones son más que útiles, son necesarias, y por ello es un servicio no sólo conveniente sino indispensable para la comunidad.

3.2.1.4. Garantía del derecho de información y la opinión pública libre.

El servicio público es una obligación que se impone a los gobernantes de asegurar sin interrupción el cumplimiento de aquellas actividades que satisfacen las necesidades de la comunidad. En un Estado social y democrático de Derecho éste opera como una técnica de realización de los derechos fundamentales.

La configuración de la radio y la televisión como servicios públicos tiene entre sus fines primordiales el satisfacer el dere

cho de todos a ser informados y atender -en última instancia- a que el proceso de formación de la opinión pública se desarrolle en condiciones de libertad e igualdad, vigilando todas aquellas manifestaciones que puedan atentar contra esa libertad, sin distinción del poder económico, político y social de quien actúa.

El derecho de información es un derecho fundamental reconocido por la Constitución, dada su naturaleza prestacional y el papel que desempeña como soporte de otros derechos como el derecho de sufragio, la iniciativa legislativa y la participación en los asuntos públicos en general. Si no se satisface realmente el derecho a informar, informarse y ser veraz y oportunamente informado, los demás derechos mencionados no tienen razón de ser. Sin él carece de sentido, incluso, reivindicar la libertad de expresión.

En efecto, no son pocos los juristas que afirman que el régimen del servicio público es más favorable a la libertad de expresión que la libre iniciativa, en lo que se refiere a la radio y la televisión. Dada la natural limitación de estos instrumentos, todos no pueden gozar de ese derecho de expresar sus opiniones a través de los más importantes medios de comunicación. Por ello, los poderes públicos ponen a disposición de todos un servicio que ha de garantizar el acceso al mayor número de voces al medio. En este sentido, la reserva al sector público no sólo no es limitativa de la libertad de expresión, sino potenciadora y ampliadora de la misma.

El servicio público radiotelevisivo se presenta así como una técnica intervencionista que está al servicio del principio de transformación social consagrado por nuestra ley fundamental. Su utilización responde a las exigencias del proceso de consolidación de la institucionalidad democrática en el sentido de forzar a los poderes públicos al establecimiento de mecanismos idóneos que permitan garantizar a la población el derecho a la información y la libre formación de la opinión pública.

3.2.1.5. Artículos 20 y 38 constitucionales.

La ubicación de la televisión dentro de los términos del artículo 128 de la Constitución, se podrá pensar -y así lo plantean determinados grupos opositores y ciertos medios de información-, es contraria a las nociones de libertad de expresión e información y libertad de empresa consagradas en los artículos 20 y 38 de nuestra norma fundamental.

El respeto a los derechos fundamentales garantizados en la Constitución exige que se dé respuesta satisfactoria al derecho de expresar opiniones y comunicar informaciones 'por cualquier medio de difusión' (art. 20.1.d.) porque aquél implica, en principio, la libertad de crear los medios necesarios para ello.

Sin embargo, resulta necesario distinguir entre la libertad de expresar opiniones e informaciones y la actividad que consiste

en implantar y gestionar emisoras de radio y televisión. Como afirma Carmen Chinchilla (1988: 103-104),

"Estas emisoras son medios a través de los cuales pueden ejercerse la libertad de expresión y de información, pero una cosa son estos dos derechos y otra muy distinta es su soporte físico. Indudablemente existe una relación entre una y otra actividad pero es una relación indirecta que hace que no siempre sea el titular de la empresa informativa quien ejerza el derecho de libre expresión e información. Las libertades del artículo 20.1.a) y d) 208/ no pueden traducirse en el derecho a crear libremente emisoras de radio y de televisión".

En la prensa escrita la situación es diferente, pues los particulares pueden, en principio, disponer jurídica y materialmente de un medio que existe de una manera natural, inmediata e ilimitada; por eso, el derecho a expresarse o a comunicar libremente información a través del mismo supone el derecho a crear y gestionar una empresa periodística. Pero respecto de la radiodifusión la cuestión se plantea en otros términos. Por razones de índole jurídica -declaración de servicio público- y material -escasez del medio-, el ejercicio de la actividad radiotelevisiva no es inicialmente libre sino que por el contrario, está sujeto a importantes condiciones, por lo que las libertades de expresión e información no implican el derecho a implantar las emisoras libremente.

Por otra parte, toda reserva, en cuanto que atribuye la titularidad jurídica de una actividad al sector público y excluye para la misma la libre iniciativa privada, implica una limitación a la libertad de empresa garantizada en el artículo 38 de nuestro texto fundamental. Si el artículo 128 de la Constitución -a pesar de ello- permite al legislador reservar al sector público servicios esencia-

les cuando así lo exija el interés general, es porque parte de que existen principios que requieren de una garantía constitucional sensiblemente superior al de la libertad de empresa.

La reserva pública de la actividad radiotelevisiva encuentra su fundamento en el hecho de que la creación de emisoras de radio y televisión en términos de plena libertad, convertiría el ejercicio de ésta en privilegio de unos pocos, no aseguraría la libertad y la participación e iría en grave quebranto del principio de igualdad establecido en los artículos 1 y 14 de la Constitución.

3.2.2. Modo de gestión.

La titularidad pública de una actividad determinada no es sinónimo, mencionábamos al hablar de la misma, de gestión directa por la Administración.

Existen con absoluta normalidad servicios públicos gestionados por particulares, lo que obliga a distinguir entre la asunción de la actividad por el poder público y su ejercicio, el cual puede ser realizado tanto por la Administración como por particulares, a los que se faculta para ello a través de la técnica jurídica de la concesión.

El legislador español, hasta el momento de la entrada en vigor de la Ley de Televisión Privada, no había contemplado como reco

mendable la adopción de un sistema de gestión indirecta del servicio público de televisión. El intento de los particulares de que se les reconociera el derecho a crear libremente emisoras televisivas había sido contestado en su momento por el Tribunal Constitucional en el sentido de que, como recoge el preámbulo de la Ley, la llamada 'televisión privada' no estaba constitucionalmente impedida, pero su implantación no era una exigencia jurídico-constitucional, sino una decisión política, que podía adoptarse siempre que, al organizarla, se respetasen los principios de libertad, igualdad y pluralismo.

Pues bien, con la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, el Gobierno decide "regular la gestión indirecta de la televisión, de acuerdo con los principios señalados por el Tribunal Constitucional y los que se derivan necesariamente del servicio público esencial".

A partir de este momento, el conjunto de normas básicas en la materia (ley 4/1980 del Estatuto de RTV, ley 46/1983 del tercer canal, ley 31/1987, LOT, y ley 10/1988, de Televisión Privada) configuran un modelo no monopolista, en virtud del cual la gestión del servicio público estatal de radio y televisión puede encomendarse tanto a particulares (personas físicas o jurídicas) como a otros entes públicos (Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales).

Junto a la gestión directa del servicio por la Administración del Estado ejercida a través del Ente Público RTVE (art. 16 de la Ley 4/1980) se contemplan distintas posibilidades de gestión indi-

recta del mismo por concesión administrativa. Ahora bien, toda actividad declarada servicio público continúa siéndolo aun cuando sea ejercida por particulares a los que se haya otorgado la correspondiente concesión. La Administración cede sólo su gestión o explotación, reteniendo siempre la titularidad del mismo, lo que justifica no sólo la oposición al derecho casi ilimitado del empresario a los destinos de su propiedad, sino también la existencia de diversos títulos de intervención pública en el desarrollo de esas actividades, que son el corolario de la situación de 'sujeción especial' respecto de la Administración en la que el concesionario se encuentra tras el acto de otorgamiento de la concesión. Algunas de las obligaciones a las que quedan sujetos los concesionarios de canales de televisión (incluidas las tres grandes leyes de todo servicio público) son expuestas a continuación.

3.2.3. Obligaciones de los concesionarios.

3.2.3.1. La competencia para el otorgamiento de la concesión.

La Ley de Televisión Privada atribuye el otorgamiento de las concesiones para la gestión indirecta del servicio público de la televisión al Gobierno de la Nación y establece que la elección del concesionario se realizará mediante concurso público convocado por acuerdo del Consejo de Ministros (art. 8).

En el preámbulo de la Ley se dice que "la adjudicación de las concesiones se hará, en todo caso, mediante criterios objetivos, que se especifican pormenorizadamente en el articulado", y el artículo 9 fija una serie de criterios a los cuales se deberá atener el Gobierno para adoptar su decisión.

Los principales desacuerdos en relación con estos puntos por parte de los grupos opositores son: En cuanto a la atribución de la competencia para el otorgamiento de las concesiones, no se entiende el porqué existe un régimen jurídico distinto para la radio y la televisión, que faculta a las Comunidades Autónomas con competencias en la materia a otorgar las concesiones de emisoras radiofónicas de ámbito local (art. 26.5 de la LOT) y que excluye esta posibilidad para el caso de la televisión. Se argumenta que dado que los supuestos de hecho y las previsiones normativas son idénticas para una y otra actividad, se debería hacer extensible a la televisión el régimen vigente para la radio, tanto más cuanto que parece lógico que, cuando el alcance de las emisiones coincida con el ámbito de una Comunidad Autónoma, la decisión de otorgar las correspondientes concesiones la deba adoptar la Administración autonómica, por ser la más sensible y cercana a los intereses y necesidades de los miembros de su comunidad.

En lo que respecta a los criterios para la adjudicación de las concesiones, se cuestiona que, a excepción de alguno que es realmente objetivo (el porcentaje de programación propia y de programación comunitaria, por ejemplo), en su mayoría son subjetivos y vagos. El Gobierno dispondrá de un amplio margen de apreciación a la

hora de adoptar su decisión, lo que podría alentar la parcialidad en el otorgamiento de las concesiones, pues parece que difícilmente puede valorarse de forma "objetiva" cuál de los solicitantes va a garantizar mejor "una expresión libre y pluralista de ideas y de corriente de opinión" (art. 9.1.a) o va a "satisfacer en el conjunto de su programación las diversas demandas y los plurales intereses del público" (art. 9.1.e).

3.2.3.2. Fijación del número de concesiones.

De acuerdo con el artículo 2 de la Ley, "la gestión indirecta del servicio público de la televisión se realizará por sociedades anónimas, en régimen de concesión administrativa", y el artículo 4.3. establece que "el número de las concesiones será de tres".

En la exposición de motivos el Gobierno explica que su decisión se fundamenta en las exigencias o limitaciones técnicas, la viabilidad económica y el interés general del público 209/.

Algunos partidos de oposición discrepan en este punto, ya que consideran que no tiene sentido alguno fijar un número equis de concesiones antes de la elaboración del Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada a que se compromete el Gobierno en el artículo 5 de la Ley.

Existen también quienes defienden el derecho a crear el número de emisoras que de acuerdo con las posibilidades técnicas po-

drían entrar en funcionamiento.

3.2.3.3. Cobertura.

Los canales privados que se pongan en marcha habrán de tener una cobertura mixta, es decir, una emisión de carácter nacional y unas emisiones de carácter local o territorial.

El propósito gubernamental es el de garantizar el efectivo funcionamiento del concepto de servicio público desde el punto de vista geográfico, obligando a emitir a los canales en ámbitos geográficos que agrupen áreas urbanas y rurales y no permitir "que las emisoras emitan exclusivamente para unas cuantas grandes ciudades, Madrid, Barcelona, Sevilla, Zaragoza y Bilbao, por ejemplo, que reúnen quizá al 80% de la población, pero cubren un mínimo porcentaje del territorio" 210/.

La polémica en este punto se basa en que la delimitación de las zonas geográficas, que según fuentes gubernamentales serán diseñadas "desde una perspectiva de rentabilidad para las empresas" 211/, es encomendada al Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada, el que, de acuerdo con lo establecido en el artículo 5.1. "se rá aprobado, mediante Real Decreto, por el Gobierno".

La oposición considera "que esto concede al Ejecutivo la potestad de 'organizar' el funcionamiento de las televisiones privadas" 212/.

Los resquemores principales provienen de las Comunidades Autónomas, sobre todo al hacerse pública la intención gubernamental de que las áreas territoriales definidas en el Plan Técnico Nacional no reproduzcan el mapa autonómico español, sino que, por el contrario, agrupen varias Comunidades Autónomas en una zona de emisión. Junto a haber quedado excluidas de la competencia para el otorgamiento de las concesiones (ver 3.2.3.1.), la zonificación en puestas vaciaría de contenido una competencia asumida en el Estatuto de Autonomía, de acuerdo con la Constitución.

3.2.3.4. Las condiciones de la concesión.

3.2.3.4.1. Intransferibilidad de la gestión concedida.

El artículo 12 de la Ley establece que la concesión obliga a la explotación directa del servicio público objeto de la misma y será intransferible.

Se pretende con ello respetar el espíritu del otorgamiento de las concesiones: Ya que éste es el resultado de una valoración de las circunstancias individuales de cada solicitante en orden a la eficacia y cumplimiento de los fines del servicio público, se exige la explotación directa del mismo por el concesionario que se comprometió a prestarlo en determinadas condiciones, y se obliga a la convocatoria de un concurso público en lugar de permitir que sea

el propio concesionario el que transfiera sus derechos de gestión.

3.2.3.4.2. Medidas anti-trust.

Los opositores a la televisión privada han puesto énfasis tradicionalmente en el riesgo que representa para el ejercicio general de la libertad económica las concentraciones a que conducen la necesidad de capitales y medios de toda índole en la actividad televisiva. Han señalado el peligro de abandonar al libre juego de los poderes una actividad con tendencia natural al oligopolio, con gran posibilidad de influencia unilateral sobre la opinión pública y que por la dificultad en su control podría conducir a la creación de un "estado policía de las multinacionales". Han dirigido la atención hacia los obstáculos que para la diversidad informativa y la libertad de expresión suponen la constitución de enormes grupos multimedios. Han remarcado, enfin, la necesidad de "asegurar la igualdad de oportunidades" en la televisión mediante una regulación que garantice además de la independencia frente al Estado el que no se puedan constituir determinados grupos de presión.

El legislador español pretende no haber hecho oídos sordos a estas advertencias, y suavizar la tendencia estructural hacia la concentración con normas legales.

Así lo dice la exposición de motivos de la Ley 10/1988, de 3 de mayo:

"La naturaleza del servicio público de la televisión, su importancia y el número limitado de las concesiones conlleva que la Ley introduzca un conjunto de normas relativo a las sociedades privadas que han de gestionar dicho servicio con el objeto de asegurar la solvencia y la transparencia financiera de tales sociedades, así como un ensanchamiento o ampliación del pluralismo informativo a través de su estructura interna.

"(...) De ahí que la Ley se haya inspirado para cumplir tal objetivo en las normas que los ordenamientos jurídicos de otros sistemas democráticos suelen prever para evitar las situaciones contrarias a la libre competencia o que puedan implicar la existencia de oligopolios o el abuso de una posición dominante".

Son tres las principales medidas anti-trust que se contemplan en la Ley. La primera es la de prohibición a una misma persona física o jurídica de ser titular, directa o indirectamente, de acciones en más de una sociedad concesionaria" (art. 19.2).

La segunda medida encaminada a evitar la concentración de la televisión en pocas manos es la que impone porcentajes máximos de participación en el capital de las sociedades concesionarias. El artículo 19, apartados 3 y 4, fija en 25 por ciento el porcentaje con carácter general para cualquier persona, física o jurídica, nacional o extranjera 213/.

Finalmente, en previsión de las dificultades que pudiera haber a la hora de determinar en cada momento quién es verdaderamente el titular de las acciones de la sociedad concesionaria, se exige un cierto grado de transparencia financiera a la misma. A este fin, el artículo 21 exige la autorización previa del Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones para todos los actos y negocios jurídicos que impliquen la transmisión, disposición o gravamen de las acciones, así como la emisión de obligaciones o de títulos simila-

res. Estos actos o negocios jurídicos deberán ser, además, formalizados en documento autorizado por fedatario público e inscrito en el Registro Especial de Sociedades Concesionarias.

Los partidos políticos opositores a estas disposiciones, lo son en virtud de que las consideran contrarias a la libertad de empresa consagrada en el artículo 38 constitucional. Les resulta especialmente restrictiva la imposición de que los accionistas de las sociedades anónimas concesionarias no puedan concentrar más del 25% del capital. Esto último, a pesar de que durante la tramitación parlamentaria se suprimió la prohibición que existía para que una empresa periodística pudiera tener más del 15% de participación en una empresa de televisión privada, lo que había hecho correr auténticos ríos de tinta por parte de los grupos económicos a los que afectaba la medida.

3.2.3.4.3. Leyes de los servicios públicos. +++++

3.2.3.4.3.1. Ley de cambio.

La ley de cambio se impone en razón de que, como afirma Gorostiaga (1976: 120), el servicio público ha de perseguir el interés público. En lo relativo a la gestión privada del servicio público, la ley de cambio supone que la Administración está facultada para hacer que los concesionarios, además de quedar sujetos a los posibles reajustes de frecuencias y potencias derivados de los compromi

sos internacionales del Estado, tengan que llevar a cabo las modificaciones que ella acuerde con el fin de adaptar constantemente el servicio a los avances de la tecnología, y lograr el grado óptimo en la satisfacción de las necesidades de la colectividad.

En virtud de este principio de mutabilidad o, en su formulación moderna, de calidad, es que el artículo 6 de la Ley de Televisión Privada impone a los concesionarios el sometimiento a las eventuales modificaciones de las condiciones técnicas contenidas en el Plan Técnico Nacional de la Televisión, y que el artículo 24.3.b) califica de infracción grave la alteración o manipulación reiterada de las características de los equipos o aparatos.

3.2.3.4.3.2. Ley de regularidad y continuidad.

Este principio significa que la acción de la Administración no se agota al crear el servicio, sino que debe velar porque se preste de forma ininterrumpida (Gorostiaga, 1976: 120).

De acuerdo con ello, el artículo 14 de la Ley obliga a los concesionarios de canales de televisión a emitir ininterrumpidamente, salvo caso de fuerza mayor, durante un mínimo de cuatro horas diarias y treinta y dos semanales, excluyendo del cómputo las emisiones meramente repetitivas o las consistentes en imágenes fijas y los tiempos destinados a la publicidad.

La suspensión injustificada de las emisiones durante el tiempo que señala la ley constituye, precisamente, causa de extinción del contrato de concesión (art. 17.1.f.).

3.2.3.4.3.3. Ley de igualdad de los usuarios.

En radiotelevisión, la ley de igualdad de los usuarios ante el servicio implica la prohibición a la Administración de la exclusión a personas determinadas de la posibilidad de recibir las emisiones, o de prestar servicio de emisiones sólo para unos cuantos ciudadanos (Gorostiaga, 1976: 120).

El diseño de cobertura mixta nacional/territorial que contempla el artículo 4 de la Ley, y cuya delimitación se establece en el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada, tiene por objetivo precisamente el de respetar este principio, y evitar la constitución de ciudadanos de segunda en cuanto al número de canales televisivos de posible recepción.

3.2.3.4.4. Plazo de reversión de la concesión. +++++

La extinción 'normal' de la concesión se produce cuando se cumple el plazo establecido en el contrato, con la consiguiente reversión del servicio a la Administración.

De acuerdo con el artículo 11 de la Ley, la concesión se otorgará por un plazo de diez años y podrá ser renovada por el Gobierno sucesivamente por períodos regulares.

La renovación o no de la concesión es, por tanto, una decisión discrecional de la Administración, que encuentra su justificación en la pretensión de dar oportunidad al mayor número de personas, estableciendo una especie de 'turno'.

Sin embargo, son precisamente esta discrecionalidad, y sobre todo la duración fijada para la concesión, las que avivan las críticas de algunos grupos opositores, que ponen el acento en la inseguridad jurídica en que, en su opinión, se encontrarán las sociedades concesionarias, y estiman que el plazo de diez años difícilmente asegurará una rentabilidad económica a las mismas.

3.2.3.4.5. Programación. +++++

En el debate previo a la autorización de la gestión indirecta de la televisión en España, los sectores sociales contrarios a la misma hacían hincapié en el reducido porcentaje de programación propia que emitían las nuevas televisiones privadas que habían entrado en funcionamiento en Europa. La persecución de la máxima rentabilidad favorecía -según habían constatado- la adquisición de programas extranjeros, más baratos y de menores riesgos que los producidos en el propio país. La necesidad de preservar la producción nacional y

europea frente a la colonización que sufría por parte de los mercados japonés y estadounidense se planteaba, por el contrario, como urgente.

Pues bien, estos señalamientos habrían sido tomados en cuenta por los socialistas a la hora de redactar la Ley de Televisión Privada. No otro sentido tendría la exigencia de solvencia económica a que se refiere el artículo 18 de la misma, pues no se necesita pedir una capacidad financiera respetable si no se pretende exigir un alto nivel de profesionalidad. Las obligaciones que impone la ley a los concesionarios respecto de la programación no dejan lugar a dudas en este sentido.

Al hablar del principio de continuidad del servicio público televisivo, mencionábamos la exigencia que el artículo 14 establece en relación a que cada una de las sociedades concesionarias emita un mínimo de cuatro horas diarias y treinta y dos semanales, incluidas tanto la programación de cobertura nacional como los programas para cada una de las zonas territoriales que delimite el Plan Técnico Nacional.

El mismo artículo, en su apartado 3, fija los porcentajes de programación propia, comunitaria y en 'expresión originaria española', mínimos y compatibles, a que habrán de someterse los concesionarios: El 15% de la programación deberá ser de producción propia de cada canal de televisión, el 40% de producción originaria en países integrantes de las Comunidades Europeas, y el 55% 'en expresión originaria española'.

Este aspecto sobre los porcentajes de producción propia y ajena que deberán emitir los concesionarios, a pesar de haber sido retocado en el Senado con objeto de aceptar algunas enmiendas de la oposición, no logró sin embargo el beneplácito general. La Cámara Alta elevó del 10% al 15% el porcentaje mínimo de emisiones de producción propia de las cadenas privadas, y estableció la obligación de que el 55% de su programación sea de 'expresión originaria española', modificando simultáneamente la previsión inicial de un 40% de la programación de 'producción nacional' por un porcentaje idéntico de "producción originaria en los países integrantes de las Comunidades Europeas".

Aparte de responder a algunas demandas de la oposición, las modificaciones establecidas por el Senado pretendían "satisfacer las solicitudes realizadas por representantes de Estados hispanoamericanos que aspira(ba)n a ampliar el mercado comercial televisivo de sus países" 214/, y cuyos representantes diplomáticos se habían quejado de la 'dejadez cultural' y 'falta de interés' de los socialistas hacia Latinoamérica, palpable según ellos en el hecho de que mientras que, por ejemplo, en el proyecto de ley de abril de 1987 se exigía a las televisiones privadas un 50% de películas procedentes de la CE, no se hacía en cambio ninguna referencia a porcentajes mínimos para películas en castellano o procedentes del mundo iberoamericano 215/.

A pesar de estas rectificaciones, decimos, la redacción final no satisfizo a todos, y varios grupos opositores siguieron planteando sus dudas sobre, por ejemplo, lo atractivo de una programación

que respetara estos porcentajes. La misma directora general del Ente Público RTVE, Pilar Miró, externó su opinión de que los mismos le parecían excesivamente altos, "de un difícil cumplimiento si quiere mantenerse el interés de la audiencia", y recordaba al respecto que sólo un 35.3% de las películas emitidas por TVE durante el segundo trimestre de 1987 eran españolas o de la CE 216/.

El artículo 16, que obliga a las sociedades concesionarias a difundir, gratuitamente y con indicación de su origen, los comunicados y declaraciones que en cualquier momento y en razón de su interés público el Gobierno estime necesarios, no despertó excesiva polémica en las discusiones parlamentarias.

3.2.3.4.6. Publicidad.

+++++++

La publicidad emitida a través de los canales privados no podrá superar el 10% del total de horas de programación anual ni los diez minutos de duración en cada hora de emisión (art. 15).

Este precepto, a pesar de que intenta hacer frente a la posibilidad de comercialización a ultranza de las televisiones privadas y la consiguiente constitución de esquemas de programación tendentes en todo momento a captar el máximo número de espectadores, supone un sensible retroceso -desde el punto de vista del televidente y consumidor- con relación a la original redacción del proyecto de ley. Esta establecía que el cómputo del porcentaje máximo de publi-

cidad permitida se realizara sobre un período semanal en un principio, y más tarde mensual -en lugar de anual-, y fijaba que el tope de diez minutos por hora debería emitirse en un máximo de cuatro bloques publicitarios, imposición que finalmente desapareció.

A pesar de estas modificaciones, los sectores conservadores principalmente van a criticar con dureza unas exigencias que, a su juicio, ponen en serio riesgo la viabilidad económica de los proyectos de televisión privada.

3.2.3.4.7. Gestión.

++++++

La idea original del proyecto de ley de constituir un Instituto Nacional de la Televisión Privada, con la misión de ser intermediario entre los titulares de las redes y los de las concesiones (algo similar a la función de la IBA en Gran Bretaña), fue finalmente desechada tras las presiones de los grupos opositores, que enfatizaban en los riesgos de gubernamentalización de este organismo interpuesto en un país con tradiciones políticas bastante diferentes a las del sistema democrático británico.

La redacción final de la Ley establece que es competencia del Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones la elaboración del Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada, la contratación y gestión de los sistemas de transporte y difusión de las señales televisivas, el control y la inspección de las reglas impuestas por

la Ley de Televisión Privada, y cualquier otra función que le sea atribuida por la Ley de Televisión Privada o por el Gobierno (art. 7).

Una fuerte polémica va a suscitar esta disposición por parte de quienes consideran que el control del cumplimiento de las condiciones impuestas a las sociedades privadas de radiotelevisión debe realizarse por un órgano independiente, neutral y no gubernativo.

.....

Será precisamente la acusación de intervencionismo la que fundamentalmente se esgrimirá contra la Ley de Televisión Privada por parte de los partidos políticos de oposición y grupos interesados en su explotación.

Incluso existen quienes, aun compartiendo plenamente la configuración de la televisión como servicio público y defendiendo el derecho de la Administración a imponer obligaciones y niveles de prestación a los concesionarios, discrepan del grado de intromisión del Ejecutivo en el ejercicio de la actividad concedida, sobre todo en lo que atañe al respeto a las libertades garantizadas por el artículo 20 de la Constitución.

Sea como sea, las expectativas en torno a las posibilidades reales de la televisión privada en España están mediatizadas por la forma en que se aprobó en el Pleno del Congreso la ley correspondiente. Los 168 votos a favor, 111 en contra y 3 abstenciones no consiguen ocultar un hecho preocupante: la ley sólo gusta al PSOE 217/.

El hecho de que prácticamente todos los grupos parlamentarios -excluido el CDS- expresaran su intención de presentar recursos de inconstitucionalidad contra la misma, es un dato a considerar a la hora de plantearse su futuro, y a corto plazo puede crear la inseguridad jurídica suficiente para obstaculizar en cierta forma la puesta en marcha de canales privados.

3.3. Grupos en liza.

La gran cantidad de grupos dispuestos a explotar un canal privado de televisión que surgió en los años en que parecía que prácticamente todo el mundo podría ser propietario de una emisora 218/ (y en que, a nivel periodístico, no se hacía nada -antes bien, todo lo contrario- para convencer de la falsedad de esta ilusión), dio paso a un proceso gradual de decantamiento de las posiciones y de progresiva identificación de aquellas formaciones con reales posibilidades financieras de obtener una concesión 219/.

Resultaron ser los empresarios de la comunicación los sectores más dispuestos a encabezar un canal privado, mientras que otros colegas no vinculados a la industria comunicativa sólo estaban interesados en ser socios minoritarios. De ahí que el intento del Gobierno socialista de limitar al 15% la participación de las empresas periodísticas en la propiedad de las sociedades concesionarias fuera contestado amplia y duramente a través de las páginas impresas y las emisoras radiofónicas, que lo presentaron como un atentado contra el natural derecho del empresario de la comunicación a desarrollarse en su propio campo, con efectos sobre la opinión pública y rápida marcha atrás gubernamental en este punto.

A continuación mencionamos algunos de los grupos en algún momento interesados en la explotación de canales televisivos privados, destacando aquellos que se consideran como los mejor situados para llevarse el gato al agua.

3.3.1. Antena 3 Televisión.

Primera sociedad que pidió en España un canal privado de televisión. Constituida como sociedad mercantil anónima promovida por treinta medios de comunicación, entre ellos los diarios "ABC" y La Vanguardia, ediciones Zeta y la agencia Europa Press 220/, ha pasado por varios procesos de recomposición, y en la actualidad está integrada por el editor de La Vanguardia, Javier Godó (que a su vez tiene el control mayoritario de la cadena radiofónica homónima), la edito

rial Anaya, un grupo de industriales catalanes y las sociedades Granada Televisión (del Reino Unido), O Globo (de Brasil) y la "NBC" norteamericana con una pequeña parte 221/.

Bajo la asesoría jurídica de los profesores Manuel y Rafael Jiménez de Parga -ambos miembros de su Consejo de Administración-, se ha mostrado como uno de los grupos más decididos a concurrir a las concesiones, y se considera como uno de los más firmes aspirantes a obtener una de ellas.

3.3.2. Sociedad de Estudios de Televisión Independiente.

Sociedad constituida en vísperas de la aprobación definitiva en el Congreso de la Ley de Televisión Privada, exactamente el 13 de abril de 1988. La integran Radiotelevisión de Luxemburgo (RTL) y las empresas españolas Tevisa (13 diarios regionales y locales) y Espasa Calpe (empresa editorial del grupo Banco de Bilbao que preside Ignacio Bayón).

Radiotelevisión de Luxemburgo es uno de los consorcios más potentes de la comunicación audiovisual en Europa. Presidida por el liberal Gaston Thorn, cuenta con intereses en televisiones privadas de Bélgica, Francia, Reino Unido y República Federal de Alemania. Posee asimismo un 5% en el capital de la cadena de televisión vía satélite Canal 10, que como ya se dijo emite en castellano desde Londres 222/, y cuyo desembarco en alguna de las futuras empresas

concesionarias se da como probable en medios periodísticos. Como empresa extranjera, de obtener la sociedad de la que forma parte una de las tres concesiones en litigio, no podrá disponer de más de un 25% de participación en el capital de la misma.

El presidente de Tevisa es Alejandro Echevarría, presidente a su vez de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) y consejero delegado de El correo español. Tevisa (Televisión Independiente, S.A.) agrupa Actualidad económica, de Madrid; El Correo Español-El Pueblo Vasco, de Bilbao; Diario Vasco, de San Sebastián; La Voz de Galicia; El Heraldo de Aragón; Diario de Navarra; Última Hora, de Palma de Mallorca; Diario de Cádiz; Diario de Jerez; Diario Montañés, de Santander; Las Provincias, de Valencia; El Norte de Castilla, de Valladolid y El Diario de Burgos 223/. Las cadenas radiofónicas Radio 80 y Antena 3 estuvieron también integradas en Tevisa en un principio, pero se separaron del consorcio, junto con el periódico barcelonés La Vanguardia, el 8 de octubre de 1986 224/, los dos últimos para terminar optando en solitario por una licencia a través de la sociedad Antena 3 Televisión.

3.3.3. Univisión.

Candidatura encabezada por Antonio Asensio, del grupo Zeta, y en la que, en principio, parecía interesarse Silvio Berlusconi, íntimo del líder socialista, Bettino Craxi, aunque poco antes de la aprobación de la Ley de Televisión Privada habría decidido en-

trar en España en calidad de productor, pero no como socio en una empresa de televisión 225/.

El Grupo Zeta comprende las publicaciones *Interviú*, *Tiempo*, *El Periódico de Cataluña*, la agencia OTRY siete revistas más 226/; y participó, por ejemplo, con un 7.5% en el aumento de capital que el diario parisiense *Le Matin* llevó a cabo en febrero de 1987 227/.

3.3.4. Compañía Independiente de Televisión, S.A. (CITSA).

Sociedad formada a partes iguales por la Sociedad Española de Radiodifusión (S.E.R.) y la Sociedad General de Televisión (SOGETEL), empresa esta última de la que el 50 por 100 es propiedad de la editora de *El País* (PRISA) y el resto del capital pertenece a diversos empresarios.

CITSA mantuvo conversaciones con TEVISA para concurrir juntas a la obtención de una licencia para la explotación de la televisión privada, aunque sin llegar a acuerdo alguno 228/. Asimismo, formó parte en febrero de 1987 de una de las dos candidaturas para la compra de la primera cadena de televisión francesa, TF-1, la de mayor audiencia (30% del total) y de mejor cartera publicitaria 229/.

La cadena S.E.R. es la red más importante de radiodifusión privada que existe en España, no sólo por su audiencia, sino también por el número de emisoras (146) y de empleados (700). Su capital está repartido en manos del Estado (un 25%), de la familia Fontán (en torno al 19%), del grupo Garrigues (un 18%), PRISA (cerca del 20%, con la representación de un 5% más), y el resto corresponde a pequeños socios, hasta 31, sin que ninguno de ellos supere el 2.5% del capital 230/.

La participación de Promotora de Informaciones, S.A. (PRISA), empresa editora de El País, en la S.E.R. se produce a comienzos de 1985, cuando adquiere el 20% de las acciones de la cadena radiofónica dirigida por Eugenio Fontán y cuyo Consejo de Administración preside Antonio Garrigues y Díaz Cañabate.

El País es el diario español de mayor tirada, y todo un acontecimiento en la reciente historia de los medios de comunicación en el país ibérico.

A pesar de que, según fuentes próximas al palacio de la Moncloa, tanto CITSA como Univisión habían gozado de un trato de privilegio y se consideraban como los mejor situados para obtener la concesión de dos de los tres canales, el grupo PRISA manifestaba a través de uno de sus portavoces, tras la aprobación de la Ley de Televisión Privada, que ante "las circunstancias que rodean en este momento la actividad de la televisión en España", "no se dan las condiciones objetivas para contar con la seguridad jurídica necesaria que permita iniciar una actividad de este tipo 231/.

3.3.5. Editorial Católica, S.A. (EDICA).

Empresa editora que publica el diario madrileño Ya, La Verdad, de Murcia; Hoy, de Badajoz; El Ideal, de Granada y El Ideal Gallego, de La Coruña, y de la que la compañía Prensa Unida posee el 51.22 por ciento del capital social. De acuerdo con un despacho de la agencia EFE 232/, la empresa española "Multimelco" ejecutó el 31 de marzo de 1987 la opción de compra de una gran parte del capital de Prensa Unida, S.A., tan sólo meses después de que Multimelco de Madrid y "Socpresse" de París firmaran un contrato con Prensa Unida y EDICA, S.A. por el que se acordó establecer una cooperación estrecha de asistencia técnica del grupo francés de Robert Hersant (del conservador Le Figaro) al grupo EDICA, S.A.

Para abril de 1987, este grupo no aparecía ya citado en una relación de aspirantes a la concesión de los canales de televisión privada que, recogiendo otro despacho de EFE, publicaba La Nueva España.

3.3.6. Otros.

Otros grupos que en un momento u otro pretenden optar por un canal televisivo privado son:

- Radiotelevisión 16, formado por las revistas Cambio 16, Motor 16, Historia 16; el periódico Diario 16 y la emisora Radio Minuto Cadena 16 233/.

- Tele 4, sociedad que agrupa a las editoras de las revistas de sociedad *Hola*, *Semana*, *Lecturas* y *Diez Minutos*.

- Canal 7, consorcio integrado por Prensa Española, editora del diario conservador *ABC*, las productoras de cine *Izaro Films* y *José Fra-de* y un grupo de empresarios conservadores, y

- *Teleunión*, integrado por treinta profesionales de *TVE*.

.....

No parece muy aventurado concluir tras este breve repaso, que el funcionamiento de la televisión privada en España no llevará a, sino que comenzará ya con, la constitución de grandes grupos multimedia, con las ventajas y desventajas que -según las diferentes perspectivas ideológicas- cabe esperar de los mismos 234/.

CONCLUSIONES

Con la llegada de la democracia se desarrolla en España un debate acerca de lo que debe ser la televisión, sus funciones y objetivos. El mismo no había podido tener lugar con anterioridad, dado el interés del sistema franquista por controlar férreamente el más importante aparato de construcción de la hegemonía de nuestros días. El aspecto medular de este debate resulta ser la polémica en torno a la implantación o no de la televisión privada en el país ibérico. Otras posibles alternativas a la demanda popular de, en un principio mejor, y posteriormente mayor oferta televisiva ocuparán un plano secundario. Los grupos interesados en la explotación de canales privados -fundamentalmente periodísticos y publicitarios- serán los principales responsables de que la discusión se centre sobre ese punto, al incluirlo continuamente en el 'orden del día' de sus publicaciones y emisoras radiofónicas.

La existencia de unas posturas totalmente encontradas caracteriza a este debate. Frecuentemente, los argumentos utilizados por cada uno de los "bandos" se contradicen con otros empleados con anterioridad por ellos mismos, pues se crean "ad hoc", en función del interés de cada momento. No parece importar tanto la congruencia como la efectividad.

Desde la óptica de los partidarios de la privatización, se puede defender demagógicamente que la televisión es un medio que no exige muchos recursos para su explotación, y que dadas las actuales posibilidades tecnológicas debería dejarse al alcance del ciudadano común (con lo que ello implica de apoyo, siquiera coyuntural, a ex-

periencias con un sustrato ideológico anarquizante), y demandar si multáneamente que, a fin de evitar a toda costa el "pluralismo desen frenado", sólo "empresas serias" que garanticen un "alto nivel de profesionalidad" tengan acceso a las concesiones. O se puede atacar a la televisión pública por su supuesta falta de rentabilidad econó mica, y oponerse al mismo tiempo a la creación de canales que, como el de la Comunidad Autónoma de Madrid, no tendrían problemas preci samente en ese aspecto, alegando que la "tarta publicitaria" es insu ficiente y que las empresas públicas no deberían incluir anuncios. También, cabe vituperar al monopolio mediante el argumento de que sólo en presencia de un auténtico pluralismo de ofertas estará ga rantizada la libertad informativa, y apoyar la práctica de la consoli dación de grupos multimedia como garantía de aquélla por la necesi dad que éstos tendrán de resistir económicamente frente a los siste mas públicos. Asimismo, no hay inconveniente en atacar a TVE por nu trirse en buena medida "de los mismos programas que ponen en antena las emisoras privadas norteamericanas", y defender simultáneamente los esquemas de programación de los futuros canales privados españo les, basados en la idea de que la televisión es fundamentalmente es pectáculo. La simple utilización interesada de los datos para demos trar que estos canales traerían consigo, ya un incremento, ya una disminución de la publicidad, son prueba fehaciente del imperio de las exigencias coyunturales y sus dictados en esta polémica.

Desde la óptica contraria, la de los partidarios de la vigen cia del monopolio público, no hay problema en enfatizar en la limi tación del espectro de frecuencias, y minusvalorar las nuevas posi bilidades derivadas del desarrollo tecnológico. O en defender firme

mente los derechos sociales, y olvidar por completo la necesidad de garantizar las libertades individuales de expresión, empresa y antena (estas dos últimas, constitucionalmente en un segundo plano, pero no eliminadas en absoluto). En justificar, contra viento y marea, el monopolio ejercido por TVE, y dejar de lado el que éste sólo puede legitimar su existencia brindando un auténtico servicio público.

Tanto defensores como detractores de la televisión privada, usan a su antojo, y de manera parcial e interesada, la experiencia internacional para llevar agua a su molino. Recurren, por ejemplo, a sentencias de tribunales constitucionales que, como el italiano y el alemán, han experimentado cierta transformación en su doctrina sobre el tema en los últimos años, para mencionar sólo aquellas que concuerdan con sus ideas e intereses e ignorar el resto.

El debate, impulsado principalmente por razones políticas, culturales y de negocio, se desarrolla, pues, "en un marco intencionalmente limitado (...), ceñido a la confrontación entre modelos de economía de mercado y modelos de control estatal" (Martínez Reverte, 1986a: 17). Hay en él -podríamos decir- dos ejes fundamentales: el enfrentamiento entre lo público y lo privado, y la relación entre la libertad de expresión y la libertad de empresa.

Si esta última va a acarrear discusiones interminables en torno a la interpretación de los artículos 20 -libertad de expresión-, 38 -libertad de empresa- y 128 -reserva al sector público de servicios esenciales- de la Constitución (consecuencia, entre otros factores, de que como afirma Moragas -1986: 53- "la dictadura nos lle-

vó a sobrevalorar o por lo menos a reforzar la concepción liberal del sistema comunicativo"), el enfrentamiento mencionado es, en primer lugar, el reflejo de una falta de tradición teórica sobre estas cuestiones.

Plantear la confrontación entre lo público como opuesto a lo privado resulta un anacronismo, en un período histórico de creciente expansión del derecho social (ni estrictamente público ni decimonómicamente privado), y en un Estado que se define a sí mismo como social y democrático de derecho.

Una vez aceptada la necesidad de ofrecer una programación televisiva mejor y mayor, hubiera procedido efectuar un auténtico debate ciudadano, en el que el conjunto de la población -fuerzas políticas, agrupaciones sociales e individuos en general- discutieran ampliamente los nuevos rumbos del medio audiovisual.

Sin embargo, tal debate se habría escamoteado en cierta forma. La polémica en torno a la televisión privada no puede considerarse idéntica en modo alguno al necesario contraste de pareceres previo a todo esfuerzo encaminado a definir los lineamientos deseables para el futuro de la televisión en España. Antes bien, centrar "a priori" la discusión en torno a un modelo televisivo determinado, supone ya una cierta toma de partido en favor de un determinado rumbo y en contra de otros.

Cuestionamientos como: ¿qué estructura permitirá el desarrollo en libertad de la radiodifusión en un futuro próximo?; ¿cuál permitirá más fácilmente salvaguardar la libertad de expresión y la independencia editorial frente a los partidos políticos (poderes públicos) y los grupos de presión? 235/; ¿cómo garantizar un auténtico pluralismo, independientemente del mayor o menor número de ofertas?; ¿cómo asegurar la presencia orgánica de los distintos sectores de la sociedad y de los grupos culturales, de manera que condicionen o, al menos, influyan en las directrices de los organismos que les ofrecen estos productos?; ¿cómo aprovechar las posibilidades que las nuevas tecnologías y las nuevas condiciones de producción ofrecen para un desarrollo más pluralista del medio?; ¿con qué recursos económicos reales cuenta la economía nacional para hacer frente a la demanda de nuevos servicios?; ¿qué papel deben jugar los medios de comunicación en la construcción de una democracia integral? ...cuestiones como éstas no pueden ser respondidas mediante el expediente de reducir "a priori" las alternativas posibles.

La televisión privada ha sido presentada como la principal salida a la crisis por la que atraviesa el monopolio público, sin apenas estudiar o valorar otras opciones, si excluimos la de los canales autonómicos.

Propuestas de superación de la estéril dicotomía público/privado y de la confusión entre asunción estatal del servicio con sumisión al Gobierno, como la del "espacio público audiovisual" planteada por Pere-Oriol Costa, no habrían sido, ya no valoradas cabalmen-

te, sino tan siquiera mínimamente consideradas. La defensa de la vigencia y superioridad de un sistema público monopolístico que se convierta en un auténtico servicio público, en el sentido de que confirme su legitimidad a través del equilibrio de la programación, el control a que se someta por los representantes públicos, receptores organizados y productores sociales de los mensajes, los intentos de abrirse a la participación, el desarrollo de una estrategia de coproducciones y programas cara a la exportación, y la tendencia a la neutralidad política... esta propuesta habría sido echada en saco roto ante la casi exclusiva reducción de la polémica a las ventajas y desventajas de la implantación de la televisión privada.

A la falta de tradición teórica en estas cuestiones habría que añadir, pues, la presencia de determinados fenómenos técnico-presupuestarios y político-ideológicos para poder entender las causas de este reduccionismo.

La frustración del ciudadano español en relación a la programación de TVE y su funcionamiento era una realidad fuera de toda duda. La crisis del monopolio público hacía tiempo que se venía gestando, y obedecía fundamentalmente a problemas de participación (incluyendo la necesidad de dar respuesta satisfactoria a demandas sociales cada vez más acentuadas de descentralización y acceso) e independencia (dada la, al parecer, inevitable gubernamentalización del mismo).

Sin embargo, un fuerte componente externo al monopolio vino a acentuar dicha crisis, y a provocar la puesta en cuestión de la explotación exclusiva del sistema televisivo por el Estado. Se trata de un elemento multiforme constituido fundamentalmente por la presión multinacional, la internacionalización de los mercados televisivos y la progresiva incorporación de nuevas tecnologías al sector audiovisual.

El monopolio en manos del Estado representaba de hecho un obstáculo muy serio para la penetración de las multinacionales de la industria electrónica y telemática en el mercado español, ya que los productos informativos y de las industrias culturales transnacionales se difunden con mucha mayor rapidez y eficacia mediante la multiplicación de canales y puntos de consumo que en presencia de un único ente público.

El interés de las grandes empresas extranjeras de medios de comunicación por penetrar internacionalmente en el negocio de los medios, puesto ya de manifiesto en otros países, se vio favorecido en el nuestro por la fuerte presión descentralizadora, en pro de espacios de participación democrática, que caracteriza a la sociedad post-franquista. La creación de canales autonómicos o locales, el fuerte impulso a los vídeos comunitarios, el comienzo del desarrollo del cable, etc., ayudaron a la penetración en nuestro territorio (dadas las tres características esenciales que reúnen sus productos: éxito seguro de audiencia, formato estándar y precios muy inferiores en los costos a los programas de producción propia)

de una cultura transnacional ávida de un aparato de comunicaciones que le permita expandirse con consenso y sin alteraciones.

En este contexto, no es de extrañar que la discusión sobre el futuro de la televisión en España se redujera al debate televisión privada sí/televisión privada no, tanto más cuanto que el interés de las corporaciones económicas transnacionales por introducirse -incluso a nivel de propiedad- en los grandes medios de comunicación hispanos encuentra un aliado fundamental en sectores ideológicos conservadores y liberales de este país, deseosos de obtener una cuota de participación en el negocio, y algunos de ellos adentrados ya en la constitución de grupos multimedia al amparo del reparto de emisoras de frecuencia modulada realizado en 1981-1982.

Lo que sí resulta digno de atención es que sea un gobierno izquierdista, posicionado tradicionalmente -por motivos fundamentalmente ideológicos- contra la privatización, quien no sólo no intente desviar la polémica hacia cauces más acordes con sus principios, sino que llegue incluso a aprobar la ley para la gestión indirecta de la televisión por particulares.

La explicación a este viraje radical de posición respecto al tema por parte del PSOE sería una conjunción de varias razones: En primer lugar, la revolución tecnológica habría puesto en cuestión algunos de los postulados de rarificación de las frecuencias que justificaban la existencia del monopolio público; en segundo término, el Gobierno no se habría podido sustraer a los efectos ocasionados sobre la opinión pública por una bien orquestada campaña pro

pagandística en pro de una mayor oferta televisiva; en tercer término, los socialistas españoles habrían visto, como inevitable, dada la alternancia de partidos en el poder propia de todo sistema democrático, la regulación de la televisión privada por parte del partido centrista o de derecha que triunfara en unas elecciones generales, y habrían preferido lógicamente ser ellos los que repartieran las concesiones; en cuarto lugar, la presión de las multinacionales del sector para penetrar el mercado habría sido lo suficientemente incisiva como para provocar una respuesta favorable a sus intereses por parte del partido en el Gobierno; y finalmente -pero quizás el motivo más importante a la hora de adoptarla decisión-, la aprobación de la introducción de la iniciativa privada en el medio televisivo no habría sido más que un capítulo más de la lucha que socialistas y conservadores europeos libran actualmente por controlar los grandes medios de comunicación del Viejo Continente, y en la que los socialistas habrían tomado -al menos por el momento- la delantera en este ámbito en suelo ibérico.

Cabría aquí, de todos modos, y una vez más, la reflexión -tan en boga en estos momentos en la Península Ibérica- sobre las circunstancias que han conducido a que un partido de corte socialdemocrático como el PSOE esté realizando en muchos terrenos una política que en buena lógica correspondería desarrollar legítimamente a un partido de derechas. Ello, ante la obviedad de que (aun siendo conscientes de los obstáculos que la televisión como medio, dadas sus características tecnológicas y grado de sofisticación, plantea con vistas a lograr un uso democrático y pluralista del medio; y

de las dificultades inherentes a la consecución de un acceso real y efectivo -no delegado en nadie- de los no-profesionales a la planificación, gestión, administración y empleo del instrumento de comunicación), el problema de la redistribución de la palabra en un país no es técnico, sino político, y por tanto, la aprobación de la televisión privada en España se atendería difícilmente con lo que cabría esperar realizara un gobierno izquierdista.

La acusación a los socialistas españoles (aun por parte de aquellos grupos e individuos que comprenden los motivos que han impulsado a éstos a ocupar un espacio del abanico político superior al naturalmente propio) es la de que, con la toma de decisión adoptada, se habría dado la razón a quienes asocian el 'derecho a comunicar' con el poder para controlar medios, y la 'participación' con la contemplación individualizada del espectáculo político, y por contra, se habría perdido una buena oportunidad de fomentar la participación en la vida de la comunidad a través de la televisión, y de dejar de generar ciudadanos pasivos.

En lo que sí se reconoce haber existido algo más de congruencia por parte del partido gubernamental es en que, una vez adoptada la decisión de regular la gestión indirecta del medio audiovisual por particulares, se incluyeran en el texto legal algunas de las observaciones, ideas y peticiones sostenidas tradicionalmente por los sectores ideológicos progresistas respecto al tema, y esgrimidas machaconamente en el debate sobre la televisión privada previo a su autorización.

Así, por ejemplo, el encuadramiento de la televisión en los términos del artículo 128 de la Constitución, que contempla la reserva al sector público de servicios públicos esenciales, respetaría cabalmente la tradición jurídica española en torno al medio audiovisual y respondería a los planteamientos que socialistas y comunistas habían defendido respecto a la necesidad de su definición en tal sentido a fin de garantizar el derecho de todos a la información y la libre formación de la opinión pública.

La delimitación de zonas territoriales que contempla el artículo 4 de la Ley de Televisión Privada, pretendería responder a las dudas expresadas continuamente por los opositores a la misma en el sentido de que el medio audiovisual en manos de particulares difícilmente llevaría a cabo una cobertura total del territorio. Con la medida adoptada, se pretendería obligar a los futuros concesionarios a transmitir también para áreas rurales, como contrapeso a los beneficios que obtendrán de la explotación de las urbanas.

Las advertencias en torno a los graves riesgos de la creación de grupos multimedia para la efectiva aplicación de la libertad de expresión por parte de los ciudadanos, habrían querido ser consideradas mediante una normativa que restringe en cierta forma la excesiva acumulación de capital en pocas manos, pone límites a la participación de extranjeros en las sociedades concesionarias y exige transparencia financiera a éstas.

Los señalamientos que apuntaban a que las nuevas emisoras entrañarían un inevitable agravamiento de la colonización cultural

del televidente, habrían sido tenidos en cuenta en la fijación de unas cuotas mínimas de producción propia, nacional y comunitaria, que además impediría la existencia de emisoras cuyo grueso de la programación no fuera más que películas, videotapes y publicidad.

Detrás de la reescritura del pasado con fines empíricos que ha llevado a cabo el PSOE respecto a la televisión privada, se encuentra la declarada pretensión del Ejecutivo socialista de poner punto final al proceso de relativa redistribución de la palabra a que se abocó el país tras la muerte del Caudillo. Con su aprobación, el Gobierno dice considerar "totalmente diseñado y por el momento cerrado el modelo español de comunicación audiovisual" 236/ y estimar prioritaria su consolidación por encima de los condicionamientos técnicos y económicos que se presenten.

Los instrumentos jurídicos que sustentan el mapa televisual de España son, básicamente, la ley 4/1980, de 10 de enero, del Estatuto de RTV, la ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión, la ley 31/1987, de 18 de diciembre, de ordenación de las telecomunicaciones, y la ley 10/1988, de 3 de mayo, de televisión privada.

Las dos primeras leyes regulan expresamente la televisión pública. El Estatuto reformó el organismo RTVE, y junto con la ley del Tercer Canal hizo posible la puesta en funcionamiento de los canales de las Comunidades Autónomas 237/, de los que TV-3, de Cataluña; ETB, del País Vasco, y TVG, de Galicia resultaron ser los pioneros dentro de un proceso de constitución de entes televi-

sivos autonómicos en solitario o mediante un sistema de federación.

La Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT) regula los nuevos servicios de telecomunicación, el nuevo contrato de Telefónica, la radiodifusión (concesiones, redes y frecuencias) e introduce una definición de la televisión como servicio público esencial, de la que quedan excluidos los vídeos comunitarios.

La ley 10/1988, de televisión privada, regula la gestión indirecta del servicio público esencial por particulares, y exige la elaboración de un Plan Técnico Nacional para -entre otros objetivos- poder transportar los nuevos programas privados.

El conjunto de las cuatro normas básicas configura un modelo no monopolista, en virtud del cual la gestión del servicio público esencial de televisión puede encomendarse -además de a la Administración central a través del Ente Público RTVE (art. 16 de la ley 4/1980)- tanto a particulares (personas físicas o jurídicas) como a los otros dos tipos de entes públicos territoriales (Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales), a través de la concesión administrativa.

En lo que respecta a las nuevas tecnologías, la televisión vía satélite se ve posibilitada por un real decreto de 1986 de instalación y funcionamiento de estaciones receptoras de programas de televisión por esta modalidad técnica.

El fenómeno del vídeo comunitario o teledistribución, introducido por la vía de los hechos consumados y aprovechando un vacío legal, y que durante los años que llevaba en funcionamiento había creado una situación caótica al confundirse en muchos casos con empresas de distribución de señales o con televisiones locales y funcionar en condiciones de muy baja calidad técnica, vino a ser puesto en orden por un real decreto sobre antenas colectivas y por las disposiciones incluídas en la LOT respecto a permitir su funcionamiento pero impedir que, bajo su pretexto, se creen sistemas o redes de televisión privada paralelos o al margen de la ley.

La televisión por cable, que en conexión con las diferentes modalidades de vídeo comunitario y televisiones locales, ha alcanzado un fuerte aunque incontrolable desarrollo (el cable, sobre todo el de fibra óptica, ya se está instalando en muchas ciudades españolas), es la única modalidad audiovisual que permanece aún sin regulación específica, pues la intención de la Administración es no proceder a la misma hasta que no exista una infraestructura seria y de cobertura nacional de redes de cable. El Gobierno considera suficiente su contemplación en la Ley de Televisión Privada como red de transmisión, la contundente declaración que el artículo 1 de la LOT realiza en torno a que cualquier comunicación mediante cables es de la competencia exclusiva del Estado, de acuerdo con el artículo 149.1.21. de la Constitución, y el estrecho sometimiento a lo fijado en cada momento por el Plan Técnico Nacional.

La oferta televisiva española derivada de este marco legal -y

que el Ejecutivo quiere consolidar por encima de todo- hace posible dos canales estatales, uno autonómico por cada comunidad, tres privados, todos los de satélite emitidos fuera de España (en la actualidad rondan la treintena) y las transmisiones legales a través del vídeo comunitario. Criterios de viabilidad económica, de necesidad de impedir la anarquía técnica, de desarrollo de la industria y de la producción propia, además de la lógica adecuación a las peculiaridades y exigencias de la sociedad española, serían los que se habrían seguido a la hora de diseñar e implantar este modelo.

Si bien es cierto que existen aún reticencias e incluso franca oposición a determinados aspectos concretos del mismo (y en este sentido baste mencionar los problemas que inevitablemente surgirán de una ley que como la de la televisión privada fue aprobada únicamente con los votos de los diputados socialistas y, por tanto, "al albur de los cambios de modelo, según la mayoría que gobierna el país" 238/), a corto o mediano plazo no parece que este mapa vaya a experimentar modificaciones sustanciales, aunque no sea más que porque el espacio de la lucha democrática se ha comenzado a desplazar ya desde los problemas de la libertad de emisión a los problemas complejos de la producción.

En este sentido, demandas como la de una televisión más cercana al ciudadano de a pie, que ponga el medio a disposición del conjunto y no sólo para las categorías superiores de la sociedad y respete el derecho popular a una comunicación generadora de un diálogo social (TV alternativa, local, vecinal, verde, ecologista, co

munitaria ...), que hasta el presente habían aprovechado todo tipo de vacío legal e indecisión del Ejecutivo para desarrollar una política de hechos consumados en el terreno audiovisual, deberán probablemente replantear su estrategia ante los imperativos del recién diseñado modelo televisivo.

Cabe esperar que en adelante sus esfuerzos prácticos coincidan con los de los frustrados defensores de la vigencia del monopolio público, y tiendan a asegurar el funcionamiento de la televisión como auténtico servicio público y a evitar los riesgos que la introducción de la iniciativa privada en el medio audiovisual representa en cuanto a la conformación y permanencia de éste.

La consolidación del medio audiovisual como servicio público implica atender prioritariamente, cuando menos, a las siguientes necesidades:

a) Control social.

El instrumentar los procedimientos que impongan el control social y político sobre la televisión es, precisamente, una de las garantías de la democracia.

En la televisión pública, ello deberá hacerse sin obstaculizar excesivamente su libertad de movimientos (financiera, artística, política...), más necesaria a partir de ahora; y supondrá romper con la inercia histórica de confusión entre asunción estatal del medio audiovisual y gubernamentalización o utilización del mis

mo al servicio de intereses partidarios.

En cuanto a los nuevos canales, habrá que recordar que la televisión comercial en Estados Unidos es comparada a menudo con el tiempo atmosférico: todos hablan de él, pero nadie puede cambiarlo. Las dificultades en asegurar que el medio en manos de particulares no quede fuera del alcance de los poderes representativos de la sociedad se han revelado históricamente como bastante serias. La gran rentabilidad que ocasiona la explotación comercial del medio ha dado lugar a la creación de grupos con un poder económico y político tal que obstaculizan sobremanera cualquier intento de control de su actividad. Por ello, además de actualizar continuamente "las normas que los ordenamientos jurídicos de otros sistemas democráticos suelen prever para evitar las situaciones contrarias a la libre competencia o que puedan implicar la existencia de oligopolios o el abuso de una posición dominante" (preámbulo de la Ley de Televisión Privada), se deberá imponer una cierta supervisión social sobre la gestión de los nuevos canales privados, y no precisamente en forma de control del Estado, sino, por ejemplo, de los receptores y/o trabajadores que producen la información.

b) Acceso.

Una de las preocupaciones principales respecto de la televisión debe ser la de abrir espacios para todos los grupos, garantizara realmente el 'acceso' 239/ de los ciudadanos al medio.

Los mecanismos idóneos para asegurar al máximo la participación de la audiencia en su gestión y funcionamiento, y resolver las demandas populares de una auténtica descentralización, de atención a las minorías y de generación de informaciones y contenidos regionales y locales aún no sea han identificado plenamente en casi ningún país, salvo en lo que se refiere a las fórmulas para el acceso de los partidos políticos.

Sin embargo, el lograrlo e implantarlo resulta imperativo para la legitimación de la gestión directa del medio de comunicación por parte del Estado. Los intentos de dar participación a las futuras asociaciones de televidentes en la adopción de decisiones y en la constitución de los programas de la televisión pública -que contempla el Estatuto de RTV de 1980-, y la regulación de los derechos de réplica y rectificación son apenas el inicio de un largo camino en este sentido, pero muestran al mismo tiempo que los poderes públicos en España están conscientes de ello.

Por lo que respecta a la televisión privada, habrá que hacer frente a la tradicional oposición del mercantilismo a las actividades comunicativas verdaderamente populares y a la identificación que éste acostumbra realizar entre la satisfacción en cada momento de los gustos de las audiencias y la promoción del acceso de los consumidores a los programas. Se habrán de procurar las mejores condiciones para que la población socialmente organizada pueda tener acceso real al medio audiovisual, sin desmedro de los derechos, deberes y responsabilidades de los particulares que los gestionan índirectamente.

c) Pluralismo.

El establecimiento de las condiciones favorables para asegurar la existencia de un auténtico pluralismo en la televisión es una exigencia derivada de las responsabilidades que ésta tiene respecto a la libre formación de la opinión pública y el derecho a la información.

De hecho, en su sentencia 12/1982, de 31 de marzo, el Tribunal Constitucional español posibilitaba la adopción de la entonces hipotética decisión política de implantar la 'televisión privada' siempre que, al organizarla, se respetasen los principios de libertad, igualdad y pluralismo, por ser éstos valores fundamentales del Estado.

La obligación de ser pluralista que recae sobre el medio audiovisual implica, internamente, instrumentar los mecanismos idóneos tendentes a asegurar su funcionamiento democrático a través de su estructura, y externamente se opone a que la multiplicación de canales no lleve aparejada una multiplicación de la capacidad de producción, sino que se transforme en -como diría Bustamante (1986: 265-266)- "diversificación de voces ventrílocuas".

Ello no obsta para que existan diferencias entre las exigencias que se pueden imponer a las empresas privadas y las que cabe esperar de las públicas, en lo que respecta a la ampliación de los programas ofertados o al grado de pluralismo de las opiniones difundidas.

das. Concordamos con Chinchilla (1988: 209) cuando afirma que "a los concesionarios privados del servicio público de radiotelevisión hay que imponerles ciertas obligaciones para el desarrollo de su programación (así, por ejemplo la veracidad de las informaciones que difundan, exigida por la propia Constitución, la separación de informaciones y opiniones y otras), pero no puede exigírseles la objetividad e imparcialidad que deben garantizar las (...) cadenas de televisión gestionadas por entes públicos", y ello en razón de que "el límite que para las libertades individuales de los concesionarios constituye la declaración de servicio público, también tiene el suyo, y es el deber de no restringir injustificadamente la libertad en el ejercicio de la actividad concedida" (ibíd.: 208) 240/.

d) Equilibrio de la programación.

La exigencia de generar una programación en donde los espacios formativos y los informativos alternen con los destinados al gran público, se desprende del papel social de primera magnitud que la ley reconoce y encomienda a la actividad radiotelevisiva.

Esta labor se verá dificultada, en la práctica, por la introducción de los mecanismos de la competencia que supone la entrada de la iniciativa privada en el sector. Las declaraciones en favor de que TVE abandone su carácter comercial y se dedique a ofrecer programas educativos, culturales, informativos y sólo secundariamente de entretenimiento -que comenzaron hace ya cierto

tiempo- confirman esta apreciación.

La televisión pública tendrá que replantear su rol en el nuevo esquema y encontrar un punto de equilibrio entre, por una parte, su exclusiva dedicación a los programas de élite y sectores minoritarios, dejando a la iniciativa privada las producciones populares para un vasto auditorio, y por otra, la posibilidad de establecer una lucha sin cuartel con los nuevos canales privados por la conquista de la audiencia.

En cuanto a la gestión indirecta del servicio público televisivo por particulares, su legitimación respecto a este punto concreto habrá de consistir en evitar a toda costa que la lógica del beneficio convierta a la audiencia en mera mercancía para las agencias publicitarias, con lo que ello implicaría de establecimiento de una programación basada casi totalmente en el entretenimiento y los anuncios comerciales, la ausencia de programas dirigidos a las minorías, la espectacularización de la realidad y la desinformación.

e) Preservación de la producción local, nacional y europea.

La necesidad de controlar la producción y la distribución europea frente al embate de las industrias culturales norteamericana y japonesa fundamentalmente, se revela como un objetivo primordial a fin de asegurar y legitimar en el futuro el funcionamiento de la televisión como servicio público.

De hecho, la introducción de la iniciativa privada en el sector se aceleró al estimarse que los problemas de la libertad de emisión -superados hacía tiempo por los competidores- resultaban secundarios en relación con la urgencia de dar un fuerte impulso comunitario (del Mercado Común) a la producción y distribución de programas, y la finalidad de contrarrestar la creciente colonización cultural europea y posibilitar la expresión de las auténticas necesidades de sus ciudadanos.

Ya que la experiencia al respecto de la producción propia por parte de aquellos países en que la televisión privada se ha puesto en marcha no es muy alentadora, y los nuevos canales se han visto caracterizados por un fuerte incremento de las importaciones como consecuencia de la búsqueda a ultranza de la máxima rentabilidad, la necesidad de impulsar la producción de programas nacionales resulta cada día más imperiosa si se quiere conservar la identidad cultural nacional y europea.

Esta producción deberá hacerse a escala industrial, a fin de cubrir unos horarios globales de transmisión en rápido aumento, y de intentar amortizar parte de sus costos en un mercado más amplio del estrictamente nacional (recordemos a este respecto la enorme fragmentación que caracteriza históricamente al mercado europeo).

Para lograr esto en nuestro país, se necesita, en primer lugar, "arbitrar una política de coordinación en la producción del Estado" y plantear nuevos flujos de la información que permitan, por ejemplo, a las televisiones autonómicas -en la actualidad com

pletamente cerradas en sí mismas- transmitir su producción al conjunto del Estado; también, "reorganizar el sistema de producción televisiva", para lo que resulta imprescindible que la infraestructura española para la producción cultural (teatro, cine, programas de divulgación científica...) se integre en la red de difusión del medio audiovisual, y finalmente, instrumentar los mecanismos para una "cooperación europea en el terreno de la producción propia de televisión" (Moragas, 1986).

El legislador español ha dado hasta ahora apenas los primeros pasos en esta dirección. La Ley de Televisión Privada fija unos mínimos de producción propia, comunitaria y 'en expresión originaria española' (art. 14), y demanda de las sociedades concesionarias una reconocida solvencia financiera (art. 18), hasta cierto punto consciente de que la batalla que se libra en este momento en torno a la necesidad de realizar programas originales y con un alto potencial de audiencia resulta vital para la conservación y expansión de la cultura europea y exige dedicar a ello grandes recursos, y sabedor de que ganarla es una condición básica para la legitimación y consolidación de la televisión como servicio público.

En la medida en que se dé adecuada satisfacción a todas y cada una de estas necesidades, el desempeño de la televisión como servicio público será una realidad.

En cuanto a los riesgos que habrá que afrontar como consecuencia de la gestión indirecta del medio audiovisual por particulares, señalados una y otra vez a lo largo del debate sobre la televisión

privada y algunos de ellos mencionados en la relación anterior, los principales son los siguientes:

- Agravamiento del desequilibrio de poderes como consecuencia de la constitución de determinados grupos de presión (lo que podría acarrear problemas incluso para el equilibrio del sistema político democrático y la seguridad nacional.

- Distorsión de la estructura de producción a resultas de una progresiva comercialización de la programación y el consiguiente consumismo social exacerbado.

- Acrecentamiento de las diferencias ciudad/campo y entre las clases sociales.

- Incremento de la colonización cultural por la invasión de material audiovisual, de menor costo y riesgo, ofertado por las multinacionales del sector.

- Implantación de políticas culturales demagógicas, consistentes en atender en todo momento los "gustos" del público y procurar mínimamente la satisfacción de sus auténticas necesidades, y traducibles en esquemas de programación basados por encima de todo en el entretenimiento, de baja calidad en cuanto a producción y cada vez más homogéneos y repetitivos.

- Pérdida de las potencialidades comunicativas del medio en aras de su utilización pura y simple como negocio que rinde gran-

des beneficios.

- Presión económico-financiera sobre los medios de comunicación más débiles.

- Arrastre de la televisión pública hacia objetivos no concordantes con el servicio público (utilización de criterios de rentabilidad económica por encima de los de beneficio social, atención especial al incremento del nivel de audiencia y a la planificación de horarios, fomento de la pasividad de aquélla, conversión del tiempo libre en tiempo dedicado al consumo...).

Una vigilancia estrecha por parte de las organizaciones sociales, el desterramiento por las autoridades de la política del avestruz en torno a los fenómenos nuevos o imprevistos que puedan surgir, y la adopción de medidas legales que impongan obligaciones estrictas y definan niveles de prestación concretos y objetivamente comprobables tanto a particulares como a la Administración central, se antoja constituyen los antídotos para corregir toda desviación o exceso a que el nuevo esquema televisivo pueda conducir.

Por de pronto, y aunque las normas básicas sobre la televisión contemplan algunas disposiciones tendentes a satisfacer aquellas necesidades y evitar estos riesgos, las tendencias no son del todo prometedoras, y, por ejemplo, la implantación de las reglas de la competencia -aun antes de que entren en funcionamiento los nuevos canales- apuntan a un potenciamiento de los programas patrocinados y una mayor agresividad comercial por parte de las sociedades

teledifusoras 241/, a un incremento de la investigación de la audiencia con destino a la planificación de medios y a una televisión basada por encima de todo en el entretenimiento.

El orgullo con que los dos últimos directores generales de RTVE, José María Calviño y Pilar Miró, anunciaban haber batido récords de gestión basados sobre todo en los superávits logrados 242/ es, paradójicamente, un signo preocupante en una empresa en que la rentabilidad económica no debe ser lo primordial. Y el reconocimiento de la Miró de que su idea era la de convertir RTVE en una empresa moderna y competitiva similar a otras empresas privadas del sector existentes en el mundo, no es precisamente muy alentador desde la perspectiva del servicio público.

NOTAS

1. Noticiero "24 horas de la noche", del 18 de noviembre de 1988. Canal 2 de Televisa, S.A.
2. Citado en Mensaje y medios, núm. 8 (julio de 1979), Madrid, IORTV, pág. 118.
3. No obstante lo señalado del día, los autores consultados discrepan, en sus obras, sobre la fecha exacta de inauguración de TVE. Así, mientras Caterina Molina i Compte (1982: 28) afirma que el 20 de octubre de 1956 se emite el programa 'número uno' de la historia de TVE, y José Luis Martínez Albertos (1982: 140) asegura que la programación regular empieza exactamente el 28 de octubre de 1956, Pere-Oriol Costa (1986: 337) fija el comienzo formal en el 19 de octubre de 1956. La fecha contenida en el texto corresponde a la manejada por Ivano Cipriani como de inauguración formal de TVE (1982: 14).
4. El gobierno franquista no tiene el menor empacho en justificar "la reserva al Estado de la televisión afirmando que ello era lo habitual en Europa. (...) Pero así como en la Europa democrática esta intervención se asume como la mejor vía para respetar el pluralismo, en el sistema autoritario el gobierno se hace cargo del poder de informar en nombre de la minoría que pretende asumir, sin justificación racional, la representación de los intereses del Estado" (Costa, 1986: 30-31).
5. Texto de Cristina Almeida, citado en Molina i Compte, 1982: 39-40.
6. Ese mismo año, el 31 de julio concretamente, la disposición final 1ª del Real Decreto 1615/1980 hace depender a RTVE del Ministerio de la Presidencia a partir del 1 de enero de 1981.
7. Nieto y Tallón, 1973: 14 (Citado en Costa, 1986: 148).
8. "Eurovisión se creó el año 1954 con el intercambio de diecinueve programas -la mayoría de ellos de género deportivo- entre Francia, Reino Unido, Alemania, Bélgica, Holanda, Dinamarca, Italia y Suiza (...). "Entre 1957 y 1959 se unieron a Eurovisión Luxemburgo, Mónaco, Suecia, Noruega, Yugoslavia y Finlandia. España lo hizo en 1958 " (Costa, 1986: 126) ... o el 2 de marzo de 1960 (Cipriani, 1982: 15).
9. La Organización de Televisión Iberoamericana (OTI) se constituye en México en marzo de 1971. Su "objetivo es el de intercambiar programación, a través de satélite, entre las emisoras de Latinoamérica, Portugal y España. Las representaciones de Argentina, Brasil, España y México (este último a través de Telesistema Mexicano) poseen el 48 por ciento del total de votos en las asambleas de la OTI y aportan 70 por ciento de las cuotas con las que se sostiene esta organización. Para llevar a cabo su plan de trabajo, la OTI contrata los servicios del consorcio multinacional denominado Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite (INTELSAT)" (Mejía Barquera, 1985: 33-34).
10. "En 1969 se optó por el sistema de transmisión en color alemán PAL (Phase Alternativ Line): "Una alternativa a la fase, que invertía una de las componentes del color línea a línea"; aunque esta disposición no se publicaría en el Boletín Oficial del Estado hasta 1978 debido a la fuerte polémica que suscitaba la elección frente al SECAM francés "Sequencial Couleur à Memoire" (Molina i Compte, 1982: 30).
11. El País, 4 de abril de 1987, pág. 14.

12. Martínez Albertos proporciona evidentemente un dato erróneo cuando afirma que "Este Consejo Rector Provisional estaba constituido por catorce miembros: siete representantes del Parlamento y siete representantes de la Administración del Estado" (1982: 141). La cifra incluida en el texto concuerda plenamente con la facilitada por Molina i Compte en op. cit.: 40.
13. "En diciembre de 1982, cuando apenas comenzaba a instalarse el gobierno de Miguel de la Madrid, una de sus primeras decisiones fue que se realizara una auditoría en el Canal 13. A la vuelta de ocho meses, el despacho de contadores Juan Salles Sainz y Asociados hizo una peculiar sugerencia: que las cuentas de la empresa se iniciaran a partir de cero; esto es, que se aplicara la fórmula de borrón y cuenta nueva, dadas las obvias turbiedades del manejo que hubo en el feudo consentido de Margarita López Portillo" (Marín, 1985: 46).
14. Dos menos que los habidos en el canal 13 de la televisión (pública) mexicana durante el indecible sexenio de la hermana del presidente López Portillo al frente de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación (1976-1982). Es decir, que RTVE no sólo se encuentra al respecto fuera de las coordenadas europeas en este período, sino que aún establece marca de desorganización en relación a un "récord" implantado al respecto en una etapa de evidentes irregularidades en el manejo de la televisión estatal mexicana.
15. El País, 26 de diciembre de 1982, pág. 50.
16. El País, 4 de abril de 1987, pág. 14 ("Una década de titubeos y aplazamientos").
17. El País, 27 de marzo de 1982.
18. *Ibíd.*
19. El País, 3 de enero de 1982.
20. *Ibíd.*, 27 de marzo de 1982.
21. *Ibíd.*, 1984 ("Una ley para la televisión privada. Editorial).
22. *Ibíd.*
"Con esta sentencia -dice Pere-Oriol Costa (1986: 331)- el Tribunal Constitucional da carpetazo en España a lo que podríamos denominar 'vía italiana a la televisión privada', encauzando el asunto por un derrotero de racionalidad.
23. El País, 27 de marzo de 1982.
24. *Ibíd.*, 4 de abril de 1987, pág. 14.
25. *Ibíd.*, 14 de enero de 1983, pág. 46.
26. *Ibíd.*, 18 de abril de 1982.
27. *Ibíd.*, 14 de enero de 1983, pág. 46.
28. *Ibíd.*, 14 de agosto de 1983.
29. *Ibíd.*, 13 de octubre de 1983, pág. 58.
30. *Ibíd.*, 4 de abril de 1987, pág. 14.
31. *Ibíd.*

32. El Globo, 27 de noviembre de 1987, pág. 75.
33. El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 9 de marzo de 1987, pág. 15.
34. El País, domingo de octubre de 1987, pág. 15.
35. El Globo, 27 de noviembre de 1987, pág. 75.
36. Ibíd.: 76.
37. La Nueva España, 4 de abril de 1987, pág. 21.
38. El País, 20 de marzo de 1987, pág. 15.
39. Ibíd., 4 de abril de 1987, pág. 14.
40. El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 27 de abril de 1987, pág. 14.
41. El Globo, 27 de noviembre de 1987, pág. 74.
42. El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 14 de diciembre de 1987, pág. 17.
43. El País, 23 de diciembre de 1987, pág. 23
44. El Globo, 27 de noviembre de 1987, pág. 66.
45. El País, 15 de abril de 1988, pág. 12.
46. "correlación que siempre ha estado sostenida como afirmación de principio por las fuerzas más orgánicas del sistema económico capitalista. Consecuencia evidente de tal principio es que la libre circulación de información y de las ideas no es más que un aspecto de la libre circulación de mercancías" (Richeri, 1981: VII. Citado en Costa, 1986: 106).
47. Texto extraído de la proposición de ley orgánica para autorizar la televisión privada presentada en el Congreso de los Diputados el 13 de enero de 1983 por el Grupo Popular. Recogido en El País, 14 de enero de 1983, pág. 46.
48. Ello, a pesar de que en la práctica esta orientación "ha dado lugar a una concentración de tipo vertical entre empresas de prensa escrita, radio y televisión que han sorteado las restricciones impuestas por las leyes antitrust" (Costa, 1986: 99).
49. Declaraciones de Antonio Garrigues Walker, presidente del Partido Demócrata Liberal, en un debate sobre la televisión privada organizado por el Club Liberal 1812, de Cádiz. Recogidas en El País, 23 de octubre de 1983.
50. El País, 22 de abril de 1983 (Editorial: "De Coria al Coto de Bornos").
51. Entrecuillados extraídos de una ponencia de Alejandro Muñoz Alonso sobre el tema de la televisión pública y privada, incluida en una semana sobre la "Televisión del futuro". Reseña publicada en Mensaje y Medios, núm. 9, cuarto trimestre 1981, pág. 81.

52. Ponencia de Miguel Sabido (actual director del canal 9 -¡cultural!- de Televisa, el consorcio privado mexicano), que bajo el título de "Televisión: El modelo mexicano", fue presentada en la reunión del Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales del Partido Revolucionario Institucional (IEPES), celebrada en La Paz, Baja California, el 2 de junio de 1976. Dirección de Estudios de la Comunicación Televisa, núm. 1 ("Medios masivos de comunicación").
Muy similares son las siguientes declaraciones del décimoprimero presidente de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión de México:
"La radio monopolizada aún por varios gobiernos de Europa, es consecuencia de esas doctrinas que tanta sangre causaron a la humanidad, y son, por tanto, restos peligrosos del fascismo" (Tomado de Boletín Radiofónico, núm. 199, 4 de noviembre de 1957, México. Citado en Fernández Christlieb, 1984: 156).
53. Documento de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social con ocasión de celebrarse la jornada mundial de 1985 de su mismo título. Citado en Baón, 1986: 101.
54. Ponencia de Alejandro Muñoz Alonso citada en nota 51.
55. De las alegaciones que la sociedad Antena 3, S. A. presentó en su demanda de amparo ante el Tribunal Constitucional. Citado en la sentencia de éste, publicada en el Boletín Oficial del Estado, supl. al núm. 95, el 21 de abril de 1982, pág. 11.
56. La primera impugnación que se hace al Estatuto es de corte estrictamente jurídico:
"De acuerdo con el artículo 81 de la Constitución, el texto regulador de la actividad a través de Televisión Española tendría que ser una ley orgánica, porque afecta a un derecho fundamental /la libertad de información/ que está recogido en el artículo 20 de la Constitución. Pero el Estatuto de enero de 1980 no es una ley orgánica, sino una ley ordinaria. Por consiguiente, es un texto susceptible de recurso de inconstitucionalidad" (Martínez Albertos, 1982: 145, citando el libro del profesor González Ballesteros publicado en Madrid en 1981 titulado El derecho de réplica y rectificación en Prensa, Radio y Televisión).
57. El artículo 128, párrafo 2º de la Constitución de 1978 dice textualmente lo siguiente:
"Se reconoce la iniciativa pública en la actividad económica.
"Mediante ley se podrá reservar al sector público recursos o servicios esenciales, especialmente en caso de monopolio, y asimismo acordar la intervención de empresas cuando así lo exigiere el interés general".
58. Véase nota 55: ibíd: 10.
59. "La trampa televisiva", editorial de El País, 7 de abril de 1987. Recogido en El País, Panorama semanal, Edición Internacional, 13 de abril de 1987, pág. 8.
El texto entrecomillado pertenece al párrafo d) del artículo 20 de la Constitución de 1978.

60. Rivero Ysern, Enrique (1968) **Consideraciones en torno a la radiodifusión en derecho español**. Sevilla: Instituto García Oviedo, de la Universidad de Sevilla. Citado en Gorostiaga, 1976: 122).
61. Interpretación neoliberal que del concepto 'servicio público esencial' desarrolla una nueva doctrina jurídica italiana, enca bezada por los juristas Piero Alberto Capotosti y Sergio Foís. Resumida y citada en Costa, 1986: 122-123.
62. Vid. nota 55 (ibíd.: 10).
63. El País, 27 de marzo de 1982, pág. 1.
64. Ponencia de Miguel Sabido citada en la nota 52.
65. Fernando Pérez Alcalá, subdirector de noticiarios de la vicepre sidencia de Noticias de Televisa, S.A., en ponencia leída en Monterrey, Nuevo León, el 2 de mayo de 1983 (1983: 127).
66. Seminario que Angel Faus (1978: 121), periodista y profesor de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra, impartió en marzo de 1982 en el Centro Autónomo de Bar celona del IORTV, bajo el título de "La comunicación radiofóni- ca". Resumido por Andreu Castellet.
67. Antena 3, 1982: 81-83 (Citado en Costa, 1986: 115).
68. Declaraciones de Donald D. Wear, presidente de la CBS Internatio nal, durante el primer simposio internacional de televisión, INSYT' 87, celebrado en Barcelona y organizado por TV-3 y la re- vista Channels. Publicado en Tiempo, 9 de noviembre de 1987, pag. 236.
69. Como declarará al diario Informaciones Manuel G. Terán, director de Radio Barcelona, de la cadena S.E.R., refiriéndose al fenóme- no de las radios piratas: "Si existen y tienen eco es que, quizá, eran necesarias".
70. Según consta en una respuesta gubernamental a una pregunta formu lada por el diputado del grupo parlamentario Popular, Joaquín Siso Cruellas. El País, 5 de mayo de 1983.
71. Un editorial de El País de 1984 abunda, por ejemplo, en estas cuestiones. Bajo el título de "Una ley para la televisión priva- da" se afirma lo siguiente:
 "La curiosa experiencia, además, ha puesto de relieve los bajos costes econó- micos, la elementalidad tecnológica y la facilidad de instalación de una emi sora de alcance local, y lo pobre de las argumentaciones que sugieren que la televisión privada caería en manos de los grupos oligárquicos. No más, pensa mos nosotros, que las editoriales de libros, revistas o periódicos, o que las emisoras de radio, las distribuidoras de cine, las compañías de teatro y tantos otros medios de comunicación de masas. Ni menos tampoco, desde luego. Pero la libertad de iniciativa se ha mostrado, en este terreno como en otros, un mejor sistema de defensa de los derechos ciudadanos que el monopolio guber namental. A las instituciones democráticas corresponde ordenar esas activida- des garantizando un máximo de pluralismo y un mínimo de concentración de po- der. Pero ignorar el problema a base de suprimirlo por la fuerza es, a estas alturas, una respuesta nada imaginativa y menos eficaz".

Y más adelante se añade:

"Se nos dirá, con buena parte de razón, que la tolerancia pasiva del Gobierno hacia esas emisoras privadas, situadas en el limbo de la ilegalidad, ofrece el peligro de una selvática proliferación de estaciones, que dejaría en pañales su precedente italiano y ocuparía, por la fuerza de los hechos con sumados, unos canales de frecuencia que son de todos. El Gobierno, sin embargo, no está condenado a elegir entre la represión policial y el abstencionismo, ya que tiene la posibilidad política de enviar a las Cortes un proyecto de ley para regular el régimen jurídico de las televisiones privadas".

Y se concluye:

"Los inconvenientes de una proliferación de televisiones privadas sólo podrían ser democrática y equitativamente evitados mediante una normativa general, aprobada como ley orgánica, que fijara los requisitos objetivos para la creación de emisoras y estableciera los canales administrativos y judiciales para ejercer ese derecho. Sólo así se garantizará el control social de esos medios, en los que debe evitarse se siga el ejemplo actual de la televisión del Estado, patrimonializada por sus directivos como si fuera cosa propia y no de todos".

72. El País, Panorama semanal, Edición Internacional, 15 de diciembre de 1986, pág. 16.
73. Vid. nota 68.
74. "Una mujer holandesa" en un congreso en Londres sobre la televisión. Citado en Mattelart, 1986: 44.
75. Baran, Paul A. y Paul M. Sweezy (1967) El capitalismo monopolista. Buenos Aires: Siglo XXI de Argentina Editores, S.A. Citado en Smythe, 1983: 84-85.
76. Ponencia de Gaspar Ariño, catedrático de Derecho Administrativo de la Universidad de Valladolid, en las jornadas "Opinión pública y televisión en una sociedad pluralista", organizadas en Palma de Mallorca por la Fundación Konrad Adenauer. El País, 9 de octubre de 1983.
77. Vid. nota 51.
78. Del resumen de Alejandro Muñoz Alonso (consejero-secretario del Grupo Editorial 16) sobre el primer día de sesiones de las jornadas mencionadas en la nota 75. Citado en Pérez Ornia, 1983.
79. Flichy, 1980: 62 (Citado en Costa, 1986: 53).
80. Vid. nota 78.
81. Vid. nota 76.
82. Ponencia de Ignacio Briones, de la directiva de la CEOE, en las Jornadas hispano-alemanas sobre "Opinión pública y televisión en una sociedad pluralista". Octubre de 1983.
83. Declaraciones de Narciso Ibáñez Serrador, productor de TVE, a la revista Tiempo, 25 de abril de 1988, pág. 190. El profesional del medio justifica su afirmación de la siguiente forma:
"Esta, al ser monopolio, adquiere una fuerza brutal y hace que un potencial de veinticuatro millones de españoles vea la misma programación todas las noches. En Italia el espacio de mayor audiencia, Europa, Europa, cuenta con seis millones de espectadores porque el público está más repartido".

84. "TVE: Una, grande y mala (las noticias de televisión se convierten en polémica política)", reportaje de Encarnación Valenzuela y Sebastián Moreno. En Cambio 16, 5 de abril de 1982, pág. 50.
85. Ventaja que, según Bertrand (1982: 28), presenta el modelo americano de radiodifusión frente a cualquier otro sistema.
86. León García Soler, participante en un Foro de la revista Nexos sobre la prensa en México, titulado "Prensa, poder y sociedad". Junio de 1987, págs. 32-33.
87. Vid. nota 84.
88. Casas, 1986: 135.
Enrique de las Casas es director de SOGETEL, empresa del grupo PRISA, a su vez editora del diario "El País", y uno de los aspirantes a la obtención de una concesión de un canal comercial de TV.
89. Refiriéndose al caso argentino, y hablando de la toma de conciencia de los sectores más progresistas del país en el sentido de desplegar una autocrítica que les llevara a romper mitos sólidos, José Ricardo Eliashev hace esta afirmación en un artículo que bajo el título de "Radio estatal o privada: un caso" publicó en el periódico mexicano Uno más Uno el 2 de febrero de 1982 (pág. 40).
90. El País, 3 de abril de 1986, pág. 13.
91. El concepto decimonónico de libertad de prensa nace, en efecto, con esa pretensión:
"El cuarto poder (la prensa) surge como expresión de una sociedad civil perfectamente amenazada por el poder del aparato estatal, de ahí la necesidad de mantener la independencia del aparato informativo frente al poder público. La prensa, por su parte, viene a constituirse, gracias a una mezcla del espíritu libertario con la economía clásica, en parte fundamental del 'mercado de las ideas', por medio del cual ese conjunto homogéneo de individuos que conforman la sociedad civil se ven en posibilidad de confrontar opiniones y creencias, bajo el supuesto de que en el largo plazo sólo subsistirán aquellas que más se aproximen a la verdad. Toda intervención del Estado, tenderá, pues, a distorsionar las condiciones del 'mercado libre de ideas' y amenazará la independencia del poder representado por la prensa" (Siebert et al., 1956. Citado en Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 28).
92. Ponencia de Ignacio Briones, de la directiva de la CEOE, citada en nota 82.
- 92 (2). Del acuerdo presidencial por el que se autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes de México a expedir nuevos títulos de concesión a los actuales concesionarios en materia de radio y televisión, considerando noveno. Diario Oficial de la Federación, 1º de julio de 1969 (Citado en Mejía Barquera, 1981: 677-678).
93. Declaraciones, en 1971, del entonces presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) de México, Joaquín Vargas, durante la comida anual que la CIRT ofrece al presidente de la República con motivo de la Semana de la Radiodifusión (Citado en Fernández Christlieb, 1984: 126).

94. Antonio R. Cabrera, ex-presidente del Consejo Directivo de la Cámara de la Industria de la Radiodifusión de México. Boletín Radiofónico, núm. 806, 12 de julio de 1969 (Citado en Mejía Barquera, 1981: 678).
Los investigadores mexicanos Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz (1986: 16-17) resumen perfectamente la relación existente entre los medios audiovisuales y el fomento económico:
"Periódicos y revistas son comprados y vendidos en el mercado, pero, por ejemplo, la fuente real de ingresos de la radio y la televisión comerciales es la venta de audiencias a los anunciantes: los programas televisivos atraen a una teleaudiencia, la preparan para recibir los mensajes persuasivos de los anunciantes y, entonces, las televisoras venden tales teleaudiencias reales y potenciales a los anunciantes mediante el llamado 'costo por millar'. Se dice entonces que la audiencia sería un producto real de los medios electrónicos. Pero a la vez, mediante este funcionamiento publicitario de los medios comerciales de comunicación, éstos promueven el consumo de los bienes y servicios anunciados, o por lo menos un entorno cultural propicio al consumo generalizado y masivo de mercancías. Con este proceso, los medios de difusión contribuyen directamente al proceso de acumulación, al incidir en el acortamiento de la fase de circulación de las mercancías y contribuir a la realización del valor de las mismas (en particular, en el caso de algunos bienes de consumo finales y duraderos, y de algunos servicios)".
95. De la reseña del documento "La publicidad de bebidas alcohólicas: hechos y no opiniones", mediante el cual la Asociación Nacional de Anunciantes de México (ANAM) expone los criterios aplicados en Alemania Federal frente a la polémica publicidad-alcoholismo. En Perfil, núm. 2, enero de 1984, pág. 22.
96. Luis Guzmán de Alba, en Antena, núm. 68, septiembre-octubre de 1977, pág. 12 (Citado en Mejía Barquera, 1981: 830-831).
97. Fernando Capdevila, gerente de publicidad y marcas de Martell de México, S.A. En Perfil, núm. 2, enero de 1984, pág. 21.
98. Aunque el autor emplea el argumento para salir en defensa de la constitución de la televisión autonómica madrileña, su aplicación y utilidad a los medios privados es obvia.
99. Luis de la Rosa, en Boletín Radiofónico, núm. 12, 15 de abril de 1954 (Citado en Cremoux, 1982: 89).
100. Declaraciones de Matías Rodríguez Inciarte, siendo ministro de la presidencia con UCD, durante una conferencia de prensa convocada para explicar los dos proyectos de ley que regularían la televisión privada, de acuerdo con el gobierno centrista de entonces. El País, 18 de abril de 1982.
101. Luis Suñer, recién nombrado en 1982 presidente de Sicom, S.A., promotora de Telecolor, una de las peticionarias de televisión privada. El País, 4 de marzo de 1982.
102. El País, Panorama semanal, Edición Internacional, 27 de enero de 1986, pág. 17.
103. Víd. nota 93.
104. Editorial que demandando "Una ley para la televisión privada" publicó El País en 1984.

105. Crespo de Lara, 1983.
Precisamente extraídas de esta experiencia son las siguientes afirmaciones de Mr. Hoban, de la British Broadcasting Corporation:
"La competencia no es una cosa negativa. Proporciona un sentido de urgencia inminente que puede hacer milagros por la concentración del esfuerzo y la inventiva. Si la radiodifusión y televisión de servicio público ha de sobrevivir y prosperar deberá hacerlo por sus propios medios y no gracias a una posición privilegiada o de protección oficial" (Hoban, 1982: 45).
106. Gutiérrez Espada, 1982: 155.
El profesor Espada era en 1982 Subdirector del Gabinete Técnico de la Dirección General del Ente Público RTVE.
107. "De Coria al Coto de Bornos", editorial de El País, 22 de abril de 1983.
108. Ponencia de Alejandro Muñoz Alonso, consejero-secretario del Grupo Editorial 16, presentada en las jornadas "Opinión pública y televisión en una sociedad pluralista", organizadas en Palma de Mallorca por la Fundación Konrad Adenauer. Citada en Pérez Ornia, 1983.
109. En las jornadas hispano-alemanas de octubre de 1983 a las que se refiere la nota anterior, Juan Antonio Alberich, por entonces director técnico de RTVE, y Luis Sanz, uno de los subdirectores técnicos dimitido justamente en esas fechas, explicaron la oferta de la tecnología para "pluralizar" la televisión:
"en el momento actual se podría pasar de dos programas de ámbito nacional y varios de carácter regional en tiempo compartido con ellos a dos programas nacionales, diecisiete regionales, en tiempo compartido con los difundidos por la segunda cadena, y otros tantos autonómicos, además de una cadena formada por ocho emisoras que cubriría las más importantes ciudades y un número considerable de emisoras locales.
"España tiene asignados otros cinco canales para emitir desde satélite, lo que comenzará a realizarse en 1986 para varios países europeos".
110. Recordar a este respecto -se sugiere- lo dicho en 2.1.2. sobre la declaración por parte del Tribunal Constitucional italiano de no legitimidad de la RAI a nivel local, basándose precisamente en el argumento de que la misma existencia de emisoras privadas no autorizadas demostraba la inexistencia de escasez de frecuencias.
111. Jornadas sobre "El futuro de la televisión en Europa", organizadas por el Club de Bruselas.
El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 20 de octubre de 1986.
112. Carlo Ripa di Meana, comisario de la Comunidad Europea, durante la sesión de clausura de las jornadas citadas en la nota anterior.
113. ... como por ejemplo el de "estar atentos a los programas que vienen de fuera, especialmente a los programas americanos, que son de mayor calidad profesional y a la vez más populares" (Declaraciones de Gust Graas, director de la Radiotelevisión de Luxemburgo, en un debate organizado por la Unión Europea de Radiodifusión en el

marco de una reunión en Viena del Consejo de Europa sobre el fenómeno de la televisión. El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 15 de diciembre de 1986, pág. 16).

114. Costa, 1986: 109-110. El texto citado es de Namurois, 1972: 31. Esta misma cita, aunque un poco más extensa, se incluye en Gorostiaga, 1976: 119.
115. Gorostiaga, 1976: 132-133.
Una de las normas de la F.C.C., "p. ej., prohíbe estar en posesión de más de 7 estaciones de cualquier clase (AM, FM o TV), y de más de 5 estaciones VHF de TV. Estas limitaciones a la Primera Enmienda se justifican por la escasez de frecuencias disponibles" (Bertrand, 1982: 17-18).
116. ... "para un posible canal de cobertura muy limitada" (Vázquez, 1986: 152).
117. No demasiadas tampoco, ya que en Europa "la repartición del espectro de frecuencias (...), así como la dimensión de los países interesados, no permiten desplegar las longitudes de onda necesarias para el establecimiento de estaciones locales de TV" (Piemme, 1980: 158).
118. Como afirma Gabriel Barrasa (1986: 289-290), el papel de las nuevas tecnologías
"en lo que nos concierne, ha sido el de justificación de la necesidad de liberalizar, de privatizar, la televisión, en virtud de que las 'nuevas tecnologías' hacen inevitable el derrumbamiento de los viejos monopolios estatales. Sobre todo cabe tener la reflexión, una vez más, de que no es la tecnología, sino el que la aplica, el que hace que su influencia se dirija en uno u otro sentido (...).
"En definitiva, habrá aquí, y en Europa, televisión privada, y las nuevas tecnologías coadyuvarán a ello, pero porque ese modelo de televisión es el que, en estos momentos, corresponde a este modelo de sociedad".
119. A este respecto, la situación mexicana actual es también bastante ilustrativa. En 1986 se inauguró un sistema de transmisión vía satélite denominado "ECO", que pretende transmitir información y entretenimiento durante las 24 horas del día al público hispano del sur de los Estados Unidos y --a partir de diciembre de 1988-- igualmente al europeo. Pues bien, la programación de la empresa que lo ha implantado, Televisa, S.A. (de acuerdo con sus propios datos, "primera empresa productora de televisión del mundo"), ha sufrido una gran modificación al interior del propio país, ya que los principales canales nacionales de la misma (2 y 5) conectan durante varias horas al día con ECO, a pesar de que la orientación de la programación es, como decimos, hacia los sectores hispanos del coloso vecino del Norte y del continente europeo.
Se presencian así situaciones paradójicas y grotescas, como la del presentador que explica, con todo lujo de detalles, la situación geográfica de una ciudad o las tradiciones de una región a su televidente como si éste no las conociera en absoluto, lo cual puede ser cierto en el caso del espectador del otro lado de las fronteras, pero evidentemente no lo es en lo que atañe a sus propios compatriotas, que experimentan la sen

sación de ser tratados como extraños en su propia tierra. O la de que el público mexicano conozca mejor lo que ocurre en territorio estadounidense, por insignificante que esto sea, que lo que se desarrolla en su propio país, por trascendente que resulte. No nos importa destacar aquí el agravamiento de la colonización cultural que estas prácticas suponen (aun que no sea de desdenar, por supuesto), sino el objetivo que su implantación parece llevar implícito: El monopolio de la televisión comercial mexicana parece estar afirmando que la acusación de que a los grupos privados no le interesan las áreas económicamente deprimidas es cierta hasta sus últimas consecuencias: Todo un país (en este caso, el mexicano), a pesar de tener acceso en su totalidad a los mensajes televisivos (gracias a la puesta en funcionamiento del sistema de satélites Morelos en 1985) puede ser relegado en sus intereses de la programación desarrollada por empresarios nacionales si éstos disponen de un mercado potencialmente mucho más rentable para desplegar su negocio; y en este caso, es evidente que no rentabiliza de igual manera recibir ingresos publicitarios en dólares o en cualquiera de las monedas europeas que en pesos mexicanos...

120. Síntesis de la ponencia de Manuel Serrano, programador de TVE, durante la semana sobre la "Televisión del futuro" recogida en la revista del IORTV Mensaje y medios, núm. 9, cuarto trimestre de 1981, pág. 80.
121. Ya, 4 de abril de 1987, pág. 3.
122. Describiendo lo ocurrido en esta misma etapa, Efraín Pérez Espino (1977: 45) destaca "el enorme volumen de egresos de los grupos en competencia por lograr un mayor auditorio y un eventual debilitamiento del contrario". Y agrega: "Como en el caso de los trusts, que imponen precios bajos a sus productos para provocar la quiebra de sus oponentes, la TV mexicana lucha por agotar los recursos de sus competidores".
123. Pere-Oriol Costa (1986: 317) proporciona unos datos que muestran con claridad la evolución en el reparto del pastel publicitario privado en los dos años anteriores: "Se supone que en 1980 la publicidad invirtió en las televisiones privadas entre 80.000 y 100.000 millones de liras. El 80 por ciento de este total publicitario fue absorbido solamente por 70 emisoras. En el año 1981, el 66 por ciento del total publicitario destinado a los privados se repartió entre los cinco mayores grupos".
124. El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 22 de octubre de 1984, pág. 17.
125. Según Roberto Zaccaria (1982: 102-103), "el Tribunal Constitucional (italiano) dijo (en una sentencia del año 1974) que cuando la utilización del medio implica recursos económicos grandes, es inevitable que desemboque en un oligopolio. Ante este riesgo, decía el Tribunal, es mejor un ente público que pueda asegurar en su interior la imparcialidad y la independencia".
126. Jesús Hermida (1979: 89), hablando de la televisión estadounidense.
127. Rushworth M. Kidder, 1986: 59 (Citado en Pérez Espino, 1986: 27).

128. Cálculos del magnate europeo de la televisión Silvio Berlusconi. El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 27 de enero de 1986, pág. 17.
129. Durante el sexenio del presidente mexicano Luis Echeverría Alvarez (1970-1976), el Gobierno desarrolló una campaña propagandística contra la televisión privada, uno de cuyos elementos principales fue una feroz crítica al consumismo por los efectos que éste causaba entre la población. En esta campaña se denotaba
 "la promoción que la radio y la televisión hacían al consumo exagerado de bienes y servicios muchas veces innecesarios o superfluos, lo cual, a juicio del Gobierno, causaba graves problemas 'económicos y culturales' al país. El exagerado número de anuncios comerciales no sólo propiciaba el gasto suntuario, sino que hacía a las clases populares tener falsas expectativas ajenas a su realidad social y frecuentemente ajenas a la cultura nacional, todo lo cual contrariaba los esfuerzos que el Estado hacía en el plano de la educación. Por ello el presidente de la República impugnaba este 'manejo mercantilista' de la radio y la televisión:
 "En la mayor parte de los regímenes democráticos, los medios de información masiva se encuentran al servicio de objetivos mercantiles contrarios al interés nacional...
 "En tanto estos medios de comunicación masiva actúen en favor de un sistema económico absurdo e injusto que para sobrevivir necesita inventar necesidades y derrochar recursos esenciales en abandono de las verdaderas necesidades de las tres cuartas partes de la humanidad, habremos de considerarlos como una amenaza" (Mejía Barquera, 1981: 757-758).
130. En México, por ejemplo -concuerdan la mayoría de los estudiosos del fenómeno comunicativo-, el consorcio Televisa, S.A. está colaborando con una forma de salida de la crisis planteada por los países desarrollados, y en muchas ocasiones no tiene en cuenta la realidad económica del país. Así, presiona -con éxito- en favor de la compra de un satélite de comunicaciones que favorece claramente sus intereses, cuando quizás las prioridades nacionales podrían haber tomado otra dirección de haber mediado un debate al respecto.
131. Folleto informativo La hoja, del sindicato de trabajadores de RTVE de Madrid Comisiones Obreras, núm. 57, 8 de noviembre de 1983.
132. Al estudiar la televisión por cable en México, la investigadora argentina Delia María Crovi (1985: 46) llega a conclusiones que refuerzan estos planteamientos:
 "Como consumidores de esta nueva o vieja tecnología resemantizada por el capital, los países en vías de desarrollo son consumidores de sus productos culturales, sin ningún beneficio local. Y esto resulta particularmente importante, sobre todo si se tienen en cuenta los argumentos que suelen dar los prósperos empresarios nacionales de la TV por cable: la generación de empleos.
 "En México la mayor empresa de CATV, CABLEVISION, no tiene sólo 300 empleados y según la propia CANITEC (Cámara Nacional de la Industria de la Industria de la Televisión por Cable), el resto de los sistemas funciona

decorosamente con un promedio de entre 8 y 10 trabajadores en cada uno. "Siendo generosos, podemos afirmar entonces, que en 1983 México contaba con un total de 1,020 empleados en la CATV: 300 pertenecientes a CABLEVISION y 720 correspondientes a los 72 sistemas más pequeños que en ese año funcionaban. Realmente la cifra resulta insignificante, sobre todo, si la comparamos con la de las ganancias de esta industria en el país. Además, como buena parte de la programación es de origen estadounidense, queda poco margen para la producción local y por consiguiente, para empleos en esas áreas".

133. Costa, 1986: 145.
En el mismo sentido se expresan Nieto y Tallón (1973: 5), cuando afirman:
"La rentabilidad de una empresa de televisión no se puede medir tan sólo por el resultado económico positivo; es necesario tener en cuenta y valorar si la actividad empresarial ha cubierto los fines de comunicación que constituyen su más importante objetivo. El conjunto organizado del trabajo personal, de medios económicos y materiales que se integran en una empresa de televisión tan sólo será rentable (dando a este término su significado más propio) cuando alcance los objetivos de comunicación colectiva, contribuya a una real elevación del nivel cultural y, al mismo tiempo, consiga una explotación comercial óptima dentro de la estructura económica que la configura".
Y también tratan de forma muy similar esta problemática Arredondo y Sánchez Ruiz (1986: 92), cuando hablan del cine en México:
"Al igual que con los demás medios de comunicación (...), en el sector cinematográfico emerge una clara disyuntiva que tiene que ver con la razón misma de su funcionamiento en nuestra sociedad. La disyuntiva se plantea en términos de su subordinación, o no, a las visiones estrechas de quienes operan bajo la guía del binomio inversión - ganancia inmediata, o si por el contrario, es necesario considerar que el cine, además de industria, es un servicio público que como la educación entiende sus réditos de manera distinta, es decir en función de la producción de condiciones básicas para el sano desarrollo y la supervivencia de una sociedad determinada".
134. La BBC de Londres, por ejemplo, tiene entre sus objetivos declarados el de promover los productos nacionales más allá de sus fronteras:
"El fomento de las exportaciones es una parte esencial de la labor de los Servicios Exteriores, no escatimándose esfuerzos para alentar (a) los fabricantes británicos a que faciliten datos de sus nuevos productos y actividades en el mundo de los negocios, las finanzas, la industria, la agricultura, la ciencia y la tecnología. No es misión de los Servicios Exteriores de la BBC la venta directa de productos británicos, sino meramente la de crear un clima favorable para los exportadores, cuyos nombres y detalles de sus productos se facilitan en los programas y a quienes se reexpiden las numerosas cartas de los oyentes que se interesan en ellos".
(Folleto de la BBC -External Services-, "Datos sobre la BBC", s/f, págs. 7-8).

135. Un planteamiento similar lleva al máximo Tribunal italiano a confirmar, en 1974, la validez del monopolio público "por razones técnicas, por la naturaleza e importancia del medio; esto es, por la relación entre información y democracia. Y también por razones de espacio" (Zaccaria, 1982: 102-103).
136. Carmona, 1972: 23 (Citado en Bernal, 1983: 172-173).
Esta que podríamos llamar 'educación en el consumismo' es comentada como sigue por Víctor M. Bernal Sahagún (1983: 173):
"El sistema educativo en México -y en todos los países de la órbita imperialista- está orientado, salvo raras y muy honrosas excepciones, al simple alfabetismo por una parte, que es por sí solo un objetivo y, por la otra, a partir de ahí, y a través de la criba clasista, en los niveles medio y superior, hacia la preparación de cuadros técnicos y profesionales que sirvan a la burguesía nativa y a los grandes consorcios internacionales a preservar la dominación del mercado y al lado de todas estas instituciones educativas, llámense tecnológicos, universidades, colegios, centros de adiestramiento o escuelas especializadas, los medios de comunicación masiva cumplen una función específica: el adoctrinamiento del niño, del adolescente y adulto mexicanos a fin de convertirlos en convencidos partidarios del sistema y en eficientes consumidores y, con ello, en fieles servidores del capitalismo.
"El entrenamiento de la población en el consumo es una de las grandes preocupaciones de la oligarquía mexicana -y de los demás países capitalistas, subdesarrollados o no- y los "medios publicitarios", en sus manos, cumplen con su función".
137. El francés Regis Debray afirmaba en 1969:
"Aquellos que gobiernan la opinión, gobiernan también el Estado, que se sostiene por la opinión de los ciudadanos, de donde resulta que sería imposible anular la coalición de intereses que expolia y domina a los hombres sin desposeer la potencia social (los medios de difusión y manipulación) que mantiene y provoca el desorden en nuestras cabezas, como si estuviera fundada en la sacrosanta libertad y en el derecho".
138. Recordemos a este respecto que, nada más acabarse la Segunda Guerra Mundial, "la televisión se convirtió, en manos del Estado, en un instrumento de cohesión social y nacional, y (que) la constatación de este hecho se reflejó en la rapidez con que se acometió en todos los países la instalación de repetidores para transportar la señal desde el centro a la periferia, a pesar de los ingentes gastos que esta tarea representaba" (Costa, 1986: 62).
139. Síntesis de la ponencia de Manuel Serrano, programador de TVE, citada en la nota 120.
140. Como afirma Fátima Fernández Christlieb (1984: 239), refiriéndose a la reforma política del ex-presidente mexicano López Portillo (1976-1982):
"La monopolización de los medios informativos -especialmente los medios electrónicos- por parte del capital monopolístico nacional e internacional se traduce en una amenaza latente para las reformas o ajustes que se están llevando a cabo dentro del sistema político mexicano. Si bien los industriales de la radio y la televisión no han manifestado su oposición abierta a la reforma política, sí lo han hecho a través de la interpretación diaria de los hechos políticos presentada en sus programas informativos".

141. Héctor Aguilar Camín, hablando del caso de Televisa en México. Uno más Uno, 13 de mayo de 1983. (Recogido en Trejo, 1985: 189).
142. De los "fundamentos jurídicos" de la sentencia del Tribunal Constitucional, con fecha 31 de marzo de 1982, por la que se desatima el recurso de amparo promovido por la Sociedad Antena 3, S.A. con la pretensión de que se le reconociera "el derecho a establecer, gestionar y explotar la producción y transmisión de sonidos para todo el ámbito nacional". Publicado en el Boletín Oficial del Estado, supl. al núm. 95, el 21 de abril de 1982, pág. 12.
143. Gorostiaga, 1976: 120.
 "La ley del cambio se impone en razón a que el servicio público ha de perseguir el interés público: se caracteriza tal ley en el derecho de la Administración a fijar y modificar soberanamente sus estatutos o incluso suprimirlos, a nombrar a todos o parte de sus directivos, a ejercitar la jerarquía sobre los funcionarios de RTV, a reservarse el poder de tutela y control de su actividad, etc. En lo relativo a la gestión privada del servicio público, la ley de cambio supone que la Administración está facultada para hacer que la concesión expire antes del plazo previsto, para modificar unilateralmente las condiciones de la concesión, etc.
 "Por su parte, la ley de regularidad y continuidad del servicio público significa que la acción de la Administración no se agota al crear el servicio, sino que debe velar porque se preste de forma ininterrumpida. Por lo que respecta a la RTV incide sobre el derecho de huelga de su personal o sobre la licencia legal en materia de derecho de autor.
 "Por último, la ley de igualdad de los usuarios ante el servicio implica, en RTV, la prohibición a las Administraciones de la exclusión a personas determinadas de la posibilidad de recibir las emisiones, o de prestar servicio de emisiones sólo para unos cuantos ciudadanos. No impide que pueda afectar a los usuarios del servicio de pago de un canon, tasa, licencia o impuestos (...) sobre tenencia y disfrute de receptores" (ibíd.: 120-121).
144. Costa (1986: 351-352) plantea otras cuatro características que definen el espacio público audiovisual:
 "3. La interconexión de la industria audiovisual con el sector de la telemática para poder generar, en base a una intervención activa del Estado, un grupo de empresas que se enfrenta a la dinámica marcada por las multinacionales japonesas y de los Estados Unidos y pueda ganar una parte de los mercados nacionales e internacionales que se están abriendo a las nuevas tecnologías (...).
 "4. Dentro del espacio público audiovisual, el ente televisivo público adopta un papel decisivo en la promoción de la producción propia -cuya necesidad crecerá cada vez más- que limite la obligación de acudir a los mercados internacionales de programas. Para ello, los entes públicos se abren al exterior y amplían el concepto de producción propia, restringido antes a lo que salía de sus propios estudios, para convertirse, en base a su potencia económica y financiera, en eje generador de producción cultural con la participación de empresas productoras del país y de productoras independientes (...).
 "5. El diseño y la construcción del espacio público audiovisual se hace por medio de uno o varios organismos de carácter público, cuya vinculación mayor o menor al gobierno está en función de las peculiaridades del siste

ma democrático de cada país. (...).

"6. En el espacio público audiovisual el municipio y los entes de gobierno regional o de nacionalidad están aportando un sentido nuevo a la descentralización. Incluye no únicamente una cesión de gestión por parte del ente televisivo central a centros regionales (...) sino una auténtica ruptura controlada del monopolio, ya que los concesionarios del servicio también son entes públicos. (...)"

145. Síntesis de la ponencia de Manuel Serrano, programador de TVE, citada en nota 120.
El tratadista francés Charles Debbasch (1969: 10) defiende esta idea prácticamente con las mismas palabras cuando afirma que "sólo los grandes intereses económicos y financieros pueden aspirar a utilizar una eventual libertad en este campo" (Citado en Costa, 1986: 120).
146. El País, 3 de enero de 1982, citando "fuentes de toda solvencia".
147. Entrevista a Miguel Angel Toledano, director de coordinación técnica de Univisión, uno de los grupos interesados en la puesta en funcionamiento de canales privados. En Tiempo, 25 de abril de 1988, pág. 193.
148. Según señala Osvaldo Leboso en la revista Algo 2000 (1988: 44), recién aprobada la Ley de la Televisión Privada, "las inversiones medias para poner en funcionamiento un canal de las características que impone la ley (emisión durante 12 -sic- horas diarias, a todo el Estado español, incluidas las programaciones regionales desconectadas) supone un gasto inicial en el aspecto técnico de entre 7000 y 9000 millones de pesetas, mientras que el 'armado' de la programación ascendería a los 11000 y 12000 millones de pesetas, considerando en principio un alto porcentaje de producciones compradas al exterior y un mínimo de producción propia".
149. Editorial que, bajo el título de "Propósitos gubernamentales para la televisión privada", publicó El País el 9 de abril de 1982.
150. "Las radios libres de Barcelona se solidarizan con las clausuradas en París". El País, 31 de agosto de 1983, pág. 38.
151. Nuevamente es Martínez Albertos quien, tras estimar que la televisión es un medio al alcance de comunidades con pocos recursos, entra en contradicción cuando emplea la petición incluida en el texto para defender un modelo televisivo que no ha podido impedir la extrema concentración del medio audiovisual en pocas manos. En su artículo sobre "La televisión en España" (1982: 148), el catedrático propone
"la regulación de las televisiones privadas en España al modo norteamericano; es decir, con una organización equivalente a la Comisión Federal de Comunicaciones que evite la proliferación y el pluralismo desenfrenados. El pluralismo -añade- es deseable, pero es preciso evitar que este pluralismo se produzca de un modo desordenado y disfuncional".
152. Como afirmara ya en 1954 el mexicano Luis de la Rosa, ex-presidente de la Cámara de Radiodifusión de este país, y representante fidedigno del sentir de los concesionarios, "esta industria (radio y televisión) ha dado bienestar económico a miles de familias y ver

- daderas fortunas a no pocos señores concesionarios". Boletín Radiofónico, núm. 12, 15 de abril de 1954. (Citado en Cremoux, 1982: 89).
153. Lenin, 1973: V-384 (Citado en Bernal, 1983:19).
154. "La libertad -dirá el expresidente mexicano Miguel de la Madrid Hurtado- ha sido, frecuentemente, la bandera de grupos sociales privilegiados que la reclaman para sí mismos y la niegan para los demás. Estos grupos han concentrado el poder, la riqueza, la información y la cultura". (Intervención en la reunión del Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales (IEPES) sobre la cultura nacional, efectuada en Tijuana el 13 de noviembre de 1981. En Proceso, 8 de febrero de 1982, pág. 46).
155. En "Crónica de sueños no cumplidos", Mario Benedetti se hace eco de esta idea cuando señala:
 "Es esa misma clase dominante la que nos ha impuesto su concepto de libertad. Nos ha colonizado también en ese rubro, pero su libertad no coincide con la nuestra. Más aún, su libertad existe a partir de nuestra dependencia".
 Artículo publicado en El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, el 23 de abril de 1984, pág. 9.
156. Como señala Pere-Oriol Costa (1986: 267-268), la realidad ha confirmado punto por punto estas tesis:
 "Los años posteriores a la inclusión de la doctrina de la libre circulación de información en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre de 1948 permitieron corroborar que la consagración internacional de aquellos principios lo único que había logrado era la legalización formal, frente a los países más subdesarrollados, de una situación de hecho, por la que unos pocos países ricos controlaban el flujo mundial de la información, otorgando a los países menos desarrollados el mero papel de receptores-compradores, en un mercado internacional en el que la noticia es el producto para cuya fabricación ellos regalaban gratis la materia prima.
 "El abandono de la doctrina tradicional sobre el free flow se produjo en mayo de 1974, en el transcurso de la Asamblea General Extraordinaria de las Naciones Unidas, la cual, a través de dos resoluciones, asumió la voluntad de constituir un nuevo orden económico internacional, del que el nuevo orden internacional de la información deberá constituir una parte integrante".
 La reacción posterior de Estados Unidos e Inglaterra abandonando el seno de la UNESCO -donde comenzaron a desarrollarse estas propuestas-, no hace más que enfatizar en la trascendencia de los intereses que se encuentran en disputa.
157. Dice George Orwell a propósito de la palabra democracia:
 "Palabras como ésta son generalmente usadas de una manera deshonesta. Esto es, la persona que las usa tiene su propia definición privada, pero hace que su interlocutor crea que está hablando de algo completamente distinto".
 (Citado en González Casanova, 1984: 45).

158. En este sentido, las opiniones son completamente coincidentes: "(...) como es bien sabido -dirá Mejía Barquera (1981: 613-614)-, el ejercicio de las garantías individuales o sociales otorgadas por el Estado burgués a los ciudadanos o a los grupos sociales queda restringido a los sectores económica y políticamente poderosos, mientras no existan movimientos democráticos y populares fuertes que sean capaces de provocar que tales derechos sean ejercidos por amplios núcleos de la población. Por ello, durante muchos años, la libertad de expresión a través de la radio y la televisión (el autor se refiere a México) ha sido (al igual que tantas otras) una libertad formal para las clases populares y su ejercicio ha que dado monopolizado por los propietarios de las estaciones y sus aliados políticos" (subrayado en el original).
- "El simple costo de establecer un medio de comunicación (insistirán Arrredondo y Sánchez Ruiz) prohíbe literalmente a la mayoría de la población el ejercicio de su 'libertad de expresión'" (1986: 22); "(...) al no tener acceso generalizado a los medios de expresión, esa libertad se convierte en simple desideratum, por no decir en una mentira" (ibíd: 67). En 1981, en Estados Unidos, "en el sector radiotelevisivo, las cinco compañías más relevantes concentraron el 45.5% de los ingresos de esa industria. Tal es la evidencia que se contrapone a los mismos ideales liberales de un 'mercado' libre y competitivo de las ideas" (ibíd: 29). Pablo Casares, de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), recalcará por su parte (durante la presentación de la mesa redonda "Un año de gobierno en comunicación social", efectuada a fines de 1983 en la Casa de la Paz de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) de México. En Perfil, núm. 3, febrero-marzo 1984, pág. 27) que "al no haber un compromiso formalmente reglamentado que especifique obligaciones y responsabilidades para quienes manejan la información, la libertad de expresión queda entendida 'explícitamente así: todos los que tienen los recursos para hacerlo pueden expresar sus ideas y opiniones, así como difundirlas por los medios que deseen -y puedan- sufragar, sin ser coartados'. Obviamente quedan fuera de este contexto aquellos que no tengan recursos para sufragar los gastos de una radiodifusora, televisora o imprenta, lo que resulta ser la mayoría de la población".
- Raúl Cremoux (1982: 55) señalará también que "Esta falsa y acomodaticia concepción de la libertad de expresión ha fortalecido la posición reaccionaria que ve en la difusión masiva 'un campo natural y exclusivo' del sector privado", por lo que concluirá afirmando "que cuando sólo las minorías se pueden expresar resulta necesario revisar las normas de la llamada libertad de expresión" (ibíd:56).
159. Declaraciones de Heberto Castillo, siendo secretario general del Partido Mexicano de los Trabajadores, durante la inauguración del primer "Foro Nacional en Defensa de la Libertad de Expresión e Información Popular", celebrado en Acapulco en noviembre de 1982.
En Uno más Uno, 23 de noviembre de 1982, pág. 4.
160. Pablo Gómez, secretario general del antiguo Partido Socialista Unificado de México (PSUM), durante su intervención en el Foro citado en nota anterior.

161. Antonio Kindelán (1986: 171) va a hablar al respecto de la posibilidad de existencia de un "uniformismo en estereofonía": Se ha dicho también que aumentará el pluralismo informativo, y éste es uno de los argumentos más infantiles de los que he oído, porque es infantil creer que porque este país tenga un par de cadenas se va a tener más pluralismo informativo que otros países europeos de tradición democrática recordada que no disponen de esas cadenas privadas, máxime (...) si esas nuevas cadenas se conceden a grupos afines al poder económico o al oficialismo paraguubernamental, entonces lo que tendremos será el mismo mensaje político y cultural pero con otras voces, tendremos el uniformismo en estereofonía".
162. "Estudio técnico, económico, jurídico para el establecimiento de la televisión privada en España". Realizado por encargo de la AEDE en 1984. (Citado en Bustamante, 1986 a:280).
163. El carácter de empresa de los medios masivos de comunicación en la actualidad es planteado como sigue por el chileno Camilo Taufic (1976: 61):
 "La comunicación de masas contemporánea (...) es en sí misma una forma de producción, para cuya realización hay que disponer de empresas de grandes dimensiones, que combinen los recursos financieros, intelectuales, mecánicos, electrónicos, laborales, gerenciales, necesarios para emitir mensajes simultáneos a millones de personas. Los grandes medios de comunicación en el capitalismo no sólo son exponentes y voceros de los negocios en grande, sino que ellos mismos son un negocio en grande, trátase de los diarios, las agencias de publicidad, el cine o la televisión.
 "No basta, pues, con dominar algunas técnicas aisladas de comunicación, o tener ideas, conocimientos o estados de ánimo valiosos para transmitir, para llegar hasta los confines de la sociedad con los puntos de vista de una clase; hay que disponer, además, del poder económico y político necesarios, que le dan materialidad al mensaje masivo y aseguran su circulación".
164. A esta conclusión llega Herbert I. Schiller (1977: 15) al analizar el texto de un discurso pronunciado por el presidente Truman en 1947. (Citado en Costa, 1986: 263-264).
 Términos casi idénticos a los incluidos en el texto utilizó el expresidente mexicano López Portillo el 1º de septiembre de 1979, durante su tercer informe de gobierno, para referirse a los medios de comunicación -la situación de éstos- en su país:
 "... a veces se confunde la libre expresión con las necesidades del libre comercio de la información que se mantiene, válidamente, de vender noticias, publicidad y popularidad". (Citado en Mejía Barquera, 1981: 865).
165. "Un ejemplo de la 'independencia' y 'libertad de expresión' -señala Víctor M. Bernal Sahagún (1983: 179)- lo da la Declaración de San José, de la Asociación Interamericana de Radiodifusión, con afiliados de la América Latina, Canadá, y EUA, entre ellos la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (de México), la RCA, NBC, CBS y ABC, y cubanos en el exilio; que 'acuerda (...) Declarar que es objetivo fundamental de la Asociación Interamericana de Radiodifusión, luchar por todos los medios a su alcance, para obtener la liberación de Cuba, necesario preámbulo a la erradicación del comunismo en nuestro hemisferio'".
 San José Costa Rica, 15 de marzo de 1964.

166. José Jiménez lozano, en un artículo titulado "Orwell, el poeta y el dedo", habla de la existencia por el funcionamiento del sistema de "una legión de 'subhombres' que no podrán llegar nunca a ser hombres, o ya han dejado de serlo, por cuanto no poseen la verdadera cualidad por la que son definidos los hombres: la capacidad de producción-consumo". En El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 9 de abril de 1984, pág. 10.
167. "El privilegio de cambiar de canal", Uno más Uno, 19 de mayo de 1983, pág. 22.
168. "Señala M'Bow en la UNESCO: Inevitable un nuevo orden mundial de la comunicación", en Uno más uno, 11 de noviembre de 1983, pág. 24.
169. Declaraciones del expresidente mexicano José López Portillo durante la comida del "Día de la libertad de prensa", en junio de 1978. (Citado en Mejía Barquera, 1981: 863-864).
170. Esto último se hace a veces de una manera tan enfática -se señala-, que no disimula en modo alguno el carácter reaccionario y antidemocrático que se esconde tras la postura. El siguiente discurso del señor Emilio Nassar el 15 de marzo de 1974 en la ceremonia de cambio de directiva de la CIRT (Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión) en Jalisco (México), es prueba de ello:
 "(...) El Estado, las autoridades federales y estatales, son y deben ser, totalmente respetuosos de esa libertad que es propia del ser humano; pero dejan a la responsabilidad de quienes manejan los medios de comunicación, el difundir o no, determinadas manifestaciones del pensamiento. "Los directores de periódicos o de emisoras de radio y televisión no están obligados a difundir lo primero que se le ocurra a cualquier persona. Podemos afirmar enfáticamente que LA LIBERTAD DE EXPRESION NO IMPLICA, DE NINGUNA MANERA, EL DERECHO DE DIFUSION MASIVA" (Citado -y subrayado- en Mejía Barquera, 1981: 795).
171. Declaraciones de Pedro Bofill, dirigente del PSOE, en El País, 3 de abril de 1982.
172. En un artículo publicado en el diario Uno más Uno, Máximo Simpson (1983: 22) plantea claramente los últimos desarrollos teóricos en torno a lo que debe ser el funcionamiento de un auténtico medio de comunicación social, exposición que puede resumir perfectamente el porqué de la negativa a que la televisión caiga en manos de particulares por parte de algunos sectores, y el sentido de las propuestas alternativas que ciertos de éstos pretenden.
 "(...) al hablar del derecho a la información, a la que definen como un bien social, muchos autores enfatizan los derechos del receptor en los procesos comunicacionales. Y estos derechos no se limitan a la mera opción de cambiar canal o apagar el receptor, sino que van mucho más lejos: defienden su capacidad de convertirse en emisor, en sujeto activo de la relación comunicacional, superando así su condición de mero objeto pasivo de un discurso elaborado y difundido por los poderosos. De ahí, conceptos tales como participación y acceso, que apuntan a una modifica-

ción sustancial de los modos en que se producen los mensajes masivos. De ahí, también, los planteamientos que señalan la urgencia de trascender la vieja distinción jurídica entre lo público y lo privado, para avanzar hacia la incorporación del derecho social. Al respecto Rafael Roncagliolo dice: 'Las comunicaciones, el derecho a la comunicación, pertenecen a la misma categoría. La actividad comunicativa debe corresponder a instancias sociales democráticas, en las que el control real de la información provenga de los receptores organizados y de los productores sociales de los mensajes'. A todo lo cual hay que agregar, lógicamente, las cauciones insoslayables que aseguren los derechos de las minorías, sean políticas o culturales, sexuales, étnicas o ideológicas, como emisores autónomos de su propio discurso social.

"Estas reflexiones nos conducen a una concepción radicalmente distinta del receptor, al que vemos en su plenitud virtual de emisor-receptor y receptor-emisor, más allá de la empobrecedora pretensión de arrinconarlo en el exclusivo papel de "recibidor de comunicados" (Paulo Freire).

"Al exponer los atributos de su receptor ideal, Antonio Pasquali nos ofrece una ilustrativa descripción de lo que sería este emisor-receptor. Nos permitiremos transcribir lo esencial: a) decide libremente ser receptor, sin verse obligado a serlo por imposibilidad de emitir; b) decide libremente sintonizar el mensaje, el canal de su elección; c) descodifica o descifra el mensaje que recibe por los canales aferentes de la sensibilidad, vista, oído y tacto; d) se produce en él la comprensión del mensaje como verdadero acto de recepción; una comprensión no programada ni mecanicista; e) puede determinarse por asumir el papel de emisor cada vez que lo considere conveniente (el subrayado es nuestro)...".

173. "La UNESCO y la salud informativa". En Perfil, núm. 2, enero de 1984 (pág. 49).
174. Bunge, 1984.
175. Sergio Romano, en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, enero-junio de 1979. (Citado en Trejo, 1985: 31).
176. "El enfrentamiento entre el propietario y el director de 'The Observer' abre un debate en el Reino Unido sobre la independencia de la Prensa". En El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 23 de abril de 1984, pág. 16.
177. Publicos, año 6, núm. 30, México, oct.-nov., 1972, p. 14. (Citado en Bernal, 1983: 137).
178. "La información televisada, ¿reflejo o causa de la socialización?". Ensayo presentado al concurso de oposición de la materia "Técnicas de Información por TV". Armando Antonio Carrillo Lavat (1980: 44) menciona un ejemplo de cómo "la injerencia de los grupos de presión, principalmente de la iniciativa privada, quienes a través de sus agencias de publicidad, patrocinan los programas noticiosos (en México) ... es lo suficientemente fuerte como para incidir en decisiones, como la de transmitir, desde el Puerto de Acapulco, la Reunión Anual de Banqueros de México, dentro del tiempo de transmisiones de (un) noticiario (...), cuyo conductor se trasladó hasta ese Puerto, junto con un equipo de técnicos, para llevar desde ese lugar, en mayo de 1979, los principales acontecimientos de la Reunión de Banqueros, con la difusión del evento que resultara de esta situación".

179. El marxista Camilo Taufic, por ejemplo, se expresa así:
 "El diario burgués (léase los medios de difusión) opera como una em
presa comercial que -según su propia confesión- 'vende noticias' y, al co
rrer tras la máxima ganancia, su criterio informativo pasa a ser también
 un criterio financiero; vale decir, explota de preferencia aquellos temas
 que le aseguren mayores ventas. Pero los propietarios de un periódico capi
 talista no son hombres de negocios comunes y corrientes, sino que tienen
 un desarrollado sentido político (son comerciantes de la política, más
 exactamente) y en ningún caso son indiferentes al tipo de informaciones
 que venden. La selección temática en sus diarios se hace según un criterio
 que es, simultáneamente, comercial y político.
- "El grueso de las ganancias de un periódico capitalista no proviene de la
 'venta de noticias', sino de las ventas de espacio para publicidad a las
 otras empresas de la burguesía. Estas le darán o le negarán su 'confianza'
 a un diario (es decir, la subvención mediante publicidad) en la medida en
 que aquél defienda mejor o peor sus intereses. Por lo mismo, la selección
 temática de todos los medios de masa burgueses tiende a incluir cualquier
 asunto que aumente la circulación o la audiencia, a condición de que su en
foque no contravenga los intereses de toda la burguesía como clase, para
 obtener sus avisos. Explotará el crimen, el sexo, los deportes, los escán
 dalos, sin que le importen las consecuencias culturales de tal difusión,
 siempre que los materiales respectivos hayan sido expurgados previamente
 de cualquier significación favorable para el desarrollo de la conciencia
 de las clases populares (...).
- "Incluso cuando se trata de diarios 'serios' o de espectáculos 'serios'
 por la radio o la televisión, la selección temática de los comunicados bur
 gueses es -invariablemente- comercial y política al mismo tiempo. Les ase
 gura un determinado avisaje, y la consiguiente ganancia, a condición de que
 favorezcan con sus emisiones los intereses de la burguesía como clase (...).
- "(Esta situación es consecuencia directa -concluye el investiga
 dor chileno- de) la libertad de empresa y la libertad de ganancia en un
 campo en que sólo la propiedad social y el correspondiente control social
 (pueden evitar esta utilización funesta de los medios" (1976: 110-112).
 Laurentius B.M. Wüst, de la emisora católica holandesa KRO (Ka
 tholieke Radio Omroep) de Hilversum, por su parte, llega a plan
 teamientos similares desde una óptica muy diferente:
- "(...) el sistema se ve amenazado por las fuerzas comerciales que no ocul
 tan su fogosidad por el 'valor comercial' de nuestros productos. Esta ame
na
za tiene diversos aspectos. En primer lugar, se deriva de la misma naturale
za de los medios, lo cual es una paradoja. Los medios, y sobre todo los me
 dios electrónicos, son el producto y los pilotos de una segunda revolución
 industrial. Y aquí también se puede hablar de un 'progreso decepcionante'.
 En los campos de comunicación y participación, la revolución electrónica ha
 comportado ganancias que no se deben menospreciar ni desestimar. Pero fren
 te a esas ganancias hay que tener en cuenta, sin duda alguna, una enojuene
 cadora desemejanza de opiniones, experiencias, exigencias y valores en informa
ciones serias y en entretenimiento, que diariamente se vierten sobre esta so
ci
edad. Contribuyen de hecho a la desintegración y la ruptura de los lazos
 humanos. Estamos enfrentados, y en muy alto grado, con estos fenómenos. Es
 te desarrollo amenaza limitar los medios a ser meros productores de una 'pa
 sividad comunal': de hecho, les hace contribuir a un bajo nivel de valores
 en la conciencia pública, al poner todo en el denominador del valor de con
 sumo. ¡El pluralismo desordenado induce a un sincretismo consumidor! Por
 otra parte, este desarrollo induce a una actitud poco crítica hacia el papel
 que la radio y televisión deberían tener, de ser promotoras de una sociedad
 activa y de una democracia activa, y consecuentemente, poco crítica también

hacia la importancia del problema de quién ha de controlar los medios. (...) temo mucho que esta amenaza aumentará seriamente, si -directa o indirectamente-, la oferta de los medios se convirtiera en el sólo objeto del comercio. No necesitamos ser marxistas para que nos horrorice la explotación de productos de la mente humana, y de comunicación entre las personas, exclusivamente en razón al mecanismo del mercado y a los principios de los beneficios.

"Como ahora nos encontramos en vísperas de la introducción de nuevos desarrollos técnicos -ya imaginan que hago alusión al futuro uso de satélites y cablevisión-, hay motivos para inquietarse de nuevo ante los incesantes intentos de implantar la televisión comercial. (...) la libertad de expresión y la manipulación comercial en radiodifusión, son los conceptos que, estrictamente hablando, no pueden ir juntos.

"Porque cuando todo haya sido dicho y hecho, se hará evidente que la motivación de una estructura comercial no es ni puede ser subordinada a ideas y valores más profundos de los individuos. El agente comercial no es legítimamente reconocido como 'representante' de grupos sociales y espirituales" (1982: 131-133).

180. Declaración ante los radiodifusores, en 1968, del expresidente de México Luis Echeverría Álvarez, siendo entonces Secretario de Gobernación. Boletín Radiofónico-TV, núm. 774, 30 de noviembre de 1968, pág. 4 (Citado en Mejía Barquera, 1981: 647).
181. Pere-Oriol Costa (1986: 196-197), citando a Grandi, explica este punto:
"Se pudo comprobar que, con el fin de mantener y aumentar la audiencia, a algunos concursantes que caían especialmente bien al público se les facilitaban las respuestas a las posibles preguntas, de forma que aseguraban su continuidad en el programa al vencer a concursantes que acudían a competir de forma limpia".
182. "Diariamente, por ejemplo, el guionista de "24 Horas" (el más influyente telediario mexicano) recibe una detallada lista del contenido de los cortes comerciales. El número de pausas o cortes comerciales a menudo varía de un día para otro. Por consiguiente, el total de notas admisibles fluctúa. Un día con menos cortes o anuncios equivale a un mayor número de noticias y viceversa. Este arreglo, en la práctica, funciona como un parámetro del tiempo que el guionista utiliza para acomodar en su lista diaria un número determinado de sucesos noticiosos" (González Molina, 1988: 24).
183. Criticando el artículo 306 de la Ley General de Salud mexicana, que el 19 de diciembre de 1983 fue expuesta por el entonces Secretario de Salubridad y Asistencia de ese país, Dr. Guillermo Soberón Acevedo, ante la Cámara Alta, y que señala los requisitos a que deberá sujetarse la publicidad, un comunicólogo -ratificando lo afirmado en el texto- se escandaliza ante exigencias que, en su opinión, suponen un auténtico ataque a los derechos del mundo de los anuncios y que, sin embargo, desde la perspectiva de los consumidores, serían considerados de lo más natural e incuestionable:
"Lo peculiar de este nuevo articulado -se afirma- consiste en que, al incluir en un solo ordenamiento la comprobación de las virtudes o bondades del producto o servicio y no engañar sobre origen, pureza, calidad, etc., se llega al anunciante no a promocionar un artículo, sino a dar cátedra sobre ese producto o servicio, o, en el peor de los casos, a pedir perdón por tener un

producto en el mercado que, desde el momento en que se encuentra siendo producto de oferta y demanda, satisface alguna necesidad (...)" (Iglesias, 1984: 22).

- 184. Como cuestiona José Jiménez Lozano (1984: 10), recordando el '1984' orwelliano, "¿es tan seguro que en las democracias modernas no existen centros de decisión global y total más poderosos que una pesada burocracia, que los medios de comunicación no nos manipulan culturalmente lo mismo que en cualquier otro sentido y que las sociedades de la abundancia no son de hecho dictaduras del bienestar?".
- 185. Informe que, por encargo del gobierno mexicano de Miguel Alemán Valdés (1946-1952), realizó en 1947 el escritor Salvador Novo a fin de estudiar cuál de los dos sistemas televisivos -el norteamericano y el europeo occidental- convenía más al país azteca. En Proceso, núm. 339, 2 de marzo de 1983, pág. 49. Citado en Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 114-115).
- 186. La posición de los defensores a ultranza de la permanencia de los sistemas públicos monopolísticos o, al menos, de quienes consideran que las televisiones privadas tendrían los mismos problemas con la independencia y la libertad de expresión que han aquejado hasta ahora a las televisiones estatales -que no públicas- se ve resumida perfectamente en unas declaraciones que el presidente de la Unión Europea de Radiodifusión y de la Agencia Visnews, Charles Curran, realizó en 1978: "En una situación en que la televisión está sometida al Gobierno, una cadena comercial puede ser aparentemente más independiente. Pero en cuanto un canal comercial se compara con un sistema estatal, pero independiente de verdad, no tiene nada que hacer. Las presiones comerciales, entonces, tienen igual importancia que las presiones políticas. Porque hay intereses comerciales que no quieren que ciertos mensajes sean comunicados. La independencia, en cada caso, viene a ser lo mismo para un sistema comercial que estatal. Si los grupos comerciales son razonables, no presionarán al personal de radio y televisión; si no son razonables, habrá presiones, y la radio y la televisión serán despreciables" ("Entrevista. Sir Charles Curran", en Mensaje y Medios, núm. 4, julio de 1978, IORTV, Madrid, pág. 77).
- 187. Pere-Oriol Costa (1986: 35), usando como ejemplo el modelo americano de televisión, expresa al respecto: "La consecuencia directa de una financiación exclusivamente publicitaria es la esclavitud hacia los índices de audiencia. Puesto que la televisión americana es un negocio privado y las únicas entradas vienen por medio de los anuncios, la empresa producirá beneficios cuando en todo momento haya altos índices de espectadores que contemplen los programas. Sólo si hay siempre muchos telespectadores se podrán vender todos los espacios publicitarios a alto precio. Es un sistema de financiación que da origen a esquemas de programación que tienden en todo momento a captar el máximo número de espectadores. Cualquier programa de tipo formativo y, por lo tanto minoritario, es considerado no rentable y los horarios de programación se abarrotan de películas, folletines, concursos y shows musicales. Incluso los informativos tienden a espectacularizar la realidad". Ivano Cipriani (1982: 150-151) coincide plenamente con el investigador catalán cuando escribe:

"Para conseguir el máximo de publicidad, la televisión debe (...) atraer el máximo de público posible. Esto se lleva a cabo mediante la producción de programas cuyo objetivo consiste únicamente en lograr la denominada 'maximización de la audiencia'. De este modo, las emisiones resultan cada vez más perniciosas para el gusto del público.

"Pero, ¿qué es el gusto del público? Es el resultado de muchos factores, entre ellos los propios mensajes y las relaciones entre los diversos medios de comunicación de masas; las estratificaciones culturales existentes y heredadas del pasado; el reflejo de la aparición de nuevas necesidades ligadas a las modificaciones profundas de la sociedad, etc. En la búsqueda de la máxima audiencia para intentar satisfacer un fantasmagórico 'gusto medio' se pone de moda frecuentemente la vieja ley económica según la cual 'la mala moneda desplaza a la buena'. El resultado es una disminución generalizada de la calidad del producto".

La opinión de que "la competencia, positiva en muchos ámbitos, en la televisión y bajo las circunstancias dadas, no lleva a una calidad cada vez mayor de los programas, sino que conduce a intentar lograr el mayor número posible de telespectadores como único indicador decisivo" (Lehner, 1982: 97-98), también es compartida por el, en 1982, Publicity Officer para Europa de la BBC de Londres. Señala John Hoban (1982: 47-48):

"Una de las obligaciones más penosas que puede padecer una organización de radiodifusión o televisión, es tener que trabajar constantemente por mantener un nivel máximo de audiencia. Para ello es necesario descartar toda clase de excelentes ideas y posibilidades de programas, sobre todo si la única consideración es complacer al anunciante antes que al televidente o al radioyente".

Un representante de uno de los consorcios televisivos privados más importantes del mundo, Televisa, S.A., en su afán de defender lo que él denomina el 'modelo mexicano' de televisión -en su opinión, ni europeo ni americano-, recoge también perfectamente estas tesis cuando manifiesta lo siguiente:

"Este modelo (el norteamericano) obliga a los concesionarios a operar sobre el concepto del 'Costo por Miliar', esto es, la única cualidad que se le pide a una emisión es que sea vista por el mayor número de personas que sea posible.

"Obviamente este sistema obliga a complacer los gustos de las grandes mayorías de la audiencia ignorando que, en los países del tercer mundo, hay un enorme divorcio entre los códigos de esas mayorías y el de las élites intelectuales (integradas en su mayoría por personas cuyo código se ha formado en las grandes metrópolis como Nueva York o París). Estas élites quedan automáticamente excluidas del proceso de comunicación, provocando con ello su airada y justa reacción.

"Además, el modelo de competencia norteamericano obliga a los programadores del tercer mundo a concesiones cada vez mayores que se traducen en una cada vez mayor degradación tonal de la programación. Un buen ejemplo de este mecanismo de degradación tonal lo constituyó la televisión argentina en la que los programadores, en esa lucha por lograr un mayor índice de sintonía llegaron al extremo de hacer conocer a dos enanos, comprometerlos, casarlos y seguirlos con las cámaras hasta la recámara nupcial" (Sabido, 1976).

188. Citado en Bustamante, 1986a: 281.

189. Por citar un ejemplo, en su trabajo *Radio e ideología*, Alma Rosa de la Selva, investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, plantea que, a poco más de seis

- décadas de surgimiento, la radio en México ha sido convertida en un vehículo publicitario al servicio del sistema empresarial. Y que, como medio, ha quedado reducido a ser un aparato transmisor de música grabada y anuncios comerciales. Citado en Perfil, año 2, núm. 3, febrero-marzo de 1984, pág. 5 -"Para su información. Diagnóstico radiofónico--).
190. La competencia conduce a que -como ocurre cotidianamente en la televisión mexicana- se omitan noticias, acontecimientos, sucesos de interés para la comunidad, por el simple hecho de que estos son cubiertos por algún canal rival, y no por uno propio. La falta de coordinación entre las cadenas y la carrera por los índices de escucha son culpables de esta desinformación.
191. En España, esto "lo hemos visto en la radio últimamente con los accidentes de aviación, cuando las distintas emisoras competían en dar la causa del accidente sin tener un dato riguroso que se lo permitiese. La búsqueda de la primicia lleva, a veces, a la frivolidad informativa" (Erauskin, 1986: 177).
192. Tan convencido está el profesor de la Universidad Complutense de Madrid de que la diversión constituye la función primordial que debe llevar a cabo el medio audiovisual, que es partiendo de este punto que se permite criticar las medidas tomadas por TVE tendentes a aminorar la faceta 'espectacular' de su programación y poner mayor atención al aspecto informativo que la proporcionada hasta entonces:
"Porque la televisión es, básicamente y en alto porcentaje, entretenimiento, diversión, show, espectáculo. El que ahora pasemos de la noche a la mañana y como resultado de un gesto paternalista propio de un despotismo ilustrado, a cambiar el acento de nuestra programación, es un dato peligroso, que puede producir desatención por parte de los espectadores" (Martínez Albertos, 1982: 147).
193. Costa (1986: 195) remacha este negro panorama cuando recuerda que "el salto definitivo de la ABC hasta el primer lugar de las audiencias en hora punta se dio en los años setenta, siendo Silverman jefe de programas. La crítica le acusó en aquella época de haber bajado el nivel medio de la programación y de introducir excesivas dosis de sexo y violencia".
194. Encontramos aquí otro de los argumentos con que los opositores a la televisión privada atacan a la misma. La supuesta diversidad en la oferta que introduciría su autorización se va al garete rápidamente como consecuencia de las tendencias hacia la concentración monopólica que la propia naturaleza tecnológica del medio y los mecanismos del mercado (necesidad de unión de las diferentes cadenas, ya sea para no tener números rojos o para obtener mayores beneficios) imponen. Vázquez Montalbán (1985: 252) señala que este proceso tiene ya una cierta historia:
"(...) la diversidad informativa se contrarresta por la tendencia a la concentración característica del sistema capitalista.
"El proceso de concentración, abierto desde fines de siglo pasado, se ultima a partir de la Segunda Guerra Mundial en relación directa con el encarecimiento del utillaje, la dificultad de provisión de papel y el encarecimiento de la fuerza de trabajo, es decir, las reivindicaciones salariales de técnicos, obreros y periodistas".

195. Esta visión del fenómeno por el investigador italiano de la UNESCO coincide prácticamente en su totalidad con los señalamientos que en 1982 realizara Antonio Cascino, en su calidad de adjunto al vicedirector general de la RAI para la Coordinación de Divisiones y anterior director del Gabinete de Investigación de Audiencia:
- "Dos tercios de la programación de las televisiones privadas se dedican a filmes, telefilmes americanos y dibujos animados, de origen japonés en su mayoría.
- "'Estos esquemas de emisión', explica el directivo de la RAI, 'fuerzan a los propietarios de las cadenas privadas a importar programas, porque es mucho más barato que producirlos. Esquemas de programación que también han tenido consecuencias sobre la RAI. La televisión estatal se ha visto obligada -algo parecido le sucedió a la BBC- a incrementar el número de filmes, telefilmes y dibujos animados para competir con las privadas en su propio terreno. Hace años, después del principal telediario, en las horas punta de audiencia, la RAI emitía un programa de espectáculo por la primera cadena y un espacio cultural por la segunda. Los programas culturales y los informativos especiales, como reportajes, informes, etcétera, han quedado relegados ahora a un horario tardío. Hemos llegado a una situación en la que durante cinco días a la semana se emiten espectáculos por las dos cadenas inmediatamente después de las 20.30 horas'.
- "(...) La competencia de las privadas ha tenido también repercusiones sobre la audiencia infantil. 'La RAI se ha esforzado'-comenta Cascino- 'por mantener los programas infantiles, pero hemos tenido que sacrificar las transmisiones educativas, los documentales y concursos pedagógicos en beneficio de los telefilmes y dibujos animados para niños.
- "'(...) Hay también un tercer cambio en la programación de la RAI respecto a la etapa del monopolio. Nosotros teníamos un acuerdo con las asociaciones de productores y de distribuidoras de cine italiano por el que, para no perjudicar a esta industria nacional, emitíamos sólo dos películas a la semana. Somos culpables hoy de emitir seis filmes" (El País, 28 de diciembre de 1982).
196. John Hoban (1982: 43-44) expone así la problemática:
- "Y bien, el nuevo canal fue inaugurado y a nivel de audiencia, resultó ser un éxito casi inmediato.
- "Conseguir la máxima audiencia en todo momento era un concepto totalmente ajeno a la BBC. Pero resultaba vital para el nuevo canal que dependía de los índices de audiencia para mantener el nivel de los ingresos publicitarios. En muy poco tiempo, el nuevo canal atraía el setenta y cinco por ciento de la audiencia con programas populares y técnicas de producción y presentación amenas y animadas.
- "Llevó algún tiempo, pero poco a poco, la BBC se fue dando cuenta de que (...) su situación era inaceptable a corto y largo plazo. (...) La verdad resultó ser tan amarga como ineludible. La BBC tenía que competir.
- "Una vez aceptado el hecho, la BBC dedicó su atención con todo vigor a incrementar su nivel de audiencia. La planificación de horarios adquirió importancia vital. Artistas y realizadores, repudiados pocos años antes por la BBC, fueron contratados de nuevo, siempre que fuera posible. Fueron tiempos duros para la BBC".
197. Paradójicamente, el mismo consorcio televisivo privado mexicano Televisa, S.A., en el folleto promocional citado con anterioridad, parece concordar con esta tesis cuando, en su apología de

la programación de los canales de la empresa, manifiesta que en el diseño de la misma "se toman en cuenta las actividades de la televisión gubernamental (...) de forma tal que no se plantea el problema de la 'competencia' sino el de un mejor servicio a la comunidad" (Televisa, s/f).

198. "Frente al rápido aumento de las horas globales de transmisión que impone un aumento paralelo de la disponibilidad de programas, y frente a los mecanismos de la competencia que imponen una calidad distinta de los programas y una lógica de la programación diferente (es decir, reorientada a ob tener altos índices de audiencia), las televisiones europeas afectadas por estos cambios no han logrado contestar con la fuerza y la capacidad productiva propias.
- "Hasta cuando funcionó el modelo de televisión pública tradicional, las televisiones europeas han operado en condiciones absolutamente protegidas. La producción y la difusión eran reguladas por un mismo centro. La cantidad y la calidad de los programas necesarios a la programación se adaptaban fácilmente a los recursos financieros disponibles y las televisiones públicas estaban en condiciones de realizar los fines institucionales propios. La publicidad, donde era permitida, contribuía al financiamiento de la televisión como recurso complementario y no determinante. Las condiciones de monopolio y la ausencia de cualquier lógica de competencia interna o externa a ellos habían favorecido el fin de realizar una televisión diversificada, creativa, 'de calidad', basada en la producción de partes únicas, de obras de autor, una producción de tipo artesanal y una televisión que se basa sobre recursos, capacidades y características fuertemente nacionales.
- "Mientras tanto, las nuevas condiciones en las cuales muchas televisiones se encontraron durante los últimos años ponen de manifiesto la necesidad de alcanzar una producción de programas nacionales a escala industrial, de tal modo que se llegue a cubrir muchas horas de transmisión cotidianas con costos medios más bajos que los generados por los programas llamados de calidad o de autor, y con un ritmo de realización y una organización comercial que permitan amortizar parte de sus costos en un mercado más amplio del nacional.
- "De faltar estas condiciones, la única alternativa es la de recurrir a los programas realizados en países donde existen potentes industrias audiovisuales, que pueden amortizar gran parte de sus costos de producción en el mercado interno y vender su producción en el mercado internacional a precios mucho más bajos que sus costos reales.
- "En estos casos se trata principalmente de programas concebidos directamente para una programación de tipo comercial y por lo tanto destinada a obtener altos índices de audiencia. Si observamos los grandes países exportadores de programas audiovisuales como son los Estados Unidos, Japón y Brasil, encontramos industrias capaces de realizar producciones del tipo 'serie' audiovisual, sistemas de televisiones con características fuertemente comerciales, formas de integración 'multimedia' y de marketing de sus productos muy desarrollados. Se trata de características que ningún país europeo ni tampoco el mercado europeo fragmentado pueden ofrecer a cada uno de los sistemas de televisión" (Richeri, 1986: 34-36).
199. Con objeto de "preservar la producción europea de programas de televisión frente a la colonización actual que están sufriendo, sobre todo, por parte de los mercados japonés y estadounidense" (Beaumont, 1986: 17), la Comunidad Europea hace ya varios años que lleva proponiendo medidas a través de diversas propuestas de directiva de la Comisión Europea.

200. Jacques Thibau, citado en Costa, 1986: 301.
201. El investigador Gabriel González Molina (1988: 20-21) recuerda que "durante el período de competencia" entre Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, previo a la creación de Televisa, S.A., "la programación televisiva entre los diferentes canales tendía hacia la homogeneidad. (...) el establecimiento de las hojas programáticas estaba básicamente determinado por una revisión de la composición de la agenda de programas de la competencia. Los canales estaban de hecho compitiendo por un auditorio similar y por lo tanto, por un tiempo similar de publicidad, que a fin de cuentas provocaría lo que se consideraría un uso 'económicamente ineficiente' de los espacios de tiempo de la televisión".
202. Así, por ejemplo, en la proliferación de las nuevas tecnologías se quiso ver -se recuerda- "una revolución, cuya consecuencia más inmediata sería la socialización del conocimiento, pero su desarrollo (demostró) cuán equivocadas eran ta les previsiones. "En realidad, la extensión de las nuevas tecnologías de la comunicación no comporta una igualdad de oportunidades para todos ya que la multiplicación de canales y puntos de consumo va indisolublemente unida a la concentración de la producción. Los productos informativos y de las industrias culturales transnacionales encuentran en la multiplicación de redes y terminales un vehículo privilegiado para su difusión, produciendo unos efectos de homogeneización y estandarización cultural en los receptores con consecuencias en los comportamientos sociales que sobrepasan las fronteras" (Prado, 1984: 3).
203. Como plantea la argentina Delia Crovi (1985: 43-44), refiriéndose al caso mexicano, pero en el fondo con tintes extrapolables a una realidad como la española, "una sociedad informatizada tiene actualmente la opción de escoger entre 100 canales de CATV y para 1990, esa opción será de 400, los cuales en cierto sentido cumplen cabalmente con las necesidades de ese tipo de sociedades. Pero, ¿no es acaso un contrasentido la apetencia por el consumo de la moda tecnológica y la búsqueda de status en una sociedad en vías de desarrollo? ¿No resulta acaso un absurdo pensar en disponer simultáneamente con 50 ó 100 programas de TV distintos, además de otros servicios por cable, cuando los problemas del Tercer Mundo de analfabetismo, vivienda, salud, aún están por resolverse? ¿No parece realmente negativo contar con más y más programas de evasión televisiva a domicilio, donde en realidad lo que está haciendo falta es participación, acción, creatividad y no simple observación pasiva?".
204. Efraín Pérez Espino (1977: 96) recuerda que este fenómeno sucedió en México tras la introducción del Estado en la explotación del medio audiovisual: "Desde el momento en que el Gobierno adquirió Canal 13, pretendió dar un giro diferente a la programación insulsa e intrascendente que para ese momento exhibía la estación. Por principio de cuenta, los nuevos directivos le impusieron el mote de 'Televisión Cultural de México' y comenzaron a incluir series de teatro histórico, conciertos de música clásica, programas en vivo sobre tópicos políticos, económicos y sociales, y, noticieros con marcados fines propagandísticos gubernamentales. "Sin embargo, debido a las características de sus operaciones, eminente-

mente comerciales, muy pronto se vió la necesidad, si quería obtenerse un buen lugar en el rating y, consecuentemente, un buen acopio de ventas de tiempo, de orientar la programación hacia programas más comunes y de mayor penetración popular. De esta manera se comenzó a transmitir películas mexicanas, de fechas recientes (en comparación con las exhibidas en los canales de Televisa), a transmitir series musicales filmadas y en vivo y a recurrir a la transmisión a control remoto de eventos deportivos de todo tipo".

205. "Durante muchos años, la BBC ha disfrutado de la libertad necesaria para complacer los gustos de grupos y audiencias minoritarias. En los primeros tiempos de la televisión de la BBC había un programa en el que eminentes arqueólogos examinaban de forma amena, en una serie de discusiones, diversos objetos expuestos en los museos. La BBC se enorgullece de que, como resultado directo de este programa, que duró mucho tiempo, el número de miembros de las sociedades arqueológicas británicas se multiplicara por veinte en muy pocos años. Espero que esos nuevos miembros pasen más tiempo excavando y menos viendo televisión. Existen casos análogos en otros campos de la actividad cultural, lo que nos podría llevar a la tentación de sugerir que el éxito de la televisión de servicio público estriba en disminuir, más que en incrementar, la audiencia. Si como resultado de los programas musicales, el público dedica más tiempo a ir a los conciertos o a aprender música, y menos a escuchar o ver programas, desde nuestro punto de vista lo consideraríamos un éxito y no un fracaso. No sería éste el caso de los patrocinadores comerciales.
- "El hecho de no tener la obligación de conseguir siempre elevar al máximo nuestra audiencia, permite un planteamiento más emprendedor de la televisión" (Hoban, 1982: 48).
206. Idénticas aseveraciones pueden realizarse cuando esta libertad de elegir tiene por objeto el campo de las ideas:
- "La privatización supone, efectivamente, la multiplicación de canales, pero esta pluralidad no comporta mecánicamente mayor pluralismo. El pluralismo vendrá determinado por la práctica comunicativa y por la capacidad que demuestren los nuevos canales de dar espacios a todos los sectores sociales, incluidos los minoritarios. En definitiva el pluralismo real que sólo puede garantizarse mediante el acceso de los grupos sociales y la participación de los públicos.
- "El derecho pluralista al acceso no puede reducirse a la capacidad del público de cambiar de canal, debe representar la posibilidad de influir en la configuración de la programación, en mantener una relación interactiva entre el emisor y el público capaz de influir en el desarrollo de los programas, además del básico derecho de réplica.
- "(...) Si la multiplicación de canales no lleva pareja una multiplicación de la capacidad de producción, el pluralismo se queda simplemente en pluralidad y el público tiene efectivamente la posibilidad de elegir entre varias ofertas para ver esencialmente más de lo mismo" (Prado, 1986: 180 y 181).
207. Boletín Oficial del Estado, suplemento al núm. 95, 21 de abril de 1982, pág. 12.
208. El artículo 20.1. dice:
- "Se reconocen y protegen los derechos: a) a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier medio de reproducción, y d) a comunicar o recibir información veraz por cualquier medio de difusión".

209. Como señalará su portavoz, Javier Solana, la fijación del número se hace "al menos con carácter inicial", pues para poder "avanzar hacia más número de canales, habría que hacer grandes inversiones".
Diario 16, 4 de abril de 1987.
210. Comentarios de "una fuente socialista". En El País, 20 de marzo de 1987, pág. 15.
El Gobierno pretende así no haber echado en saco roto los argumentos esgrimidos tradicionalmente por los opositores a la televisión privada en el sentido de que la implantación de la misma no asegura el servicio de áreas cuya población no dispone de un determinado poder adquisitivo (pues los particulares buscan una rentabilidad que sólo la eficacia publicitaria puede ofrecer); o de que su funcionamiento acentúa el centralismo del país y agrava las diferencias ciudad/campo.
211. Ibíd.
212. El País, 15 de abril de 1988, pág. 7.
213. Las sociedades anónimas concesionarias, dice el artículo 18.3., "deberán tener la nacionalidad española y estar domiciliadas en España", pero ello se hará "sin perjuicio de lo previsto en el Derecho comunitario europeo".
En efecto, "según los términos del acuerdo de adhesión a la Comunidad Económica Europea, existe la posibilidad de libre circulación de capitales y libre circulación de empresas en todos los países de la Comunidad. Por lo tanto, es posible la entrada de capital europeo de países de la Comunidad en sociedades de estas características" (Declaraciones del portavoz del Gobierno y ministro de Cultura, Javier Solana, durante la explicación del proyecto de ley de la televisión privada. En Diario 16, 4 de abril de 1987).
214. El País, 7 de diciembre de 1987, pág. 16.
215. El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 27 de abril de 1987, pág. 13.
216. Comparecencia en el Congreso ante la comisión de control parlamentario del Ente Público, el 29 de junio de 1987. En El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 6 de julio de 1987.
217. El 15 de abril de 1988, el cotidiano Diario 16 publicó un editorial sobre el tema con el título de "Una ley que sólo gusta al PSOE" (pág. 3).
218. Desde finales de 1980 hasta principios de 1982, por ejemplo, habían sido solicitadas alrededor de treinta emisoras privadas de televisión (El País, 2 de abril de 1982).
219. De los diez grupos de comunicación que en algún momento desde 1985 habían expresado su intención de concurrir a las concesiones, tan sólo tres mostraron interés por continuar tras la aprobación de la Ley de Televisión Privada (El País, 15 de abril de 1988, pág. 1): Univisión, Antena 3 Televisión y la Sociedad de Estudios de Televisión Independiente.
220. El País, 2 de abril de 1982.

221. El País, 15 de abril de 1988.
222. Ibíd., 14 de abril de 1988, pág. 23.
223. La Nueva España, 4 de abril de 1987, pág. 22.
224. El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 13 de octubre de 1986, pág. 16.
225. El Independiente, 9 de abril de 1988, pág. 45.
226. La Nueva España, 4 de abril de 1987, pág. 22.
227. Según hizo público el 25 de febrero de ese año en París Paul Quiles, presidente del grupo Medias Presse Communication, que pasó a controlar el periódico (El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 2 de marzo de 1987, pág. 16).
228. La Nueva España, 4 de abril de 1987, pág. 22, citando un despacho de la agencia EFE.
229. El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, 2 de marzo de 1987, pág. 17.
230. Ibíd., 4 de febrero de 1985, pág. 17.
231. Ibíd., 15 de abril de 1988, pág. 15.
232. Recogido por el diario La Voz de Galicia, el 7 de abril de 1987, pág. 62.
233. La Nueva España, 4 de abril de 1987, pág. 22.
234. El proceso de formación y recomposición de estos grupos es tan dinámico y cambiante, los vaivenes de las negociaciones se suceden con tal rapidez, que para mayo de 1989 -mientras afinábamos los últimos detalles de este trabajo- la enumeración aquí realizada había variado sensiblemente.
- Según informaba la agencia EFE -y publicaba el cotidiano El Norte en su edición del 13 de mayo-, para esa fecha habían presentado la documentación preceptiva dos grupos: Antena 3 TV y Canal Plus, y anunciado su presentación, pero sin haber formalizado aún su solicitud, otros tres: Univisión, Canal 1, Telecinco y Canal C. Univisión, Canal 1 aparecía para entonces promovida todavía por el grupo español Zeta, pero aliada ya con el australiano nacionalizado estadounidense y afincado en el Reino Unido Rupert Murdoch, el cual a través de la compañía "News International PLC" acababa de obtener la autorización del Gobierno español para participar con un capital del 25 por ciento en la sociedad peticionaria.
- Telecinco era el nombre de la nueva empresa formada por el grupo editorial Anaya -anteriormente integrado en Antena 3 Televisión- y la Organización Nacional de Ciegos (ONCE). La sociedad propietaria de la misma, "Gestevisión, S.A.", contaba entre sus accionistas principales al también magnate de los medios de comunicación europeos Silvio Berlusconi -que en un principio había expresado su intención de entrar en España como productor, pero no como socio de una empresa televisiva-, y que había obtenido también la aprobación gubernamental para invertir a través de la firma "Reti Televisione Italiana SPA" doscientos cincuenta

millones de pesetas, o lo que es igual, el 25 por ciento del capital de la nueva sociedad.
En cuanto a Canal C, lo respaldaban y promovían 25 empresarios catalanes.

235. Términos con los que se planteaba esta problemática, en 1977, el comité para el futuro de la radiodifusión en Gran Bretaña que redactó lo que se conoce como el "Informe Annan".
236. El País, 14 de diciembre de 1987, pág. 18.
237. "Para la puesta en marcha de los terceros canales se requería por el Estatuto de RTV: primero, que se extendiese la cobertura técnica de las dos cadenas a todo el territorio nacional (disposición adicional 4ª); y segundo, que se autorizase al Gobierno para su concesión por ley de las Cortes (art. 2.2.). En cuanto al primer aspecto, a pesar del esfuerzo realizado por TVE en 1982, existen aún zonas de sombra, por lo que los técnicos consideran que no se ha cumplido la condición relativa a la cobertura de todo el territorio español.
"Sí se ha satisfecho, por el contrario, el requisito del artículo 2.2. del Estatuto con la ley 46/1983 de 26 de diciembre" (Chinchilla, 1988: 180-181). Esta última Ley prevé que "el Estado proporcionará a cada comunidad autónoma la infraestructura técnica de una red para la difusión" del tercer canal.
238. Crítica de Luis Ramallo, portavoz de Alianza Popular. En Diario 16, 13 de mayo de 1987, pág. 8.
239. "Este concepto (...) engloba (...) desde la participación del público en la gestión de los sistemas de comunicación electrónicos y en la elaboración de los programas y la capacidad de elegir entre diversos tipos de emisiones o de dialogar realmente con los productores, hasta la contribución de los medios a la 'educación permanente', sobre todo a nivel local". Berrigan, 1977. Texto reseñado por Ramón Puig de la Bellacasa en Mensaje y Medios, núm. 4, Madrid: IORTV, julio de 1978, págs. 105 y 106.
240. Es precisamente basándose en este principio de que el legislador podrá establecer un "standard mínimo", pero sólo mínimo, de pluralismo en el sector privado, que la remisión en bloque que la ley de televisión privada, en su artículo 3, ha hecho al artículo 4 del Estatuto de RTV (precepto éste que contiene los principios que deben inspirar el ejercicio de esta actividad), ha recibido fuertes críticas por quienes consideran que la misma es un claro ejemplo de intervencionismo.
241. Conclusiones de una mesa redonda sobre audiencias de televisión celebrada en el marco del cuarto seminario de la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO), celebrada en Sitges, Barcelona, del 3 al 5 de febrero de 1988. En Campaña, núm. 320, 16-29 de febrero de 1988.
242. Pilar Miró anunciaba, por ejemplo, en 1986 un saldo positivo de 6.922 millones de pesetas.

REFERENCIAS

- AMANN ESCOBAR, Ricardo (1981) *La industria cultural en las relaciones hispano-mexicanas*, Perpignan (Francia), Tesis doctoral, I.E.M. (mecanografiado).
 _____ (s/f) "La información televisada, ¿reflejo o causa de la socialización?", Ensayo presentado al concurso de oposición de la materia Técnicas de Información por TV.
- ANNAN Informe (1977) *Report of the Committee on the future of broadcasting*, Londres: Her Majesty's Stationery Office, 522 pp.
- ANTENA 3 (1982) *Las razones de la televisión privada*, Madrid: Antena 3.
- ARREDONDO, Pablo y E. SANCHEZ RUIZ (1986) *Comunicación social, poder y democracia en México*, Guadalajara (México): Universidad de Guadalajara, 214 pp.
- BAGDIKIAN, Ben H. (1986) *El monopolio de los medios de difusión*, México: F.C.E., 250 pp.
- BAON RAMIREZ, Rogelio (1986) "Una televisión gubernamentalizada" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.) *La televisión en España mañana*, Madrid: Siglo XXI/Ente Público Radiotelevisión Madrid (pp. 89/109).
- BARRASA, Gabriel (1986) "Condicionamientos y posibilidades de la tecnología para la televisión española" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.) *La televisión en España mañana*, Madrid: Siglo XXI/ Ente Público Radiotelevisión Madrid (pp.283/310).
- BBC (s/f) "Datos sobre la BBC", Folleto informativo, Londres: BBC External services, 14 pp.
- BEAUMONT, José F. (1983a) "Profundas transformaciones en la radio española/1. Aumenta la audiencia de las emisoras de frecuencia modulada en perjuicio de las cadenas de onda media". El País, septiembre 15 (p.58).
 _____ (1983b) "Profunda transformación en la radio española /y 2. La lucha por la audiencia obliga a las emisoras a una reconversión técnica y de programación", El País, septiembre 16.
 _____ (1986) "La CE quiere proteger la producción televisiva europea", El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, octubre 13 (p.17).
- BELLINGHAUSEN, Hermann (1987) "La televisión que nos vive", El Cotidiano, Núm. 18, Julio/agosto (pp. 211/212), México: UAM/ Azcapotzalco.
- BENEDETTI, Mario (1984) "Crónica de sueños no cumplidos", El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, abril 23 (p. 9).
- BERNAL SAHAGUN, Víctor M. (1983) *Anatomía de la publicidad en México*, México: Nuestro Tiempo, Col Temas de Actualidad, 6^a ed., 249 pp.
- BERRIGAN, Frances J. (1977) *L' accès a la communication. Quelques modèles occidentaux de media communitaires*, París: UNESCO, 263 pp.
- BERTRAND, Claude Jean (1982) "La radiodifusión en los años 80" en AAVV *Televisión pública. Televisión privada*, Pamplona: EUNSA, (pp. 15/35).
- BUNGE, Mario (1984) "La información, ¿bien cultural o mercancía?", El País, abril 23 (p. 10).
- BUSTAMANTE, Enrique (1986a) "Riesgos nacionales, retos internacionales" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.) *La televisión en España mañana*, Madrid: Siglo XXI/ Ente Público Radiotelevisión Madrid (pp 251/281).
 _____ (1986b) "Conclusiones", *op. cit.* (pp. 321/331).

- CARMONA, Fernando (1972) "El subdesarrollo y la 'apertura educativa'" en Reforma educativa y 'apertura democrática', México: Nuestro Tiempo.
- CARRILLO LAVAT, Armando Antonio (1980) La política de comunicación de canal trece de televisión de México, México D.F., Tesis de Licenciatura, U.N.A.M., 115 pp.
- CASAS, Enrique de las (1986) "Televisión privada: modelos posibles y deseables" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.) La televisión en España mañana, Madrid: Siglo XXI/ Ente Público Radiotelevisión Madrid (pp. 129/145).
- CIPRIANI, Ivano (1982) La televisión, Barcelona: Ediciones del Serbal, 166 pp.
- CLAUDIN, Fernando (1986) "Prólogo" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.) op.cit. (pp. 13/15).
- COMISIONES OBRERAS (1983) "Televisión privada...¿Para quién?", Folleto La hoja. Núm. 57. noviembre 8, Madrid: Comisiones Obreras de RTVE.
- CONTRERAS, José Miguel (1984) "La radio comercial en F.M." en Emilio Prado (coord.) La FM en el marco general del impacto de las nuevas tecnologías en la vida cultural española, Ponencia presentada en Madrid en el Encuentro Las Nuevas Tecnologías en la Vida Cultural Española, Ministerio de Cultura, junio 11 al 13 (pp. 31/63; mimeografiado).
- _____ (1987) "Canal 10 sólo atenderá a hogares situados en grandes aglomeraciones urbanas", El País.
- COSTA, Pere Oriol (1986) La crisis de la televisión pública, Barcelona: Paidós Comunicación. Núm. 23, 379 pp.
- CREMOUX, Raúl (1974) ¿Televisión o prisión electrónica?, México: F.C.E. Col. Archivo del Fondo, Núm 12.
- _____ (1982) La legislación mexicana en radio y televisión, México: U.A.M./Xochimilco, 191 pp.
- CRESCO DE LARA, Pedro (1983) "El Gobierno tropieza en Coria con la televisión libre". El País, abril 15.
- CRICK, Jenny (1982) "La Independent Broadcasting Authority" en AAVV Televisión pública. Televisión privada, Pamplona: EUNSA, (pp. 53/ 63).
- CROVI DRUETTA, Delia María (1985) La televisión por cable, México, 54 pp. (documento sin publicar).
- CHASQUI (Revista Latinoamericana de Comunicación), "Políticas nacionales de comunicación", abril/mayo/ junio, Quito: CIESPAL
- CHINCHILLA MARIN, Carmen (1988) La radiotelevisión como servicio público esencial. Prólogo de Eduardo García de Enterría, Madrid: Tecnos, 228 pp.
- CHOMSKY, Noam (1983) La segunda guerra fría (crítica de la política exterior norteamericana, sus mitos y su propaganda), Barcelona: Crítica, Grupo Editorial Grijalbo, 324 pp.
- DEBBASCH, Charles (1969) Le droit de la radio et de la télévision, París: P.U.F.
- DEBRAY, Régis (1969) Le pouvoir intellectuel en France, París: Editions Ramsay.
- DIEZ, Anabel (1987) "La oposición bloquea las 'mejoras' a la ley de televisión privada", El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, diciembre 14 (p.17).
- ERAUSKIN, Manuel Alonso (1986) "Algunas falacias de la televisión privada" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp. 174/178).

- ESTEINOU MADRID, Javier (1983) **Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía**, México: CEESTEM/ Nueva Imagen, 223 pp.
- FANG, Irving E. (1977) **Noticias por televisión**, Buenos Aires: Ediciones Marymar, 493 pp.
- FAUS, Angel (1978) "La comunicación radiofónica", Resumen de seminario con este título por Andreu Castells en Mensaje y medios, Núm. 4, julio (pp. 120/127), Madrid: IORTV.
- FERNANDEZ CHRISTENSEN, Fátima (1984) **Los medios de difusión masiva en México**, México, D.F.: Juan Pablos Editor, 2ª ed., 330 pp.
- FERNANDEZ-SHAW, Félix (1978) **Organización internacional de las telecomunicaciones y de la radiodifusión**, Madrid: Tecnos, Col. Semilla y Surco.
- FLICHY, Patrice (1980) **Les industries de l'imaginaire. Pour une analyse économique des media**, Grenoble (Francia): Presses Universitaires de Grenoble / Institut National de l'Audiovisuel.
- FRANQUET, Rosa (1984) "Las radios libres" en Emilio Prado (coord.) **La FM en el marco general del impacto de las nuevas tecnologías en la vida cultural española**, Ponencia presentada en Madrid en el Encuentro Las Nuevas Tecnologías en la Vida Cultural Española, Ministerio de Cultura, junio 11 al 13 (pp. 167/207; mimeografiado).
- GENIS, Joaquim (1987) "TV privada 'made in Elche'", El País, octubre (p.15).
- GONZALEZ CASANOVA, Pablo (1984) "Los pies de Greta Garbo o la cultura de la deshonesta polémica", Nexos, abril (pp. 45/50).
- GONZALEZ MOLINA, Gabriel (1987) "Televisa: ¿Un patrón de transmisión emergiendo en el mundo en desarrollo?", La pluma del Jaguar, vol 2, Núm. 13, febrero, suplemento 11 pp., Puebla (México): U.D.L.A.
- _____ (1988) "Noticieros televisivos de la televisión comercial en México; Los imperativos del raciocinio corporativo", "Estudios sobre la cultura contemporánea", Núm. 2, vol. 1, (pp. 7/ 52). Programa Universidad de Colima (México).
- GOROSTIAGA, Eduardo (1976) **La radiotelevisión en España (Aspectos jurídicos y derecho positivo)**, Pamplona: EUNSA, 527 pp.
- _____ (1978) "RTVE bajo control parlamentario", Mensaje y medios, Núm. 2, enero, Madrid: IORTV.
- _____ (1979a) "¿Televisión privada en España?", El Ciervo, Núm. 338, abril, Barcelona.
- _____ (1979b) "¿Televisión privada en España?", Reseña del artículo con este título en Mensaje y medios, Núm. 8 julio (pp. 118/119), Madrid: IORTV.
- GRANADOS CHAPA, Miguel Angel (1982) "Plaza pública", Uno más Uno, junio 7 (p.3).
- _____ (1986) **Comunicación y política**, México: Ediciones Océano, S.A., 193pp.
- GROSCORS, Guido (1986) "A propósito de la histórica Reunión de San José. Las políticas de comunicación en América Latina: Diez años después", Boletín FELAFACS, Núm. 15, septiembre (pp. 29/34).
- GUTIERREZ ESPADA, Luis (1982) "Televisión Española (TVE)" en AVV Televisión pública. Televisión privada, Pamplona: EUNSA, (pp. 151/159).
- HERMIDA, Jesús (1979) "¿Es el sistema norteamericano un modelo para copiar o ... para evitar? Televisión, la (super) máquina de imprimir (super) dinero", Mensaje y medios, Núm. 7, abril (pp. 81/90), Madrid: IORTV.
- HILLS, George (1983) **Los informativos en radiotelevisión**, Madrid: IORTV, 2ª ed., 155 pp.

- HOBAN, John (1982) "La British Broadcasting Corporation (BBC)" en AAVV Televisión pública. Televisión privada, Pamplona: EUNSA (pp. 39/51).
- HUGHES, Tony (1981) "La radiodifusión como servicio público: Un análisis de la BBC", 12 pp. (mimeografiado).
- IBÁÑEZ, Juan G. (1987) "El Gobierno concederá tres canales de televisión privada, que inicialmente no cubrirán toda España", El País, marzo 20 (p.15).
- IGLESIAS, Ricardo (1984) "Una ley por corazonada", Perfil, Núm.2, enero (pp.21/22).
- JIMENEZ DE PARGA, Manuel (1982) "Antena 3" en AAVV Televisión pública. Televisión privada, Pamplona: EUNSA (pp. 161/171).
- JIMENEZ LOZANO, José (1984) "Orwell, el poeta y el dedo", El País, Panorama semanal, Edición internacional, abril 9 (p.10).
- KIDDER, Rushworth M. (1986) "El impacto de la cultura del video", Facetas, Núm. 2.
- KINDELAN, Antonio (1986) "Criterios para una televisión integradora" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp. 169/173).
- LEBOSO, Osvaldo (1988) "Satélites, Comunitarios, Cable, Híbridos...:La TV de Mañana Mismo", Algo 2000, principios de año (pp. 42/51).
- LENIN, Vladimir I. (1973) Obras escogidas, tomo V, Buenos Aires: Cartago.
- LOPEZ, Antonio (1986) "Por un nuevo modelo de televisión pública" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp. 69/87).
- LOPEZ CASAS, José Antonio (1986) "Los cuatro enemigos de la TV autonómica" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp.241/243).
- LOPEZ GUERRA, Luis (1972) Cuadernos para el diálogo, Núm. extra XXXI, julio, Madrid.
- LOPEZ NARVAEZ, Frolylán M. (1985) "Medios locos" Proceso, Núm. 444, mayo 6 (p.23).
- LOZOYA, Jorge Alberto (1974) "La TV estatal en México: notas sobre un intento" en La vida política en México 1970/1973, Revista del Centro de Estudios Internacionales, Colegio de México (pp.157/178).
- MARIN, Carlos (1985) "El Estado integra su red Imevisión, alternativa ante Televisa", Proceso, Núm. 444, mayo 6 (pp. 46/49).
- MARTINEZ, Manuel (1983) "El gobernador civil de Toledo prohíbe la experiencia de televisión comunal de un pueblo de la provincia", El País, noviembre 14 (p. 58).
- MARTINEZ ALBERTOS, José Luis (1982) "La televisión en España" en AAVV Televisión pública. Televisión privada, Pamplona: EUNSA (pp. 139/149).
- MARTINEZ REVERTE, Jorge (1986a) "Introducción" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp 17/20).
- _____ (1986b) "Las razones de la televisión madrileña" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp. 209/225).
- MARTINEZ VEGA, J.A. (1987) "Los aspirantes a un canal denuncian el exceso de intervencionismo del Gobierno", Ya, abril 4 (p. 3).
- MATTELART, Armand (1983) "Interrogantes claves sobre los actuales sistemas televisivos" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp. 39/52).
- MATTELART, Armand y Jean Marie-PIEMME (1980) Télévision: Enjeux sans frontières (industries culturelles et politique de la communication, Grenoble (Francia): Presses Universitaires de Grenoble.
- _____ (1981) La televisión alternativa, Barcelona: Anagrama, Cuadernos Núm. 163, Serie Comunicación, 127 pp.

- MC BRIDE, et al (1980) Un solo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo, México: F.C.E./ UNESCO, 263 pp.
- MEJIA BARQUERA, Fernando (1981) La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (Orígenes y desarrollo), México, Tesis, U.N.A.M., 909 pp. (mimeografiado).
- _____ (1985) "50 años de televisión comercial en México (1934/1984). Cronología" en Raúl Trejo Delarbre (coord.) Televisa, el quinto poder, México: Claves Latinoamericanas (pp. 19/39).
- MELLADO, Miguel Angel y Marisa PERALES (1987) "Guerra impulsa la TV privada que Calviño lanzará desde Londres", Tiempo, noviembre 16 (pp. 24/26).
- MENSAJE Y MEDIOS (1981) "Televisión del futuro", Núm 9, cuarto trimestre (pp. 75/81), Madrid: IORTV.
- MERINO SANZ, Pedro (1986) "A los publicitarios nos importa la televisión pública o privada" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.). op. cit. (pp 58/61).
- MOLINA I COMPTE, Caterina (1982) "RTVE, Radiotelevisión Española..." en Ivano Cipriani La televisión, Barcelona: Ediciones del Serbal (pp.27/55).
- MORA, Marimont (1987) "Las televisiones europeas temen la competencia de nuevos canales privados", Tiempo, noviembre 9 (pp. 236/ 237).
- MORAGAS SPA, Miquel de (1981) "Autonomía i Mitjans de comunicació" en AAVV Televisió i política comunicativa a Catalunya, Barcelona: Diputació de Barcelona.
- _____ (1986) "Necesitamos una política nacional de comunicación" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp. 53/57).
- MUSACCHIO, Humberto (1982) "La información en el mundo moderno, una de las claves del poder, dice la UNESCO", Uno más Uno, noviembre 25 (p.20).
- NAMUROIS, Albert (1972) Structures et organisation de la radiotélévision dans le cadre des radiocommunications, Ginebra: Unión Européenne de Radiodiffusion.
- NIETO, Alfonso y José TALLON (1973) "Aspectos empresariales de la televisión", Nuestro Tiempo, marzo (pp.5/36), Pamplona.
- NIETO TAMARGO, Alfonso (1982) "Acto de clausura de las VI Jornadas de Estudio para antiguos alumnos" en AAVV Televisión pública. Televisión privada, Pamplona: EUNSA (pp. 187/192).
- OBRADORS, Albert (1983) "Un pueblo catalán ha instalado el primer sistema de televisión por cable en España", El País, agosto 14.
- ORDUZ LEON, Alvaro (1984) "El publicista en el mundo de las palabras", Perfil, Núm. 3, febrero/marzo (pp. 5/6), México: Ediciones de Comunicación, S.A. de C.V.
- PARDO, Fernando (1984) "Radio en F.M. - Aspectos tecnológicos" en Emilio Prado (coord) La FM en el marco general del impacto de las nuevas tecnologías en la vida cultural española, Ponencia presentada en Madrid en el Encuentro Las Nuevas Tecnologías en la Vida Cultural Española, Ministerio de Cultura, junio 11 al 13 (pp. 6/29 ; mimeografiado).
- PASARON, Juan (1983) "La televisión clandestina Onda Blúmini inauguró sus emisiones desde Mallorca", El País, julio 16 (p 42).
- PELAEZ, Joaquín (1982) "La S.E.R." en AAVV Televisión pública. Televisión privada, Pamplona: EUNSA (pp. 173/178).
- PEREYRA, Carlos (1979) "La comunicación, negocio privado", Proceso, Núm. 139, julio 2 (pp. 34/35), México.

- PEREZ ALCALA, Fernando (1983) "Información: base y contenido de la democracia", Comunicación social, Núm. 4 (Información, cultura y recreación /vol 1/), julio, México: Foro de Consulta Popular de Comunicación Social.
- PEREZ ESPINO, Efraín (1977) El monopolio de la televisión comercial en México (una aproximación al grupo Televisa), México, Tesis de Licenciatura, U.N.A.M., 115 pp. (mimeografiado).
- _____ (1979) "El monopolio de la televisión comercial en México (El caso Televisa)", Revista Mexicana de Sociología, Vol. XLI, Núm. 4, octubre/diciembre (pp. 1435/1468).
- _____ (1986) Los motivos de Televisa. Los orígenes del proyecto cultural de XEQ Canal 9, México, Tesis de Maestría, U.N.A.M., 164 pp. (mimeografiado).
- PEREZ ORNIA, J.R. (1982) "Italia: la ruptura del monopolio y la confrontación entre las televisiones privadas y la pública", El País, diciembre 28 (p.46).
- _____ (1983) Los monopolios de televisión están desfasados y no favorecen el pluralismo, según defensores de cadenas privadas", El País, octubre 8.
- PERI ROSSI, Cristina (1984) "Dos ciudades, dos Estados", El País, Panorama Semanal, Edición Internacional, abril 30 (p.9).
- PIEMME, Jean-Marie (1980) La televisión: un medio en cuestión, Barcelona: Fontanella, 173 pp.
- PILATI, Antonio (1983) "Publicidad, consumo y sistemas televisivos en la Europa de los años 80" en G. Richeri (ed.) La televisión: entre servicio público y negocio (Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental), Barcelona: Gustavo Gili Mass Media (pp. 123/ 138).
- PRADO, Emilio (1984) "Consecuencias culturales de la implantación de las nuevas tecnologías de la comunicación" en Emilio Prado (coord.) La FM en el marco general del impacto de las nuevas tecnologías en la vida cultural española. Ponencia presentada en Madrid en el Encuentro Las Nuevas Tecnologías en la Vida Cultural Española, Ministerio de Cultura, junio 11 al 13 (pp. 1 al 5; mecanografiado).
- _____ (1986) "Garantizar la participación y el pluralismo" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp. 179/ 182).
- RELAÑO, Alfredo (1983) "El pueblo sevillano de Peñafior cuenta con televisión privada", El País, octubre 13 (p. 58).
- RICHERI, Giuseppe /comp/ (1981) Il video negli anni 80, Bari (Italia): De Donatto ed. (1983) La televisión: entre servicio público y negocio (Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental), Barcelona: Gustavo Gili Mass Media, 492 págs.
- _____ (1986) "Crisis de televisión pública y nuevas tendencias en los sistemas europeos" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp.23/38).
- RONCAGLIOLO, Rafael (1982) El NOMIC: Comunicación y poder, Chasqui (Revista Latinoamericana de Comunicación), abril/mayo/junio (pp. 32/39), Quito: CIESPAL.
- ROTHSCHUH VILLANUEVA, Guillermo (1984) Las políticas nacionales y las nuevas tecnologías de comunicación, México, D.F.: La Brújula, 126 pp.
- SABIDO, Miguel (1976) "Televisión: El modelo mexicano (primera parte), Ponencia presentada en la reunión del Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales del Partido Revolucionario Institucional (IEPES) celebrada en La Paz, Baja California, el 2 de junio. En Cuadernos, Núm. 1, Dirección de Estudios de la Comunicación Televisa.

- SCHILLER, Herbert I. (1977) Comunicación de masas e imperialismo yanqui, Barcelona: Gustavo Gili, Col. Punto y Línea, 2^a ed., 174 pp.
- _____ (1983) "La comunicación sigue al capital" en G. Richeri (ed.) La televisión: entre servicio público y negocio (Estudio sobre la transformación televisiva en Europa Occidental). Barcelona: Gustavo Gili Mass Media (pp. 51/70).
- SCHWARZKOPF, Dietrich (1978) "Televisión y formación de opinión", Mensaje y medios, Núm 3, abril (pp. 5/10), Madrid: IORTV.
- SIEBERT, S. Fred; T. PETERSON y W. SCHRAMM (1956) Four theories of the press, Urbana: University of Illinois Press.
- SIMPSON, Máximo (1983) " El privilegio de cambiar de canal", Uno más Uno, mayo 19 (p. 22).
- SMYTHE, Dallas W. (1983) "Las comunicaciones: 'Agujero negro' del marxismo occidental" en G. Richeri (ed.) La televisión: entre servicio público y negocio (Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental) Barcelona: Gustavo Gili Mass Media (pp. 71/103).
- TAUFIC, Camilo (1976) Periodismo y lucha de clases, Madrid: Akal Editor, 227 pp.
- TELEVISIA, S.A. s/f, Folleto promocional, México: Televisa.
- TOLEDANO, Miguel Angel (1986) "Urge legislar" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp. 316/ 319).
- TORAN, L. Enrique (1982) La información en TV, Barcelona: Mitre, Textos de Periodismo, 141 pp.
- TREJO DELARBRE, Raúl coord. (1985) Televisa, el quinto poder, México: Claves Latinoamericanas, 237 pp.
- VALENZUELA, Encarnación y Sebastián MORENO (1982) "TVE: Una, grande y mala (Las noticias de televisión se convierten en polémica política)", Cambio 16, abril 5 (p.50).
- VAZQUEZ, Elena (1986) "La libertad de antena y su marco legislativo" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp. 147/ 168).
- VAZQUEZ MONTALBAN, Manuel (1985) Historia y comunicación social, Madrid: Alianza Editorial, Libro de Bolsillo Núm. 1120, 267 pp.
- VILLAFÑE, Justo (1986) "Descentralización y servicio público" en Enrique Bustamante y Justo Villafañe (eds.), op. cit. (pp.185/ 207).
- VIUDA, Luis Angel de la (1982) "Tele-Ochenta" en AAVV Televisión pública. Televisión privada, Pamplona: EUNSA (pp. 179/ 185).
- ZABLUDOVSKY, Jacobo (1976) "Televisión: El modelo mexicano (2^a parte)", Ponencia presentada en la reunión del Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales del Partido Revolucionario Institucional (IEPES) celebrada en La Paz, Baja California, el 2 de junio. En Cuadernos, Núm 1, Dirección de Estudios de la Comunicación Televisa.
- ZACCARIA, Roberto (1977) Radiotelevisione e Costituzione, Milán: A Giuffré.
- _____ (1982) "El sistema mixto italiano" en AAVV Televisión pública. Televisión privada, Pamplona: EUNSA (pp. 101/111).
- ZAPATA LOREDO, Fausto (1974) Memoria publicada en ocasión del Primer Congreso Mundial de la Comunicación, Acapulco, Gro.: Televisa, S.A. (pp.420/ 439).

ANEXO

LEY DE TELEVISION PRIVADA

Y

LEY ORGANICA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD
ELECTORAL EN EMISORAS DE TELEVISION PRIVADA

LEY 10/1988, DE 3 DE MAYO, DE TELEVISION PRIVADA

(BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO, NUM. 108, DE 5 DE MAYO DE 1988)

PREAMBULO

La televisión es, en nuestro ordenamiento jurídico y en los términos del artículo 128 de la Constitución, un servicio público esencial, cuya titularidad corresponde al Estado.

Esta configuración de la televisión como servicio público ha recibido el reconocimiento de nuestro Tribunal Constitucional, y puede decirse que representa, asimismo, un principio ampliamente aceptado en el Derecho público europeo, como se recogió en la Conferencia del Consejo de Europa sobre política de comunicación celebrada en Viena. La finalidad de la televisión como tal servicio público ha de ser, ante todo, la de satisfacer el interés de los ciudadanos y la de contribuir al pluralismo informativo, a la formación de una opinión pública libre y a la extensión de la cultura.

La titularidad estatal del servicio público no implica, sin embargo, un régimen de exclusividad o de monopolio, sino que, por el contrario, la gestión del servicio puede ser realizada en forma directa, por el propio Estado, y de una manera indirecta, por los particulares que obtengan la oportuna concesión administrativa.

El Tribunal Constitucional, en sus sentencias número 12, de 31 de marzo de 1982, y número 74, de 7 de diciembre de 1982, declaró que la llamada "televisión privada" no estaba constitucionalmente impedida y que su implantación no era una exigencia jurídico-constitucional, sino una decisión política, que podía adoptarse siempre que, al organizarla, se respetasen los principios de libertad, igualdad y pluralismo.

El Gobierno, de acuerdo con su programa de ampliar al máximo el disfrute y la pluralidad de los medios de comunicación y la difusión de información que a través de ellos se canaliza, ha adoptado la decisión de regular la gestión indirecta de la televisión, de acuerdo con los principios señalados por el Tribunal Constitucional y los que se derivan necesariamente del servicio público esencial.

En concordancia con estos criterios, la Ley sobre Televisión Privada establece que la actividad de las sociedades concesionarias de dicha gestión indirecta

se inspirará en los principios expresados en el artículo 4 de la Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión .

El modelo de televisión privada que se establece en la Ley, es desde el punto de vista geográfico o territorial de cobertura mixta. Es decir: de una parte, se establece que el objeto de las concesiones será la emisión de programas de televisión con una cobertura nacional; pero, de otra parte, se requiere, asimismo, que las concesiones prevean la emisión de programas, por las mismas sociedades concesionarias, con una cobertura limitada a zonas territoriales que se delimitarán en un Plan Técnico Nacional.

En cuanto al número de tales concesiones, la Ley, considerando conjuntamente cálculos de viabilidad económica para las empresas concesionarias, exigencias o limitaciones técnicas hoy existentes y el interés del público por una programación diversificada, ha fijado el número de tres.

Se trata de una ley que quiere estar abierta a futuros cambios o innovaciones tecnológicas. Con esta finalidad se ha previsto un instrumento-el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada- que podrá ser modificado con bastante flexibilidad, y en el que se regularán, en cada momento, las condiciones técnicas para el funcionamiento de la televisión privada.

A fin de asegurar la más estricta igualdad de oportunidades, el otorgamiento de las concesiones se hará mediante el oportuno concurso público que se convocará por acuerdo del Consejo de Ministros.

La naturaleza del servicio público de la televisión, su importancia y el número limitado de las concesiones conlleva que la Ley introduzca un conjunto de normas relativo a las sociedades privadas que han de gestionar dicho servicio, con el objeto de asegurar la solvencia y la transparencia financiera de tales sociedades, así como un ensanchamiento o ampliación del pluralismo informativo a través de su estructura interna.

Uno de los objetivos de la Ley es que, en efecto, la televisión privada sirva para ensanchar las posibilidades del pluralismo informativo en España. De ahí que la Ley se haya inspirado para cumplir tal objetivo en las normas que los ordenamientos jurídicos de otros sistemas democráticos suelen prever para evitar las situaciones contrarias a la libre competencia o que puedan implicar la existencia de oligopolios o el abuso de una posición dominante.

La adjudicación de las concesiones se hará, en todo caso, mediante criterios objetivos, que se especifican pormenorizadamente en el articulado de la Ley.

Por lo que afecta al contenido de la programación, la Ley, siguiendo criterios vigentes entre los países de las Comunidades Europeas, fija unos porcentajes

mínimos de producción, destinados a fomentar la producción y el intercambio de programas en el ámbito de comunicación europeo.

Se determinan, asimismo, los tiempos máximos de emisión que pueden ser destinados a publicidad y, en tanto no haya sido regulada la materia con carácter general, se limita de modo transitorio la publicidad que se refiera al consumo de alcohol, tabaco y cualquier otra sustancia nociva para la salud con los mismos criterios que rigen para la televisión estatal.

En la Ley se establecen, por último, de acuerdo con el principio de legalidad que rige en la materia, las normas correspondientes al régimen de infracciones y sanciones administrativas en el ámbito de la televisión privada.

CAPITULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1

Es objetivo de la presente Ley regular la gestión indirecta del servicio público esencial de la televisión, cuya titularidad corresponde al Estado.

Artículo 2

La gestión indirecta del servicio público de la televisión se realizará por sociedades anónimas, en régimen de concesión administrativa, conforme a lo previsto por la presente Ley.

Artículo 3

La gestión indirecta por parte de las sociedades concesionarias se inspirará en los principios expresados en el artículo cuarto de la Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión.

Artículo 4

1. El objeto de la concesión administrativa será la emisión de programas con una cobertura nacional.
2. La concesión deberá, asimismo, prever la emisión de programas para cada una de las zonas territoriales que se delimiten en el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada.
3. El número de las concesiones será de tres.

Artículo 5

1. El Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada será aprobado, mediante Real Decreto, por el Gobierno.
2. El Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada comprenderá la regulación de las condiciones de carácter técnico que sean necesarias para garantizar la adecuada prestación del servicio y, entre ellas, las siguientes:
 - a) Sistemas de transporte y difusión de señales previstos para la prestación del servicio por parte de las sociedades concesionarias.
 - b) Bandas, canales, frecuencias y potencias reservadas para la emisión de los programas de tales sociedades, así como emplazamientos y diagramas de radiación de los centros emisores y reemisores.
 - c) La delimitación de las zonas territoriales a que se refiere el artículo anterior.

Artículo 6

1. Las concesiones se entenderán sometidas, a efectos exclusivos de la emisión y transporte de las señales, a las eventuales modificaciones de las condiciones técnicas contenidas en el Plan Técnico Nacional de la Televisión.
2. Las concesiones y las sociedades concesionarias estarán sujetas, en todo caso, a los acuerdos internacionales suscritos por España en materia de telecomunicaciones y comunicación social.
3. En ningún supuesto el otorgamiento de una nueva concesión administrativa para la emisión de programas con una cobertura nacional podrá alegarse como alteración del equilibrio económico financiero de las concesiones ya otorgadas, ni dará motivo a indemnización de clase alguna.

Artículo 7

1. Corresponde al Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones el cumplimiento de las siguientes funciones:
 - a) La elaboración y propuesta al Gobierno del Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada, así como de las modificaciones que en dicho Plan se considere oportuno introducir, a cuyo efecto le corresponderán, asimismo, las tareas de seguimiento del Plan.

- b) La contratación y, en su caso, la gestión de los sistemas de transporte y difusión de señales televisivas, en la medida que, de conformidad con el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada hayan de utilizarse para el funcionamiento de las entidades concesionarias.
 - c) El control e inspección de la observancia, por parte de las sociedades concesionarias, de las reglas contenidas en la presente Ley y en sus normas de desarrollo, así como de las condiciones de la concesión.
 - d) Cualquier otra que le sea atribuida por la presente Ley o que, en orden de garantizar un mejor funcionamiento de la televisión privada, le sea encomendada por el Gobierno.
2. A los efectos de cumplir sus funciones, el Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones podrá requerir cuantos datos y documentos estime oportuno de las sociedades concesionarias y de las sociedades accionistas de aquéllas.
- La información así obtenida será confidencial y no podrá ser utilizada para fines distintos a los propios de la Ley.

CAPITULO SEGUNDO

DEL REGIMEN JURIDICO DE LA CONCESION

Artículo 8

1. El otorgamiento de las concesiones para la gestión indirecta del servicio público de la televisión corresponderá al Gobierno mediante el oportuno concurso público.
2. Este concurso público se convocará por acuerdo del Consejo de Ministros, con sujeción a lo dispuesto en la presente Ley y en el Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada al que haya de ajustarse el funcionamiento de las sociedades concesionarias.

Artículo 9

1. La adjudicación por el Gobierno de las concesiones atenderá a los siguientes criterios:
 - a) Necesidad de garantizar una expresión libre y pluralista de ideas y de corrientes de opinión.
 - b) Viabilidad técnica y económica del proyecto atendiendo, entre otros factores, al capital social escriturado y desembolsado y a las previsiones financieras durante todo el período de concesión.

- c) Relación en los proyectos de programación entre la producción nacional, europea comunitaria y extranjera, dándose preferencia a la de expresión originaria española y a la europea comunitaria.
 - d) Capacidad de las sociedades solicitantes para atender las necesidades de programación con una cobertura limitada a cada una de las zonas territoriales a que se refiere el apartado 2 del artículo 4 de la presente Ley.
 - e) Previsiones de las sociedades solicitantes para satisfacer en el conjunto de su programación las diversas demandas y los plurales intereses del público.
2. El Gobierno apreciará en su conjunto las ofertas presentadas y su idoneidad para satisfacer los criterios enunciados en el párrafo anterior. El Gobierno adjudicará las concesiones en favor de las ofertas más ventajosas para el interés público, valorando prioritariamente las garantías ofrecidas por los concurrentes, a fin de salvaguardar la pluralidad de ideas y de corrientes de opinión, así como la necesidad de diversificación de los agentes informativos y el objeto de evitar tanto los abusos de posición dominante como las prácticas restrictivas de la libre competencia.

Artículo 10

En ningún caso podrán ser concesionarias las siguientes sociedades:

- a) Las comprendidas en algunas de las circunstancias previstas en el artículo 9 de la Ley de Contratos del Estado.
- b) Las que no se hallen al corriente de pago de sus obligaciones tributarias o de la Seguridad Social.
- c) Aquellas a las que se hubiere extinguido con anterioridad una concesión como consecuencia de sanción por infracción calificada de muy grave por la presente Ley.
- d) Aquellas cuyos accionistas hubieran sido a su vez, en un porcentaje superior al 10 por 100, accionistas de sociedades concesionarias cuya concesión se hubiese extinguido a consecuencia de sanción por infracción calificada de muy grave por la presente Ley.
- e) Las que sean titulares de otra concesión, así como las que participen mediante acciones o controlen efectivamente otra sociedad concesionaria.

Artículo 11

La concesión se otorgará por un plazo de diez años y podrá ser renovada por el Gobierno sucesivamente por períodos iguales.

Artículo 12

La concesión obliga a la explotación directa del servicio público objeto de la misma y será intransferible.

Artículo 13

Los gastos derivados de la contratación y, en su caso, de la explotación, mantenimiento y reposición de los sistemas de transporte y difusión de señales previstos para el funcionamiento de la televisión privada, serán abonados por las sociedades concesionarias, según tarifas cuya autorización o modificación corresponderá al Gobierno.

Artículo 14

1. Cada una de las sociedades concesionarias estará obligada a emitir programas televisivos durante un mínimo de cuatro horas diarias y treinta y dos semanales. A estos efectos se computarán tanto los programas emitidos con una cobertura nacional como con una cobertura limitada para cada una de las zonas territoriales a que se refiere el apartado 2 del artículo 4 de la presente Ley. En ningún caso la duración diaria de la programación con dicha cobertura limitada podrá exceder la duración diaria de los programas con cobertura nacional.
2. No se considerarán programas televisivos, a los efectos previstos por el apartado anterior, las emisiones meramente repetitivas o las consistentes en imágenes fijas ni los tiempos destinados a la publicidad.
3. La programación emitida deberá respetar los siguientes porcentajes, mínimos y compatibles, de producción:
 - a) El 15 por 100 de producción propia del titular de la concesión.
 - b) El 40 por 100 de producción originaria en países integrantes de las Comunidades Europeas.Asimismo, el 55 por 100 de la programación emitida deberá ser en expresión originaria española.
4. El 40 por 100 de las películas comerciales emitidas en la programación mensual deberá ser de producción originaria en países integrantes de las Comunidades Europeas, y dentro de ella, el 50 por 100 al menos en expresión originaria española. En ningún caso podrán emitirse películas comer-

- ciales hasta transcurridos dos años desde su estreno en España en una sala comercial de exhibición cinematográfica o, si no hubiera sido estrenada en España, hasta transcurridos dos años desde el de su producción, salvo que se hubiera realizado a los solos efectos de su exhibición por televisión, o hubiera sido producida, en un porcentaje superior al 30 por 100 de su coste, por el titular de la correspondiente concesión.
5. El acceso a fuentes internacionales de imagen por parte de las sociedades concesionarias no podrá alterar en ningún caso las condiciones de la concesión.
 6. Los titulares de las concesiones deberán archivar durante un plazo de seis meses, a contar desde la fecha de su primera emisión, todos los programas emitidos por las respectivas emisoras de televisión y registrar los datos relativos a tales programas, así como a su origen y a las peculiaridades de la labor de producción, a efectos de facilitar su inspección por las autoridades competentes y su consulta por los particulares conforme a la regulación general en esta materia.

Artículo 15

La publicidad emitida por los titulares de las concesiones no podrá ser superior al 10 por 100 del total de horas de la programación anual. En ningún caso, el tiempo de emisión destinado a publicidad podrá ser superior a diez minutos dentro de cada hora de programación.

Artículo 16

Las sociedades concesionarias estarán obligadas a difundir, gratuitamente y con indicación de su origen, los comunicados y declaraciones que en cualquier momento y en razón de su interés público el Gobierno estime necesarios.

Artículo 17

1. Las concesiones otorgadas al amparo de la presente Ley se extinguen:
 - a) Por transcurso del plazo de concesión, sin haberse tramitado su renovación .
 - b) Por incumplimiento de los requisitos establecidos por los artículos 18 y 19 de la presente Ley.
 - c) Por declaración de quiebra o de suspensión de pagos, o de acuerdo de disolución de la sociedad concesionaria.
 - d) Por consecuencia de pérdidas que dejen reducido el patrimonio de la sociedad concesionaria a una cantidad inferior a la cifra del capital

- social inicial, a no ser que éste se reintegre en los términos previstos en la Ley de Sociedades Anónimas.
- e) Por no haber iniciado, sin causa justificada, las emisiones dentro del plazo fijado en la concesión.
 - f) Por suspensión injustificada de las emisiones durante más de quince días en el período de un año.
2. El incumplimiento sobrevenido de los límites establecidos en el artículo 19.3 dará lugar a la extinción de la concesión, a menos que, en el plazo de un mes siguiente al requerimiento que la Administración dirija a la sociedad, ésta subsane dicho incumplimiento.
 3. La extinción de la concesión se declarará por acuerdo del Consejo de Ministros, a propuesta del de Transportes, Turismo y Comunicaciones, y dará lugar, en su caso, a la convocatoria de nuevo concurso público.

CAPITULO TERCERO

DE LAS SOCIEDADES CONCESIONARIAS

Artículo 18

1. Las sociedades concesionarias habrán de revestir la forma de sociedades anónimas y tendrán como único y exclusivo objeto social la gestión indirecta del servicio público de la televisión con arreglo a los términos de la concesión. Las acciones de estas sociedades serán nominativas.
2. Las sociedades deberán tener un capital mínimo de mil millones de pesetas, totalmente suscrito y desembolsado, al menos, en un 50 por 100. Al tiempo de otorgarse la concesión, deberá acreditarse haber sido desembolsada la totalidad del capital social.
3. Sin perjuicio de lo previsto en el Derecho comunitario europeo, las sociedades concesionarias deberán tener la nacionalidad española y estar domiciliadas en España.

Artículo 19

1. Sólo podrán ser accionistas de las sociedades concesionarias las personas físicas y aquellas personas jurídicas que revistan la forma de sociedad anónima, siempre que en este caso sus acciones sean nominativas.
2. Ninguna persona física o jurídica podrá ser titular, directa o indirectamente, de acciones en más de una sociedad concesionaria.

3. Ninguna persona física o jurídica podrá ser titular, directa o indirectamente, de más del 25 por 100 del capital de una sociedad concesionaria.
4. La totalidad de las acciones de titularidad de extranjeros no podrá en ningún momento, ni directa ni indirectamente, superar el 25 por 100 del capital de una sociedad concesionaria.

Artículo 20

1. Se crea en el Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones el Registro Especial de Sociedades Concesionarias, de carácter público, y cuya regulación se hará por Real Decreto.
2. En dicho Registro Especial deberán inscribirse la correspondiente concesión y las sociedades concesionarias, mediante la aportación de la correspondiente escritura y estatutos sociales.
3. Cualquier modificación de la escritura o de los estatutos sociales de las sociedades concesionarias habrá de comunicarse al Registro Especial, así como la composición de sus órganos de administración. Tales circunstancias requerirán para su inscripción en el Registro Mercantil haber sido comunicadas previamente al Registro Especial.

Artículo 21

1. Requerirán la previa autorización administrativa todos los actos y negocios jurídicos que impliquen la transmisión, disposición o gravamen de las acciones de las sociedades concesionarias, así como la emisión de obligaciones o de títulos similares.
2. Será requisito constitutivo de los actos y negocios jurídicos mencionados en el apartado anterior su formalización mediante documento autorizado por fedatario público. Ningún fedatario público intervendrá o autorizará documento alguno sin que se acredite la preceptiva autorización administrativa. El acto o negocio jurídico efectuado deberá ser inscrito en el Registro Especial de Sociedades Concesionarias.
3. Las autorizaciones a que se refiere el presente artículo serán acordadas por el Ministro de Transportes, Turismo y Comunicaciones.

Artículo 22

Las sociedades concesionarias deberán someterse a una auditoría externa con una periodicidad anual. Los resultados de cada auditoría serán remitidos por las sociedades concesionarias al Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones.

Artículo 23

A los efectos previstos por la presente Ley, serán considerados supuestos de interposición o de participación indirecta todos aquellos en los que, mediante acuerdos, decisiones o prácticas concertadas, se produzca el resultado del control o dominación efectiva del capital en proporción superior a la autorizada por esta Ley.

CAPITULO CUARTO**DEL REGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES****Artículo 24**

1. Las infracciones de lo previsto en la presente Ley se clasifican en muy graves, graves y leves.
2. Serán infracciones muy graves:
 - a) El incumplimiento de lo previsto en los artículos 3, 10, 20 y 21, que sea imputable a las sociedades concesionarias.
 - b) La violación reiterada de los deberes de programación y de los límites y exigencias de la emisión de publicidad.
 - c) La violación, declarada en resolución firme, de la normativa vigente sobre el derecho al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen, campañas electorales, difusión de sondeos y ejercicio del derecho de rectificación.
 - d) La transmisión de mensajes cifrados, convencionales o de carácter subliminal.
 - e) La reiteración en la producción deliberada de interferencias perjudiciales definidas en acuerdos o convenios internacionales suscritos por España.
 - f) La negativa, resistencia u obstrucción que impida, dificulte o retrase el ejercicio de las facultades de inspección de la Administración previstas en el artículo 7.1c) de esta Ley.
 - g) La comisión de una infracción grave, cuando hubiere sido sancionada, en el plazo de un año, por dos o más infracciones graves o muy graves.
3. Serán infracciones graves:
 - a) La utilización de equipos y aparatos que no cumplan las especificaciones técnicas y condiciones de homologación que reglamentariamente se establezcan o resulten de los acuerdos o convenios internacionales suscritos por España.

- b) La alteración o manipulación reiterada de las características de los equipos o aparatos así como de sus signos de identificación.
 - c) La utilización reiterada de bandas, canales, potencias o sistemas radiantes para cuyo uso no se está facultado.
 - d) La producción de interferencias perjudiciales que impliquen perturbaciones de importancia, en la utilización de frecuencias, salvo que deba considerarse como infracción muy grave conforme a lo previsto en el apartado anterior.
 - e) La emisión de señales de identificación falsas o engañosas.
 - f) El incumplimiento reiterado de las condiciones esenciales de la concesión, salvo que deba considerarse como infracción muy grave conforme a lo previsto en el apartado anterior.
 - g) La comisión de una falta leve, cuando hubiere sido sancionada, en el plazo de un año, por dos o más infracciones leves, graves o muy graves.
4. Serán infracciones leves las acciones u omisiones contrarias a las condiciones de la concesión y no comprendidas en los apartados anteriores, con resultados dañosos que sean fácilmente subsanables y no tengan consecuencias graves en la prestación del servicio público televisivo, ni impliquen perturbaciones importantes en la utilización del espectro de frecuencia.
5. Se entiende, a los efectos de este artículo, que hay reiteración cuando el titular de la concesión desatienda por dos veces los apercibimientos que le sean dirigidos por el Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones en el plazo de un año, o dichos apercibimientos no sean atendidos en cuatro ocasiones durante el tiempo de disfrute de la concesión.
6. El incumplimiento por parte de los fedatarios públicos de las obligaciones que les impone esta Ley será considerado como infracción muy grave en su respectivo Estatuto disciplinario.

Artículo 25

1. Las infracciones serán sancionadas:
- a) Las leves, con multa de 500.000 hasta 2.000.000 de pesetas
 - b) Las graves, con multa de 2.000.001 a 15.000.000 de pesetas
 - c) Las muy graves, con multa de 15.000.001 a 50.000.000 de pesetas, suspensión temporal de las emisiones por plazo mínimo de quince días o extinción de la concesión. Esta última sanción sólo podrá imponerse, en los supuestos del apartado 2.a) y g) del artículo anterior, cuando el titular de la concesión hubiera sido previamente objeto, en el período de un año, de una sanción de suspensión temporal de quince días.

2. La imposición de las sanciones se ajustará al procedimiento sancionador regulado en la Ley de Procedimiento Administrativo y su instrucción corresponderá al Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones.
3. Corresponderá al ministro de Transportes, Turismo y Comunicaciones la sanción de las infracciones leves y graves y al Consejo de Ministros la de las infracciones muy graves.
4. La sanción de las infracciones cometidas por los fedatarios públicos corresponderá a la autoridad que ejerza la potestad disciplinaria sobre los mismos mediante el procedimiento establecido para ello.

Artículo 26

Las emisiones televisivas realizadas sin la obtención de la previa concesión administrativa, o las realizadas cuando dicha concesión se encuentre suspendida o se hubiese extinguido, darán lugar a que por la autoridad gubernativa se proceda al cierre inmediato de la emisora y a la incautación de equipos y aparatos utilizados en la emisión.

DISPOSICION ADICIONAL

1. Se autoriza al Gobierno para dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y ejecución de la presente Ley.
2. Se autoriza al Gobierno para actualizar la cuantía del capital social mínimo prevista en el artículo 18.2 para tomar parte en el oportuno concurso público, así como la cuantía de las multas previstas en el artículo 25, en función de las variaciones que experimente el índice del coste de la vida.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA

A las sociedades que obtengan una concesión en el primer concurso público convocado tras la entrada en vigor de esta Ley no les serán de aplicación los porcentajes a que se refiere el apartado 3 del artículo 14 durante los dos primeros años de la concesión. No obstante, será preciso cubrir tales porcentajes en una tercera parte durante el primer año y en dos terceras partes durante el segundo año de la concesión.

SEGUNDA

En tanto no sea regulada con carácter general la publicidad referida al consumo de alcohol, tabaco y cualquier otra sustancia nociva para la salud, su emisión a través de la televisión privada quedará sometida a las mismas normas que las vigentes para el Ente Público Radiotelevisión Española.

LEY ORGANICA 2/1988, DE 3 DE MAYO,
REGULADORA DE LA PUBLICIDAD ELECTORAL
EN EMISORAS DE TELEVISION PRIVADA

(BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO NUM. 108, DE 5 DE MAYO DE 1988)

Artículo Unico.

1. No podrán contratarse espacios de publicidad electoral en las emisoras de televisión privada objeto de concesión.
2. El respeto al pluralismo y a los valores de igualdad en los programas difundidos durante los periodos electorales por las emisoras de televisión privada objeto de concesión quedarán garantizadas por las Juntas Electorales en los mismos términos previstos en la legislación electoral para los medios de comunicación de titularidad pública.