

El futuro de la TV europea es híbrido, convergente y cada vez menos público

The future of the European TV is hybrid, convergent and less public

Dr. Francisco Campos-Freire [[C.V.](#)] Facultad de Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela - francisco.campos.freire@gmail.com

Resumen: La televisión pública en Europa pierde peso e influencia en las políticas de comunicación de esta segunda década del siglo XXI, en sus propios medios de financiación, en la lucha por las audiencias y en los sistemas tecnológicos de difusión frente a los nuevos modelos híbridos y convergentes abanderados por los operadores de cable, de satélite y de la distribución por Internet (IPTV). Frente a la fragmentación de audiencias y al debilitamiento de los modelos de financiación tradicionales (publicidad, canon, subvención), las televisiones concentran sus estrategias de difusión en las economías de escala y de club a través de duopolios o plataformas integradas de mercado.

Palabras clave: políticas de comunicación; Agenda Digital Europea; Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales; concentración; pluralismo; TV pública.

Abstract: Europe's public service television is losing strength and influence in the communication policies of the second decade of the 21st century, in its own financing means, in the fight for audiences and in the broadcasting technologies against the new hybrid and convergent TV models led by the operators of cable, satellite and internet TV. To cope with the fragmentation of the audiences and the weakening of the traditional financing models (advertising, fees, subsidies), television companies concentrate their dissemination strategies in the scale and club economies through duopolies and integrated market platforms.

Keywords: communication policies; Digital Agenda for Europe; Audiovisual Media Services Directive; concentration; pluralism; public TV.

Sumario: 1. Introducción. 2. Antecedentes y metodología. 3. Cobertura y penetración europea de TV. 4. Modelos e ingresos de la TV en Europa. 5. La reestructuración de la TV pública. 6. Políticas de apoyo al audiovisual. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

Contents: 1. Introduction. 2. Background and methodology. 3. TV coverage and penetration in Europe. 4. TV models and revenues in Europe. 5. Restructuring of public television. 6. Policies in support of the audiovisual sector. 7. Conclusions. 8. Bibliographical references.

Traducción de **Cruz Alberto Martínez-Arcos, Ph.D.**
(Universidad Autónoma de Tamaulipas)

1. Introducción

Las tendencias europeas de gestión del sector audiovisual, marcadas por la crisis económico-financiera iniciada en 2007 y por los cambios tecnológicos de la convergencia digital, giran en el último quinquenio en torno a la reestructuración de la televisión pública, a la concentración de los operadores de servicios digitales de ondas hertzianas, de cable y satélite y a la nueva orientación de las políticas de apoyo al cine dentro del ámbito genérico de las industrias culturales y creativas.

Si la mayor parte del primer decenio del siglo XXI fue expansionista para la industria audiovisual, la transición y continuidad a la segunda década está siendo de estancamiento y concentración. Los cambios de tendencia están condicionados por la fragmentación tanto de la oferta como de la demanda, por las nuevas formas de consumo, por la alteración de los sistemas de financiación y por los nuevos modelos de negocio. Frente a esas dinámicas de endurecimiento de la competitividad en los mercados, las corporaciones adoptan sus correspondientes estrategias defensivas y las políticas públicas se ven arrastradas por ellas sin capacidad de respuesta alternativa.

El concepto de televisión ha sido reemplazado en las nuevas políticas europeas por el de servicios audiovisuales, aunque ya no todos estos son de interés económico general (SIEG), como ocurría con la radiodifusión tradicional, porque la convergencia tecnológica y las nuevas redes de comunicación han abierto fronteras más laxas a la regulación comunitaria. En general, la dimensión industrial, económica y simbólica del audiovisual se contempla y orienta a través de las estrategias y políticas que la UE desarrolla mediante sus Directivas de la TV sin Fronteras de 1989, de Servicios de Medios Audiovisuales de 2007 y 2010, los Programas Media y Europa Creativa, la Agenda Digital 2020 y otras directrices directa o indirectamente relacionadas.

2. Antecedentes y metodología

Este trabajo analiza la estructura y gestión del sistema de comunicación audiovisual en Europa a través de su evolución durante los últimos cinco años, teniendo en cuenta la base de las políticas públicas comunitarias y su traslación o transposición a las legislaciones de los estados así como su cobertura, audiencias, ingresos, resultados, plantillas y tipos de empresas. Se parte del paradigma clásico de la “secuencia real” (condiciones de base del sector, estructuras, estrategias y resultados) pero atendiendo a los fenómenos de *feedback* que se producen en el juego de la competencia, como señala Miguel-de-Bustos (1993), y de acción/reacción (influencia) con respecto a las políticas audiovisuales.

Las políticas europeas del audiovisual, que son compartidas por la UE y los Estados, regulan la evolución de la estructura del audiovisual pero ésta y aquéllas están triplemente condicionadas por los efectos de la crisis económica, por la convergencia tecnológica digital y por la fuerte competencia de las megaplataformas globales de distribución y accesibilidad directa de los contenidos (Google, Yahoo, Facebook, YouTube, Amazon, etc.). Esta última es una estrategia de los operadores globales, que tratan de eludir de una u otra forma la regulación de las políticas europeas.

A los problemas de la regulación tradicional del sector audiovisual, basada en la armonización dual de los mercados locales e intracomunitarios así como en la convivencia del sector público con el privado y en las ayudas a la producción propia europea frente a la penetración del cine principalmente norteamericano, se han añadido en los últimos tiempos los conflictos de la protección de la propiedad intelectual y la dificultad de consolidar nuevos modelos de negocio sostenibles vinculados a la distribución digital. Esta es, ahora, también la madre de las nuevas batallas, precisamente de forma más notoria con respecto a los operadores globales.

Por eso las estrategias y el despliegue de la televisión europea se concentran en las redes de pago (cable, satélite, IPTV y telefonía móvil) frente a la radiodifusión hertziana abierta (la TDT, televisión digital terrestre). El espacio hertziano, que es un bien público escaso, tiende a reducir su libre disponibilidad para los servicios básicos universales de televisión generalista en abierto, a medida que avanza su privatización a través de lo que se denomina como dividendo digital, liberándolo para la telefonía y otros contenidos de mayor valor añadido para las comunicaciones de movilidad. El espectro radioeléctrico original de difusión terrestre de la televisión, como servicio público de interés general, es cada vez más sobreexplotado, privatizado y reducido.

En cuanto a telecomunicaciones e infraestructuras, las redes de banda ancha que promulga la Agenda Digital Europea, como principal objetivo para esta segunda década del siglo XXI, están pensadas para múltiples servicios digitales (múltiple play) de telefonía, conexión a Internet y televisión. Ese es el nuevo perfil de los operadores convergentes de comunicaciones y contenidos que actualmente compiten con los grupos tradicionales de televisión. Buscan la integración del negocio de los servicios de conectividad, información, conocimiento y entretenimiento. Todo ello planificado para fortalecer el negocio integrado de pago de las comunicaciones y reducir los servicios públicos gratuitos.

Pero la estrategia de las políticas de telecomunicaciones –extensión de la banda ancha, más capacidad, accesibilidad, movilidad y seguridad– está más clara que la de los contenidos. Las sombras envuelven al futuro del nuevo Programa Media, denominado Europa Creativa para 2014-2020; a la regulación y gestión del *copyright* digital; y a la incertidumbre sobre el sostenimiento de la televisión pública.

Esta investigación trata de averiguar, a través del método analítico y sintético, las tendencias que están configurando el paisaje audiovisual actual de la transición digital. Se contrastan los cambios de las políticas europeas y estatales de comunicación con los datos del Observatorio Audiovisual Europeo, de cada uno de los principales países y de los mayores operadores de cada uno de ellos. La hipótesis es que la TV híbrida en Europa será cada vez más convergente con la telefonía e Internet (múltiple play), conectada (IPTV), menos pública y más de pago.

3. Cobertura y penetración europea de la TV

Siguiendo los datos del Observatorio Audiovisual Europeo (2011), tomamos como referencia veinte países representativos de los principales mercados audiovisuales para reflejar la cobertura, penetración y estructura de sus televisiones. Esos veinte países que se registran en el cuadro 1 agrupan a una población de cerca de 500 millones de habitantes y a unos 176,6 millones de hogares en los que la penetración de la televisión alcanza el 92,61 por ciento. Cuantitativamente, la televisión pública representa menos del 15%, los canales internacionales un 10% y la televisión privada más del 75%.

El sistema de distribución tradicionalmente mayoritario de la televisión en Europa es el cable, que predomina en las principales áreas de alta concentración urbana y que caracteriza un modelo de televisión de pago convergente con las telecomunicaciones. La cuota de penetración del cable en los veinte países europeos que se toman como referencia principal supera el 42 por ciento, cerca de la mitad de la cobertura total del

mercado. No obstante, no es un modelo totalmente dominante porque hay algunos países –Italia o Grecia– en el que el cable tiene muy poco desarrollo o, incluso, otros como España, Francia y Reino Unido donde su cota de penetración es baja.

Cuadro 1. Cobertura de la TV en Europa

País	Población	Hogar TV	Penetración televisión	TDT	Cable	Satélite	IPTV	Número de canales			
								Total	Públicos	Privados	Int.
Austria	8404	3623	95,3%	4%	37%	51,7%	4,3%	152	20	132	6
Alemania	81752	39616	95,2	6,2	48,2	40,6	3,3	413	58	355	92
Bélgica	10918	4622	98,6	4,9	76,8	7,1	17,1	63	19	57	40
Dinam.	5561	2847	95,3	13,2	58,8	12,3	8,7	201	30	171	60
España	46172	17172	100	65,4	8,6	13,8	5	869	163	706	42
Finland	5372	2765	97	26,5	50,3	6,7	1,7	93	8	85	48
Francia	65075	28088	96	33,2	13,9	28,1	19,1	587	142	445	54
Grecia	11330	4357	99	17,6	-	12,3	3,4	193	9	184	17
Hungría	9986	3785	97	4,3	56	25,1	4	579	135	444	17
Irlanda	4481	1666	99	-	29,4	40,5	1,0	24	8	16	19
Italia	60626	24883	99	58,3	-	27	2,7	1091	52	1039	30
Luxb.	512	205	97	5,4	65,9	18,5	5,4	55	7	48	-
Holanda	16655	7336	98,7	12,2	72,7	9,4	6,2	473	244	229	48
Noruega	4920	2202	98	19,5	42,5	34	7,9	75	20	55	66
Polonia	38200	13319	97,3	0,5	37,7	57,7	1,4	305	27	278	111
Portugal	10637	3942	99,3	13,5	36,1	19,5	15,3	90	12	78	56
Checa	10533	3942	97,2	30,1	18,3	40,3	3,8	206	6	200	51
R.U.	62436	4423	97,2	34,8	14	38,4	2,1	1356	68	1288	15
Suecia	9416	4244	97,5	21	56,4	20,1	11,1	291	21	270	70
Suiza	7866	3599	93	3,1	81,1	8,2	12	116	12	104	-
Total y media	470852	176636	92,61	19,46	42,62	23	6,56	7232	1061	6184	842

Fuente: elaboración propia con datos del Observatorio Audiovisual Europeo, cifras en miles de población y hogares

Las redes de cable –principalmente las de fibra óptica, que ya son dominantes– soportan la infraestructura de prestación de los servicios de las tecnologías de la información, telefonía, conexión a Internet y televisión en abierto o de pago. La capacidad y flexibilidad de esa red de comunicaciones permite a sus operadores desarrollar un modelo de negocio agregado de “paquete” de servicios denominado “triple play” o “múltiple play”. El mejoramiento y fortalecimiento de esa infraestructura, fundamental para la gestión de la sociedad de la información y el conocimiento, es uno de los objetivos prioritarios de la Agenda Digital Europea 2020.

La difusión de la televisión a través de las redes de cable, que se remonta a hace más de un cuarto de siglo, se ha ido extendiendo por Estados Unidos para mejorar o ampliar la recepción de la televisión hertziana en territorios poco accesibles así como, a la vez, para eludir el monopolio de distribución de las tres principales cadenas terrestres (ABC, CBS, NBC). El cable facilita la llegada de la televisión a comunidades de condiciones orográficas difíciles para la cobertura de los emisores

terrestres. Son redes de cable tendidas por pequeñas empresas locales norteamericanas que tratan de facilitar o mejorar la recepción de los canales y a la vez vender más televisores.

Historiadores de la televisión –Fernández-Peña (1999) cita a Southwick– sitúan, no obstante, los orígenes de la transmisión de imágenes a través del cable en el Reino Unido, como soporte de emisiones de prueba de la BBC, entre finales de los años 30 y principios de los 40 del pasado siglo XX. En Estados Unidos mencionan como pioneros a John Walson, realizando pruebas de emisión por cable en Astoria en 1948, y a Torlton con emisiones en Lansford en 1950. El abono al servicio del cable, a diferencia de la gratuidad de la distribución hertziana abierta, es el germen de la televisión de pago.

A partir de 1955 empiezan a multiplicarse las redes de cable pero aún tardarán hasta la década de los 70 en alcanzar su despegue definitivo o lo que podríamos denominar como su segunda etapa, basada en programación propia autóctona y diferenciada de la televisión terrestre. Su expansión llega a Europa en los años 60 del pasado siglo XX, a través de Holanda, Suecia y Bélgica, donde el gobierno de este último país obliga a las redes de cable a integrar dentro de sus sistemas de distribución también a la televisión abierta y gratuita. El video comunitario aparece en España en los años 70 y en noviembre de 1972 se estrena en Estados Unidos el primer canal autóctono de televisión por cable (Home Box Office, en siglas HBO), formado por cine y grandes acontecimientos deportivos.

La penetración media europea de la difusión por satélite es del 23 por ciento. Polonia es el país en el que este modelo de difusión alcanza mayor cota, con un 57,7, seguido de Austria (51,7%), Alemania (40,6%), República Checa (40,3%), Reino Unido (38,4%) y Noruega (34%). En las cotas más bajas se sitúan Bélgica (7,1%), Suiza (8,2%), Holanda (9,4%), Dinamarca (12,3%) y España (13,8%).

La radiodifusión vía satélite, que se inicia a principios de la década de los años 60 del pasado siglo XX, es un sistema de distribución de señales que tiene tres principales finalidades: la cobertura internacional y geográficamente más amplia posible, el enlace de las cabeceras de cable y el acceso directo a los hogares. La primera señal de televisión satelital corresponde al Telestar 1 en 1962.

La distribución a través del espectro radioeléctrico empezó siendo el modelo original de la radiodifusión de servicio público y de aprovechamiento de un recurso escaso que imponía su regulación y control por los estados. La liberalización llegó a través del cable y el satélite para luego alcanzar también al espectro radioeléctrico de las ondas

terrestres. La explosión de la telefonía móvil en la década de los años 90 del pasado siglo obliga a la televisión analógica terrestre a buscar alternativas de comprensión digitales para una explotación más eficiente del espectro.

El objetivo es liberar espacio radioeléctrico para las nuevas comunicaciones móviles y ampliar los modelos de televisión. La Unión Europea elige el modelo DVB-T e inicia a mediados de la primera década del nuevo siglo XXI la transición de la televisión analógica a la digital, precedida de experiencias pioneras en Reino Unido, España y Suecia que se saldaron con notables fracasos (Quiero TV, en el caso español). El calendario establecido por la UE para la transición digital va de 2005 a 2012, fecha límite para el apagón definitivo en todos los países, que algunos de ellos no obstante – Polonia, por ejemplo– no han podido cumplir.

El inicio de la emigración digital coincidió con el período expansionista de la economía europea y la explosión de la demanda de nuevos canales de televisión. El modelo europeo de televisión digital terrestre, en general, y el español, en particular, fue planificado al límite de sus posibilidades técnicas y económicas, con ausencia absoluta de previsión sobre su futura sostenibilidad. Se partió del falso supuesto de que la posibilidad técnica de la pluralidad de canales favorecería el pluralismo y la diversidad, sin tener en cuenta que la primera condición para que se cumplan dichas cualidades es que sea posible su sostenibilidad.

El resultado, al paso del tiempo, ha sido de fracaso absoluto del modelo: muchos canales ni siquiera llegaron a emitir, otros quebraron, luego se fusionaron y el balance final es más concentración y mucha menos diversidad. La digitalización incrementa la privatización del espacio público –y el proceso es ascendente para toda esta década–, debilita el posicionamiento de los operadores públicos, aumenta la fragmentación y la mercantilización comunicativa (Zallo, 2011:186) sin aportar ventajas sustanciales a la producción y a nuevas demandas sostenibles de calidad, al menos en el corto plazo.

En realidad, la TDT, que es el tercer sistema europeo de distribución de radiodifusión, es un modelo de transición a la convergencia digital y a la televisión de alta definición (HDTV). Su cuota media europea de penetración no supera el 19,46% aunque en algunos países, como España e Italia, el sistema es predominante con porcentajes del 65,4% y 58,3% respectivamente. Siguen el Reino Unido con 34,8%, Francia con 33,8%, República Checa con 30%, Finlandia con 26,5%, Suecia con el 21% y Noruega el 19,5%.

En niveles inferiores se encontraban en 2011 Polonia con el 0,5% de implantación y la previsión de retraso en el apagón analógico hasta después de 2013; Suiza con el 3,1%,

Austria con el 4%, Bélgica con el 4,9%, Luxemburgo el 5,4%, Alemania el 6,8%, Holanda el 12,2% y Portugal el 13,5%, también pendiente al principio de 2012 de efectuar el apagón analógico. Algunos países de penetración más baja fueron, no obstante, de los primeros en realizar la transición digital. Es el caso de Luxemburgo (2006), Países Bajos, Finlandia, Suecia y Suiza en 2007.

La transición de la TDT en España, como país europeo líder en este sistema de difusión, fue positiva para las telecomunicaciones pero negativa para la consolidación de nuevos modelos de televisión y producción de contenidos. El balance de 13 años de implantación de la TDT en España (1999-2012) está marcado por dos etapas distintas de desarrollo, que corresponden a dos gobiernos de signo político diferente (presididos por Aznar y Rodríguez Zapatero) pero con fracasos parecidos. De 1999 a 2005 quiebra la plataforma de pago Quiero TV y de 2005 a 2010 se multiplican las concesiones inviables de canales, que culminan con la fusión de Cuatro-Digital + con Telecinco y de Sexta con Antena 3, sin olvidarnos del cierre de CNN+, Veo, 10TV y otros.

Los argumentos a favor de la transición digital son técnicos y se basan en el éxito de la migración, que permitió realizar sin grandes problemas el apagón analógico el 4 de abril de 2010, dos años antes del plazo establecido por la Unión Europea. Se presentó la transición digital como la revitalización de la industria nacional de las telecomunicaciones: fabricantes, instaladores, ingenieros y comercio minorista de la electrónica de consumo. Las estimaciones del Gobierno español, recogidas en informes de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (González-Rodríguez, 2010), consideran que el denominado apagón analógico ha movilizó cerca de 12.000 millones de euros por parte de 10.000 empresas y unos 40.000 empleos.

El despliegue de la TDT en España, como en el resto de los países de Europa, ha abierto el paso al reaprovechamiento del espacio radioeléctrico liberado para otros servicios de comunicaciones, preferentemente para la telefonía móvil. Es lo que se conoce como reaprovechamiento del dividendo digital, cuyo primer tramo ya fue subastado en España en 2011 en 1.820 millones de euros a los tres operadores de telefonía. A partir de 2015 empieza la segunda transición digital y la liberalización de los canales 60-69 para las nuevas tecnologías de la movilidad (3G, wiMax, etc.). Esta transición afecta negativamente a los operadores de televisión, que tendrán que cambiar emisores y reposicionar sus frecuencias, así como a los usuarios que deberán sufragar el coste de la resintonización de antenas y receptores. Esta segunda transición de la TDT expulsará usuarios a nuevos sistemas y puede dejar a otros más pobres en la sombra.

No es ni será la TDT el sistema hegemónico de la televisión en Europa. El futuro es mucho más híbrido, convergente e interactivo. La propia recomendación del Parlamento Europeo (informe Cavada, 2012) es alentar a todos los operadores de televisión a estar presentes en todas las plataformas. Ahí tenemos ya el Internet Protocol Television (IPTV), desarrollado a partir del *video-streaming*, para converger con la conexión a la red de redes, televisión a la carta y la metamorfosis de las cinco pantallas: televisor, ordenador, consola, teléfono móvil y cine en casa. La media europea de IPTV es aún baja porque no supera el 6,56% pero en Francia, Bélgica y Portugal ya alcanza el 19,1%, 17,1% y 15,3% respectivamente.

4. Modelos e ingresos de la TV en Europa

Para analizar la evolución económica de los operadores de televisión de los principales países europeos, entre 2007 y 2010, se toman como referencia tres modelos: el de propiedad pública, el tradicional de capital privado y el que es convergente o forma parte de la actividad de las compañías de telecomunicaciones que intervienen en ese mercado. El sistema de radiodifusión europeo se caracteriza por su dualidad entre lo público y privado, pero también cada vez más por su trilateralidad entre la dualidad tradicional y la convergencia con las redes de telecomunicaciones.

El marco temporal elegido es el de la mayor crisis económica registrada desde principios del pasado siglo. Y así, si a las cifras económicas nos atenemos, los efectos de la recesión se han notado más en la televisión privada que en los canales públicos, lo que responde al origen de sus principales fuentes de financiación. Los presupuestos de las televisiones públicas se sostienen principalmente sobre la financiación pública, a través de tasas o de ayudas estatales, mientras que la privada depende de la evolución de la publicidad y de la capacidad de gasto de los consumidores. En conjunto, la actividad económica de este sector en Europa supera los 400 mil millones de euros.

Si los datos de la TV privada se observan a través de los 15 principales grupos audiovisuales, se ve que el montante global y la tendencia es totalmente diferente. En primer lugar porque parte de esos ingresos proceden de mayor número de países en los que operan estos grupos multinacionales y, en segundo lugar, la evolución es ascendente tanto en facturación como en resultados en los últimos cinco años, aunque con alguna fluctuación en 2008 y 2009. Esos 15 grupos controlan más de 250 canales.

Los dos mayores consorcios europeos de televisión privada son RTL, del grupo alemán Bertelsman, y las plataformas Sky del Reino Unido, Italia, Austria y Alemania, participadas y lideradas por News Corporation, de la familia Murdoch.

Cuadro 2. Ingresos de la televisión en Europa, 2007-2010

Países	TV PÚBLICA				TV PRIVADA				CONVERGENCIA TELECOS			
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
Austria	985	1045	971	971	46	29	26	23	6888	6482	5311	4783
AL Zdf	1927	1922	2065	1965	9783	9329	8547	5193	69341	70199	65598	65417
AL Ard	5241	5215	5420	5391								
BE-Rtbf	311	317	314	312	684	738	722	785	10973	10987	11251	8284
BE-Vrt	462	458	450	448								
Dinam.	851	854	871	902	206	245	250	249	6848	7180	6818	5594
ES Rtve	1184	1143	1164	1136	4107	3994	3320	3617	38019	37709	35545	25796
ESForta	884	1018	943	1400								
Finland.	409	397	411	420	421	428	390	396	3995	4046	3937	4006
Francia	3548	3435	3813	4056	5813	5669	5852	5973	52101	52084	4539	52325
Grecia	540	374	353	341	967	946	833	299	6655	6428	6207	5640
Hungría	134	143	146	111	300	325	273	300	3160	3330	3246	2569
Irlanda	441	441	375	371	232	70	54	53	2419	2352	2214	-
Italia	3290	3314	3208	3039	6674	7819	7404	8150	52624	52530	49904	41669
Luxeb.	-	-	-	-	5810	5900	5537	5693	-	-	-	-
Holanda	842	821	829	857	405	437	303	251	17114	19710	18340	17561
Noruega	524	569	597	635	463	520	462	508	13838	14597	14710	14434
Polonia	450	523	419	425	596	710	716	438	9218	9790	9402	7033
Portugal	315	304	324	308	531	563	508	547	10397	11434	11435	8456
Checa	277	311	292	286	602	422	647	182	2838	2969	2797	362
R. U.	6360	6636	6705	7073	6282	6589	6449	6700	52054	53377	52349	54316
Suecia	452	443	427	467	875	915	900	952	8821	8681	9254	9744
Suiza	1350	1348	1331	1376	-	-	-	-	14025	13604	12719	-
Total	30777	31031	31428	32290	44797	45648	43193	40309	381328	387489	325576	327989

Fuente: elaboración propia con datos del Observatorio Audiovisual Europeo (2011), en millones de euros.

La plataforma de British Sky Broadcasting (BSKyB), fundada en 1990 tras la fusión de British Satellite Broadcasting (1986) y Sky TV plc (1989), está controlada por Murdoch (39,4% del capital) con el apoyo de fondos de capital riesgo (The Capital Management Group, Brandes y Legal). Cuenta con más de nueve millones de abonados y una rentabilidad creciente que le convirtió en el máximo objeto de deseo de la participación mayoritaria de la familia Murdoch, frente al recelo de importantes sectores mediáticos y políticos británicos. La batalla por el control de BSKyB está en el trasfondo de las denuncias sobre las intervenciones telefónicas y escándalos en los tabloides de Murdoch.

Sky Italia es la televisión digital por satélite lanzada por News Corporation en 2003, resultado de la fusión de Tele+ (Canal + Francia) y Strea TV (Murdoch y Telecom Italia), para competir con el emporio Mediaset de Berlusconi. Es un modelo similar al británico compuesto por 8 canales básicos, tres opcionales y 37 de alta definición y 3D.

En la plataforma Sky Deutschland AG de Alemania y Austria, creada en 1991 como *Premiere*, Murdoch tiene el 49% de participación de capital. *Premiere* empezó sus emisiones con películas y partidos de la Bundesliga pero el modelo no fue sostenible por la quiebra del grupo Kirch, uno de los fundadores junto a Bertelsman y Canal Plus Francia. Tras un complicado y controvertido proceso de subasta, se hacen con la plataforma los grupos Permira y Murdoch.

Cuadro 3. Grupos audiovisuales privados europeos

GRUPO Y PAIS		INGRESOS				RESULTADOS				EMPLEADOS	
		2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2007	2010
BSkyB	RU	6.490	5.231	6.498	7.169	191	155	314	1.064	16.439	16.500
RTL	LUX	5.707	5.774	5.156	5.591	-583	194	257	611	10.500	9.191
Antena 3	ES	802	767	703	807	-16,7	14,7	64	109	2.273	1.942
M6	FR	1.500	1.359	1.376	1.462	100	138	139	157	1.850	1.806
Vivendi	FR	21.657	25.392	27.132	28.878	2.832	2.735	2.585	2.698	45.208	51.000
Mediaset	IT	4.082	4.199	3.883	4.292	506	459	272	352	6.260	6.000
Telecinco	ES	1.081	981	656	855	353	211	114	68	1.195	1.100
PRISATV	ES	2.106	2.169	1.771	1.372	-	192	180	108	5.295	4.300
ProSieben	AL	2.710	3.054	2.761	3.000	89	-129	147	313	4.852	4.100
TF1	FR	3.798	2.739	2.595	2.365	228	164	114	229	3.768	3.038
ITV Plc	RU	2.524	2.460	2.278	2.502	232	-3.243	128	327	4.000	3.026
MTG	SE	1.287	1.493	1.607	1.485	230	294	218	267	3.341	3.070
SKY Dt	AL	902	941	902	979	-52	-269	-677	-407	1.700	1.420
TVN	POL	345	421	470	554	107	140	136	91	4.000	3.500
CME	BR	570	724	498	737	60	-233	-38	-100	4.900	3.500
Sanoma	FIN	2.926	3.030	2.768	2.761	243	116	105	299	20.000	15.405
Total		57.406	59.753	60.398	63.954	4.166	728	3.944	6.118	134.386	128.898

Fuente: elaboración propia con datos en millones de euros. CME opera en Europa del este pero su sede está en Hamilton, Bermuda. Los datos de Telecinco están consolidados en la cuenta de Mediaset Italia.

El grupo Permira es otro modelo cruzado de fondos de inversión y capital conglomeral que controla Prosieben SAT de Alemania; de matriz financiera, aunque preponderancia sueca, es el grupo que coordina a la docena y media de fondos que sostienen a la compañía de Modern Times (MTG). Viasat es la plataforma de MTG que transmite televisión desde Londres para los países nórdicos y bálticos. Sanoma es el principal emporio multimedia de propiedad familiar (Erkko Aotos) de los países nórdicos, con sede en Helsinki, que tiene participaciones en prensa, revistas, medios digitales, libros, televisión, juegos en línea y comercio electrónico. Bonnier es otra compañía familiar multimedia sueca, extendida por los países nórdicos y muy diversificada. Boxer es el principal operador sueco de canales de TDT.

El grupo audiovisual polaco TVN es propiedad de ITI, un consorcio privado de medios creado en 1984 por Mariusz Walter, que gestiona televisiones, agencias de publicidad, salas de cine, etc. Central Europea Media Enterprise (CEME) es el grupo de radiotelevisión y cine de Bulgaria, Eslovaquia, Chequia, Ucrania y Rumanía,

fundado en 1994 por Ronald Lauder y sus socios eslavos (Adrian Sarbu, de Media Pro), con domicilio fiscal en Hamilton (Bermuda), pese a que opera en el este de Europa y cotiza en la Bolsa de Praga y en el NASDAQ. Ronald Lauder, presidente del Fondo Nacional Judío y accionista familiar de Estée Lauder, fue subsecretario adjunto de Defensa para Europa de la OTAN en 1984, embajador en Austria hasta 1987 y buen conocedor de los países ligados a la antigua URSS. Este grupo está relacionado con Time Warner y el sueco AB Modern Times Group (Viasat-Metro) con CTC Media.

Mediaset, fundada en 1970 por Silvio Berlusconi, lidera la televisión privada de Italia y España compitiendo con las televisiones públicas, la televisión satelital de Sky y Antena 3 (del grupo hispano-italiano Planeta-De Agostini y la RTL de Bertelsman).

Su fusión en España con el canal en abierto Cuatro y la plataforma satelital de pago de Digital Plus, del grupo Prisa TV, le ha situado en la tercera posición del ranking de los grupos europeos. También participan en la alianza de Mediaset Telefónica de España y Goldman Sachs, que le cedieron el liderazgo y gestión de la productora Endemol.

La ITV, resultado de la fusión de Granada y Carlton, opera doce de los quince canales regionales británicos. Participada por BSKyB y Virgin cruzó los enfrentamientos y tensiones de Murdoch con Richard Branson, accionistas de referencia de los citados grupos.

Virgin Media surge en 2006 de la fusión de NTL y Teleinvest con Virgin Mobile de Richard Branson. Este grupo dispone de la red de fibra óptica del Reino Unido y ofrece servicios de cuádruple play. Liberty Global, de matriz norteamericana, es otro de los grandes actores internacionales del cable en Europa.

Vivendi, en Francia, surge de la Compagnie Générale des Eaux y tras un complicado proceso de crecimiento, logra superar las dificultades surgidas en la etapa de liderazgo de Jean-Marie Messier (2002) para proceder a una reestructuración financiera que le consolida como operador de telecomunicaciones, televisión, música (Universal Music), cine (NBC Universal), videojuegos (Blizzard) y telefonía (SFR) en Francia, Brasil y África. En 2011 vendió NBC Universal a Comcast y General Electric.

Su filial de televisión, Canal Plus, es otro de los principales operadores europeos de televisión por satélite y digital. La familia Boygues lidera el grupo francés TF1, con el respaldo de la banca Rothschild y otros inversores industriales.

Cuadro 4. Principales TV convencionales y convergentes

País	Empresas	TV CONVENCIONAL (pública y privada)					TV CONVERGENTE CON TELECOM					
		2007	2008	2009	2010	10/9	Empresa	2007	2008	2009	2010	10/09
AT	ORF (pb)	952	943	892	949	6,3%	Telekom Austria	4919	5170	4889	4742	-3,2%
	ATV(pr)	-	29	26	35	29,5						
BE	VRT (pb)	453	449	450	448	-0,5	Belgacom	6065	5986	6064	7039	16,1
	RTBF (pb)	311	317	314	312	-0,5						
	BRF (pb)	5,7	6	6,4	6,3	-1,6						
	VMM(pr)	272	281	276	304	10,2						
CH	SSR (pb)	1325	1348	1327	1378	3,4	Swisscom	9556	10495	9955	9945	0,1
	Tele 1 (pr)	-	6,6	4,4	6,6	48,1						
CZ	CT (pb)	239	260	267	267	0,0	Telefónica O2	2531	2569	2355	-	-
	CET21(pr)	470	463	465	-	-						
DE	ARD (pb)	6075	6043	6165	6261	1,6	Deutsche Telekom	64161	63137	66106	63919	-3,3
	ZDF (pb)	1927	1922	2065	1965	-4,8						
	ProSieben	2702	3054	2760	3000	8,7						
DK	DR (pb)	483	489	506	519	2,6	TDC A/S	5289	5221	4834	3519	-27,2
	TV2 (pb)	298	291	273	289	5,8						
	Viasat (pr)	106	107	108	94	-12,6						
ES	RTVE (pb)	1184	1143	1143	1136	-0,6	Telefónica de España	20683	20838	19703	18711	-5,0
	Forta (pb)	884	1018	943	1400	40						
	T5 (pr)	913	822	536	692	29,3						
	A3 (pr)	900	722	604	657	8,8						
	Digital+	1809	1869	1524	-	-						
FI	YLE (pb)	409	397	411	420	2,2	Telia Sonera	1676	1638	1579	1583	0,2
	MTV (pr)	247	231	193	214	11,1						
FR	FTV (pb)	3047	2870	3118	3256	4,4	France Télécom	25236	25657	25024	25290	1,1
	TF1 (pr)	2763	2718	2474	2802	13,3						
	M6 (pr)	1377	1368	1388	1479	6,6						
	C+ (pr)	1740	1813	1775	1787	0,7						
GB	BBC (pb)	5253	5546	5700	5491	4,2	BT Group	24342	25053	25857	25274	-5,5
	CHF (pb)	1124	1072	988	1112	12,6						
	BSKB (pr)	-	5892	6377	6709	15,6						
	ITV (pr)	2477	2414	2236	2456	9,8						
GR	ERT (pb)	540	374	354	341	-3,7	Hellenic Telecom.	2683	2590	2415	2183	-9,6
	A.E. (pr)	173	157	135	-	-						
HU	MTV (pb)	105	113	111	75	-32	Magyar Telekom	1778	1801	1707	1633	
	MRTL (pr)	121	129	107	100	-6,0						
IE	RTÉ (pb)	441	441	375	372	-0,9	Vodafone Ireland	1252	1192	1088	-	-
	TV3 (pr)	62	62	52	53	3,1						
IT	RAI (pb)	3290	3314	3208	3039	-5,2	Telecom Italia					
	Mediaset	4105	4199	3882	4295	10,6						
	Reti (pr)	2577	2725	2707	2936	8,5						
LU	RTL (pr)	5768	5811	5455	5643	3,4	Datos consolidados del grupo RTL de otros países					
NL	NPO (pb)	843	821	829	857	3,4	KPN	12775	14602	13509	13398	-0,8
	SBS (pr)	105	200	196	198	0,9						
NO	NRK (pb)	523	567	595	634	6,4	Telenor	12058	12674	12733	12367	-2,9
	TV2(pr)	285	315	278	312	12,6						
PL	TPL (pb)	499	499	419	425	1,5	TP SA	4398	4355	3918	3719	-5,1
	TVN (pr)	325	395	407	407	0,0						
PT	RTP (pb)	315	304	324	309	-4,7	Portugal Telecom	6148	6734	6785	-	-
	SIC (pr)	185	174	157	172	12						
	TVI (pr)	159	168	157	160	1,5						
SE	STV (pb)	451	433	426	466	9,3	Teliasonera Sverige AB	3792	3245	3320	3395	2,3
	TV4 (pr)	298	311	276	326	17,9						

Fuente: Elaboración propia. Cifras en millones de euros. Abreviaturas: AT: Austria. BE: Bélgica. CH: Suiza. CZ: R. checa. DE: Alemania. DK: Dinamarca. ES: España. FI: Finlandia. FR: Francia. GB: Reino Unido. GR: Grecia. HU: Hungría. IE: Irlanda. IT: Italia. LU: Luxemburgo. NL: Holanda. NO: Noruega. PL: Polonia. PT: Portugal. SE: Suecia. Pb: pública. Pr: privada.

Numericable es el operador de fibra óptica de Francia, creado por la compañía de aguas de Lyon y que absorbió al grupo Suez, fuerte competidor y enfrentado con Canal Plus desde la década de los años 80 del siglo XX. Su liderazgo fue desarrollado por Patrick Draht, una de las principales fortunas de Francia, con la participación de capital de YPSO, inversores británicos, el grupo Carlyle norteamericano y el operador luxemburgués Altice.

El grupo M6 francés, creado en 1987 por Jean Drucker como Société Métropole Télévision, está actualmente participado por RTL (48,42%), Compagnie Nationale à Portefeuille (7,10%) y capital bursátil flotante.

El operador de referencia del cable en España, junto a otros de carácter local y menor dimensión (Grupo R en Galicia), es ONO y su capital corresponde a un consorcio de más de doce fondos de inversión. Entre ellos, CCMP Advisor, Thomas H. Lee Partners, Providence Equity Partners, Multitel, Quadrangle Capital Partners, GE Capital, Caisse du Quebec, Val Telecomunicaciones, Ontario Teachers Pension Plan, Sodintelco, Bregal, Northwestern y autocartera. Zon Multimedia es el operador satélite, cable e IPTV que surge como *spin-off* de Portugal Telecom en 1994.

Telia Sonera es la operadora de telefonía móvil dominante de Suecia y Finlandia, resultado de la fusión en 2002 de las dos telefónicas de dichos países. Se ha consolidado con fuerte presencia en el Báltico, países fronterizos de Europa con Asia, Rusia, Turquía y participa en España en Telvent y Yoigo. Telenor es la operadora de telefonía de Noruega, fundada en 1855, que también se ha extendido por los países bálticos, Rusia, Serbia, Montenegro, Macedonia, Tailandia, Bangladesh y Pakistán.

Las grandes multinacionales europeas de telefonía y telecomunicaciones –BT Group, Telefónica, France Telecom, Vodafone, Deutsche Telekom– compiten o cruzan sus participaciones de capital con otras compañías medianas –KPN, Telia Sonera, Telenor, Portugal Telecom– y también con los operadores de televisión (tradicionales o de IPTV).

Los contenidos audiovisuales son un importante valor agregado de los servicios de comunicaciones a los que le prestan cada vez más atención las operadoras de telefonía. Las economías de club de sus paquetes de triple y múltiple play son la muestra más exitosa de esas políticas de competencia.

5. La reestructuración de las TV públicas

El panorama de la televisión en Europa no es homogéneo pero registra unas tendencias bastante uniformes. En ellas hay que incluir la paulatina pérdida de peso e influencia de la televisión pública por causa de la fuerte competencia privada, de su mayor dinamismo y de las dificultades tanto legales como orgánicas existentes para la reestructuración de aquella. Un repaso al panorama de cada uno de los principales países constata esas tendencias pero también la singularidad de los dos grandes modelos de televisión pública: la de carácter y cobertura estatal, por una parte, y la de identidad lingüística o cultural diferenciada de ámbito regional, por otro lado.

Desde 2006 la ORF de Austria pierde diez puntos de audiencia mientras aumenta la penetración de las televisiones privadas alemanas en ese territorio y afronta en 2009 un proceso de la UE sobre la compatibilidad de su sistema de financiación. En julio de 2010 se adapta la legislación nacional austriaca a la Directiva Europea de Servicios de Medios Audiovisuales de 2007, estableciendo la obligación de someter los nuevos servicios al test de interés público, bajo la supervisión del regulador independiente Komm Austria.

Bélgica es el prototipo de modelo audiovisual público que responde a sus tres comunidades lingüísticas y culturales diferenciadas: francesa, valona y alemana. Para cada una de esas comunidades hay una compañía de radiodifusión pública: RTBF (francés), VRT (flamenco) y BRB (alemán). La primera domina el mercado pero en 2010 ya se ha sometido a una fuerte reestructuración. Las comunidades francesa y flamenca adaptaron en 2009 sus legislaciones regionales a la Directiva 2007/65/CE de SMA. La legislación belga de la comunidad francesa no distingue entre plataformas abierta y cerrada (neutralidad tecnológica de obligaciones) así como la sustitución del régimen previo de autorización por el de comunicación del inicio de las emisiones.

Suiza es otro modelo parecido porque integra a una federación de 26 cantones y cuatro lenguas nacionales: alemán, francés, italiano y romanche. La SRG-SSR, que agrupa a doce cadenas en las cuatro lenguas, aprobó un plan estratégico 2010-2014 de congelación de sus gastos e inversiones. Alemania tiene un sistema radiotelevisivo administrativamente parecido al español, en el que una cadena estatal (ZDF) convive con la red de emisoras (ARD) de los estados (*lander*), similar al modelo de RTVE y FORTA de España. La adaptación de la Directiva europea de 2007 a la legislación alemana supuso la introducción también del test de valor público al que se tienen que someter los operadores públicos antes de poner en marcha un nuevo servicio canal.

Cuadro 5. Ingresos y resultados de las TV públicas europeas

TV EUROPEAS		2007		2008		2009		2010		CANON 2010	
TV	País	Presup.	Result.	Presup..	Result.	Presup.	Result.	Presup.	Result.	País	Tasa
ARD	Alemania	6.324		6.350		6.370		6.449		AL	215,8
ZDF	Alemania	1.972	87	1.927	-37	2.961	75	1.966	-23,5		
ORF	Austria	985	-12,2	985	-104,4	971	65,8	971	2,5	R. U.	169,8
RTBF	Bélgica	311	-6,8	311	-0,6	314	-112	312	8,4		
VTR	Bélgica	462	11,8	462	-6,7	450	-0,17	448	-4,4	FR	123
CyBC	Chipre	33	-2,6	33	-12,2	36	-4,1	-	-		
DR	Dinamarca	482	-11	482	3,7	505	-17	519	2	IT	109
STV	Eslovaquia	66	-	66	-13	71	-	-	-		
Rtvslo	Eslovenia	114	3,5	114	0,1	117	0,1	123	0,2	BE	100
RTVE	España	1.184	12,9	1.184	-70,2	1.144	1,4	1.128	-47,1		
ERR	Estonia	28	1	28	1,1	30	0,2	28	0,4	PO	21
YLE	Finlandia	409	-6,6	409	0,7	411	1,9	420	6,5		
FT	Francia	3.047	22,2	3.047	-78,4	3.118	19,7	3.256	12,8	AU	264
ERT	Grecia	-	-	-	-3,1	354	-18,2	341	24,3		
MTV	Hungría	97	0,3	97	0,5	102	0,9	69	40,1	IR	160
RTE	Irlanda	441	26,6	441	0,0	375	-27,8	372	-40,7		
RAI	Italia	1.895	-4,9	1.895	-7,1	1.804	-61,8	3.040	-98,2	SE	230,7
Lnrt	Lituania	24	-	24	-	19	-	-	-		
NL	Holanda	843	58,3	843	-46,8	829	3,8	857	8,9	DR	303,2
TVP	Polonia	489	19,03	489	22,2	392	-45,5	397	1,77	FL	231,1
RTP	Portugal	315	-36,1	315	-46,9	306	4,2	309	15,1	PL	47,4
BBC	R. Unido	4.879	70,9	4.879	118,8	5.434	284,8	5.595	569,3	CH	64
CT	R. Checa	270	0,0	270	0,0	285	0,0	279	0,0	ESLV	56
TVR	Rumanía	120	-6,75	120	-12,3	131	-11	131	-37,1	ESL	144
SVT	Suecia	431	0,1	431	0,6	407	0,5	445	1	GR	51
Total		25.221	226,6	25.202	-291	26.936	160,7	27.455	442,2		143,125

Fuente: elaboración propia con datos en millones de euros para los resultados y neto para la tasa del canon, según OBS (2011)

La transposición de la legislación comunitaria a la española se ha plasmado en la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual, precedida de la ley 17/2006 de la Corporación de RTVE y la ley 8/2009 de Financiación de Radiotelevisión Española. Esta última modificación sobre la financiación de la radiotelevisión pública suprimió la emisión de publicidad desde 2010 y estableció una compensación directa del Estado, un impuesto sobre el uso del espacio radioeléctrico, un canon sobre los canales comerciales de televisión en abierto y cerrado así como sobre los operadores de telefonía. Este último ha sido recurrido y desautorizado por Bruselas, actualmente pendiente del fallo del Tribunal Superior de Justicia Europeo (TSJUE), que se producirá en 2013.

La Ley 6/2012 de Flexibilización de la Gestión de las Televisiones Autonómicas y el Decreto-Ley 15/2012 sobre la gobernanza de RTVE modifican sustancialmente la Ley 7/2010 General del Audiovisual provocando una ruptura (Campos, 2012: 166) en el sistema español de televisión pública de ámbito estatal y autonómico: privatizaciones

y expedientes de regulación de empleo en los canales asociados a la FORTA (Murcia, Baleares, Valencia, Madrid, Canarias), supresión del nonato CEMA (Consejo Estatal de Medios Audiovisuales), crisis de financiación y ruptura del consenso político para la elección del presidente y consejo de administración de la Corporación de Radiotelevisión Española.

El nuevo modelo de financiación de la radiotelevisión pública española fue copiado de Francia, que inició la reforma del mismo en 2009, pero no llegó a implantar la supresión total de la emisión de publicidad, retrasándola hasta 2016. El modelo francés también está recurrido por los operadores de telecomunicaciones ante la Unión Europea. La reforma afectó a la reestructuración del grupo de France TV, a su nuevo estatuto legal y a la carta editorial de antena. En ese período la televisión pública francesa también perdió su liderazgo a favor de la cadena privada TF1.

La Carta Real de 2006 es la que gobierna la BBC hasta 2016 bajo la supervisión del regulador independiente OFCOM (Office of Communications), el Trust o Fundación que actúa como órgano de control del servicio público y el Consejo Ejecutivo como responsable de su gestión. La gestión se determina a través del mandado marco y los planes estratégico y operativo de la BBC. Está sometida también a la prueba ex ante de valor público a la hora de poner en marcha nuevos servicios de difusión audiovisual.

La estabilidad de su sistema de financiación, mediante un canon anual de 169,8 euros, le garantiza independencia y capacidad de gestión para mantener su calidad y credibilidad. Pero tampoco es ajena a los efectos de la crisis económica global ni a las presiones de los grupos mediáticos privados, de prensa y audiovisuales. Algunas de las consecuencias, en ese sentido, se han dejado notar en la revisión del último plan estratégico de 2011 a 2016 en el que la BBC se ha visto obligada a reducir un 25 su previsión presupuestaria por la congelación del canon de financiación y a cancelar inversiones en su portal de Internet para no perjudicar a la prensa regional y local. La credibilidad de la BBC también se ha visto tambaleada en 2012, hasta el punto de la sustitución del director general George Entwistle por Tony Hall, por los escándalos de los casos Saville y McAlpine.

La Radiotelevisione Italiana está regulada por la ley 112 de 3 de mayo de 2004 y el nuevo estatuto de la RAI. Este grupo audiovisual público compite con fuerza con el duopolio privado formado por Mediaset y Sky Italia. Se ha aprovechado de la fuerte apuesta estratégica italiana para el despliegue de la televisión digital terrestre, que fue considerada ilegal, no obstante, por la Corte Europea de Justicia –caso T-177/07– por entender que la subvención directa de los codificadores y receptores de TDT favorecía a los operadores privados de televisión (Mediaset y Sky).

Dinamarca, con dos radiodifusoras públicas (DR y TV2), también ha sido objeto de inspección y sanción europea por el régimen de sus ayudas estatales. La cadena TV2 fue obligada a afrontar devoluciones de ayudas estatales en 2003 y 2008. El gobierno danés, después de un primer intento de privatización en 2003, acordó en 2009 transformarla en televisión de pago a partir de 2012 para resolver su crisis de financiación. Este mismo país alcanzó en 2010 un acuerdo entre gobierno y partidos políticos para garantizar la calidad y diversidad en los programas de televisión.

Las cadenas públicas holandesas (Ned 1 y 2) también afrontaron expediente y sentencia del Tribunal Europeo de Justicia en 2008 por incompatibilidad de las ayudas estatales, lo que les supuso la petición de devolución de 76,3 millones de euros. La nueva regulación audiovisual checa, aprobada en septiembre de 2011, establece limitaciones a la emisión de publicidad en la televisión pública y destina parte de esos ingresos a la financiación del cine, cultura y actividades deportivas nacionales.

Finlandia adapta la directiva audiovisual europea de 2007 a su legislación nacional en 2010 imponiendo más protección sobre los derechos de autor y de la radiodifusión. El operador público de este país (YLE) aún controla cerca del 50% del mercado audiovisual nacional y en 2013 inicia un nuevo modelo de financiación. Las cadenas públicas de NRK de Noruega no sólo resisten la competencia sino que ganan audiencia –más de cuatro puntos– en los últimos años. Su radiotelevisión pública ha logrado consolidar una acertada estrategia de colaboración con operadores privados para el despliegue de la TDT y de otras emisiones.

Los datos no son así de favorables en los países intervenidos por la Unión Europea. Grecia aplicó la directiva audiovisual europea mediante el decreto presidencial número 109 de 5 de noviembre de 2010 y redujo los canales de la radiotelevisión pública como parte de los primeros efectos de lucha contra la crisis que le ha llevado a la intervención comunitaria de su economía.

La reforma de la RTP portuguesa llega después de la ley de 4 de febrero de 2011 y el nuevo gobierno de Passos Coelho, que tiene que negociar con la “troika” europea por la intervención comunitaria de su economía. El nuevo gobierno luso anunció la privatización de la segunda cadena y la supresión de la publicidad en 2013 en la RTP 1 al tiempo que afronta la previsión del apagón analógico. En Irlanda el principal actor audiovisual es su operador público RTÉ, cuya nueva ley de gobernanza y de creación de un regulador independiente fue aprobada en 2009, pero también se ha visto afectado por la crisis de su economía nacional.

Cuadro 6. Evolución de plantillas y audiencias TV públicas

TV EUROPEAS		EVOLUCIÓN DE PLANTILLAS			TVP EUROPEAS		AUDIENCIA 2010	
TV	País	2007	2008	2010	País	Consumo	Prime time	Day time
ARD	Alemania	21.554	21.748	21.468	Alemania	223	43,4%	48,6
ZDF	Alemania	3.630	3.586	3.608	Austria	152	43,7	38,8
ORF	Austria	3.616	3.465	3.225	Bélgica (F)	203	23,9	21,2
VRT	Bélgica	2.974	2.933	2.811	Bélgica (Fl)	174	44,7	42,5
STV	Eslovaquia	968	-	-	Bulgaria	241	11,5	10,3
RTVSLO	Eslovenia	2.018	1.945	-	Chipre	184	18	19,7
RTVE	España	6.371	5.791	5.865	Dinamarca	201	70,4	62,9
ERR	Estonia	713	667	678	Eslovenia	192	33	17,5
YLE	Finlandia	3.247	3.307	3.180	Eslovaquia	204	17,4	30,9
FT	Francia	8.942	8.963	8.837	España	234	21,5	22,6
ERT	Grecia	2.402	2.402	3.322	Estonia	235	19,4	17,4
MTV	Hungría	1.783	1.581	2.490	Finlandia	172	43,3	45,1
RTE	Irlanda	2.307	2.214	2.151	Francia	212	35	33,2
RAI	Italia	9.889	9.953	10.055	Grecia	274	14,3	15
LTV	Letonia	549	459	434	Hungría	284	13,5	13,2
LRT	Lituania	675	579	560	Irlanda	196	42,4	35,2
PBS	Malta	69	69	69	Italia	246	43,5	41,3
TVP	Polonia	4.676	4.350	4.012	Lituania	207	10,9	13,6
RTP	Portugal	2.301	2.255	2.194	Letonia	215	15,4	12,1
BBC	R. Unido	20.315	17.238	17.242	Holanda	191	38,9	36,5
CT	R. Checa	2.813	2.896	2.825	Polonia	245	42,2	39,8
TVR	Rumanía	3.262	3.247	3.247	Portugal	210	23,7	25,4
SVT	Suecia	2.552	2.140	2.053	R. Unido	242	37,9	36,9
Media		4.679	4.627	4.574	R. Checa	191	27,8	26,3
Total		107.626	101.788	91.489	Suecia	166	40,9	35,2

Fuente: elaboración propia con datos de OBS (2011) de consumo de minutos día y audiencia de las TV públicas de Europa en 2010

Los efectos de la crisis, en general, se aprecian en el ajuste de las plantillas y en el descenso de las audiencias como consecuencia de la pérdida de recursos económicos para hacer competitivas sus programaciones. Se podría decir que el punto de inflexión de la reestructuración y del inicio de las políticas de ajuste en la televisión pública empieza a partir de 2008, año en el que el saldo de sus resultados es notablemente negativo en su conjunto. A partir de ese año los gobiernos comienzan a tomar medidas y los parlamentos a trasponer la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales de 2007 a sus legislaciones nacionales.

La radiotelevisión pública polaca (TVP) pierde cerca de cinco puntos de audiencia entre 2006 y 2010. La nueva legislación audiovisual polaca, aprobada en agosto de 2010, modifica el funcionamiento de los órganos de dirección del grupo audiovisual público y su proceso de control. En 2011 también acomete una reducción de canales temáticos y de 520 empleos.

La nueva ley de la radiotelevisión pública de Suecia (SVT) y de su regulador independiente entró en vigor el 1 de agosto de 2010. En marzo de 2011 este país procedió también, como lo hizo España en ese mismo año, a la subasta de su dividendo digital por importe de 233 millones de euros.

Hay también países, como Hungría, que han sido protagonistas de notables polémicas por esas nuevas adaptaciones legislativas. La nueva ley general de medios de Hungría de 2010 provocó todas las alarmas e inspecciones europeas por su gubernamentalización y afectación de la libertad de expresión. En este mercado predominan las cadenas privadas de penetración exterior (RTL y Prosieben Sat) frente a las emisoras públicas (M1 y M2).

La televisión pública es una pieza fundamental de la política audiovisual europea pero su posición estratégica actual es de estancamiento o retroceso por diversas y complejas causas: nuevas políticas audiovisuales europeas y de los estados no demasiado proclives, dificultades de financiación, falta de flexibilidad y de adaptación a los rápidos cambios del entorno, estructuras demasiado pesadas y anquilosadas, dificultades ante el reto de Internet y la Web 2.0, fuerte competencia y mayor dinamismo de los operadores privados. La televisión pública pierde terreno frente a la privada y, sobre todo, frente a los nuevos operadores convergentes de telecomunicaciones, Internet y de la Web 2.0.

Las dos últimas directivas europeas de servicios de medios audiovisuales, de 2007 y 2010, mantienen la filosofía del equilibrio de la dualidad entre el modelo público y privado pero cediendo “a las demandas de los grandes intereses comerciales con la esperanza de que el sector privado pueda llenar el vacío de la reducción del sector público”, según Maria Michalis.

Esta misma profesora de Westminster (Reino Unido) concluía en una intervención en 2011 en la Universidad de Santiago de Compostela: “La UE ha tenido dificultades para conciliar el valor democrático y cultural con los aspectos económicos, industriales y comerciales de la radiodifusión. Cualquier cambio sustancial referido a los ámbitos del bienestar social y cultural es menos probable que parta del nivel comunitario y más posible que se origine en el marco estatal, dentro de las limitaciones de orden europeo e internacional. Pero teniendo en cuenta los difíciles tiempos actuales, la autora es más bien pesimista sobre la posibilidad de tal eventualidad” (Michalis, 2011: 45).

La televisión pública en Europa se financia mediante un canon o tasa que pagan los hogares por los dispositivos a través de los que se ve, por los impuestos de los

operadores comerciales, con subvenciones directas de los estados u otros organismos y con publicidad. La crisis le ha arrebatado, por imposición legal o retroceso del mercado, la mayor parte de esos recursos comerciales y los estados se han visto obligados también a reducir drásticamente las subvenciones debido a la recesión. La tasa de financiación recomendable por la UER para la televisión pública se estima entre el 17% y el 19% del PIB de cada país.

El volumen de los presupuestos de explotación de las principales televisiones públicas asciende a más de 32.000 millones de euros anuales y el empleo directo baja de 107.626 a 91.489 trabajadores en los tres últimos años. El negocio de la televisión privada convencional y la actividad de los principales operadores audiovisuales de telecomunicaciones se acercan a los 400.000 millones de euros, el segundo mercado mundial más importante después de EE.UU.

Pero la revolución digital trastoca todas las reglas de juego, el perfil de los operadores, los modelos de negocio y el ámbito de la propiedad intelectual. Los medios tradicionales, públicos o privados, ya no lo son todo sin el ecosistema digital. Según datos de marzo de 2011, Europa registra más de 363 millones de usuarios habituales de Internet, con una atención diaria de más de 50 minutos por persona frente a los 222 minutos que los telespectadores le dedicaron a la televisión en Europa en 2009 (conScore, 2011 y ACT, 2011, respectivamente). Los países que encabezan el ranking de usuarios de Internet son Alemania, Rusia, Francia, Reino Unido e Italia aunque en Holanda es donde le dedican más tiempo.

Google es el buscador líder de los europeos y la red social virtual más popular, Facebook, registraba en las fechas anteriormente citadas unos 234 millones de usuarios en Europa (conScore, 2011). Salvo Yandex Sites, el motor de búsqueda creado por Arkadi Volozh e Ilya Segolovich, de Rusia, los grandes buscadores y agregadores de contenidos (las principales puertas de acceso a los contenidos y el conocimiento digital) son norteamericanos. Entre las treinta principales Web de mayor audiencia en Europa sólo seis son europeas (Axel Springer, Dailymotion, Orange, Deutsche Telekom, BBC y Schibsted) y tres rusas (Campos, 2011).

Esa descompensación estratégica de la industria audiovisual obliga a la UE a proteger –debate que se sitúa en el epicentro de la Agenda Digital Europea– la producción de contenidos y las redes de telecomunicaciones, frente al uso sin contraprestación de esos otros operadores globales que se aprovechan de ambos servicios. Las medidas afectan a la protección de la propiedad intelectual en el espacio digital, fiscalidad para poder ampliar las redes de telecomunicaciones de banda ancha y apoyo a la singularidad de la diversidad cultural.

6. Políticas de apoyo al audiovisual

Las políticas europeas de apoyo al audiovisual se encuadran a nivel genérico en la Agenda Digital, que es una de las siete iniciativas de la estrategia Europa 2020, y en lo concreto a través de las Directivas de Televisión Sin Fronteras y de Medios Audiovisuales así como en el relevo del Programa Media, que finaliza en 2013, sustituido por el Programa Europa Creativa, que integrará las acciones de cultura y audiovisual para el período 2014-20. El objetivo conjunto es la transformación y adaptación a un mercado único digital, preservando los valores de las identidades y las diversidades culturales genuinas de los países europeos. El objetivo es ambicioso y bonito pero lo complejo es su gobernanza.

El último informe de 2009 de la UE sobre el audiovisual y las emisiones de televisión a nivel europeo revela pocos avances sustanciales con respecto al documento similar anterior, elaborado en 2005. Esencialmente, estos informes evalúan el cumplimiento de los artículos de las directivas europeas de Televisión sin Fronteras (1989) y de Medios Audiovisuales (2007) sobre la necesidad de dedicar al menos el 50% de las emisiones a obras europeas y el diez por ciento a inversiones en producción independiente del mismo origen.

El último informe (Final Study Report, 2009) está realizado en base a encuestas a los órganos reguladores de una muestra de los once países más representativos del mercado audiovisual europeo. Sus datos resultan demasiado obsoletos pero son los únicos oficiales disponibles para el conjunto de los países. Reconoce la aplicación general de lo regulado en dichos artículos de las directivas europeas en las legislaciones nacionales, con mayor o menor rigurosidad en algunos países –cita los ejemplos de Francia e Italia– con respecto a las propias normas de la Unión Europea.

Refleja divergencias entre los países sobre el rigor de las sanciones de incumplimiento, que van desde advertencias, multas y hasta la posibilidad de suspender la licencia de emisiones. En las regulaciones de casi todos los países se añade a la obligación de las cuotas de emisión europea, una especificidad particular para las propias realidades culturales y lingüísticas de las respectivas comunidades. El informe constata una alta integración vertical europea de la cadena de valor audiovisual, con un 57% de la producción de origen interno (en las televisiones públicas un punto más), así como la existencia de grandes productoras filiales de las cadenas (UFA y Fremantle de RTL o Endemol de Mediaset) y otras de menor tamaño en cada uno de los países. Pese a que a finales de 2009 era el plazo límite de los países para incorporar la regulación de las exigencias sobre los servicios no lineales

(televisión a la carta y vídeo bajo demanda), el informe no apreciaba avances significativos en ese aspecto.

El 62,4% de las emisiones televisivas de 2007 correspondieron a obras europeas y el 31% a producciones independientes según este informe de 2009. El estudio reconoce también en los últimos años una tendencia creciente a la producción externa y que más de la mitad de las adquisiciones externas son de origen norteamericano y casi un 25% de otro país europeo. La baja circulación interna del mercado audiovisual europeo contrasta con la sostenida demanda del cine norteamericano, que se le sigue viendo como garantía segura de audiencia.

Las políticas europeas de la industria de los contenidos y el audiovisual se materializan al menos en siete ámbitos: a través de las Directivas y Comunicaciones comunitarias sectoriales de obligada transposición a las respectivas legislaciones estatales; mediante las ayudas directas a la producción y distribución a través de los Programas Media o de otros organismos; en el marco institucional a cargo del Observatorio Audiovisual Europeo (OBS) y la Agencia Ejecutiva Educativa, Audiovisual y Cultural (EACEA); en la protección y vigilancia de los mercados de la competencia; en el plano técnico mediante las normas de la convergencia y los plazos de la migración digital (TDT); en la nueva regulación de los derechos de propiedad intelectual en la esfera intelectual; y en la defensa de la filosofía del pluralismo tanto democrático como sociocultural.

En el espacio audiovisual europeo –si podemos permitirnos tal calificación– hay dos regulaciones angulares sobre el marco de financiación de su singular modelo dual: el Protocolo de 1997 del Tratado de Ámsterdam que salvaguarda la financiación estatal de la radiotelevisión pública bajo tres condiciones (que sea garante del pluralismo, que tenga control democrático y que cumpla con la promoción de los valores socioculturales del país); y las Comunicaciones Europeas de 2001/2009 (C320/5 de 15-11-2001 y C257/01 de 27-10-2009) sobre las condiciones de las ayudas estatales a la radiotelevisión pública.

Al mismo tiempo, la propia Unión Europea sostiene desde hace 20 años el Programa Media, en el que ha invertido más de 1.800 millones de euros en ayudas a la guionización, producción, distribución, exhibición, reconversión digital y circulación exterior. A partir de 2014-2020 el Programa Media se fusionará con el de Cultura y pasará a denominarse Europa Creativa, con una dotación de 1.800 millones de euros, 900 millones para el audiovisual y 500 millones para las actividades culturales, todo ello enfocado especialmente a la promoción financiera y al emprendimiento empresarial.

Según un informe de Susan Newman-Baudais (2011) para el Observatorio Audiovisual Europeo, los distintos países de Europa invierten anualmente en ayudas al audiovisual más de 2.000 millones de euros, con un fuerte impulso entre 2005 y 2007. Sin embargo, los efectos de la crisis se aprecian a partir de 2008, con apenas un 0,7 de crecimiento en 2009.

La base de datos Korda del Observatorio Audiovisual Europeo, una agencia oficial creada en 1992 con sede en Estrasburgo, registra más de 600 programas en 170 tipos (subvenciones, préstamos, capital riesgo, desgravaciones fiscales, etc.) de ayudas públicas directas e indirectas de ámbito comunitario, estatal, regional y local. Las ayudas estatales son aceptadas por la UE siempre y cuando no vulneren los mercados de la competencia. Su diversidad es otra de las singularidades, como lo es la propia fiscalidad del sector cultural, otra forma de ayuda indirecta, pero con problemas de fragmentación y para el objetivo de un mercado único digital.

La producción de películas en Europa alcanzó un récord en 2009 con un total de 1.168 filmes, aunque el cine más taquillero y con saldo más favorable de recaudación sigue siendo el de procedencia norteamericana. Los ingresos de taquilla del cine en Europa en 2009 ascendieron a 6.271 millones de euros, un 12% más que en 2008, correspondientes a casi un millón de entradas, según datos del Observatorio Audiovisual Europeo.

La asistencia al cine en Europa en 2011 descendió un 0,4% en 2011 con respecto a 2010, pasando de 964 millones a 960 millones de entradas, aunque la evolución fue desigual por países. En doce mercados disminuyó y en diez aumentó la asistencia al cine. Los mercados de mayor crecimiento fueron Francia (+4,2%), Alemania (+2,4) y Reino Unido (+1,4) frente a los descensos de Italia (-7,9%) y España (-7,1%). También fue un buen año para las películas de producción nacional, cuya asistencia a sus estrenos registró aumentos de espectadores en catorce mercados. Y lo mismo se puede decir sobre el balance de la digitalización de las salas de exhibición, que pasó del 4% al 52% en los tres últimos años, 18.500 de ellas transformadas hasta 2011.

7. Conclusiones

El futuro de la televisión y el audiovisual europeo es híbrido, convergente, conectado, interactivo y cada vez más de pago. Por sistemas de difusión, actualmente predomina el cable, con una cota de penetración cercana al 50% y con posibilidades de seguir creciendo; seguido del satélite y la TDT, con el 23% y el 20% de participación, y la vigorosa emergencia del IPTV, con el 6,56% a nivel europeo. Las tendencias apuntan

al futuro del IPTV y al desplazamiento de las redes hertzianas terrestres, tradicionalmente garantes de la difusión universal y gratuita, hacia las comunicaciones telefónicas de movilidad (dividendo digital) en detrimento de la propia televisión.

En las plataformas de difusión vía satélite se concentran alianzas cruzadas de operadores mediáticos tradicionales (Murdoch-Sky-Permira-Viasat-CTC frente a Vivendi-Canal Plus-RTL-Mediaset), en el cable los intereses de grupos norteamericano-europeos (Liberty Global, Virgin Media, Numéricable, ONO) y en IPTV las grandes operadoras de telefonía (BT Group, Telefónica, Vodafone, Deutsche Telekom, Telia Sonera, KPN, Portugal Telecom). El mercado europeo de esas redes de difusión es duopólico y monopólico a nivel nacional.

La televisión pública ha cedido ya audiencia pero también pierde estructura y oportunidades de programación. La UE y los estados, por necesidad y/o convicción, ya no se recatan de admitir que las organizaciones privadas pueden cumplir también el servicio público y ser más eficientes en dicha función que las de propiedad pública. Los cambios en las políticas de comunicación y los expedientes sobre el régimen de financiación, abiertos por la UE en los últimos años, son muestras de ello, extendidas ya sobre más de media docena de países: Francia, España, Dinamarca, Holanda, Reino Unido, Italia y Hungría.

Las cuatro grandes preocupaciones de la televisión pública europea en esta segunda década del siglo XXI son: lograr mantener la financiación suficiente para garantizar su viabilidad, tratar de estar presente en todas las plataformas posibles de difusión y sobre todo en Internet, avanzar y acertar en los procesos de reestructuración sin dañar los principios generales de servicio público de calidad y lograr mantener la credibilidad a través de la mejora de la gobernanza. En tal sentido, el Consejo de la Asamblea Parlamentaria de Europa le ha brindado públicamente, en diciembre de 2012, el apoyo a la Unión Europea de Radiodifusión (UER) para contrarrestar la injerencia política en varios sistemas de gobernanza de la televisión pública de Hungría, Bosnia, Croacia, Italia, Rumanía, Eslovaquia, Serbia, España y Ucrania.

A pesar de la crisis, la televisión y el audiovisual siguen siendo el dinámico motor de las industrias culturales y creativas europeas. La crisis ha afectado a todo el negocio de la industria audiovisual pero no así –salvo puntuales excepciones– a su consumo y crecimiento. El consumo familiar de televisión siguió aumentando en Europa (228 minutos en 2010, seis más que en 2009 y otro tanto en 2011 hasta 235) y también el número de canales (8.900 en 2011, registrados en la base de datos MAVISE del Observatorio Audiovisual Europeo).

A pesar de que esos procesos no se han detenido, lo que sí se está produciendo es, por una parte, una fragmentación del consumo y, por otra, una concentración de la oferta. Sobre esta última se ha llamado la atención en una conferencia internacional, en noviembre de 2012, en el Consejo de Europa en Estrasburgo, para la revisión de los datos e indicadores de la concentración en la era digital por parte de destacados especialistas e investigadores, como Bernard Miyet, André Lange, Susanne Nikoltchev, Ben Keen, Bernd Malzanini, Roberto Mastroianni y Andrei Richter.

8. Referencias bibliográficas

- ACT (2011): *Annual Report 2010*. Association of Commercial Television in Europe. http://www.acte.be/EPUB/easnet.dll/GetDoc?APPL=1&DAT_IM=02AB2D
- Agenda Digital (2010): “Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre una Agenda Digital para Europa”. COM (2010) 245 final. Ponente: Thomas McDonogh.
- Bas, J.J., Segovia, A., Llorens, C., Almirón, N., Grau, H., Suárez (2011): R. "Communication Policies and the Protection of Pluralism in the European Union and the United States", *Comunicación y Sociedad*, vol. XXIV, n. 2, 2011, pp.8-40.
- Bustamante, E. (1999): *La television económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa
- , Coord. (2011): *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona: Gedisa.
- Campos-Freire, F. (2011): coord., *Comunicación y gobernanza en Europa*. Madrid: Universitas.
- (2012): “Modelos de financiación de las televisiones públicas autonómicas”, en Miguel-de-Bustos, J. C. y Casado-del-Río, M. A. (2012): *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Gedisa.
- Cavada, J. M. (2012): *Informe sobre la distribución en línea de obras audiovisuales en la UE (2011/2313(INI)) de 25.7.2012*. Acceso:

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2012-0262+0+DOC+PDF+V0//ES>
conScore (2011): “Europe Digital Year in Review 2010”. Ver www.conscore.com

De-Mateo-Pérez, R., Bergés-Saura, L. (2008): *Los retos de las televisiones públicas. Financiación, servicio público y libre mercado*. Sevilla: Comunicación Social.

-----, -----, Sabater-Casals, M. (2009): *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla: Comunicación Social.

----- y ----- (2011): “Reflexiones sobre el proceso de cambios en la estructura de la industria de la comunicación y en la gestión empresarial”. En Campos-Freire, F.: *El nuevo escenario mediático*. Zamora-Sevilla: Comunicación Social.

Final Study Report (2009): “Study on the application of measures concerning the promotion of the distribution and production of European Works in audiovisual media services (i. e. including television programmes and non linear services”. Informe de la UE.

González-Rodríguez, J.P. (2010): Conferencia sobre TDT, Consejo de CMT, citando datos de entrevista de F. Ros en *El Mundo*, 3-3-2010.

Llorens, C. (2010): “Spain’s Media Concentration Policy: a Patchwork Crucial to the Understanding of the Spanish Media System”. En *International Journal of Communication* 4 (2010), 844–864

Llorens-Maluquer, C. (2001): *Concentración de empresas de comunicación y el pluralism: la acción de la UE*. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona, tesis doctoral

López-García, G. (2006): "Comunicación en red y mutaciones de la esfera pública". *Zer* 20. pp. 231 - 249. Disponible en http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20_15_lopez.pdf

López-García, X. (2010): *La metamorfosis del periodismo. Historia de lo que permanece y de lo que cambia en el ciberperiodismo del tercer milenio*. Zamora-Sevilla: Comunicación Social

MAVISE (2010): *Database of TV companies and TV channels in the European Union and candidate countries*. Observatorio Audiovisual Europeo, accesible en <http://mavise.obs.coe.int/welcome>.

Medina, M. y Ojer, T. (2009): Valoración del servicio público de televisión. Comparación entre la BBC y TVE. RLCS, *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 275 a 299. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 17 de febrero de 2012, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/24_823_42_ULEPICC_11/Medina_y_Ojer.html
DOI: [10.4185/RLCS-64-2009-823-275-299](https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-823-275-299)

Michalis, M. (2011): “La política europea de comunicación y su impacto en los medios de radiodifusión”, en Campos-Freire, F., coord. (2011): *El nuevo escenario mediático*, Zamora-Sevilla: Comunicación Social

Miguel-de-Bustos, J.C. (1993): *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias de los medios europeos*. Barcelona: Bosch.

Newman-Baudais, S. (2011): *Public Funding for Film and Audiovisual Works in Europe*. European Audiovisual Observatory.

OBS (2011a): “Le marché européen de la télévision numérique toujours dynamique: plus de plata-formes, plus de chaînes, plus de HD”. Estrasburgo: Observatorio Audiovisual Europeo.
http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/mavise_mars2011.html

----- (2011b): “Marché du film. Focus 2010. Tendences du marché mondial du film”. En <http://www.obs.coe.int/>

----- (2011c): “The European Digital Television market continues to be dynamic: more platforms, channels and HD”. En http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/mavise_mars2011.html

Observatoire Audiovisual Europeo (OBS, 2011): *La television dans 37 Etats européens*. Estrasburgo

Richeri, G. (1994): *La transición de la televisión*. Barcelona: Bosch

Schlesinger, Ph. (2004): “Redes y espacios comunicativos. ¿La Babel de Europa?”. En *Telos*. Madrid: Fundación Telefónica, núm. 59

Timoteo-Álvarez, J. (2005): *Gestión del poder diluido. La construcción de la sociedad mediática 1989-2000*. Madrid: Pearson

----- (2010): *Muchas voces. Un mercado. La industria de la comunicación en Iberoamérica. Perspectivas*. Madrid: Universitas

----- (2011): “Propuestas para un nuevo modelo de negocio en la industria de la comunicación”. En Campos-Freire, F.: *El nuevo escenario mediático*. Zamora-Sevilla: Comunicación Social

UNCTAD (2010): *Creative Economy. Report 2010*. United Nations. Accesible en: <http://www.unctad.org/creative-economy>

Sarabia-Andúgar, I. y Sánchez-Martínez, J. (2012): "Adaptación de los hogares a la televisión digital terrestre en su primera fase de implantación en España", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 67. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 068 a 098 recuperado el 17 de febrero de 2012, de http://www.revistalatinacs.org/067/art/948_Murcia/04_Isabel.html
DOI: [10.4185/RLCS-067-948-068-098](https://doi.org/10.4185/RLCS-067-948-068-098)

Zallo, R. (2007): “La economía de la cultura (y la comunicación) como objeto de estudio”. En *Zer* 22. Bilbao: Universidad del País Vasco

----- (2010): "La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, páginas 14 a 29. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 19 de marzo de 2012, de http://www.revistalatinacs.org/10/art/880_UPV/02_Zallo.html
DOI: [10.4185/RLCS-65-2010-880-014-029](https://doi.org/10.4185/RLCS-65-2010-880-014-029)

----- (2011a): “Políticas de comunicación audiovisual en (y para después de) la crisis económica en España”. En Campos-Freire, F.: *El nuevo escenario mediático*. Zamora-Sevilla: Comunicación Social

----- (2011b): “Retos de la economía crítica de la comunicación y la cultura”. En Albornoz, L.A., comp., *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Paidós: Buenos Aires.

----- (2011c): *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa

TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS – HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

F. Campos-Freire (2013): “El futuro de la TV europea es híbrido, convergente y cada vez menos público”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 68.

La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 089 a 118 recuperado el ____ de ____ de 2_____, de

http://www.revistalatinacs.org/068/paper/970_Santiago/04_Campos.html

DOI: [10.4185/RLCS-2013-970](https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-970)

Artículo recibido el 12 de diciembre de 2012. Sometido a pre-revisión el 13 de diciembre. Enviado a revisores el 15 de diciembre. Aceptado el 26 de enero de 2013. Galeradas telemáticas a disposición del autor el 30 de enero de 2013. Visto bueno del autor: 31 de enero de 2013. Publicado el 1 de febrero de 2013.

Nota: el [DOI](#) es **parte de** la referencia bibliográfica y ha de ir cuando se cite este artículo.
