

Presentación

Políticas mediáticas y estrategias comunicativas: estructura del sistema de medios en España

Dra. Marta Roel

Universidad Católica San Antonio
mroel@pdi.ucam.edu

Dra. Miriam Lafuente

miriamlafuentesoler@yahoo.es

El advenimiento de la democracia a España trajo consigo la progresiva democratización de las instituciones y la actuación política de los distintos gobiernos –UCD, PSOE, y PP–, ha incidido inexorablemente sobre el panorama de medios español configurando las nuevas políticas mediáticas. Es decir, el conjunto de medidas que adoptan los gobiernos directa o indirectamente respecto a los medios de comunicación, las iniciativas parlamentarias o extraparlamentarias, el posicionamiento de las asociaciones empresariales y profesionales o las iniciativas adoptadas en el marco de la Unión Europea que afectan a los medios y repercuten sobre la producción y difusión de contenidos, conformadores de valores sociales y modos de vida (www.portalcomunicacion.com).

Tras veintisiete años de democracia, son muchos los ciudadanos españoles que no conocieron la época de la dictadura del general Franco. Después de casi cuarenta años de dirigismo informativo, el artículo 20 de la Constitución española de 1978 reconoce el derecho a la información y los medios de comunicación han de atenderlo de forma preferente¹ (Azurmendi, 1997).

De una etapa previa de censura informativa, de monopolio y dominio absoluto de los medios de comunicación estatales, evolucionamos hacia

una etapa de desregulación, entendida como aquella actuación mediante la cual se abre a la iniciativa privada un sector regulado hasta entonces, de manera muy estricta (Conde, 2002; Barrera, 1995). Algo que cobra especial relevancia en el sector audiovisual.

Este ámbito sufre importantes modificaciones: desarrollo de las televisiones locales, puesta en marcha de la televisión por cable y, a través de las plataformas digitales, implantación de la televisión de pago por satélite.

Actualmente estamos asistiendo al desarrollo político de la televisión digital terrenal, modalidad tecnológica que culminará con el apagón analógico en 2010. Todas estas innovaciones han traído consigo las consiguientes iniciativas políticas.

La etapa democrática supone, por tanto, una evolución de los medios de comunicación ya existentes –amparados en el artículo 20 de la Carta Magna– y la configuración y asentamiento de los nuevos medios de comunicación que impulsan nuevos modelos de negocio, nuevas estrategias empresariales y de comunicación.

La estructura de los medios sufre notables cambios, por ejemplo, en los años ochenta se conforman importantes grupos multimedia gracias a un mayor flujo de capital extranjero desde que, en 1986, España ingresara en la Comunidad Europea.

España atraviesa en estos momentos un periodo de expansión impulsado, en buena medida, por las altas tasas de crecimiento de la inversión publicitaria (Bustamante, 2002). Además, se produce la subasta de una veintena de periódicos de la Cadena del Movimiento (Barrera, 2004). Así mismo, también en esta década –concretamente el 25 de agosto de 1989– tiene lugar la concesión de las tres primeras licencias de televisión privada (Fernández y Santana, 2000).

Una parte significativa de los medios de comunicación que operan en nuestro país se integran en grandes grupos multimedia, cuya propiedad, en ocasiones, se entremezcla con corporaciones de otros ámbitos económicos (telecomunicaciones, financiero, energético, etc.) *a priori* no relacionados con la producción cultural (Reig, 1998).

Estos nuevos modelos de negocio no tienen como única actividad la periodística, sino que su actividad deriva hacia otros sectores afines como son la producción audiovisual y de contenidos, la publicidad, Internet, etc.

El poder económico que ostentan estos grupos de comunicación conforma –junto con el poder político– los poderes fácticos de nuestra sociedad civil: la rentabilidad económica a la sombra del poder político.

Otro de los hechos destacables de esta etapa hace referencia a la crisis del concepto de televisión pública, al debate en torno a la redefinición de dicho concepto y a la posible reestructuración de la RTVE. El *Comité de Sabios*² acaba de publicar el informe en el que se indican los términos en los que se debe concretar el servicio público televisivo español (*El País*, 21 de febrero de 2005). Próximamente el Gobierno español presentará un proyecto de ley en el que se recogerán las indicaciones de los *Sabios*. Algo que finalmente deberá aprobar el Parlamento. Si bien, a fecha de hoy, el gobierno de Rodríguez Zapatero ha anunciado la creación de un grupo de trabajo presidido por María Teresa Fernández de la Vega con objeto de materializar estos objetivos (*El Mundo y El País*, 27 de febrero de 2005).

España, progresivamente, consolida una joven democracia donde los derechos básicos de los ciudadanos están reconocidos. Pero cabe plantearse un debate interesante: si los grupos multimedia son una amenaza contra la independencia informativa o, por el contrario, la concentración mediática lleva consigo una solvencia económica que garantiza una línea editorial, al quedar fortalecida una marca y por lo tanto libre de cualquier forma de imposición política.

Nuestra sociedad está viviendo un mejoramiento cuantitativo de las informaciones disponibles, pero la cuestión que se plantea es si este incremento de medios disponibles para recibir información garantiza una mejora sustancial de la tasa de información. Hoy en día, el ciudadano medio podría estar mejor informado que nunca, pero no necesariamente comprende mejor lo que sucede en el mundo. A su vez, Internet podría verse como un elemento potenciador del sentido democrático de la sociedad contemporánea. A pesar de ello, se hace imposible el intercambio de ideas desde el punto de vista civil.

El número 5 de **Sphera Publica**, que ahora presentamos, ofrece un monográfico sobre las políticas mediáticas y las estrategias comunicativas en el contexto de la estructura del sistema de medios en España.

Hemos contado en esta edición con la colaboración de profesores e investigadores incardinados principalmente en universidades españolas,

expertos en la materia a quienes agradecemos públicamente sus aportaciones científicas.

Daniel Jones, de la Universidad Ramón Llull, realiza de forma brillante una aproximación teórica, con perspectiva histórica, a la Estructura de la Comunicación Social, que según pone de manifiesto el autor es una interdisciplina académica desarrollada en los últimos años, tanto en el ámbito internacional como en el español y que se caracteriza por el estudio empírico de las industrias comunicativas y culturales.

Ana Isabel Segovia, de la Universidad Complutense de Madrid, analiza las estrategias de penetración de los grandes grupos de comunicación europeos y estadounidenses y su contribución al desarrollo del mercado comunicativo español.

Montse Bonet, de la Universidad Autónoma de Barcelona, expone los parámetros fundamentales que definen la estructura de la radio española entre 1994 y 2004: las tendencias que se han consolidado a lo largo de estos años, el 80 aniversario del sistema concesional o la implantación de la radio digital.

María Arroyo, de la Universidad Católica de Murcia, estudia la evolución de la difusión de la prensa diaria en Murcia desde la década de los noventa hasta la actualidad, en la que se ha consolidado un sistema informativo propio de carácter regional vinculado a los grupos de comunicación como *Vocento*, *Prensa Ibérica* y *Prensa del sureste*.

Los profesores de la Universidad de Navarra **Juan Pablo Artero**, **Mónica Herrero** y **Alfonso Sánchez Tabernero** profundizan sobre el monopolio, el oligopolio y la competencia de los últimos quince años de televisión en España desde que la Ley de Televisión Privada de 1988 pusiera fin a la televisión pública que llevó consigo una mayor oferta en cuanto al crecimiento de número de canales y a la estabilidad y rentabilidad de las empresas.

María Jesús Díaz, de la Universidad SEK, estudia la relación del sistema de medios de comunicación con el resto del sistema social.

En 2002 el Consejo de Europa abogó en favor del pluralismo político y cultural con la finalidad de salvaguardar uno de los derechos más importantes en democracia, el derecho a la información que se logra con la liberalización mediática (Consejo de Europa, 2002). Al hilo de estas ideas, **Julián Rodríguez Pardo**, de la Universidad de Extremadura, realiza una búsqueda de los argumentos *iusinformativos* de control que la Comisión

Europea ha esgrimido en relación con las concentraciones de medios, con la dimensión comunitaria ocurrida en España entre 1990 y 2004.

Carles Llorens, de la Universidad Autónoma de Barcelona, se aproxima al marco de la Unión Europea analizando la influencia de la política audiovisual de las instituciones europeas en la configuración del sistema televisivo español. Prestando especial atención a dos casos: la financiación de las televisiones públicas y la conformación del mercado de la televisión digital de pago.

En los años de la transición española se produjo el desmantelamiento paulatino del aparato informativo franquista. **Nuria Quintana**, de la Universidad Pontificia de Salamanca, analiza las políticas mediáticas de UCD y PSOE, cuyas políticas iniciativas crearon dos fenómenos simultáneos y contradictorios. Pues si bien supusieron un debate democrático, también debilitaron la esfera pública democrática. **Carlos Barrera**, de la Universidad de Navarra, a su vez, reflexiona sobre los gobiernos de Aznar (1996-2004), que, para el autor, son unos años de transición hacia un modelo que aún está por definir.

María Isabel Fernández Alonso y **José Joaquín Blasco**, del Instituto de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, realizan un estudio inédito sobre las distintas modalidades de subvenciones públicas a la prensa que se han concedido en Cataluña durante la última legislatura de Convergencia i Unió. Estos investigadores alertan sobre el modo en que se pueden estar desarrollando las relaciones entre el poder y la prensa.

En el ámbito de la televisión local, **Ángel Badillo**, de la Universidad de Salamanca, estudia las políticas públicas del audiovisual y la desregulación de la televisión local por ondas en España desde 1980 hasta la actualidad.

Mercedes Román Portas, de la Universidad de Vigo, analiza los aspectos legislativos que pretenden mostrar el panorama de la televisión local tras la aprobación de la ley de televisión local por ondas terrestres, las principales redes y asociaciones de este sector.

La llegada del Partido Popular al poder en 1966 coincidió con una época de grandes cambios tecnológicos en lo que a las telecomunicaciones se refiere: se desarrollaron las televisiones locales, se pusieron los primeros fundamentos serios para la televisión por cable y las plataformas digitales que permitían la televisión de pago vía satélite. **Zulima**

Iglesias, de la Universidad Pontificia de Salamanca, se aproxima a los contenidos de la televisión local en Castilla y León vinculados a los distintos grupos de comunicación y a las televisiones independientes a través de un análisis de sus parrillas de programación.

Con la llegada de las nuevas tecnologías se han desarrollado nuevas formas comunicativas como Internet, cuya expansión se produjo de una forma vertiginosa. En este sentido, **Daniel Martí**, de la Universidad de Vigo, realiza una revisión de las relaciones de los medios impresos en España con las unidades en línea y bitácoras periodísticas.

Aurora García, también de la Universidad de Vigo, realiza un estudio sobre las estrategias comunicativas desarrolladas por las emisoras de radio en Galicia durante las Elecciones generales de España en 2004.

Susana Herrera, de la Universidad de Piura (Perú), describe la evolución de la participación de los oyentes en los programas de radio.

Mercedes Medina, de la Universidad de Navarra, describe el sector de la producción independiente en Europa y propone como vía para favorecer el pluralismo la creación de nuevos canales de televisión con lógicas de negocio alternativas que operen al margen de las grandes audiencias como vía para sobrevivir.

Y finalmente, **Antonio Baladrón**, de la Universidad Católica de Murcia, aborda la situación actual del negocio publicitario en España centrándose en la concentración empresarial y la globalización.

Bibliografía

- AZURMENDI, Ana (1997), *Derecho de la Información. Guía jurídica para los profesionales de la comunicación*, Pamplona, Eunsa.
- BARRERA, Carlos (1995), *Periodismo y franquismo. De la censura a la apertura*, Barcelona, Eiuinsa.
- BARRERA, Carlos (coord.), (2004), *Historia del Periodismo Universal*, Barcelona, Ariel.
- BUSTAMANTE, Enrique (coord.), (2002), *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad*, Barcelona, Gedisa.
- CASTELLS, Manuel, (1998), *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Madrid, Alianza Editorial.

- CONDE, Jordi (2002), “La regulación de los medios audiovisuales. Criterios técnicos y decisiones políticas. La posición de los diversos poderes territoriales”, en TORNOS MAS (coord.), *Democracia y medios de comunicación*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- CONSEJO DE EUROPA (2002), Media diversity in Europe, Media División, Directorate General of Human Rights, december, Strasburgo.
- FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; SANTANA, Fernanda (2000), *Estado y Medios de Comunicación en la España democrática*, Madrid, Alianza Editorial.
- REIG, Ramón (1998), *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*, Barcelona, Paidós.
- TORNOS MAS, Joaquín (2002), *Democracia y medios de comunicación*, Valencia, Tirant lo Blanch.

Otras fuentes

www.portalcomunicacion.com
www.elmundo.es
www.elpais.es

Notas

- 1 El artículo 20.1 d) reconoce y protege el derecho a “*comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y el secreto profesional en el ejercicio de estas libertades*”.
- 2 El *Comité de Sabios* estaba constituido por Emilio Lledó, Enrique Bustamante, Victoria Camps y Fernando Sabater, con el apoyo de un asesor –Miguel Ángel Arnedo– nombrado por el Ministerio de Economía.