

Balance del primer año de Telecinco como mayor empresa privada de televisión en España: impacto sobre el pluralismo.

María-Jesús Díaz-González. Universidade da Coruña (UDC); Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB)

Aurora Labio Bernal. Universidad de Sevilla (US); Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB)

Abstract

El principio de que en una democracia el sistema de televisión debe respetar el pluralismo parece un punto incuestionable. Sin embargo, en cuanto intentamos profundizar en los aspectos teóricos y prácticos de esta afirmación empiezan a surgir los problemas y las incoherencias. La regulación española del sistema de televisión no ha sido ajena a esta indeterminación.

Este trabajo pretende aplicar nuestra investigación sobre televisión digital terrestre y pluralismo a dos cuestiones; por un lado, al análisis de la regulación española a través de la cual se ha pretendido favorecer el pluralismo en este sector, y que ahora se contiene en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

Por otro lado, al estudio de uno de los casos más relevantes que se están dando en el mercado de la televisión en España como consecuencia de esta regulación; se trata de la operación empresarial entre Gestevisión Telecinco y Prisa, y sus consecuencias, a partir de enero de 2011, en los contenidos de la TDT nacional, y en la concentración de la inversión publicitaria y de las audiencias.

Esta comunicación es el resultado de una investigación en curso, realizada en el Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB), en el marco del proyecto de I+D "Implantación de la Televisión Digital Terrestre en España e Impacto sobre el pluralismo", dirigido por María Dolores Montero Sánchez y financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN) (ref. CSO2010-17898/COMU), dentro del VI Plan de Investigación I+D+i 2008-2011.

Palabras clave: TDT, Pluralismo, Mediaset España, Prisa

Introducción

La integración de Telecinco y Cuatro, producida en 2010, supuso un hecho novedoso en la estructura televisiva española. Hasta ese momento, el sistema de medios estaba acostumbrado a la aparición de televisiones, otorgadas bajo licencias del Ejecutivo, que competían entre sí. Las diferentes concesiones, además, se habían realizado siguiendo siempre una premisa común: garantizar el pluralismo. Esta condición es la que hizo posible la puesta en marcha de Antena 3, Canal Plus y Telecinco, pero fue también el argumento que posibilitó la creación de Veo TV y Net TV, hoy reconvertida en Intereconomía TV¹.

Del mismo modo, la vicepresidenta M^a Teresa Fernández de la Vega esgrimió el argumento de la pluralidad cuando su Gobierno permitió la transformación de Canal Plus en Cuatro y la aparición de La Sexta. Hay que tener en cuenta que, en el preámbulo de la Ley de Televisión Privada de 1988, quedaba estipulada la concesión de tres licencias “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”. Este requisito se mantuvo vigente hasta que se aprueba, ya en 2005, la Ley de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, que suprime el límite de tres concesiones y abre la posibilidad incluso de otorgar una o más analógicas si “queda espectro disponible”. Amparándose en esta posibilidad, el Ejecutivo otorgará unos meses después una concesión analógica a La Sexta, lo que provocará la reacción contraria de Veo TV y Net TV (y sus respectivos grupos), que emitían ya en digital.

La polémica estaba servida. No sólo en el ámbito mediático, sino también en el político, ya que la transformación de Canal Plus en Cuatro y la concesión a La Sexta se interpretaron como una nueva prerrogativa del gobierno socialista a su entorno inmediato, formado por el eje Prisa-Mediapro, beneficiarios de las nuevas cadenas. Para justificar su decisión, sin embargo, el Ejecutivo argumentó la necesidad de aumentar el pluralismo e incrementar la oferta audiovisual en España. Observamos así que el discurso oficial y aparente se apoya siempre en esta máxima de la pluralidad, mientras que en este trabajo estudiaremos cómo las medidas legislativas, por el contrario, parecen apoyar la concentración.

Esta cuestión nos ha llevado a realizar una revisión bibliográfica sobre pluralismo, por lo que procederemos a realizar una aproximación al concepto, aunque al ser un tema tan controvertido dejemos abiertas cuestiones para futuros trabajos. Hemos de precisar que nos interesará fundamentalmente el estudio del pluralismo externo, lo que sin embargo nos llevará a tratar también variables relacionadas con el pluralismo interno. Para un mayor conocimiento de estos conceptos, remitimos a los investigadores a revisar el trabajo de Michele

¹ Sobre este cambio, tenemos que precisar que Sociedad Gestora de televisión NET TV, S.A. (la concesionaria de la licencia) dejó que entraran en su accionariado tanto Homo Videns, S.A. (Intereconomía), como The Walt Disney Company Iberia, S.L. Esto fue en 2008, y de ahí que tengamos Intereconomía y Canal Disney como parte del multiplex de Net TV.

Polo, "Regulation for Pluralism in the Media Markets" (2005). A lo largo de esta comunicación haremos referencia a este *paper*, pero recomendamos su lectura para una mayor comprensión de nuestro trabajo.

En segundo lugar nos centraremos en el análisis de la Ley General de la Comunicación Audiovisual desde una perspectiva crítica. Partiremos del análisis de dicho texto, que viene a aglutinar la legislación anterior en la materia en el nuevo contexto tecnológico y digital, pero que descuida el tan renombrado pluralismo. Trataremos, así, de realizar una lectura de aquellos aspectos que suponen un avance en los niveles de concentración en el audiovisual español, para lo que contaremos además con textos que plantearon en su momento asociaciones como ULEPICC, poco antes de que se aprobara la ley.

La última parte de nuestro trabajo estudiará el caso concreto de la integración de Cuatro y Telecinco para evidenciar las repercusiones que una legislación favorable a la concentración produce sobre el pluralismo. Nuestra hipótesis intentará demostrar que las medidas que han permitido la unión de estas dos cadenas se gestan en un marco regulatorio que, en apariencia, pretende garantizar la pluralidad, pero que en la práctica reduce el número de operadores que controlan la mayor parte del mercado.

Pluralismo vs. Concentración

Cuando hablamos de concentración en España, evidentemente tenemos que tener en cuenta las particularidades de nuestro país. Queremos decir con ello, que no nos encontramos con grandes conglomerados de la comunicación, entre otras cosas por lo reciente de la emergencia del sector informativo y por las características propias de la dinámica empresarial. No obstante, advertimos que la tendencia es hacia la concentración, lo que puede dibujar un panorama más complejo. Coincidimos así con Llorens (2010):

Having reviewed Spain's regulation of external media pluralism, it is now time to assess the results and the main trends of that regulation. Therefore, this analysis needs to look at the past and the present at one and the same time. If we look at the end of this process, Spain's current situation shows a healthy media landscape: no media monopoly in sight, no excessive fragmentation, and a relatively high number of medium-size media groups competing against each other. (...) As many of the regulations on ownership have shown, establishing a concentration limit of 25% of audience share allows there to be a minimum of four players. For a medium-to-big country, that diversity of players is considered to be good. It could therefore be said that the situation in Spain is healthy, even though—as noted earlier—some mergers between players could reduce the plurality of actors in the television broadcasting sector in the future.

El artículo parece intuir lo que ese mismo año 2010 ocurriría: la integración entre Telecinco y Cuatro. No era difícil adelantarse en sacar conclusiones sobre la posibilidad de que aumentara la concentración mediática en nuestro país, sobre todo si tenemos en cuenta la evolución legislativa en la materia que culminó con el Real

Decreto-ley de 2009 que permitía operaciones de concentración en las televisiones. Se trataba de sanear el sector, pero realmente se otorgaba más poder a determinados grupos de comunicación que, en el nuevo contexto digital, son los que parecen van a dominar el mercado.

Michele Polo (2005) ha reflexionado también que la cantidad de medios que han proliferado en las últimas décadas, podría llevarnos a afirmar que los niveles de pluralismo son ahora mejores. Sin embargo, el mismo profesor analiza el aumento de concentración en los principales países europeos (Francia, Italia, Reino Unido, Alemania y España), y concluye que el sector televisivo es uno de los segmentos más concentrados. Como caso paradigmático, Polo pone el ejemplo de Italia y afirma que ofrece un nuevo y “dramático” giro en el tema de la regulación, ya que el entonces Primer Ministro (se refiere a Silvio Berlusconi) poseía el primer grupo de comunicación privado de televisión y controlaba los canales públicos, lo que le proporcionaba cerca del 90% de la audiencia y del 85% del total de los ingresos por publicidad. No nos olvidamos que es, precisamente, su grupo Mediaset, el que se ve implicado en la unión de Cuatro y Telecinco, lo que vuelve a otorgarle, esta vez en territorio español, una importante cuota de mercado, tal y como veremos más adelante.

Siguiendo el estudio de Polo, y para el caso concreto de España, hemos de precisar que la retroalimentación entre el sector político y el mediático-económico se forjó desde los primeros años de la democracia. La profesora Nuria Quintana publicó hace unos años un trabajo sobre las políticas mediáticas de los gobiernos de UCD y PSOE, en el que hablaba de la *faccionalización* de la esfera pública y su correspondencia *bieditorialista* en los medios de comunicación. Aunque lo aplica al ámbito de la prensa diaria, coincidimos con Quintana cuando afirma que la “inexistencia de políticas *antitrust* provocaron una concentración de medios y no un aumento de la pluralidad informativa y diversificación, lo que suscitó la realización de determinadas maniobras políticas encaminadas a favorecer a grupos de comunicación concretos” (Quintana, 2005, pp. 158-159).

Ampliamos, no obstante, esta consideración al conjunto de medios, y de manera especial al ámbito audiovisual, donde las sucesivas concesiones, en 2000 y 2005, tuvieron un claro escoramiento hacia grupos afines a los gobiernos de turno. En el primer caso, el ejecutivo del Partido Popular adjudicó Veo TV y la entonces Net TV, a consorcios en los que participaban Unedisa-*El Mundo* y Prensa Española, respectivamente. Cinco años después, el gobierno del PSOE otorga las cadenas analógicas de La Sexta y Cuatro (reconversión aparente de Canal Plus) a Gestora de Inversiones Audiovisuales, conectada con Mediapro, y al grupo Prisa.

Estas consideraciones nos llevan a plantear una hipótesis sobre la concentración en relación al pluralismo. Como expondremos a continuación en el análisis de la Ley General de Comunicación Audiovisual, abrimos en este trabajo una línea que lleva ya algunos años gravitando sobre informes emitidos en diferentes países y en el seno de la propia Unión Europea. Así, Carles Llorens, en otro interesante artículo, estudia el *Informe Lancelot* en Francia, que termina por concluir que “una estructura de mercado oligopólica no garantiza

necesariamente el pluralismo: la competencia entre actores ha homogeneizado la oferta” (2006, p. 221). En el mismo sentido, se pronunció la Comisión Europea en 2007, con el informe *Media pluralism in the Member States of the European Union*, en el que se decía que “incluso si la concentración de los medios es limitada, eso no significa necesariamente que esté garantizado el pluralismo mediático. Y el simple hecho de que se produzca una concentración no indica automáticamente que haya una pérdida o una falta de pluralismo en los medios.”

De todo lo expuesto, se deduce que otros mecanismos, más allá de los límites de propiedad, deberán ser tenidos en cuenta. En este sentido, nos parece oportuno incluir medidas como la “autorregulación” o “creación de una carta de la libertad de los medios de comunicación”, tal y como recoge la Resolución del Parlamento Europeo, de 25 de septiembre de 2008, sobre *Concentración y pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea*, pero seguimos apoyando una reducción de los niveles de concentración. A nuestro entender, la existencia de una ideología dominante debida a la constatación de un pensamiento único, no puede ser argumento para desregular y favorecer el crecimiento de unas pocas empresas. Es decir, que junto a las consideraciones de tipo cualitativo, resultan también necesarias las limitaciones cuantitativas que permitirán márgenes más amplios para garantizar unos mayores niveles de pluralidad.

Ley General de la Comunicación Audiovisual

Como ocurre con otros textos legales que regulan el ámbito de la comunicación (Segovia, 2009), nos encontramos una declaración de principios que abogan por el pluralismo y los derechos de los ciudadanos. En esta ocasión, el artículo 4 de la Ley establece que “Todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una pluralidad de medios, tanto públicos, comerciales como comunitarios que reflejen el pluralismo ideológico, político y cultural de la sociedad”. Se añade, además, en este punto la necesidad de diferentes fuentes, contenidos, ámbitos de coberturas y géneros.

Evidentemente, enlazamos aquí con el concepto de pluralismo interno, puesto que se suceden una serie de apreciaciones a continuación que tienen que ver con la diversidad cultural, lingüística, de protección de los menores y de participación en el control de contenidos.

Junto a este apartado, la Ley establece, ya en el artículo 36, las consideraciones respecto al pluralismo en el mercado audiovisual televisivo. Es aquí donde encontramos un claro favoritismo al aumento de concentración, haciendo para ello una precisión que consideramos imprescindible y que ya expusimos en otro trabajo. A nuestro entender, el modelo de concentración actual implica no sólo tener muchos medios sino también los más importantes, esto es, los que más audiencia copan. Aunque se haya producido una homogeneización de los contenidos, entendemos que una situación oligopólica no favorece el pluralismo, y hace difícil plantear otras variables que convivan con la concentración mientras se respalda a un número concreto de compañías.

La redacción del texto de la Ley en este apartado, se refiere así no sólo al número de operadores, sino también a su grado de penetración en el mercado televisivo. Tomando como referencia el Real Decreto-ley de 2009 que permitía operaciones de concentración en las televisiones, se establece ya que “las personas físicas y jurídicas pueden ser titulares simultáneamente de participaciones sociales o derechos de voto en diferentes prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva”. El único límite que se establece está relacionado con la audiencia, ya que dicha participación conjunta podrá ser posible siempre y cuando no se supere el 27% de la misma “durante los doce meses consecutivos anteriores a la adquisición”. Sin embargo, a renglón seguido se afirma que si dicho tanto por ciento se supera con posterioridad, “no tendrá efecto sobre el titular” de la nueva participación.

Al mismo tiempo, la redacción de este artículo en su apartado c) deja al descubierto que se podrán llevar a cabo estas operaciones de adquisición por parte de un mismo propietario, mientras se garantice la existencia de tres “prestadores privados distintos del servicio de comunicación audiovisual televisiva en el ámbito estatal”. Si con anterioridad se preveían cinco y cada nueva licencia se otorgaba para garantizar el pluralismo, ahora se estimula la posibilidad de reducir el número de propietarios. Esta consideración es la que llevó a la asociación ULEPICC a afirmar que se trataba de una “invitación a que se construya con los años un oligopolio de tres prestadores de televisión”.

Precisamente, nuestro caso de estudio, la integración en Mediaset España Comunicación de ocho canales de televisión de cobertura nacional, apunta directamente en este sentido.

El camino hasta llegar a esta situación en el mercado se inicia unos años antes, cuando las paulatinas modificaciones de ley de televisión privada ofrecen un marco regulatorio cada vez más permisivo con la concentración. El Real Decreto-ley de 2009 fue el paso previo a esta Ley General de Comunicación Audiovisual, que termina por acomodarse a las necesidades del sector y abre un debate sobre las consideraciones del pluralismo. Procederemos a hacer un análisis del caso concreto que nos ofrece la integración de Cuatro y Telecinco en el nuevo contexto digital, para comprobar cómo, mientras se reduce el número de operadores (Mediaset España Comunicación), se amplía el número de canales. Esta nueva dimensión en el audiovisual español plantea cómo medimos el pluralismo, ya que parece que hacer sólo referencia al criterio de propiedad no parece suficiente en las actuales circunstancias. Siguiendo a Petros losifidis (2010), consideramos que también habrá que tener en cuenta otras cuestiones como los ingresos por publicidad, audiencias, cuota de mercado y tiempos de consumo. De esta manera, podremos tener más indicadores que nos permitan comprobar el grado de influencia de una compañía, y por tanto el nivel de pluralismo y diversidad.

Gestevisión Telecinco compra el negocio de televisión en abierto de Sogecable

La operación empresarial por la que el grupo Gestevisión Telecinco² compra el negocio de televisión en abierto de Sogecable (grupo Prisa) se desarrolló en 12 meses, entre diciembre de 2009 y diciembre de 2010. Para poder valorar las consecuencias que ha tenido esta operación de concentración en el sistema de televisión español, conviene conocer cómo se desarrolló y cuáles son los términos y condiciones de la misma, tanto los acordados por las empresas implicadas, como los impuestos por la Comisión Nacional de la Competencia para autorizar la operación.

En España, esta operación no hubiera sido posible si el Gobierno no hubiera aprobado una reforma legal por la vía urgente mediante el Real Decreto-ley, el 23 de febrero de 2009³. En aquel momento el Ejecutivo argumentó la necesidad de facilitar la viabilidad económica de las empresas de televisión para autorizar operaciones de concentración, imposibles legalmente hasta entonces:

Las posibilidades de capitalización y concentración que abre este Real Decreto-ley deben provocar, en su caso, las sinergias necesarias para garantizar la estabilidad de los operadores presentes en el sector, sin abandonar los retos tecnológicos a los que se enfrenta en este nuevo proceso hacia la emisión digital. Se avanza en la liberalización eliminando, así, la imposibilidad de poseer más de un 5% en distintos prestadores, con la expectativa de que éstos puedan atraer a su actividad el capital financiero necesario. Sin embargo, estas nuevas oportunidades no han de mermar el pluralismo televisivo que se ha construido en las últimas dos décadas (Real Decreto-ley 1/2009; el subrayado es nuestro)

Nos conviene recordar también dos datos fundamentales para comprender esta operación; por un lado el grupo Prisa se encontraba ya en una situación financiera muy complicada, y, por otro, no se había producido aún el *apagón analógico*, pero este estaba comprometido para abril de 2010 y el Ejecutivo y las empresas de televisión de cobertura nacional se jugaban mucho en la buena marcha de este proceso.

En este contexto, el 18 de diciembre de 2009 Gestevisión Telecinco y Prisa comunican oficialmente a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) que han alcanzado un acuerdo, denominado de términos y condiciones (*term sheets*), por el cual Gestevisión adquiere “el íntegro capital social de una sociedad de nueva creación que incluya la rama de actividad de Cuatro (el negocio de televisión en abierto de SOGECABLE, S.A.), y asimismo adquirirá una participación del 22% en Digital Plus” (Gestevisión Telecinco S.A. y Promotora de Informaciones SA., 2009)

Nos interesa señalar que la operación de la que estamos hablando no es una fusión de dos empresas, en sentido propio y técnico, sino una adquisición o compra. El término fusión no aparece en ningún momento en

² Gestevisión Telecinco, S.A. cambió su denominación social por la de Mediaset España, S.A. por acuerdo de la Junta General extraordinaria de Accionistas celebrada el 13 de abril de 2011; por tanto, cuando nos referimos a datos anteriores a esa fecha conservamos el nombre que tenía entonces.

³ El 4 de julio de 2009 se promulga la Ley 7/2009, de 3 de julio, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones, que convalida el citado Real Decreto-ley 1/2009, de 23 de febrero.

los documentos oficiales de las empresas implicadas, ni en los de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC). Esta última institución se refiere a este proceso como “operación de concentración consistente en la adquisición del control exclusivo de CUATRO” (Comisión Nacional de la Competencia, 2010b).

Desde que se anunció el acuerdo, Gestevisión informó de que tendría que hacer una ampliación de capital para poder financiar la operación. Esta ampliación de capital fue aprobada por los accionistas de la compañía en la Junta General que se celebró el 14 de abril de 2010; esto explica que el citado contrato entre las partes implicadas en la operación no se pudiera firmar hasta esta fecha. Los entonces accionistas de Gestevisión tendrían derecho preferente de suscripción en la ampliación de capital, y Mediaset Investimenti S.P.A., grupo italiano vinculado a la familia Berlusconi, se comprometía a suscribir toda su cuota, para mantener el porcentaje de participación que tenía en la propiedad, que era del 50,14%.

El contrato marco firmado en esa fecha estaba destinado a establecer el procedimiento, calendario y restantes términos para ejecutar el referido acuerdo de diciembre de 2009 (Gestevisión Telecinco SA y Promotora de Informaciones SA, 2010a). En este documento se especificaba la contrapartida que Prisa recibiría por la venta de su negocio de televisión en abierto y del 22% de su plataforma de televisión digital por satélite. Por un lado, ingresaría algo menos de 500 millones de euros en efectivo; y por otro, recibiría acciones de nueva emisión de Gestevisión que equivalían al 18,37% de su capital social, y daban derecho a Prisa a tener dos consejeros, de un total de 15, en el Consejo de Administración de Gestevisión. Además, durante el primer año de su presencia en la propiedad, Prisa nombraría a un vicepresidente y al director de servicios informativos. Por otro lado, adquiriría el compromiso de no vender en un año su participación en Gestevisión. Sin embargo, tendría una opción de venta de su paquete accionarial a Mediaset a finales de este periodo.

A partir de este momento, abril de 2010, la posibilidad de que esta operación llegue a término queda en manos de las autoridades españolas regulatorias y de la competencia.

El 30 de junio de 2010, la CNC hace público el informe de la primera fase del proceso de aprobación, y decide iniciar la segunda fase⁴ porque “las operaciones de concentración notificadas pueden obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados analizados” (Comisión Nacional de la Competencia, 2010a). Como es de suponer, se está refiriendo, fundamentalmente, al mercado de la publicidad en televisión y al mercado de adquisición de contenidos audiovisuales.

⁴ Sobre la base de un informe de la Dirección de Investigación, el Consejo de la CNC puede autorizar la concentración sin más (si la operación no plantea dudas desde el punto de vista de la competencia) o bien iniciar la segunda fase del procedimiento (si considera que la operación puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o en parte del mercado nacional).

La lectura completa de la Resolución del Consejo aquí citada permitirá a cualquier persona interesada comprobar los muchos problemas que la Comisión consideraba que se podían producir en términos de concentración en el mercado.

Durante el desarrollo de esa segunda fase, la Dirección de Investigación de la CNC concluye que, si la operación de compra de Cuatro se autoriza sin que Gestevisión asuma ningún compromiso, esto generará “riesgos para el mantenimiento de la competencia efectiva...especialmente en el mercado de la publicidad televisiva en España, efectos que se agravan en el caso de que Telecinco pase a ser accionista de control de Digital +, y coincida en el accionariado de esta entidad con Prisa y Telefónica⁵” (Comisión Nacional de la Competencia, 2010b)

Con fecha 19 de octubre de 2010, Gestevisión Telecinco envía a la CNC un paquete de compromisos que asume, “destinados a resolver las preocupaciones planteadas por la CNC” si autoriza la operación (Comisión Nacional de la Competencia, 2010b). Recibida esta documentación, la concentración es autorizada el día 28 de octubre con la indicación de que se concede a

Telecinco el plazo de un mes...para presentar ante la CNC un plan de actuaciones para la instrumentación de los compromisos en ella contenidos. En el plazo máximo de un mes desde su recepción, dicho plan deberá ser aprobado por la CNC, que podrá introducir en el mismo las modificaciones que considere oportunas para el adecuado cumplimiento de los compromisos (Comisión Nacional de la Competencia, 2010c)

La ampliación de capital que tenía que hacer Gestevisión para financiar la compra terminó el 10 de diciembre. Con los recursos obtenidos y la aportación no dineraria del 18% de su propio capital⁶, compró el 100% de Sociedad General de Televisión Cuatro, S.A. y el 22% de Digital + y la operación quedó firmada ante notario el 28 de diciembre de 2010 (Noticias de la Comunicación, 2010b)

Unos días antes Manuel Polanco y Juan Luis Cebrián habían sido nombrados consejeros de Gestevisión.

Los compromisos asumidos por Gestevisión

El contenido de estos compromisos tiene un gran interés para hacer balance de la posición actual de Mediaset España, por tanto, vamos a detenernos en ellos y en los problemas que se están derivando de su incumplimiento.

Los 12 compromisos que Gestevisión Telecinco asumió, al menos durante tres años, son los siguientes:

1. No comercializar en la misma oferta comercial la publicidad de los dos canales en abierto de mayor audiencia de entre los que gestiona.

⁵ Ante esta afirmación de la CNC, Telecinco, Prisa y Telefónica acordaron, en noviembre de 2010, que tanto Telecinco como Telefónica renunciaban “a sus derechos de veto sobre decisiones estratégicas, como el plan de negocios o el presupuesto anual de Digital + y no podrán condicionar el nombramiento de altos directivos en la compañía” (Noticias de la Comunicación, 2010a); por tanto Prisa mantenía todo el control. Como consecuencia, la CNC entendió que, en la compra del 22% de Digital +, ya no existía operación de concentración que hubiera que autorizar y archivó este expediente.

⁶ El 24 de diciembre, la Junta de Accionistas de Gestevisión aprobó un aumento del capital social de 36,7 millones €, suscrita por Sogecable, que la pagó con la aportación de todo el valor de Sociedad General de Televisión Cuatro, S.A. Esto es lo que permite que Prisa entre en el capital de Gestevisión, con un 17,34%.

La audiencia conjunta de los canales que comercialice juntos no podrá ser superior al 22%.

2. No desarrollar políticas comerciales (por ejemplo, de precios) que supongan la venta vinculada, a los anunciantes, de los distintos paquetes comerciales de publicidad de canales de televisión.
3. No firmar nuevos contratos para gestionar la publicidad de otros operadores de TDT en abierto de ámbito estatal, regional o local⁷.
4. No comercializar conjuntamente publicidad con Prisa y/o Telefónica mientras mantenga una participación común con ellas en Digital +.
5. Aplicar a Prisa y Telefónica condiciones de mercado en la contratación de publicidad, y no un trato preferente o exclusivo; mientras mantengan una participación común en Digital +.
6. No firmar contratos de adquisición en exclusiva de contenidos audiovisuales de terceros con una duración superior a tres años⁸.
7. Mientras sea accionista de Digital +, se compromete a no firmar para un mismo año contratos de compra para televisión en abierto de todas las películas y series de estreno, con más de tres de las grandes productoras estadounidenses (las 7 majors).
8. Mientras sea accionista de Digital +, se compromete a limitar la explotación exclusiva de derechos audiovisuales deportivos para televisión en abierto. Por ejemplo, emitir en el mismo año partidos de la Liga de Primera División.
9. No alquilar canales de múltiples titularidad de otros operadores de TDT.
10. Mientras sea accionista de Digital +, se compromete a garantizar la distribución de sus canales de televisión en abierto en otras plataformas de pago distintas de las de Digital + y Telefónica, sin exigir contraprestación económica.
11. No oponerse a autorizar que otros operadores con los que comparte múltiplex digital lancen nuevos servicios o mejoras de calidad de las emisiones.
12. No concluir contratos con productoras nacionales de contenidos que impliquen derechos de exclusiva o primera opción para comprar la totalidad de la producción; renunciar expresamente a derechos de exclusiva para la totalidad de la producción con productoras no creadas con el apoyo de Telecinco y no renovar en términos de exclusividad o de primera opción los contratos con productoras creadas con el apoyo de Telecinco.

Como se ha señalado más arriba, Gestevisión disponía de un mes para concretar por escrito cómo iba a cumplir estos compromisos. Y los problemas comenzaron en ese momento. Hasta el 13 de enero de 2011,

⁷ Sobre los contratos de gestión de publicidad que ya tenía, y sobre la gestión de la publicidad de televisiones de pago también asume compromisos que limitan su posición en el mercado.

⁸ Se hace referencia expresa a cómo se actuará con los contratos de compra de contenidos audiovisuales que están en vigor.

Gestevisión no envía a la CNC la primera propuesta del plan de actuaciones; se le pide “subsanción” del mismo y, por fin:

El 31 de enero de 2011 se recibió en la CNC un escrito de TELECINCO acompañando propuesta de Plan de Actuaciones y solicitando la aprobación del mismo por la Dirección de Investigación.

Con fecha 23 de febrero de 2011, y habiendo introducido...determinadas modificaciones necesarias...para el adecuado cumplimiento de los compromisos propuestos por TELECINCO el 19 de octubre de 2010, la Dirección de Investigación aprobó el Plan de Actuaciones modificado (Comisión Nacional de la Competencia, 2011)

Para no alargarnos excesivamente y convertir el texto en un documento tedioso, diremos que la situación actual se resume en que Gestevisión Telecinco no acepta las modificaciones que se le indican a su plan de actuación para cumplir los compromisos, que se está beneficiando de hecho de una situación de concentración en el mercado y que su actuación ha merecido una multa, de 3.600.000€, por infracción muy grave, que Gestevisión ha recurrido ante la Audiencia Nacional con fecha 25 de octubre de 2011. Por tanto, el conflicto sigue abierto y la situación de concentración en el mercado sin resolver.

La situación de facto se describe del siguiente modo,

la presentación tardía del Plan de Actuaciones, imprescindible para una adecuada ejecución de la Resolución de 28 de octubre de 2010, ha dado lugar a que TELECINCO haya podido disfrutar, al menos temporalmente, de todos los beneficios resultantes de la concentración de dos de las cadenas televisivas más importantes del país sin verse sometido a las limitaciones derivadas de los compromisos aprobados en dicha resolución, que son lo que resuelven los graves problemas de competencia detectados por la CNC y sin los cuales la operación no se podría haber autorizado (Comisión Nacional de la Competencia, 2011; es subrayado es nuestro)

Mediaset España durante el año 2011

La valoración que realiza la propia CNC, y que recogemos en la referencia anterior, no puede ser más clara: la actual posición de Mediaset en el sector audiovisual en España supone “graves problemas de competencia”, y esta compañía disfruta “de todos los beneficios resultantes de la concentración de dos de las cadenas televisivas más importantes del país sin verse sometida” a limitaciones.

Vamos a exponer a continuación las consecuencias que esta operación ha tenido en la inversión publicitaria, las audiencias y la variación de los contenidos.

Datos de inversión publicitaria

Según datos de Infoadex, durante el año 2010 el grupo Gestevisión Telecinco captó el mayor volumen de inversión publicitaria del sector de la televisión, 792,9 millones de € que representan el 32,1% del total del sector⁹.

La inversión publicitaria total en televisión fue de 2.471,9 millones de €. En ese año, la suma de inversión publicitaria en medios convencionales (televisión, diarios, internet, radio, exterior, revistas, suplementos y cine) invirtió “la tendencia bajista de los dos años anteriores” y llegó a 5.849,5 millones de €; el crecimiento se debió a internet y a la televisión.

La televisión creció por el avance de las nuevas cadenas de TDT, tras el apagón analógico, y por el alza de precios fomentada por la exclusión de publicidad en TVE, que benefició al resto de la oferta privada, autonómica y de pago. Las cadenas nacionales no sólo absorbieron los 422 millones que en 2009 captaba TVE, sino que incluso facturaron casi 48 millones más, un 2,3% (Noticias de la Comunicación, 2011a)

De enero a junio de 2011¹⁰, el ya grupo Mediaset España ha ingresado 525,5 millones de € por publicidad, el 43,3% del total del sector de la televisión¹¹.

La inversión publicitaria total en televisión ha sido de 1.214,5 millones de €, lo que supone un descenso del 7,4% respecto al mismo periodo (enero-junio) de 2010 (Noticias de la Comunicación, 2011b)

Datos de audiencia

Al terminar el año 2010, el grupo Gestevisión Telecinco logró una cuota total de audiencia del 18,4% en la TDT en abierto (Artero y otros, 2011, p. 179). En ese momento aún no era operativa la integración de los canales comprados al grupo Prisa.

El grupo Antena 3 TV alcanzó el 15,8% de cuota total.

La información de que disponemos del año 2011 corresponde a las cuotas de audiencia del mes de mayo, y señalan que Mediaset España alcanza una cuota total del 26,4%, sumando todos sus canales en abierto, tanto generalistas como temáticos.

Como elemento de valoración, lo podemos comparar con la cuota total que alcanzarían Antena 3 TV y La Sexta juntas, que sería del 23,8% en esa misma fecha (los canales de Antena 3 suman un 15,8% y los de La Sexta un 8%) (Artero y otros, 2011, p. 33)

⁹ Antena 3 TV obtuvo el 27,9% de la inversión publicitaria.

¹⁰ En el momento de terminar este texto, noviembre de 2011, aún no contamos con datos del año completo.

¹¹ Antena 3 TV obtuvo el 30,1% de la inversión publicitaria. La distancia con Mediaset España se agranda.

Cambios en los canales emitidos

La integración de los canales de TDT de cobertura nacional que pertenecían al grupo Prisa en el grupo Mediaset España, ha traído consigo un significativo cambio en el perfil de las programaciones que ahora se emiten.

En diciembre de 2010, antes de firmarse definitivamente la operación, la oferta era la siguiente:

Programaciones de TDT cobertura nacional en diciembre 2010					
grupo Gestevisión Telecinco	Telecinco	FDF		La Siete	Boing
grupo Prisa	Cuatro	CNN + cerró el 27 de diciembre de 2010 ¹²		40 Latino	

Al año siguiente, noviembre de 2011, la oferta es la siguiente:

Programaciones de TDT cobertura nacional en noviembre de 2011								
grupo Mediaset España	Telecinco	Cuatro	FDF	La Siete	Boing	Divinity Desde 1 de abril de 2011 ¹³	Energy Iniciará sus emisiones a principios de 2012	Canal + 2 (de pago)

Nos gustaría hacer dos paralelismos. Desaparece CNN+, con contenidos informativos, y se da paso a Divinity y Energy. Divinity busca el público joven femenino, y antes de dar nombre a un canal de TDT era una página web dedicada a las famosas y la crónica social. Energy se dirige a un público masculino, joven y urbano, y sus contenidos serán deportes, documentales, cine y series.

Por otro lado, desaparece el canal 40 Latino, que ofrecía videoclips musicales en castellano y se sustituye por Canal + 2, que es un canal de pago que pretende ser fiel a la marca Canal + y, en esa línea, ofrece cine, series y documentales.

Si observamos los perfiles de los canales emitidos por Mediaset España al terminar su primer año como mayor empresa de televisión privada en nuestro país, podemos comprobar cómo los contenidos tienden a homogeneizarse, y a configurarse en paralelo para competir con los de Antena 3.

La propia empresa informa sobre su oferta del modo siguiente: Cuatro se orienta a un público joven, Divinity se dirige al público joven femenino, Energy se destina a un público joven masculino.

La programación de Cuatro es sobre todo de entretenimiento, repartido en series extranjeras, magazines, concursos y un amplio catálogo de *docu-realities*.

¹² CNN + es cerrado la víspera de la venta de la empresa que lo producía a Gestevisión, por motivo de su inviabilidad económica. Prisa, en los acuerdos de la operación con Gestevisión, tenía opción de alquilar un canal de TDT y hubiera podido seguir emitiendo CNN +, pero no era viable (Noticias de la Comunicación, 2010c)

¹³ La señal que ocupaba CNN + fue ocupada primero por Gran Hermano 24h durante tres meses; y desde el 1 de abril de 2011 la emisión continua de Gran Hermano es sustituida por el Canal Divinity.

Divinity oferta cine, series, telenovelas.

Energy emitirá cine, series, documentales y deporte.

FDF emite cine, series y miniseries.

Telecinco se considera una cadena generalista, pero en su programación destacan los magazines y las series de producción propia junto a los *reality shows*.

La Siete es fundamentalmente un canal que repite programas de Telecinco y Cuatro.

No podemos entrar aquí en análisis pormenorizados de las programaciones, pero sí estamos en condiciones de afirmar que en ellos no parecen prevalecer criterios de pluralismo y calidad.

A modo de conclusión

Este trabajo nos ha servido para realizar un análisis sobre la cuestión del pluralismo en el actual contexto de la televisión digital terrestre en España. El nuevo marco tecnológico ha planteado, tanto a la academia como a las autoridades, gobiernos y empresas, un debate sobre los niveles de concentración y sus relaciones con la diversidad, las cuotas publicitarias, el consumo televisivo y el pluralismo. En España, el modo en que la crisis económica ha afectado al sector de medios de comunicación ha llevado, además, a que el Ejecutivo impulsara medidas de apoyo a la concentración que han culminado con la Ley General de Comunicación Audiovisual. Todo ello ha dibujado un nuevo panorama en el que hemos asistido a operaciones como la realizada por Prisa y Mediaset entre 2009 y 2010, que nos está sirviendo como caso de estudio en nuestra investigación.

Es necesaria una observación más prolongada para hacer balance de las consecuencias que está teniendo, para el pluralismo, la concentración en manos de Mediaset España Comunicación de la oferta televisiva en abierto de cobertura nacional. Sin embargo, el estudio publicado en estas páginas ofrece datos que ponen de manifiesto que, hasta el momento, este grupo se está beneficiando de una situación privilegiada que lesiona la competencia en los mercados y parece afectar al pluralismo y la calidad.

Referencias

Artero, J.P., Bel Mallén, J.I., Sánchez-Taberner, A. y Toro, J.M. de (coord.) (2011): *La televisión en España.*

Informe 2011. UTECA (Unión de televisiones comerciales asociadas)

Comisión Nacional de la Competencia (2010a): "30/06/2010 Resolución del Consejo". En CNC Comisión Nacional de la Competencia

[<http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?sTipoBusqueda=3&PrPag=1&PagSel=1&Numero=C%2f0230%2f10+&Ambito=Concentraciones>, consultado 26/11/11]

- Comisión Nacional de la Competencia (2010b): “28/10/2010 Resumen Largo”. En CNC Comisión Nacional de la Competencia
[\http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?sTipoBusqueda=3&PrPag=1&PagSel=1&Numero=C%2f0230%2f10+&Ambito=Concentraciones, consultado 24/11/11]
- Comisión Nacional de la Competencia (2010c): “28/10/2010 Resolución del Consejo”. En CNC Comisión Nacional de la Competencia
[\http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?sTipoBusqueda=3&PrPag=1&PagSel=1&Numero=C%2f0230%2f10+&Ambito=Concentraciones, consultado 26/11/11]
- Comisión Nacional de la Competencia (2011): “29/07/11 Resolución del Consejo”. En CNC Comisión Nacional de la Competencia
[\http://www.cncompetencia.es/Inicio/Expedientes/tabid/116/Default.aspx?numero=VSNC/0012/11&ambito=Vigilancia, consultado 29/11/11]
- Commission of the European Communities (2007): *Media pluralism in the Member States of the European Union*. Commission Staff Working Document. Brussels.
[\http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/media_pluralism_swp_en.pdf, consultado el 02/12/11]
- Gestevisión Telecinco, S.A. y Promotora de Informaciones, S.A. (2009): “Hechos relevantes comunicados a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)” 18 de diciembre,
[\http://www.telecinco.es/inversores/es/documentacion/Hecho_12_%2818-12-09%29.pdf
http://www.prisa.com/upload/ficheros/ficheros/200912/hecho_relevante_18.12.09_1.pdf, consultado el 24/11/11]
- Gestevisión Telecinco, S.A. y Promotora de Informaciones, S.A.(2010a), ‘Hechos relevantes comunicados a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)’ 15 de abril,
[\http://www.telecinco.es/inversores/es/documentacion/Hecho_Relevante_9_de_150410.pdf
http://www.prisa.com/upload/ficheros/ficheros/201004/hecho_relevante_150410.pdf, consultado el 26/11/11]
- Iosifidis, P. (2010): “Pluralism and concentration of media ownership: Measurements Issues”. *Javnost- The Public*, 17 (3), pp. 5-22.
- Llorens, C. (2010): “Spain’s Media Concentration Policy: A Patchwork Crucial to the Understanding of the Spanish Media System”. *International Journal of Communication*, 4, pp. 844-864.
- Llorens, C. (2006): “El Informe Lancelot y el debate sobre pluralismo y concentración de medios en Francia”. *Quaderns del CAC*, nº 23-24, pp. 217-227.
- Noticias de la Comunicación (2010a): “Autorizada la compra de Cuatro y la entrada de Telecinco y Telefónica en Digital +”. Nº 307, noviembre, p. 7.

- Noticias de la Comunicación (2010b): "Prisa Televisión culmina la venta a Telecinco de su cadena Cuatro y un 22% de Digital +". Nº 308, diciembre, p. 6.
- Noticias de la Comunicación (2010c): "Desaparece el canal de noticias CNN +". Nº 308, diciembre, pp. 6-7.
- Noticias de la Comunicación (2011a): "Inversión publicitaria en 2010". Nº 311, marzo, pp. 46-49.
- Noticias de la Comunicación (2011b): "Inversión publicitaria. Resultados 2011". Nº 316, septiembre, pp. 40-41.
- Parlamento Europeo (2008): *Concentración y pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea*. Resolución del Parlamento Europeo, de 25 de septiembre de 2008. Diario Oficial de la Unión Europea, 14 de enero de 2010.
[<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:008E:0085:0094:ES:PDF>, consultado el 02/12/11]
- Polo, M. (2005): "Regulation for Pluralism in the Media Markets". Paper prepared for the Conference *Regulation of Media Markets*, Toulouse, 1-2 October 2004.
[http://didattica.unibocconi.it/mypage/upload/48353_20100304_043103_POLOPLURALISMFINAL1.PDF, consultado el 02/12/11]
- Quintana, N. (2005): "Políticas mediáticas de UCD y PSOE: entre el dirigismo político y la apertura mediática". *Sphera Pública*, 5, pp, 151-164.
- Real Decreto-ley 1/2009, de 23 de febrero, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones
[<http://www.boe.es/boe/dias/2009/02/24/pdfs/BOE-A-2009-3022.pdf>, consultado el 24/11/11].
- Segovia, A. I. (2009): "Organismos de regulación y control de las comunicaciones: el caso de la FCC". *Revista Latina de Comunicación Social*, 64.
[http://www.revistalatinacs.org/09/art/43_842_ULEPICC_15/52Segovia.html, consultado el 25/11/11]