

Movimientos mediáticos en época de crisis. De una fallida concentración a la TDT de pago

Dra. María José Pérez Serrano
Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad San Jorge
mjperez@usj.es

Resumen

La crisis económica y el cambio en la estructura de ingresos de Televisión Española, constituyen, en esta comunicación, el telón de fondo para explicar el fallido proceso de concentración entre las corporaciones dueñas de las cadenas Cuatro y La Sexta, unido a la problemática de los derechos del fútbol y la implantación de la TDT de pago, en un momento en que el receptor final debe modificar sus hábitos de consumo con respecto al medio al que dedica casi cuatro horas al día. De esta forma, se desgranar y concatenan algunos de los elementos idiosincrásicos de las empresas de comunicación actuales tales como la tendencia a la concentración y su alta dependencia tecnológica.

Palabras clave

Empresa de comunicación; concentración de medios; televisión privada; TDT; crisis; tecnología.

Abstract

The economic crisis and the change in the structure of income from TVE, constitutes, in this paper, the background to explain the mistaken process of concentration between the corporations owned by the TV channels Cuatro and La Sexta, together with the problem of football rights and the implementation of the TDT pay channel. At the same time, the viewer has modified his habits of consumption in relation to the media to which he dedicates almost four hours a day. In this way, some of the idiosyncratic elements of current media businesses are divided and connected, for example the tendency towards concentration and the high dependence on technology.

Keywords

Media business; media concentration; private television; DTT; crisis; technology.

Movimientos mediáticos en época de crisis. De una fallida concentración a la TDT de pago

"La verdadera crisis es la crisis de la incompetencia (...) Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos.
Albert Einstein

1. Contexto y planteamiento introductorio

El componente empresarial y económico de los recientes acontecimientos de la historia de la comunicación ha sido evidente durante la última década del siglo XX. Esta variable persiste en la actualidad ya que, si se trazara una línea cronológica de la industria de la comunicación de estos primeros años del XXI, el 2009 estaría señalado por tres elementos claves, pero no únicos, que, aunque de marcado ascendente económico, influyen de manera significativa incluso en el contenido y estructura de los medios en nuestro país.

Estos factores determinantes son de carácter contextual y condicionante genérico, uno; otro de naturaleza intraempresarial y de trascendencia global, y, el último, paradigma del negocio y la coyuntura contemporánea del sector televisual. En esta comunicación nos centraremos en éste que, para nosotros, es ejemplo de los movimientos de gestión y momento actual de la televisión en España y que, como sucede en el análisis de un segmento cualquiera, la delimitación de los extremos ayuda a comprender cómo es el resto de la recta y cómo es el espacio que hay entre esos límites.

El resto de la recta, es decir, el contexto del que es nuestro objeto principal, está compuesto, como ya se ha señalado, por dos elementos. El primero de ellos, no es otro que la crisis que azota las estructuras económicas mundiales y que, en nuestro país, arroja datos oficiales que, en el tercer trimestre de 2009, ponen de manifiesto que la compleja situación que empezó en el año 2007 (pero que tiene sus orígenes más atrás en el tiempo), modera su contracción¹, pero no deja de ser inquietante, entre otras cosas, por el volumen de parados que genera² y, en el contexto de las empresas de comunicación, por la reducción de la inversión publicitaria que conlleva³.

¹ Según el INE, el Producto Interior Bruto (PIB) generado por la economía española en el tercer trimestre de 2009 ha registrado un decrecimiento del 4,0 % respecto al mismo período del año anterior, "De esta manera, la actividad global modera su contracción, cambiando el perfil descendente que venía mostrando desde hace prácticamente tres años".

² En España en el mes de octubre de 2009, la tasa de desempleo se situó en el 19,3 %. Según Eurostat, la tasa más elevada entre los países de la zona euro (*Expansión*, 1 de diciembre de 2009).

³ Según las previsiones, el gasto mundial en publicidad descenderá un 6,9% en 2009 hasta los 453.000 millones de dólares (342.424 millones de euros) según las predicciones de ZenithOptimedia. En España, los datos de Zenith Vigía afirman que en 2009 se invertirá en publicidad 5.737 millones de euros a finales de 2009, lo que representa una caída de más del 28% en dos años, ya que en 2007 la inversión fue de 7.984 millones de euros (*Cinco Días*, 7 de octubre de 2009).

Y el segundo, calificado de naturaleza intraempresarial y de trascendencia global tiene que ver con el cambio en la estructura de ingresos de la televisión pública española. En este sentido, la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (CRTVE), apoyándose en aquella de 2006 que dotó a la televisión pública “de un régimen jurídico moderno acorde con los tiempos y los avances tecnológicos producidos en el sector”, ha venido a modificar las estructuras de los medios de comunicación televisuales y, como epicentro, ha servido para remover un sector, tantas veces zarandeado por legislaciones profusas y plasmaciones escasas. Esta idea se pone de manifiesto ya desde el preámbulo de la ley en que se deja claro que “el sistema que se establece toma en cuenta los ingresos de los sujetos pasivos y muy especialmente los que, de forma tanto directa como indirecta, habrán de percibir por la supresión del régimen de publicidad retribuida y por la renuncia a contenidos de pago en la Corporación RTVE”.

Esta nueva forma no es otra que una mixtura entre la eliminación “inmediata y definitiva” de la publicidad en RTVE, y las compensaciones por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público consignadas en los Presupuestos Generales del Estado; un porcentaje sobre el rendimiento de la tasa sobre la reserva de dominio público radioeléctrico; la aportación que deben realizar los operadores de telecomunicaciones y las sociedades concesionarias y prestadoras del servicio de televisión de ámbito geográfico estatal o superior al de una Comunidad Autónoma, y otros ingresos derivados de los servicios que presten y, en general, por el ejercicio de sus actividades, las aportaciones voluntarias, subvenciones, herencias, legados y donaciones, los ingresos procedentes de las operaciones de crédito y otros. Pero ya señalaba el 19 de noviembre de 2009 el nuevo presidente de la Corporación, Alberto Oliart, que iba a necesitar más de los 1.200 millones de euros presupuestados para el bienio 2010-2011 y eso de entrada complica, en cierta manera, la ejecución del diseño financiador.

Como conclusión parcial, podemos señalar que es más que plausible el momento de cambio que se vive en el sector comunicativo español y que, como en casi todo, la faceta económica resulta transversal y, en este caso, ataca por dos frentes muy distintos, pero con la misma arma –la falta de publicidad- a los medios de comunicación. Dicho esto y fijado ya el contexto en el que nos vamos a desempeñar a lo largo de estas páginas, pasemos ahora a otros aspectos que nos permitan proseguir el avance discursivo.

2. Coordenadas analíticas

Como se ha indicado con anterioridad, el objeto de estudio de este trabajo se encuentra en analizar el fallido proceso de concentración entre las corporaciones dueñas de las cadenas Cuatro y La Sexta, unido a la problemática de los derechos del fútbol y la implantación de la TDT de pago, en un momento en que el receptor final debe modificar sus hábitos de consumo con respecto al medio al que dedica casi cuatro horas al día.

Para la primera parte de este objeto, se ha utilizado como base una variante específica del método científico que emplea como referencias la concentración de la propiedad y el reparto de capital social de las empresas de comunicación implicadas, estructurado en cuatro planos: planteamiento inicial, fase jurídico-empresarial, diagnóstico analítico-periodístico, y un corolario que se adentra en el perfil del mapa del sector mediático y la situación actual consecuencia del proceso de crecimiento externo (Pérez Serrano, 2008).

Aunque, en este caso, el método no se ha podido utilizar con todo detalle por los rasgos propios de objeto analizado y su falta de continuidad temporal (y sin pretensión de exhaustividad), sí que es muy útil dejar claro dos elementos trascendentales: que tratar sobre la concentración mediática exige entender, primero, que su sentido no estaría completo si estuviera falto de un basamento teórico sobre la definición de concentración, sus causas y consecuencias, así como, y quizá más importante, si se obviara su repercusión en el mercado de la información y su influencia sobre el pluralismo informativo; y que ese planteamiento teórico sin la praxis, es decir, si no se analizaran casos que ejemplifiquen los supuestos teóricos desarrollados, tampoco estaría completo.

La conjunción de ambos planos da una resultante homogénea como base operativa. No obstante, lo que aquí se establece está más vinculado, como se ha podido ver hasta ahora, con la práctica y la realidad mediática, ya que si, en bastantes ocasiones, se ha aportado teoría, es en esta última vertiente – bastante menos tratado bibliográficamente– donde faltan, desde nuestro punto de vista, estudios de casos concretos.

3. Análisis de los ejes investigadores

Con la elección de los dos ejes investigadores propuestos se pretenden desgranar y concatenar algunos de los elementos idiosincrásicos de las empresas de comunicación contemporáneas tales como la tendencia a la concentración y su alta dependencia tecnológica.

3.1. Breve historia de un proyecto de concentración

Planteamiento inicial

Carece de sentido adentrarse en un proceso de crecimiento externo de medios de comunicación, si se desconoce cuál fue su germen. En el caso que nos ocupa, el fallido –o inconcluso- proceso de concentración entre Cuatro y La Sexta, lo encuentra, precisamente, en el nacimiento de estos dos canales, posibilitado gracias al Plan de Reforma del Sector Audiovisual, programado por el primer Gobierno del presidente José Luis Rodríguez Zapatero.

La Ley 10/2005 de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo, suprimió de manera expresa el límite de tres concesiones administrativas para la prestación de servicios de televisión terrestre con una cobertura nacional, fijado en 1988. Los estudios y las

actuaciones de planificación radioeléctrica llevados a cabo por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio posibilitaron la planificación de un nuevo canal analógico de televisión con una cobertura suficiente en el territorio nacional, que alcanzara al 70 % de la población. Y, con este sustrato, el último de los reales decretos del renombrado plan (RD 946/2005, de 29 de julio) permitió que se aprobara la incorporación de un nuevo canal analógico de televisión.

Al concurso se presentaron Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, S.A. y Kiss Media S.A., perteneciente al grupo Radio Blanca de Blas de Herrero. Tras recabar un informe técnico de los servicios de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones, la mesa de contratación constituida en el Ministerio de Industria examinó las ofertas admitidas al concurso y procedió a elevar la propuesta de resolución. Y, cumpliendo con las fechas previstas, el 25 de noviembre de 2005, el Consejo de Ministros acordó adjudicar la cuarta licencia de televisión privada analógica y generalista a La Sexta, nombre comercial con el que el nuevo canal llegaba a los televidentes. Su composición accionarial estaba fundamentada en un 60 % del grupo GAMP (Grupo Audiovisual de Medios de Producción, entre otros, con Mediapro) y el 40 % restante quedaba, en ese momento, en manos del grupo mexicano Televisa, S.A.

El otro de los sujetos protagonistas del proceso fecha su comienzo en la petición que había realizado Sogecable para poder emitir en abierto las 24 horas del día. Las corrientes de opinión –más o menos fundamentadas- intuían que el Gobierno iba a dar, nuevamente, el visto bueno a la solicitud de PRISA. Y así fue cuando, el 29 de julio de 2005, el Consejo de Ministros aprobó un acuerdo entre la Administración del Estado y Sogecable, por el que se modificaba el contrato administrativo de concesión para la explotación del servicio público de la televisión, formalizado en Madrid el 3 de octubre de 1989 entre la Administración del Estado y la Sociedad de Televisión Canal Plus, S.A. (Sogecable, S.A.). Dicho acuerdo estipulaba que “la sociedad concesionaria podrá emitir en abierto durante las 24 horas del día en sus emisiones en analógico y en digital”. Según el Ejecutivo español, esta decisión fue adoptada “valorando, por encima de cualquier otra circunstancia, el interés general y dando cumplimiento a la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, que exige que la prerrogativa de la Administración para introducir modificaciones en los contratos administrativos esté basada en razones de interés público”.

El resultado de todo esto es que el 7 de noviembre de 2005 comenzó a emitir Cuatro y La Sexta llegó al público el 27 de marzo de 2006, con el objetivo de convertirse en la televisión del Mundial.

Fase empresarial

A punto de cumplirse tres años de vida de La Sexta, y tras largos meses de enfrentamientos por los derechos del fútbol, los rumores de un posible proceso de concentración con Cuatro empezaban a saltar de los despachos a los

periódicos. Los acontecimientos se sucedían en dichos marcos empresariales y las condiciones televisivas y políticas hacían propicia la operación.

Como pinceladas ilustrativas de esas circunstancias, podemos señalar que, según el Estudio General de Medios (EGM), en su resumen de año móvil de octubre de 2006 a mayo de 2007, Cuatro tenía un 6 % de *share* y La Sexta, un 4 %⁴. Los intereses de los grupos iban en esta línea de concentración, incluso, lo comunicaban en diversos foros. Así, por ejemplo, el consejero delegado de La Sexta, José Miguel Contreras, afirmaba hace tan sólo unos meses que “las uniones entre cadenas eran una posibilidad a tener en cuenta con la nueva regulación del sector propuesta por el Gobierno”. Y, por otra parte, el Ejecutivo tenía ya previsto aprobar la TDT de pago y los intereses por conseguir partidos y una cuota de pantalla conjunta de un 10 % estaban más que presentes, teniendo en cuenta, además, las posibilidades publicitarias que se abrían. Es decir, la complementariedad de los grupos protagonistas (una, con los derechos deportivos, y, la otra, con la ventana de emisión de pago por visión) ponían sobre la mesa el día 3 de junio de 2009⁵ lo que pudo ser y no fue.

Con este panorama, los medios de comunicación aportaban datos sobre la –en ese momento– más que plausible concentración. Así sucedía por ejemplo con la información aparecida en *Expansión* (4 de junio de 2009) que, resumía de la siguiente manera, el entresijo del “acuerdo de intenciones” entre las partes implicadas:

“La realidad financiera se ha impuesto al enfrentamiento entre las empresas. PRISA, acuciada por los 5.054 millones de euros que ahogan su balance, necesita aclarar ya su posición en el mercado de los derechos del fútbol, clave en el negocio televisivo y en los compromisos que tiene con sus bancos acreedores. Mediapro, por su parte, necesita el mayor número de ventanas para explotar sus derechos, incluidas las del grupo PRISA. Entre las alternativas que barajan para desbloquear la guerra del fútbol, gana enteros la creación de un holding, en el que Mediapro y PRISA, a través de Sogecable, incluirían sus intereses audiovisuales. En una primera fase, las dos empresas incluirían en el nuevo holding sus derechos de emisión para televisión y, en una segunda fase, las compañías se plantearían aportar a este nuevo grupo sus participaciones en televisión”.

Y, a raíz de estos planteamientos, las conjeturas y análisis se hicieron más que patentes, y también las dificultades internas asociadas, entre otras cosas, a la financiación y al peso de las disputas vinculadas a la competencia en el mercado mantenidas hasta ese momento. Como en todo proceso de concentración las cuestiones en torno a los detalles de la operación (recursos humanos, criterios económicos, respeto a la competencia) no se hicieron

⁴ Los resultados del año móvil abril 2008-marzo 2009 de AIMC arrojan los siguientes *shares*: Cuatro, 6,9 % y La Sexta, 6,5 %.

⁵ El grupo Imagina (formado, entre otras empresas, por Globomedia y Mediapro, algunos de los accionistas de La Sexta) y PRISA acordaron crear un comité paritario que trabajaría durante un mes en el modelo de negocio del futuro grupo audiovisual conjunto, sus órganos de gobierno y las fórmulas para efectuar sus respectivas aportaciones. Tras ese mes acordaron continuar hasta el 24 de julio las conversaciones.

esperar, y, por supuesto, surgió la pregunta que aparece en todo proceso de concentración de medios: ¿afectará o no al pluralismo?

Resultado y diagnóstico mediático

Las preguntas se quedaron sin solución porque, según el propio comunicado del grupo dueño de La Sexta, las negociaciones entre Imagina y PRISA concluyeron el día 7 de agosto de 2009 ante “la imposibilidad de avanzar en un punto de vista común” para determinar “las bases esenciales” de la nueva compañía. Y, así, en un hecho relevante remitido a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), se comunicó que había quedado sin efecto el compromiso de exclusividad que ambas partes acordaron para mantener negociaciones.

Como suele suceder en estos casos, la sociedad política, mediática e, incluso, económica⁶ españolas se volvieron a remover en sus asientos con las causas y consecuencias de esta fallida estrategia, cosa que también sucedió cuando empezaron a emitir. En el caso de Cuatro, mientras que para el (en aquel entonces) secretario general del PP, Ángel Acebes, el Gobierno “estaba beneficiando claramente a sus amigos”. Para el Ministerio de Industria la decisión fue adoptada “valorando, por encima de cualquier circunstancia, el interés general”. Además, para la Administración el nuevo canal “se convertiría en un instrumento para apoyar el proceso de transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT)” (*Noticias de la Comunicación*, 2005: 20-21). Y en el caso de La Sexta, la presencia de Miguel Barroso, socio de José Miguel Contreras, consejero delegado de La Sexta, quien durante su secretaría de Estado de Comunicación en 2005 se encargaría de la Ley de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, complicaba la percepción de una decisión independiente del Gobierno.

3.2. La TDT de pago

Sólo unos días después de la ruptura de las conversaciones entre Cuatro y La Sexta, se aprobaba el Real Decreto-Ley 11/2009, de 13 de agosto, “por el que se regula, para las concesiones de ámbito estatal, la prestación del servicio de televisión digital terrestre de pago mediante acceso condicional”. Y, aunque criticado el Gobierno por la premura de la decisión y el procedimiento elegido, lo cierto es que esta norma empezaba a permitir a los operadores televisivos estatales ofrecer, entre otras cosas, partidos de fútbol codificados a partir del inicio de la Liga. Según la propia vicepresidenta primera del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega, “con la TDT de pago se abren nuevas vías de financiación para las televisiones y también nuevas posibilidades y opciones para los telespectadores que elevarán su interés por adaptar sus instalaciones a la TDT. Y también contribuirá a que la mejora de los contenidos sirva de

⁶ Tras el anuncio de ruptura de las negociaciones, los títulos de PRISA caían en bolsa un 11,4 por ciento a las 13.55 horas, hasta los 3,480 euros.

catalizador para la correcta sustitución de la tecnología analógica”. La normativa estableció que los decodificadores deberían basarse en un estándar tecnológico abierto, de forma que cualquier aparato pudiera servir para descodificar la señal de pago de todos los operadores.

Al día siguiente, el 14 de agosto, el canal Gol TV, vinculado a Jaume Roures (Mediapro), empezaba sus emisiones en abierto hasta el 31 de agosto en el segundo canal de TDT de La Sexta, Hogar 10, con la baza de dar cada fin de semana dos partidos de la Liga BBVA, uno de ellos siempre del FC Barcelona o del Real Madrid. Además, la emisora dispondría de derechos de la Liga de Campeones, y de diversas competiciones europeas y sudamericanas. Asimismo, Mediapro anunció que, a partir del día 1 de septiembre de 2009 (momento en que también entró en vigor la ley de financiación de la CRTVE), para poder tener acceso al canal haría falta una televisión de última generación para la conexión de un módulo PCMCIA o la adquisición de un decodificador adecuado.

La adaptación a esta nueva tecnología –incluso de los decodificadores de TDT comprados hasta ahora- fue una de las causas de las críticas vertidas sobre el proceso, pero no las únicas. Los editoriales del periódico *El País*, “casualmente”, empezaron a cambiar de signo. Y con el titulado “En la pendiente”, el día 16 de septiembre de 2009, se puso de relieve una de las más importantes manifestaciones de ese cambio. Ese día, el editorial empezaba diciendo: “el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, atraviesa uno de los momentos políticos más difíciles desde su llegada a La Moncloa. Si hasta ahora los electores y los miembros de su propio partido habían pasado por alto los modos presidencialistas exhibidos en el nombramiento del Ejecutivo y en la toma de decisiones, la creciente sensación de que Zapatero actúa con imprevisión y ligereza frente a una de las crisis económicas más graves de la historia está comenzando a pasarle factura”. Para algunos la puesta en marcha de la TDT de pago supuso que el Gobierno se decantara por La Sexta en detrimento de PRISA, para prácticamente los mismos la respuesta del grupo PRISA empezó por esta contundente crítica al Gobierno socialista en primera página y, por el contrario, la defensa por parte de Mediapro corrió a cargo de *Público*.

En la historia más reciente de los medios de comunicación, según Alcolea (2003: 62), “la pugna por la adquisición en exclusiva de los derechos deportivos caracterizó las primeras alianzas para la constitución de las plataformas y los posteriores posicionamientos de sus socios”. De hecho, algunas de las más importantes “batallas” libradas por los grupos de comunicación han tenido como motor los derechos de emisión del fútbol y, como paradigma de ellas, “el que se puede considerar un enfrentamiento más por los derechos del fútbol en televisión, que se desarrolló en torno a la consecución de los derechos del Mundial de Alemania 2006, y que tuvo dos momentos fundamentales, uno con la adquisición en exclusiva de éstos por La Sexta y, posteriormente, la cesión de los mismos a Cuatro” (Alcolea y Blanco, 2007: 105). Estas guerras se entienden en el contexto económico de las estructuras empresariales que son

los grupos mediáticos ya que, al fin y al cabo, esos derechos son sus “materias primas”, su forma de conseguir incrementar su explotación.

En resumen, los protagonistas siguen siendo los mismos; vuelven a aparecer los derechos vinculados a los deportes como motor de los cambios; vuelven a surgir los descodificadores como ineludible problema de la necesaria adaptación tecnológica, y vuelven los periódicos a tomar partido en defensa de los intereses de sus grupos.

4. A modo de final

La sucesión de acontecimientos en el interior de los grupos de comunicación se yuxtaponen e integran en un hoy cada vez más mediatizado. Parcelar la realidad de los procesos de concentración es diseccionar un todo con la dificultad de intentar no perder, entre la minuciosidad eventual, la claridad global y extraer de ella lo que de válido y universal tiene. En este caso, entre otras, las ideas que podrían cerrar estas páginas tienen que ver con la crisis; el descenso de la inversión publicitaria; la bajada de las audiencias; la ausencia de publicidad en TVE a partir del día 1 de enero de 2010; el cambio de hábitos de consumo de la televisión, y las estrategias empresariales basadas en las concentraciones mediáticas. Pero siempre faltarían detalles y posiblemente, en ellos, se perdería el contraste de lo más importante.

Decía Javier Pérez de Albéniz, deseándole suerte a Cuatro en sus inicios, en un tono hiperbólicamente irónico, que “podemos vivir sin seguridad social, sin educación pública, sin un hogar digno, sin calles por las que caminar o parques por los que pasear, sin trabajo, sin un salario aceptable o un mar limpio. Pero no sin televisiones. Podemos ser felices sin árboles y sin pájaros, sin amigos con los que charlar, familiares a los que querer, perros a los que acariciar, ancianos a los que respetar o músicos a los que escuchar. Pero de ninguna manera sin televisiones. Gracias a los gobiernos que cuidan a sus ciudadanos poniendo a su disposición más cadenas de televisión, todo lo que necesitan para ser más felices, más sabios, más libres, mejores”.

Y, quizás, sea así. Al final, tal vez, al telespectador tipo sólo le interesó una cosa la tarde del domingo 29 de noviembre de 2009: el Barça-Madrid en el Nou Camp de la duodécima jornada liguera se vería en la TDT de pago. A partir de ahora los goles importantes entrarán por otra escuadra. Al fin y al cabo, no se ha cambiado tanto.

5. Fuentes documentales

Bibliografía

ALCOLEA, G. (2003), *La televisión digital en España*, Sevilla: Comunicación Social.

- ALCOLEA, G.; BLANCO, M. del M. (2007), "Mundial de Alemania 2006: una batalla más por los derechos del fútbol en televisión", en *Comunicación y pluralismo*, núm. 4, pp. 105-118.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN (2009), *Resumen general EGM*, [en línea], <http://www.aimc.es/aimc.php>.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2009): "Contabilidad Nacional Trimestral de España. Base 2000. Tercer trimestre de 2009" [en línea], <http://www.ine.es/prensa/cntr0309.pdf>.
- PÉREZ SERRANO, M.J. (2008): "Epistemological exegesis of media companies concentration", en 8th. World Media Economics and Management Conference "Media as a driver of information society", Lisboa.

Documentos hemerográficos

- "Advertising Expenditure Forecasts (October 2009)", [en línea], <http://www.zenithoptimedia.com/gff/index.cfm?id=77>.
- "España logra contener el paro en octubre pero sigue doblando la media europea", en *Expansión* [en línea], 1 de diciembre de 2009, <http://www.expansion.com/2009/12/01/economia-politica/1259662377.html>.
- "La inversión en publicidad caerá un 19,2 % en 2009, según las estimaciones del sector", en *Cinco Días* [en línea], 7 de octubre de 2009, http://www.cincodias.com/articulo/vivienda/inversion-publicidad-caera-192-2009-estimaciones-sector/20091007cdscdsviv_3/cdspor/.
- "Luces y sombras de la fusión Cuatro – La Sexta", en *Análisis Vertele.com*, [en línea], 4 de junio de 2009, <http://www.vertele.com/noticias/detail.php?id=23143>.
- "Oliart pide al Congreso reformar la ley para que TVE tenga más dinero", en *El País* [en línea], 20 de noviembre de 2009, http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Oliart/pide/Congreso/reformar/ley/TVE/tenga/dinero/elpepisoc/20091120elpepisoc_3/Tes.
- "Sogecable lanzará su canal generalista Cuatro en noviembre, tras la modificación de su licencia", en *Noticias de la Comunicación*, septiembre 2005, número 250, pp. 20-21.
- Editorial "En la pendiente", en *El País* [en línea], 16 de septiembre de 2009, http://www.elpais.com/articulo/opinion/pendiente/elpepuopi/20090916elpepuopi_1/Tes.
- MONTALVO, J.; CASTILLO, I. del (2009), "Mediapro y PRISA planean un holding audiovisual", en *Expansión* [en línea], 4 de junio de 2009, <http://www.expansion.com/2009/06/03/empresas/medios/1244062309.html>.
- PÉREZ DE ALBÉNIZ, J. (2006), "Libertad", en *El Mundo* [en línea], 7 de noviembre de 2005, *El Mundo*, <http://www.elmundo.es>.

Legislación

- Ley 10/2005 de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo.

Ley 17/2006 de 5 de junio, de la radio y televisión de titularidad estatal (*BOE* núm. 134, de 6 de junio de 2006), [en línea], <http://www.mpr.es/NR/rdonlyres/D03898BE-21B8-4CB8-BBD1-D1450E6FD7AD/76207/leytelevision.pdf>.

Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (*BOE* núm. 210, de 31 de agosto de 2009), [en línea], <http://www.boe.es/boe/dias/2009/08/31/pdfs/BOE-A-2009-13988.pdf>.

Real Decreto 946/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba la incorporación de un nuevo canal analógico de televisión en el Plan técnico nacional de la televisión privada, aprobado por el Real Decreto 1362/1988, de 11 de noviembre.