

ANÁLISIS DEL CIERRE DE CANALES DE TDT IMPUESTO POR EL TRIBUNAL SUPREMO ESPAÑOL DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS AFECTADAS

The Spanish Supreme Court ruling on DTT channel adjustment: the television industry-standpoint

Dra. María-Jesús DÍAZ-GONZÁLEZ  <http://orcid.org/0000-0002-4456-4305?lang=en>
Profesora Ayudante Doctora. Universidade da Coruña – m.j.diaz@udc.es

Dra. Natalia QUINTAS-FROUFE  <http://orcid.org/0000-0001-7597-6516>
Profesora Ayudante Doctora. Universidade da Coruña – n.quintas.froufe@udc.es

BIBLID [(2172-9077)10,2015,328-359]

Fecha de recepción del artículo: 16/03/2015

Fecha de aceptación definitiva: 02/05/2015

RESUMEN

El 6 de mayo de 2014 nueve canales de TDT de cobertura nacional cesaron sus emisiones. La causa fue la ejecución de una sentencia del Tribunal Supremo que considera que carecen de la licencia necesaria. El objetivo de este artículo es realizar un análisis riguroso y crítico de estos hechos. El proceso se estudia desde la perspectiva de las empresas de televisión afectadas: la normativa que ampara su derecho a estos canales y cómo lo comunican a su audiencia. Para llegar a concluir que la sentencia es cuestionable y supone un nuevo contratiempo en la estabilidad de la TDT.

Palabras clave: TDT; Tribunal Supremo; sentencia; España; audiencias televisivas.

ABSTRACT

On the 6th May 2014 nine nationally broadcast Digital Terrestrial TV (DTT) channels stopped broadcasting. The reason was the sentence imposed by the Supreme Court which considered these channels to be lacking the necessary licence. The objective of this article is to carry out a rigorous and critical analysis of this action. The analysis is from the point of view of the affected broadcasting companies, the law which covers the rights of these channels and how they communicated this information to their audiences. The analysis reaches the conclusion that the sentence is highly questionable and that it presents a backward step for the stability of DTT in Spain.

Key words: DTT; Supreme Court; sentence; Spain; TV ratings.

1. Introducción

En España, el sistema de televisión digital por ondas terrestres (TDT) quedó totalmente implantado al finalizar el mes de marzo de 2010. Este proceso, conocido como apagón analógico, se cerró en esa fecha para todos los operadores de televisión en todos los ámbitos de cobertura: nacional, autonómico y local. Parecían haber quedado atrás los errores cometidos entre 1997 y 2005 cuando se intentó por primera vez la implantación de la TDT, pero todo terminó con “la quiebra del concesionario [Quiero TV], sembrando el desconcierto sobre el futuro de un sector de enorme relevancia económica y básico para el desarrollo de nuestra industria tecnológica y de telecomunicaciones” (De la Quadra Salcedo Fernández del Castillo, 2013, p. 1). Como se verá más adelante, ante este fracaso, en 2005 se acometió un nuevo plan que pretendía organizar con criterio la implantación de la TDT y que consiguió aunar los esfuerzos de las Administraciones Públicas (central, autonómica y local), los operadores de la Red terrestre, las televisiones, los fabricantes de equipos, los instaladores de telecomunicaciones y los ciudadanos. La bibliografía sobre la implantación de la TDT en España es abundante y rigurosa. Para profundizar en este proceso consideramos relevantes las siguientes referencias: Bustamante (2008), Fernández Alonso (2008), García Leiva (2008) y Reig (2011). Sobre la trayectoria de los principales grupos audiovisuales españoles destacan los trabajos de García Santamaría (2011, 2013).

De forma inesperada, una sentencia del Tribunal Supremo de noviembre de 2012 parece cambiar las reglas del juego y puede retrotraer la situación de la TDT a la parálisis de la que hubo que sacarla en 2005 (De la Quadra Salcedo Fernández del Castillo, 2013, pp. 1-2; Gutiérrez, 2014, p. 17). La estabilidad, el entorno de seguridad, que se logró en 2010 solo había durado dos años.

2. Objetivos y metodología

El objetivo de este artículo es realizar un análisis riguroso y crítico de los motivos de la sentencia del Tribunal Supremo de 27 de noviembre de 2012 y de sus consecuencias inmediatas para la TDT en España. Desde que se hizo pública la sentencia (noviembre 2012) hasta su ejecución (mayo 2014), la información periodística sobre esta cuestión fue abundante y también los

comunicados oficiales y declaraciones de las partes implicadas. Todo ello terminó produciendo una clara sensación de desinformación, y de que las televisiones afectadas valoraban de modo parcial el perjuicio que se les causaba. Por tanto, una vez constatado el cierre de los nueve canales de TDT de cobertura nacional que no tenían licencia, consideramos que es de gran interés realizar un estudio de la cuestión desde nuestro ámbito de conocimiento.

Las preguntas de investigación planteadas son las siguientes:

- 1: ¿Cómo se justifica una sentencia que ha deshecho un proceso de implantación de la TDT de ámbito nacional que había sido cerrado con éxito (en apariencia) en el 2010?
- 2: ¿Cuál fue el mensaje de las televisiones a su audiencia y cómo se expresó?
- 3: ¿Cuál es la verdadera repercusión de la sentencia para las audiencias de las empresas de televisión afectadas?

El estudio de estas cuestiones se ha abordado desde la perspectiva de las empresas licenciatarias de televisión afectadas por la sentencia: la normativa que ampara su derecho a estos canales (que se expone según el orden cronológico) y cómo comunican a su audiencia la decisión del Tribunal Supremo que se ven obligadas a cumplir. El mensaje de las televisiones a su audiencia tuvo una expresión muy significativa a través de los spots emitidos en sus canales, que son analizados en este texto. Además de esto, el argumento más repetido fue la audiencia alcanzada por los canales que se iban a cerrar y la pérdida que esto supondría para el sector de la televisión; sobre esta cuestión se hace una valoración crítica para comprobar el peso de estas afirmaciones.

La metodología utilizada ha sido la consulta documental, y el análisis y discusión de los datos obtenidos de las distintas fuentes. Se han localizado y consultado siempre las fuentes primarias. Para el estudio de la sentencia y de la normativa sobre televisión que hay que considerar en este proceso, se ha analizado toda la documentación original publicada por el Consejo General del Poder Judicial (sentencia y autos del Tribunal Supremo), el Gobierno de España, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo (que tiene las competencias sobre TDT) y la UTECA (Unión de televisiones comerciales asociadas). También se han hecho consultas y se ha solicitado documentación

a Atresmedia y Mediaset España, al bufete MassMedia Assistants, asesores jurídicos en Telecomunicaciones y Nuevas Tecnologías (representantes de Infraestructuras y Gestión 2002, la empresa que presentó la demanda en el Tribunal Supremo) y a la Asociación Estatal de Víctimas de Accidentes DIA y Stop Accidentes; en todos los casos tenemos que agradecer su disposición para colaborar en esta investigación.

3. Una sentencia judicial modifica el mapa de la TDT en mayo de 2014

3.1. Los hechos

Al comenzar el año 2014, las empresas privadas con licencia para emitir TDT de cobertura nacional eran cuatro: Atresmedia, Mediaset España, Net TV y Veo TV. En las licencias de estas cuatro empresas, se estaban emitiendo 28 canales (ver tabla n.º1) cuya señal podía ser sintonizada en todo el territorio estatal.

Tabla n.º1: Oferta de canales de las sociedades licenciatarias

Sociedad licenciataria	Oferta de canales	Cuota de pantalla (año 2013)
Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	Antena 3	13,4%
	Antena 3 HD (simulcast)	-
	Neox	2,3%
	Nova	2,1%
	La Sexta	6%
	La Sexta HD (simulcast)	-
	Gol T (de pago)	-
	Nitro	1,7%
	Xplora	1,7%
	La Sexta 3	1,6%
Mediaset España Comunicación, S.A.	Telecinco	13,5%
	Telecinco HD (simulcast)	-
	FDF	2,9%
	Cuatro	6%
	Cuatro HD (simulcast)	-
	Divinity	1,7%
	Boing	1,7%
	Energy	1,2%
	La Nueve	0,7%
	La Siete	1,2%
Sociedad Gestora de Televisión Net TV, S. A.	Disney Channel	1,5%
	Paramount Channel	1,4%
	MTV	0,6%
	Intereconomía	0,9%
Veo Televisión, S. A.	Discovery Max	1,6%
	13 TV	1,3%
	AXN (de pago)	-
	La tienda en casa	-

Fuente: Barlovento Comunicación. Elaboración propia

Sin embargo, el 6 de mayo de ese mismo año, estas empresas tuvieron que dejar de emitir nueve canales (señalados en cursiva) debido a la ejecución de una sentencia del Tribunal Supremo español, en la cual se concluye

la declaración de nulidad del Acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de julio de 2010, por el que se asigna un múltiple digital de cobertura estatal a cada una de las sociedades licenciatarias del servicio de televisión digital terrestre de ámbito estatal, por no ser conforme a derecho (Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso, 2012).

Las televisiones afectadas no tuvieron más opción que acatar esta decisión, sin embargo, siempre han afirmado que tienen derechos adquiridos para seguir explotando dichos canales.

La empresa que presentó la demanda contra la Administración General del Estado y las empresas licenciatarias de TDT de ámbito estatal es Infraestructuras y Gestión 2002, S.L., por ello se ha convertido en una protagonista del proceso que es necesario conocer. Se trata de un prestador de servicios de comunicaciones electrónicas soporte de los servicios de difusión de radio y televisión que declara: “contamos con la habilitación oficial para prestar estos servicios por parte del regulador, la CMT, ahora integrada en la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia)” (Vertele, 2014). Por tanto, una empresa del sector audiovisual, pero aparentemente secundaria y desconocida.

¿Qué ha podido ocurrir para que una empresa secundaria y desconocida haya desbaratado todo un proceso de implantación de la TDT de ámbito nacional que había sido cerrado con éxito (en apariencia) en el 2010, y haya puesto en jaque al Gobierno de la nación y a los grandes grupos audiovisuales que trabajan en España? Este hecho tan sorprendente es el que se intentará explicar a continuación.

3.2. Las decisiones del año 2005

En el año 2005, el Gobierno español, presidido por J. L. Rodríguez Zapatero (PSOE), decidió afrontar las consecuencias del fracaso del primer intento de implantar la TDT en España. Para ello adoptó una serie de medidas que son claves para entender los hechos de 2014 a los que se ha hecho referencia. En concreto, conviene fijarse en el contenido, que aquí se expone, de la disposición adicional tercera apartado 1 y la disposición transitoria cuarta del RD 944/2005, porque el argumento principal de la sentencia del Tribunal Supremo está directamente relacionado con lo que en ellas se recoge.

Las medidas del Gobierno a las que acabamos de hacer referencia son, en primer lugar, la aprobación de un nuevo Plan Técnico Nacional (PTN) de la televisión digital terrestre (RD 944/2005), este

diseña un escenario para el periodo de transición [de la televisión analógica a la televisión digital] (2005-2010) y otro para después del apagón. Para el periodo de transición reserva, en primer lugar, cinco programas para TVE; en segundo lugar, uno para cada una de las cinco compañías privadas concesionarias de licencias de televisión terrestre que estaban emitiendo¹ (en *simulcast* o sólo en digital) y, en tercer lugar, anuncia la convocatoria de un nuevo concurso para adjudicar a una misma compañía dos nuevos programas de TDT. En total, 12 programas, quedando, por tanto, disponibles otros 8 hasta alcanzar los 20 planificados en 1998 [en el primer plan para implantar la TDT en España] (Fernández Alonso y Díaz-González, 2010, p. 293).

Para el escenario posterior al apagón analógico, este PTN prevé que

¹ Esas cinco compañías a las que se alude eran: Antena 3 de Televisión (ahora Atresmedia), Gestevisión Telecinco (ahora Mediaset España), Net TV, Sogecable (ahora adquirida por Mediaset España) y Veo TV.

En la normativa española para la televisión por ondas terrestres, las empresas privadas necesitaban concesión administrativa hasta el año 2010; desde ese año, necesitan licencia. Por eso, en este artículo cuando se hace referencia a las compañías de televisión se habla a veces de concesionarias y a veces de licenciatarias.

Por acuerdo del Consejo de Ministros², cada una de las sociedades concesionarias del servicio público de televisión de ámbito estatal existentes a la entrada en vigor de este real decreto accederá, previa solicitud y tras el cese de las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica, a un múltiple digital de cobertura estatal, siempre que se acredite el cumplimiento de las condiciones establecidas en la explotación de canales digitales adicionales³ de acuerdo con lo indicado en la disposición transitoria cuarta para el impulso y desarrollo de la televisión digital terrestre.

Asimismo, por Acuerdo del Consejo de Ministros, la sociedad que resulte adjudicataria del concurso público al que se refiere el párrafo segundo del apartado 3 de la disposición adicional segunda⁴, accederá, previa solicitud y tras el cese de las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica, a un múltiple digital de cobertura estatal, siempre que se den las condiciones de competencia en el mercado y se acredite por el concesionario el cumplimiento de sus obligaciones en materia de impulso y desarrollo de la televisión digital terrestre. (Real Decreto 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital terrestre, disposición adicional tercera apartado 1).

Ahora, ya tenemos la explicación de lo que quedó previsto para la etapa de transición en la que tenían que convivir la tecnología analógica y la digital, y para el escenario final después del apagón analógico. Antes de continuar, es importante detenerse, como ya explicamos, en el contenido de la disposición transitoria cuarta de este PTN. Dice textualmente:

² Este acuerdo de Consejo de Ministros previsto en este PTN de 2005 es el que tuvo lugar el 16 de julio de 2010; por tanto, el que es objeto de la sentencia del Tribunal Supremo de 2012 que es el origen de toda esta situación.

³ Las empresas de televisión afectadas por la sentencia del Tribunal Supremo se apoyan en este texto para considerar que tienen derechos consolidados sobre un múltiple digital (4 canales), porque han acreditado cumplir todas las condiciones establecidas.

⁴ Esta empresa fue Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, S.A.

El Gobierno ampliará a las sociedades concesionarias del servicio público de televisión de ámbito estatal existentes a la entrada en vigor de este real decreto, si lo solicitan en el plazo de siete días desde su entrada en vigor, el contenido de la concesión obtenida [...] permitiéndoles explotar, hasta el momento en que se produzca el cese de las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica, canales digitales adicionales [...] de acuerdo con las condiciones indicadas a continuación.

Además, la sociedad concesionaria deberá presentar antes del día 1 de octubre de 2005 un plan detallado de actuación en el que se asuman los siguientes compromisos. (Real Decreto 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital terrestre, disposición transitoria cuarta).

En el mes de julio de 2005 y con un plazo de solo siete días, las cinco empresas concesionarias de televisión respondieron a las condiciones del Gobierno, se comprometieron a cumplir los compromisos establecidos y solicitaron los canales digitales adicionales que se permitían.

En segundo lugar, las medidas del Gobierno a las que hicimos referencia al comienzo de este apartado determinaron que los canales de TDT estuvieran en emisión antes de finalizar el año 2005. Como se acaba de señalar, las empresas tuvieron que presentar sus planes de actuación el 1 de octubre de 2005, si no hubieran quedado excluidas del proceso. Y

El Consejo de Ministros del 25 de noviembre de 2005 acordó otorgar dos programas adicionales a cada una de las tres sociedades concesionarias de televisión que operaban en analógico (Gestevisión Telecinco, S.A.; Antena 3 de Televisión, S.A. y Sogecable, S.A.), y un programa adicional a las dos sociedades que sólo lo hacían con tecnología digital (Sociedad Gestora de Televisión NET TV, S.A. y Veo Televisión, S.A.). El mismo Consejo de Ministros acordó la adjudicación de dos nuevos programas de TDT —como todos los

anteriores, en abierto— a Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, S.A. (Fernández Alonso y Díaz-González, 2010, pp. 293-294).

En consecuencia, al terminar el año 2005 el sector de la televisión privada por ondas terrestres de ámbito estatal estaba compuesto por seis empresas que podían emitir 15 canales digitales.

Conviene subrayar aquí dos aspectos que tienen especial importancia para valorar la sentencia que obliga al cierre de canales. En primer lugar, lo que la Administración concede a las empresas no es en ningún caso una nueva concesión para emitir televisión sino una variación del contenido de la concesión que ya tenían. En segundo lugar, a partir de la solicitud de estas empresas para que se les asignen canales digitales adicionales empieza un proceso que conlleva

procesos de presentación de documentación, realización de actividades, emisiones, presentación de proyectos, controles, ampliación de cobertura de la TDT, inversiones, etc., etc., etc. Y todo ello con la vigilancia de la Administración en un tira y afloja constante en la verificación de si lo que presenta es suficiente y si es cumplido o no (De la Quadra Salcedo Fernández del Castillo, 2013, p. 8).

3.3. Las decisiones del año 2010

Como estaba previsto, en abril de 2010 se produjo en España el apagón analógico y toda la televisión por ondas terrestres pasó a ser exclusivamente digital. En esas fechas se publicó un Real Decreto que regulaba la asignación de los múltiples digitales una vez que cesaran las emisiones de televisión analógica. Es fundamental conocer el contenido de su artículo 1 porque a él también se alude en el argumento principal de la sentencia del Tribunal Supremo:

Cada una de las sociedades concesionarias del servicio público de televisión terrestre de ámbito estatal accederá, previa solicitud y tras el cese de las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica, a un múltiple digital de cobertura estatal, siempre que se acredite el cumplimiento de las condiciones establecidas en el apartado 1 de la disposición adicional tercera del Real Decreto 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre. (Real Decreto 365/2010, de 26 de marzo, por el que se regula la asignación de los múltiples de la Televisión Digital Terrestre tras el cese de las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica, artículo 1).

Como se puede comprobar, no hay ninguna variación respecto a lo previsto en 2005: se confirma que las empresas de televisión deben cumplir unas condiciones y presentar una solicitud, cosa que hicieron.

Un mes después de estos hechos, el 1 de mayo de 2010, entró en vigor la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA, Ley 7/2010) que establece claramente la obligación de concurso público siempre que se otorguen nuevas licencias para servicios de televisión por ondas. Como se comprobará a continuación, las fechas de vigencia de unas y otras normas son muy importantes para analizar la situación creada por la sentencia del Tribunal Supremo.

De acuerdo con De la Quadra Salcedo, las empresas de televisión habrían cumplido con sus obligaciones antes del apagón analógico, por tanto, habrían consolidado sus derechos antes de la entrada en vigor de la LGCA:

la modificación del contenido de la concesión, con los derechos y obligaciones correspondientes tal y como se establecía en el RD 944, se había producido antes del 1 de mayo de 2010, pues era el 3 de abril de 2010 —la fecha del apagón analógico— la fecha de referencia de

consolidación de los derechos (De la Quadra Salcedo
Fernández del Castillo, 2013, p. 9).

El 16 de julio de este mismo año, el Consejo de Ministros aprueba el acuerdo por el que se asigna un múltiple digital de cobertura estatal a cada una de las sociedades licenciatarias del servicio de televisión digital terrestre de ámbito estatal. Recordemos que este visto bueno final del Gobierno ya estaba previsto desde 2005 y era imprescindible para culminar el proceso.

Se asigna un múltiple digital de cobertura estatal a cada una de las sociedades concesionarias del servicio de TDT de ámbito estatal: Antena 3, Gestevisión Telecinco, Sogecable, Veo Televisión, NET TV y La Sexta. El múltiple digital está integrado por cuatro canales digitales de televisión susceptibles de ser explotados las veinticuatro horas del día.

La asignación se produce previa solicitud y una vez que, producido el cese de emisiones con tecnología analógica, se ha verificado que las sociedades concesionarias del servicio de televisión digital terrestre han cumplido las obligaciones que, en materia de impulso y desarrollo de la televisión digital terrestre, habían asumido en el marco del Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Terrestre y del Real Decreto por el que se regula la asignación concreta de los múltiples de la televisión digital terrestre tras el cese de las emisiones de la televisión terrestre con tecnología analógica (Gobierno de España. La Moncloa, 2010).

Solo tres meses después de este acuerdo, Infraestructuras y Gestión 2002, S.L. presentó el recurso contencioso-administrativo ordinario contra el mismo en el que demandaba a la Administración General del Estado y a las sociedades licenciatarias de TDT de las que se viene hablando (Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso, 2012, antecedentes de hecho, primero).

3.4. 2012-2014: desde la sentencia hasta el cierre de los canales

El Tribunal Supremo hizo pública su sentencia el 27 de noviembre de 2012; en ella, como ya se ha señalado, estima el recurso presentado y declara nulo el Acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de julio de 2010. Cabe destacar que la sentencia es estimatoria parcial, no se reconocen todas las pretensiones de Infraestructuras y Gestión 2002.

Cuando esto ocurría, el Gobierno español, presidido ya por otro partido (Partido Popular), decide que ejecutará lo que le ordena el Tribunal Supremo, pero establece que los canales sigan emitiendo hasta que culmine el proceso de liberación del dividendo digital (Gobierno de España. La Moncloa, 2013).

A partir de este momento, nos encontramos una actividad continua por parte de la empresa demandante y de las televisiones afectadas: recursos, resoluciones, comunicados de prensa, campañas de opinión pública, etc.

En mayo de 2013, Infraestructuras y Gestión 2002 presenta un escrito ante el Tribunal Supremo en el que denuncia la no ejecución de la sentencia de 2012, y solicita que se anule el retraso establecido por el Gobierno en función del dividendo digital, y avanza un paso más porque pide que se señalen explícitamente los canales de televisión que deben dejar de emitir (aspecto que no se concretaba en la sentencia).

El desenlace de esta situación comienza en diciembre de 2013, cuando el Tribunal Supremo dicta un auto que ordena la ejecución de su sentencia de 27 de noviembre de 2012 y determina que son nueve los canales de TDT de cobertura nacional que deben dejar de emitir (Comunicación Poder Judicial, 2013). Como era de esperar, las empresas de televisión afectadas recurren este auto (UTECA, Net TV, Veo Televisión, Atresmedia y Mediaset España interpusieron recursos de reposición contra el auto del Tribunal Supremo de 18 de diciembre de 2013); pero todos los recursos son desestimados en un nuevo auto con fecha 13 de febrero de 2014 (Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso, 2014). A partir de esta fecha, todos los afectados saben que empieza la cuenta atrás para que nueve canales de TDT cierren.

A pesar de las protestas hechas públicas por la UTECA y de las acciones de movilización emprendidas por agentes que se sienten afectados (las Productoras Asociadas de Televisión de España, la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios y La Academia de las

Ciencias y las Artes de Televisión entre otras), el cierre de los canales se llevó a cabo en la fecha prevista.

3.5. Aspectos controvertidos de la sentencia y de la empresa demandante

Como ya se ha señalado, ante un hecho tan sorprendente como este, se ha considerado imprescindible poner en claro qué ha ocurrido. Ahora, antes de abordar otras partes de este trabajo, es importante exponer algunos resultados de la investigación que se refieren, por un lado, a la controversia sobre la sentencia y, por otro, a la empresa Infraestructuras y Gestión 2002.

La argumentación del Tribunal Supremo se expone a lo largo de los seis extensos apartados de los Fundamentos de Derecho de la sentencia de 27 de noviembre de 2012, y se reitera y amplía en los doce extensos apartados de los Razonamientos Jurídicos del auto de ejecución de 18 de diciembre de 2013. Por tanto, no es posible detenerse aquí en una pormenorización de los argumentos, sino que conviene centrarse en la *ratio decidendi* del Tribunal Supremo, que es, además, donde reside la controversia.

[...] queda meridianamente claro en la Sentencia a ejecutar que la *ratio decidendi* era que tras la entrada en vigor de la ley 7/2010 no era posible asignar nuevos canales sin previo concurso, aunque dicha asignación estuviera contemplada en el plan de transición de la tecnología analógica a la digital aprobada reglamentariamente por los Reales Decretos 944/2005 y 365/2010. (Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso, 2013, razonamiento jurídico undécimo).

A lo largo de su argumentación, el Supremo expone que en estos Reales Decretos lo que se recogen son unas expectativas de derechos: las empresas de televisión podrán explotar un múltiple digital de cobertura estatal si demuestran haber cumplido ciertas condiciones; pero, el Gobierno reconoce el cumplimiento de esas condiciones y los asigna cuando ya está vigente una ley de rango superior (LGCA) que exige licencia previa obtenida en concurso

público para explotar nuevos canales de televisión por ondas. Por tanto, la conclusión lógica es que la asignación de canales es nula.

Dicha conclusión, ineluctable desde el punto de vista de la sucesión normativa, solo podría ser enervada por una expresa previsión transitoria de la propia Ley reguladora del sector que mantuviese la vigencia de tales expectativas de derechos. Sin embargo, ninguna previsión al respecto se contiene en las disposiciones transitorias de la ley relativas a los derechos anteriores a la misma. [...]

Frente a lo defendido por las partes codemandadas, no es posible admitir que un escenario con base reglamentaria anterior a una Ley y contradictorio con ésta perviva tras la entrada en vigor de dicha Ley, salvo que estuviera expresamente previsto en sus disposiciones transitorias. (Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso, 2012, fundamentos de derecho, quinto).

El Tribunal Supremo no admite que la asignación de canales adicionales a las empresas licenciatarias hasta completar un múltiple digital fuera un derecho consolidado (si se cumplían unas condiciones, como hemos señalado repetidamente) antes de la entrada en vigor de la LGCA, sino que era una expectativa de derecho. Y, esta expectativa quedó truncada porque el Acuerdo del Consejo de Ministros que asigna el múltiple digital es posterior (16 de julio de 2010) a la entrada en vigor de la citada Ley (1 de mayo de 2010) (Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso, 2013, razonamiento jurídico undécimo, 2d). Con todo, los argumentos del Tribunal Supremo son discutidos por varios motivos.

La sentencia del Tribunal Supremo no ponía en cuestión si las condiciones exigidas desde julio de 2005 [a las empresas concesionarias del servicio de televisión] se habían cumplido, que en realidad hubiera sido la única razón válida para anular el ACM de 16 de julio de 2010.

La sentencia se limita a aplicar una argumentación perfecta en materia de sucesión y derogación de normas [...]. Por eso no puede estarse de acuerdo con dicha sentencia por más que haya sido dictada por una Sección de la Sala Tercera del Supremo con la que es muy difícil no estar de acuerdo casi siempre por la elevadísima calidad de sus decisiones (De la Quadra Salcedo Fernández del Castillo, 2013, pp. 3-4).

La razón principal de la sentencia se apoya en una cuestión de sucesión y derogación de normas cuando se puede sostener que es una cuestión de culminación de actos y consolidación de derechos antes de la entrada en vigor de la Ley 7/2010.

El Acuerdo del Consejo de Ministros no es [...] un acto inopinado o inesperado que se dicte espontáneamente el 16 de julio de 2010 al amparo de una norma que había quedado derogada el 1 de mayo de 2010. No, [...] es, en realidad, el acto que declara que los antiguos concesionarios habían cumplido antes del 1 de mayo de 2010 (fecha de vigencia de la LGCA) con todas las obligaciones que les imponía el RD 944 para modificar su concesión con cuatro canales digitales en un solo múltiple.

La Administración no tenía más opción, de acuerdo con el derecho vigente en el momento de la petición, que otorgar el múltiple o negarlo según se hubieran cumplido o no las condiciones exigidas. Debe notarse que no se trata ni siquiera de otorgar nuevas concesiones, puesto que el marco jurídico vigente hasta el 1 de mayo de 2010, lo que disponía era la modificación del contenido objetivo de la concesión en lo que se refiere especialmente al número de canales de cada concesión y al acceso a un solo múltiple (De la Quadra Salcedo Fernández del Castillo, 2013, pp. 4-5).

El texto de la disposición adicional tercera apartado 1 del RD 944/2005, y el texto del artículo 1 del RD 365/2010 (que son coincidentes) señalan la fecha del apagón analógico (que fue el 3 de abril de 2010) como la fecha en que las empresas de televisión tienen que haber cumplido todos los compromisos exigidos para que después se les asigne un múltiple completo. Si esto se admite y dichas empresas tenían ya sus derechos consolidados, “la entrada en vigor posterior de una nueva Legislación no afecta a los derechos ya consolidados aunque no estén formalmente reconocidos. [...] la situación de los concesionarios no reviste transitoriedad alguna, pues sus derechos [...] eran plenos y perfectos desde el cierre de las emisiones analógicas” (De la Quadra Salcedo Fernández del Castillo, 2013, p. 12).

Por su parte, el propio Tribunal Supremo admite que

No es ocioso considerar, sin embargo, las alegaciones relativas a que dicha interrupción de un proceso de transición previamente determinado por vía reglamentaria y cuya conclusión era reglada, según entienden las sociedades licenciatarias, ha supuesto la infracción del principio de confianza legítima y la eventual generación de responsabilidades patrimoniales [...] [pero dicha interrupción] no fue responsabilidad del Gobierno, sino que fue obra del legislador. Sería, por tanto, mediante la reclamación de la hipotética responsabilidad patrimonial del Estado legislador el procedimiento adecuado para tratar de hacer valer tales pretensiones (Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso, 2013, razonamiento jurídico undécimo, 2d).

Como se ve, el Tribunal Supremo señala que si se demostrara que se ha causado un daño a las empresas de televisión, la responsabilidad sería del legislador. Y, en la práctica, eso puede equivaler a decir que no tiene solución (De la Quadra Salcedo Fernández del Castillo, 2013, pp. 15-16).

No es posible entrar aquí más en el fondo de esta cuestión, que además no está dentro de nuestra especialidad, pero hemos considerado que era

necesario dejar constancia de los principales motivos por los que la decisión sobre el cierre de los canales de TDT ha sido polémica.

Respecto a la empresa que presenta la demanda y consigue romper la situación establecida para la TDT de cobertura nacional, es fundamental tratar de conocer sus objetivos e intereses en el sector. Infraestructuras y Gestión 2002 manifestó que su objetivo había sido “asegurar la pluralidad, la libre competencia y el derecho de todos los operadores a participar en un concurso público en igualdad de condiciones” (Vertele, 2014). Esta empresa se dedica a las telecomunicaciones (transporte de la señal) y no a los servicios de comunicación audiovisual (contenidos), pero si sus clientes obtienen los canales de TDT que salgan a concurso público, esto les beneficiará.

En diversos acuerdos del Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC) se ha sancionado a Infraestructuras y Gestión 2002 por ocupar canales sin la licencia preceptiva y emitir contenidos inadecuados⁵. Como es lógico, la empresa se ha defendido ante estas actuaciones y niega que su actividad esté al margen de la ley.

Es una realidad que el número de TDT ilegales es un problema importante en nuestro país.

“Sí nos cabe lamentar que frente a la actuación de la Justicia imperativa en cuanto a ordenar el cierre de canales atribuidos tras el límite temporal de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, nada se ha hecho para evitar la proliferación de canales ilegales. Estas emisiones, que surgen como setas en otoño, provocan graves daños al prestigio de la TDT, al tiempo que llenan las pantallas de contenidos claramente inadecuados para la infancia” (Gutiérrez, 2014, p. 16).

⁵ El 28 de mayo de 2014, el CAC publicó una nota de prensa en la que señalaba que había impuesto una sanción de 360.004 euros a Infraestructuras y Gestión por emitir esoterismo en horario protegido y que la empresa emitía por cuatro canales locales de TDT en Tarragona sin disponer de la licencia preceptiva. CAC. Notas de prensa. Disponible en: <http://www.cac.cat/web/actualitat/notesprensa/llistat.jsp?MTU%3D&Mg%3D%3D&L3dYi9hY3R1YWxpdiGF0L25vdGVzchJlbXNhL2xsaXN0YXRDb250ZW50> [Fecha de consulta: 27 de junio de 2014].

En la misma nota de prensa se enumeran los Acuerdos que recogen las sanciones.

4. Las campañas publicitarias de Atresmedia y Mediaset España

Para dar a conocer a sus espectadores el cierre de sus canales de TDT, Atresmedia y Mediaset España diseñaron dos campañas publicitarias en televisión que pasaremos a describir y analizar a continuación.

Aunque el planteamiento de la campaña y la construcción del mensaje publicitario por parte de los dos grupos mediáticos es muy diferente, cabe destacar que en un primer momento ambos parten de una misma idea inicial: hacer responsable y culpable al Gobierno del cierre de los canales. En el caso de Atresmedia, la alusión a la responsabilidad del Gobierno es explícita y directa (“El Gobierno nos obliga a cerrar”) mientras que Mediaset España realiza una referencia menos evidente (un coche oficial que representa al Gobierno y “atropella” a sus canales).

4.1. Campaña publicitaria de Atresmedia

Atresmedia construyó su mensaje publicitario sobre dos ideas conceptuales claves: la despedida, a modo de homenaje a sus canales, y el agradecimiento a la fidelidad de su audiencia. Para la campaña se crearon en total diez piezas audiovisuales, objeto de nuestro análisis⁶.

La campaña se desarrolló en dos fases: la primera de ellas emitida desde el 21 al 27 de abril y la segunda del 28 de abril al 5 de mayo de 2014. En la primera fase de la campaña se emitieron cuatro spots en los que el grupo Atresmedia culpabilizaba directamente al Gobierno como responsable del cierre de sus tres canales, a la vez que realizaba un emotivo homenaje a estas cadenas y a su audiencia.

4.1.1. Primera fase

El spot principal, de 34 segundos de duración, se abría con un plano con fondo negro sobre el que se podía leer el siguiente texto sobreimpreso: “El Gobierno nos obliga a cerrar [...]”. Los siguientes planos intercalaban sucesiones de fragmentos de películas y series emitidas por estos canales con otros planos

⁶ Las piezas audiovisuales de la campaña fueron cedidas a las autoras por el departamento de Marketing de Atresmedia Televisión.

con fondo negro y con texto sobrepuesto. Esta sucesión de planos estaba acompañada de una voz en off que narraba el siguiente texto:

El Gobierno nos obliga a cerrar Xplora, Nitro y la Sexta 3, tres canales líderes que han puesto acción en tu vida, te han regalado historias inolvidables y han saciado tu curiosidad. Aunque parezca mentira el 6 de mayo desaparecerán Xplora, Nitro y la Sexta3. Y sólo podemos darte las gracias... por habernos seguido todos estos años.

Cabe destacar que el espectador podía oír y leer este texto simultáneamente, de forma que se reforzaba el mensaje lanzado por el grupo. El tono del spot era emotivo con el fin de agradecer a la audiencia su apoyo y fidelidad durante los años de emisión.

Como complemento a este spot central, emitido en todos los canales del grupo, Atresmedia creó otros tres spots personalizados para cada una de las cadenas que dejaban de emitir. Estos spots mantenían una estructura narrativa y de montaje muy similar, la misma banda sonora y la misma voz en off que el spot principal. El texto inicial (“El Gobierno nos obliga a cerrar”) y final de los spots (“Aunque parezca mentira el 6 de mayo desaparecerá [nombre del canal]. Y sólo podemos darte las gracias, por habernos seguido todos estos años”) tampoco varió, modificando únicamente la parte referida a cada cadena, como veremos a continuación.

El spot creado para la cadena Nitro se personalizó añadiendo la referencia a la cadena y a su contenido temático: “[...] Nuestro canal líder en acción, un canal que ha puesto emoción en tu vida”. Se mantuvo, por tanto, la misma idea original del spot principal y por ello se repitió la interposición de planos con fondo negro donde se podía leer parte de este texto combinados con fotogramas de series y películas representativos de la cadena. El spot, de la misma duración que el anterior, se cerraba con el logotipo de Atresmedia Televisión acompañado del texto “el grupo líder”.

En esta misma línea se diseñó el spot para Xplora, se conservó el texto inicial y final y se añadió el siguiente: “nuestro canal de documentales. Un canal que ha

saciado tu curiosidad”. El spot finalizaba también con el logotipo de Atresmedia Televisión y el texto “el grupo líder”.

En el caso del spot planteado para La Sexta 3, se centraron en la propia especialización temática del canal: “nuestro canal líder en cine. Un canal que te ha regalado historias inolvidables”.

En definitiva, en los cuatro spots de esta primera fase la referencia a la audiencia y a los espectadores de cada canal es directa, mostrando qué les había aportado cada uno de los canales y agradeciéndoles su compromiso con los mismos.

4.1.2. Segunda Fase

La segunda fase de la campaña se inició el día 28 de abril y finalizó el 5 de mayo. La estructura de la campaña fue similar a la de la fase anterior con piezas creadas para todo el grupo y otras de carácter individualizado para las cadenas Xplora, Nitro y La Sexta. En este caso se diseñaron dos spots, en vez de uno, destinados para la emisión en todos los canales del grupo. En el primero, de 30 segundos de duración, la voz en off relataba el siguiente texto que el espectador también podía leer en la pantalla:

El 6 de mayo el Gobierno nos obliga a cerrar Xplora, Nitro y La Sexta 3. Esto es lo que nos imponen... y esto lo que haremos. Seguiremos ofreciéndote la mejor y la más variada programación. Porque este siempre ha sido nuestro compromiso contigo. Ahora más que nunca. Gracias por hacernos el grupo líder. Atresmedia.

El segundo de ellos, dirigido y emitido también en todas las cadenas del grupo, difiere de todos los spots creados en esta campaña por dos motivos fundamentales. En primer lugar, se suavizó claramente el mensaje publicitario eliminando la referencia directa al Gobierno (“El 6 de mayo desaparecerán Xplora, Nitro y La Sexta 3 [...]”) y en segundo lugar, se incluyeron testimonios de telespectadores que detallaban qué programas y cadenas veían y la sensación que les producía el cierre de ellos. Algunos espectadores manifestaban también la pena e indignación que les suponía, y otros

declaraban “que no entienden por qué hay que quitarlos”. El spot finalizaba agradeciendo de nuevo a la audiencia su fidelidad (“Gracias por seguirnos todos estos años”).

En relación a los tres spots diseñados para las cadenas afectadas, se mantuvo el mismo inicio para todos consistente en una sucesión de planos con fondo negro y este texto sobreimpreso que también relataba la voz en off: “El 6 de mayo el Gobierno nos obliga a cerrar (nombre del canal)”, se personalizó el resto del spot y se optó por un final común (“Gracias por hacernos el grupo líder”). Además de transmitir ese mensaje de agradecimiento se trató también de ofrecer al espectador otras posibilidades que les permitiesen sustituir a los canales que dejaban de emitir. Se trataba de desligar el contenido de la cadena, de forma que el espectador comprendiera que lo único que desaparecía era el canal, no así el contenido.

En el caso de Nitro, el spot continuaba con una voz en off que decía: “la emoción no acaba aquí. Sigue en: Antena 3, La Sexta, Neox y Nova [...]”, brindando al espectador la posibilidad de ver el mismo contenido que el ofrecido por Nitro pero insertado ahora en el resto de canales del grupo. Lo mismo se pretendía en el spot creado para La Sexta 3, después de ese inicio común, la voz en off relataba lo siguiente: “pero el cine no acaba nunca. 7 días a la semana. 365 días al año [...]”. Y por último, el spot diseñado para la cadena Xplora tenía un carácter más informativo por ser la única cadena que continuaría emitiendo por otra plataforma: “[...] pero la curiosidad no termina aquí. Xplora continúa en xploratv.com”. De este modo se invitaba a la audiencia a seguir viendo el canal a través de internet.

Esta segunda fase finalizó el día 5 de mayo. Para este último día de emisión se creó una pieza específica emitida en todas las cadenas del grupo en la que se informaba al espectador de la desaparición de las cadenas a través de este texto:

Esta noche a las 24:00 desaparecerán, Xplora, Nitro y La Sexta 3. Esto es lo que nos imponen... y esto lo que haremos. Porque este siempre ha sido nuestro compromiso contigo. Ahora más que nunca, gracias por hacernos el grupo líder. Atresmedia Televisión, el grupo Líder.

Las imágenes que se mostraban correspondían a series de ficción representativas del grupo (“Con el culo al aire”, por ejemplo) y a sus presentadores más reconocidos (Jordi Évole, Matías Prats o Susana Griso).

4.2. Campaña publicitaria Mediaset España

La campaña de Mediaset España tiene su origen en el discurso de Paolo Vasile, Consejero Delegado, ante la Junta General de Accionistas celebrada el 9 de abril de 2014 cuando calificó de “atropello” la situación del cierre de los canales:

Una condena por un error formal, cometido por un Gobierno que no es el de hoy. Pero es un ministerio del Gobierno de hoy quien ha decidido que somos las compañías de televisión, que ninguna culpa tenemos, las que debemos pagar esta condena, este error.

Sé que es difícil de entender, y efectivamente no lo entendemos, consideramos esta expropiación injusta y cruel.

Es evidente que haremos todo lo que está en nuestras manos para defender estos canales que son de todos (nuestros, de nuestros accionistas y de nuestros televidentes), o para reclamar el daño económico derivado de este... atropello (Vasile, 2014).

Ese “atropello” al que se refirió Vasile fue la clave para el desarrollo de la estrategia publicitaria posterior que tuvo como objetivo escenificarlo. Partiendo de este concepto central, Mediaset España recurrió a la estrategia de anteriores campañas de representar a sus canales como la “familia de canales de Mediaset España”. Cada canal estaba identificado con un personaje animado que lo caracterizaba. El spot central tuvo dos versiones que pasaremos a analizar.

La primera versión del spot⁷, de 58 segundos de duración, se abría con un plano con fondo negro con este texto sobreimpreso en color blanco: “Era un día de primavera cualquiera. Una familia feliz pasea”. A continuación se mostraba una gran ciudad y una familia “feliz” dando un paseo y esperando para cruzar en un paso de peatones hasta que el semáforo se cambiara a verde. Esa familia, formada por todos los canales del grupo, identificaba a la familia de canales de Mediaset España. En el momento en el que el semáforo se ponía en verde y la familia empezaba a cruzar, un coche negro con cristales tintados se aproximaba a alta velocidad, se saltaba el semáforo y provocaba un choque con la familia. El coche negro, similar a un Audi, simbolizaba la figura del Gobierno. En el siguiente plano, después del accidente, únicamente se mostraban en el suelo las pertenencias de Nueve (un bolso) y La Siete (auriculares).

La siguiente escena situaba al espectador en la casa en la que el resto de familia esperaba noticias de los miembros atropellados. Allí recibían una llamada del hospital y el spot finalizaba con un plano con fondo negro en el que se podía leer el siguiente texto sobreimpreso: “Entre todos las mataron. En memoria de La Siete y Nueve” con los logotipos de ambas cadenas.

Este spot generó críticas y quejas por parte de las asociaciones de víctimas de accidentes de tráfico, en concreto, de la Asociación Estatal de Víctimas de Accidentes DIA y de Stop Accidentes, quienes solicitaron la retirada de campaña por la insensibilidad mostrada hacia las víctimas:

Creemos que se han equivocado al equiparar su desaparición con algo tan grave como un accidente de tráfico. Usar este dolor para fines empresariales es frivolar. Han cometido un gran error al utilizar el dolor de los demás para este fin. Desde DIA consideramos que Mediaset debería retirar inmediatamente estas imágenes y pedir perdón a las víctimas por esta falta de respeto⁸.

⁷ Esta primera versión del spot fue recuperada el 20 de junio de 2014 del siguiente enlace: <http://www.formulatv.com/videos/5879/la-siete-y-nueve-son-atropelladas-en-un-nuevo-video-de-la-familia-mediaset/>.

⁸ Valoración de la campaña de Mediaset España por parte de la Asociación Estatal de Víctimas de Accidentes DIA enviada a las autoras por correo electrónico el día 4 de junio de 2014.

Aunque no tenemos constancia de una rectificación oficial, Mediaset España decidió suprimir la escena del atropello y ofrecer una versión más reducida del spot, de 28 segundos de duración⁹, en las que no se mostraba el accidente sino únicamente la espera de noticias por parte de la familia Mediaset España. Esta segunda versión, eliminaba por tanto, la referencia al “atropello” al que aludía Vasile en su discurso.

5. El comportamiento de la audiencia en relación a las cadenas cerradas

Este epígrafe tiene por objetivo mostrar cómo ha sido el comportamiento de la audiencia en España en relación a los canales que cesaron su emisión desde su creación hasta el mes anterior al anunciado cierre. El indicador que se ha utilizado para su análisis es la cuota de pantalla, por el ser el principal empleado en el estudio de las audiencias televisivas.

El apagón analógico del año 2010 supuso una multiplicación de los canales televisivos y una mayor segmentación de la audiencia, por ello se considera como “la consolidación del fenómeno iniciado años atrás denominado como la ‘fragmentación de las audiencias’” (Quintas, 2013, p. 66).

El nuevo panorama televisivo español pasó a ofrecer al televidente una mayor oferta televisiva con nuevos contenidos y de carácter más especializado. Los principales grupos mediáticos complementaron la programación de sus canales principales, de carácter generalista, con la ofrecida por los canales temáticos orientados a públicos específicos. Sin embargo, no todos los operadores disponían de contenidos audiovisuales para emitir en estos canales de nueva creación, de ahí que algunos se limitaran a repetir contenidos de los canales principales. Tal como confirma Soengas, “la obligación de llenar múltiples espacios de forma repentina ha desbordado a muchos programadores y ha superado las previsiones y la capacidad de oferta para la que estaban preparados los dueños de los nuevos canales” (Soengas, 2013, p. 155). Este pudo ser uno de los motivos por los que, en un principio, no obtuvieron el respaldo de la audiencia.

⁹ La versión reducida del spot fue recuperada el 20 de junio de 2014 del siguiente enlace: <http://www.lavozdegalicia.es/noticia/television/2014/04/30/mediaset-suprime-atropello-siete-nueve-video-despedida-canales/00031398873055849809748.htm>.

La baja audiencia de algunas de estas cadenas temáticas estimuló a los grupos a remodelar sus parrillas con el fin de incorporar otros contenidos más atractivos para la audiencia. Un claro ejemplo de ello fue La Sexta 3, del grupo Atresmedia. Esta cadena, que en un principio ofrecía telenovelas, series de ficción y cine, terminó especializándose exclusivamente en cine cuando se observó el interés de la audiencia por este género, y se decidió convertirla en el primer canal en abierto de cine en España. El caso contrario sería el de la cadena La Siete, canal surgido para sustituir al desaparecido Telecinco 2, contenedor de contenidos del canal principal de Mediaset España, el cual pese a los continuos cambios en la programación no consiguió consolidarse experimentando un decrecimiento anual en la cuota de audiencia.

A continuación estudiaremos la progresión de cada uno de los canales en relación a la evolución de su audiencia desde su implantación hasta abril de 2014.

Atresmedia decidió cerrar los canales Nitro, Xplora y La Sexta 3. El primero de sus canales, Nitro, estaba orientado al público masculino con contenidos centrados en las series de ficción (“The Killing” o “Sin rastro”) y en el deporte (principalmente Fórmula 1). Comenzó con una cuota de pantalla de 1,2 % que incrementó anualmente hasta conseguir una cuota media máxima en el año 2013 de 1,7 %.

La Sexta 3, fruto de los cambios comentados en su programación, consiguió estabilizar a su audiencia alcanzando el 1,6 % de share en su último año de emisión.

El canal Xplora, especializado en realidades y documentales, fue el último de los canales del grupo en lanzarse e inició su andadura con una mejor aceptación de la audiencia que otros canales del grupo (1,3 %). Esta cadena es la única de las tres mencionadas que no desaparecerá totalmente ya que sus emisiones continuarán a través de Atresmedia player.

Las cuotas de audiencia de los tres canales supusieron a Atresmedia un 4,8 % de cuota de pantalla agregada en el último año (2013), cifra muy poco significativa si la comparamos con su canal principal (Antena 3) que obtuvo en el mismo año un 13,4 % de cuota media anual.

En el caso de Mediaset España, los canales que dejaron de emitir fueron La Siete y Nueve. La decisión de eliminar la denominación de la cadena Telecinco

2 en mayo de 2009 y transformarla en La Siete para ubicarla en esta posición del mando a distancia de la televisión, acompañada de un cambio en los contenidos ofrecidos, mejoró el registro de la audiencia de ese año (0,6 % de cuota) en relación al del año anterior (0,2 %). Al año siguiente, debido a la emisión de "Gran Hermano 12", consiguió duplicar ese dato alcanzando un 1,4 %. El crecimiento se estancó hasta experimentar caídas que llevaron a Mediaset España a reorientar el canal a principios de 2014 para convertirlo en uno con dedicación exclusiva a las telenovelas. Sin embargo, no se obtuvieron los resultados esperados y terminó cerrando con un 1 % de media en el primer trimestre de 2014.

La cadena Nueve fue uno de los últimos canales en implantarse. Con una orientación clara hacia el público femenino, fue un canal al que afectó la remodelación de contenidos realizada por Mediaset España a principios de año convirtiéndolo en un canal de reposición de contenidos y series del grupo.

El cierre de los dos canales, tomando como referencia su último año de emisión (2013), le supone a Mediaset España una pérdida de audiencia de 1,9 %, una cifra escasamente relevante. Prueba de ello es que el canal principal de Mediaset España, Telecinco, obtuvo ese mismo año un 13,5 % de media anual.

Tabla n.º 2: Cuota de pantalla media anual (C.M.A.) de los canales afectados, desde su creación hasta abril de 2014

	Canal	Año Crea	C.M.A 2008	C.M.A 2009	C.M.A 2010	C.M.A 2011	C.M.A 2012	C.M.A 2013	Enero -Abril 2014
Atresmedia	La sexta 3	Nov. 2010	-	-	0,4%	1,3%	1,5%	1,6%	1,6%
	Xplora	Mayo 2012	-	-	-	-	1,3%	1,6%	1,6%
	Nitro	Agos - 2010	-	-	1,2%	1,4%	1,6%	1,7%	1,6%
Medias. España	La Siete	May. 2008	-	0,6%	1,4%	1,5%	1,4%	1,2%	0,9%
	Nueve	Enero 2013	-	-	-	-	-	0,7%	0,7%
Vevo TV	AXN	Abril 2010	-	-	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3% (Enero -Marz.)
Net TV	Marca TV	Agos - 2010	-	-	0,4% (Sept-Dic)	0,8%	0,9%	0,9% (Enero -Julio)	-
	MTV	Septi - 2010	-	-	0,4%	0,5%	0,7%	0,6%	0,3% (Enero -Febr.)
	Interec.	Marz - 2008	0,1 %	0,5%	1%	1,4%	1,2%	0,9%	0,35% (Enero -Febr.)

Fuente: Barlovento Comunicación y Fórmula TV (datos de Kantar Media). Elaboración propia

Por último, la sentencia del Supremo también afectó a Net TV y Vevo TV. Net TV cerró dos canales de teletienda (EHS y La tienda en casa) y Vevo TV cerró el canal de teletienda La tienda en casa¹⁰ y AXN, aunque este último seguirá ofreciendo su programación en plataformas de pago. Aunque estos canales fueron los efectivamente cerrados, los dedicados a teletienda habían sustituido poco antes a tres programaciones (MTV, Intereconomía y Marca TV) cuyas audiencias son las que conviene analizar si se quiere evaluar el peso de los canales cerrados en el sistema televisivo español.

En el caso de Net TV, en el mes de febrero cerró MTV e Intereconomía, sin embargo las cadenas siguen emitiendo en otras plataformas de pago. Intereconomía, comenzó a emitir en el año 2008 con unos muy bajos registros de audiencia (0,1 %) que logró incrementar anualmente hasta el año 2011, cuando consiguió un 1,4 % de cuota media. A partir de este momento, y fruto quizá de la desaparición de espacios insignia (“Los clones”, “+Vivir”) por una

¹⁰ El canal La tienda en casa (LTC) fue emitido durante unos meses tanto por Net TV como por Vevo TV.

mala situación económica de la cadena, la audiencia comenzó a descender notablemente. Finalmente cerró en el mes de febrero ocupando su frecuencia la cadena de teletienda, La tienda en casa.

La cadena MTV, un canal de origen musical pero transformado posteriormente en un canal de series y realities, obtuvo muy poco respaldo de la audiencia desde su lanzamiento en la TDT (0,4 %). En el año 2012 logró un ligero repunte (0,7 %) gracias a la emisión de uno de sus programas estrella, “Gandía Shore”. Su frecuencia la ocupó el canal de teletienda EHS que cerró el 6 de mayo.

En el caso de Veo TV, los canales cerrados fueron: AXN (dejó de emitir en TDT el 30 de abril) y el canal de La tienda en casa. No obstante, cabe destacar que La tienda en casa ocupaba la frecuencia de la cadena Marca TV, cerrada en julio de 2013. Marca TV, canal temático deportivo, registró bajas cuotas de audiencia en el primer año (0,4 %) que consiguió duplicar en el segundo (0,8 %). De todos modos, Unidad Editorial, propietaria de la cadena, decidió cerrarla, por sus malos resultados económicos, en julio de 2013.

6. Discusión y conclusiones

Como ha quedado expuesto, la sentencia del Tribunal Supremo que anula el acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de julio de 2010 y determina el cierre de nueve canales de TDT de cobertura nacional es una sentencia firme y está ejecutada. En consecuencia, a las televisiones afectadas solo les queda la posibilidad de solicitar las indemnizaciones a las que podrían tener derecho. Sin embargo, se pone de manifiesto que es una sentencia cuestionable si se considera que las empresas de televisión licenciatarias justificaron el cumplimiento de todas las condiciones para tener derecho a los canales antes de la entrada en vigor de la LGCA y tenían sus derechos consolidados.

El mensaje que los principales grupos afectados —Mediaset España y Atresmedia— trataron de transmitir a su audiencia se configuró a través de las campañas de publicidad creadas ex profeso. Resulta llamativo que ambos grupos vieran la necesidad de poner en conocimiento de la audiencia el cierre de sus canales a través de mensajes publicitarios. Aunque el planteamiento y la estructura de la campaña sean diferentes, ambos grupos optaron en un primer momento por un tono de denuncia que culpabilizaba al Gobierno como

el responsable último de esa situación. Sin embargo, posteriormente ambos grupos decidieron suprimir esa referencia directa al Gobierno y eliminaron el tono de denuncia inicial.

En lo relativo a la repercusión de la sentencia en las audiencias televisivas de los grupos mediáticos, las aportaciones de cada una de estas cadenas cerradas a la audiencia global de los grupos no pueden considerarse significativas si somos rigurosos en el análisis. Por una parte, para Atresmedia, los tres canales cerrados supusieron una cuota de pantalla agregada de 4,8 % en su último año de emisión. Por otra parte, para Mediaset España el cierre de los canales, al ser únicamente dos, representó una pérdida de un 1,9 % de audiencia. Además, estos registros difícilmente permiten recuperar la inversión que es necesario hacer en los contenidos.

Una consecuencia de estos cambios en la TDT es que el grupo Atresmedia queda en una clara situación de desventaja competitiva que impedirá la comparación continua entre los dos grupos líderes, y romperá probablemente el duopolio del mercado audiovisual español (sirva como ejemplo que en el mes de junio de 2014 el grupo Atresmedia cerró con una cuota de pantalla de 25,9 % y Mediaset España llegó a alcanzar el 33 %).

Obviamente, la sentencia supone una reducción en la oferta televisiva para el telespectador español. Pero, como se puede ver en los datos expuestos, la audiencia nunca respaldó la oferta de contenidos emitida en esos canales y así lo manifestó a través de unos muy bajos índices. El espectador medio español prefiere la programación de los canales generalistas y así lo ha manifestado agrupándose alrededor de canales como La 1, Antena 3 o Telecinco. Además, tanto Atresmedia como Mediaset España han reorganizado de nuevo sus parrillas televisivas para reubicar en otros canales del grupo los programas más respaldados por la audiencia de sus cadenas cerradas.

7. Bibliografía

Barlovento comunicación (2014): *Análisis televisivo 2013*. Disponible en: <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/ANALISIS%20TELEVISIVO%202013.pdf> [Fecha de consulta: 1 de febrero de 2015].

Bustamante, Enrique (2008): *La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad*. Madrid: Fundación Alternativas.

Comunicación Poder Judicial (2014): “El Tribunal Supremo ordena cesar las emisiones de nueve canales de Televisión Digital Terrestre adjudicados sin concurso previo”. Disponible en: http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Poder_Judicial/Tribunal_Supremo/Sala_de_prensa/Documentos_de_Interes/El_Tribunal_Supremo_ordena_cesar_las_emisiones_de_nueve_canales_de_Televisión_Digital_Terrestre_adjudicados_sin_concurso_previo [Fecha de consulta: 19 de diciembre 2014].

De La Quadra Salcedo Fernández del Castillo, Tomás (2013): “El rompecabezas de la televisión digital terrestre”. En *Revista General de Derecho Administrativo*, número 34, pp. 1-16.

Fernández Alonso, Isabel y Díaz-González, María-Jesús (2010): “Digital terrestrial television roll-out policies in Spain and the changing television scene in the context of analogue switch-off”. En *International Journal of Digital Television*, volumen 1, número 3, pp. 289-307.

Fernández Alonso, Isabel (2008): “Principales ejes de las políticas de televisión en España (2004-2008)”. En Medina, Mercedes y Faustino, Paulo (2008): *The Changing Media Business Environment*. Lisboa: Media XXI/Formalpress-Publicações e Marketing.

Fórmula TV: “Así ha sido la audiencia de Nitro mes a mes desde sus inicios en 2010”, 7 de mayo de 2014. Disponible en: <http://www.formulatv.com/noticias/37451/audencia-nitro-mes-a-mes-inicios-2010/> [Fecha de consulta: 1 de febrero de 2015].

– “AXN, el único canal de pago que ha tenido que decir adiós a la TDT en el apagón”, 7 de mayo de 2014. Disponible en: <http://www.formulatv.com/noticias/37442/axn-canal-pago-adios-tdt-apagon/> [Fecha de consulta: 1 de febrero de 2015].

– “Nueve, la cadena más joven que acaba de decir adiós tras la sentencia del Tribunal Supremo”, 6 de mayo de 2014. Disponible en: <http://www.formulatv.com/noticias/37455/nueve-cadena-joven-acaba-decir-adios-sentencia-tribunal-supremo/> [Fecha de consulta: 1 de febrero de 2015].

– “Adiós a laSexta3, la primera cadena exclusivamente de cine en España”, 5 de mayo de 2014. Disponible en:

<http://www.formulatv.com/noticias/37453/adios-lasexta3-primera-cadena-exclusivamente-cine-espana/> [Fecha de consulta: 1 de febrero de 2015].

– “La Siete dice adiós, obligada, tres meses después de su fallida reconversión en canal de telenovelas”, 4 de mayo de 2014. Disponible en:

<http://www.formulatv.com/noticias/37449/la-siete-adios-tres-meses-despues-fallida-reconversion-canal-telenovelas/> [Fecha de consulta: 1 de febrero de 2015].

– “Xplora se despide de la TDT el 6 de mayo con una cuota récord del 2% conseguida en agosto de 2013”, 3 de mayo de 2014. Disponible en:

<http://www.formulatv.com/noticias/37454/xplora-despide-tdt-6-mayo-cuota-record-2-conseguida-agosto-2013/> [Fecha de consulta: 8 de febrero de 2015].

García Leiva, Trinidad (2008): *Políticas públicas y televisión digital. El caso de la TDT en España y en el Reino Unido*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

García Santamaría, José Vicente (2013): “Las debilidades estratégicas de los grandes grupos españoles de comunicación y su viabilidad futura”. En *Global Media Journal México*, primavera 2013, volumen 10, número 19, pp-85-102. Disponible en: http://www.gmjei.com/index.php/GMJ_EI/article/view/150 [Fecha de consulta: 24 de abril de 2015].

– (2011): “Reorganización en los grupos multimedia españoles: la nueva cartografía”. En *Observatorio (OBS*)*, volumen 5, número 1, pp. 157-174.

Gobierno de España. La Moncloa (2013): “Cumplimiento de la sentencia del Tribunal Supremo que anuló un acuerdo sobre la asignación de un múltiple digital”, 22 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.lamoncloa.gob.es/ConsejodeMinistros/Referencias/2013/refc20130322.htm#Digital> [Fecha de consulta: 8 de febrero de 2015].

– (2010): “Asignación de un múltiple a cada concesionario de TDT de ámbito estatal”, 16 de julio de 2010. Disponible en: <http://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/referencias/2010/refc20100716.htm#TDT> [Fecha de consulta: 8 de febrero de 2015].

Gutiérrez, Eladio (2014): “La TDT no ha hecho más que empezar”. En *El instalador de telecomunicaciones*, número 100, pp. 14-17.

Quintas, Natalia (2013): "La audiencia ante el 'apagón publicitario' en España: un primer balance". En *Observatorio (OBS*)*, volumen 7 (2013), número 1, pp. 65-83.

Reig, Ramón (2011): *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Gedisa.

Soengas, Xosé (2013): "El nuevo escenario informativo en España después de la implantación de la Televisión Digital Terrestre". En *Ámbitos: revista internacional de comunicación*, número 22, pp. 151-160.

Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso (2014): Auto 1082/2014. Recurso de reposición contra auto de 18-12-2013 en ejecución de sentencia, 13 de febrero de 2014. Disponible en:

<http://www.poderjudicial.es/search/doAction?action=contentpdf&databasematch=TS&reference=6977882&links=&optimize=20140303&publicinterface=true>

[Fecha de consulta: 11 de abril de 2014].

– (2013): Auto 11414/2013. 18 de diciembre de 2013. Disponible en:

<http://www.poderjudicial.es/search/doAction?action=contentpdf&databasematch=TS&reference=6917963&links=%22442/2010%22&optimize=20131227&publicinterface=true>

[Fecha de consulta: 27 de junio de 2014].

– (2012): Sentencia. Recurso núm. 442/2010. 27 de noviembre de 2012.

Disponible en:

<http://www.poderjudicial.es/search/doAction?action=contentpdf&databasematch=TS&reference=6578501&links=&optimize=20121218&publicinterface=true>

[Fecha de consulta: 20 de junio de 2014].

Vasile, Paolo (2014): *Discurso en la Junta General de Accionistas celebrada el día 10 de abril de 2014*. 10 de abril de 2014. Disponible en:

[http://www.mediaset.es/inversores/es/Discurso-](http://www.mediaset.es/inversores/es/Discurso-VASILE_MDSFIL20140410_0003.pdf)

[VASILE_MDSFIL20140410_0003.pdf](http://www.mediaset.es/inversores/es/Discurso-VASILE_MDSFIL20140410_0003.pdf) [Fecha de consulta: 27 de junio de 2014].

Vertele (2014): *La empresa causante del apagón TDT nos responde a las cuestiones clave: ¿Quiénes son y qué ganan?* 5 de mayo de 2014. Disponible en:

<http://www.vertetele.com/noticias/la-empresa-causante-del-apagon-tdt-nos-responde-a-las-cuestiones-clave-quienes-son-y-que-ganan/> [Fecha de

consulta: 10 de junio de 2014].