



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España

Ortega Mohedano, Félix

La televisión de proximidad en España. Procesos concesionales, análisis de la población y PIB

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 12, núm. 64, 2009, pp. 585-601

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81911786048>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Edita: LABoratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 12º – 3ª época - Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad y Departamento de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - Universidad de La Laguna

38071 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Investigación – [forma de citar](#) – [informe revisores](#) – [agenda](#) – [metadatos](#) – [PDF](#) – [Creative Commons](#) – [ULEPICC](#)

DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-847-585-601

La televisión de proximidad en España. Procesos concesionales, análisis de la población y PIB

Proximity television in Spain. Concessional processes, analysis of Population and GDP

Dr. Félix Ortega Mohedano [\[C.V.\]](#) Profesor del Departamento de Sociología y Comunicación Audiovisual - Universidad de Salamanca, USAL, España - fortega@usal.es

Resumen: El proceso concesional de la televisión de proximidad en España es un camino abierto en el que faltan todavía comunidades autónomas por adjudicar y/o convocar sus concursos. Realizamos un análisis de las tendencias derivadas de los concursos ya resueltos. El estudio provisional de la situación de la televisión local ante la TDT, (Televisión Digital Terrestre), se refiere al surgimiento de nuevos actores en el sistema español de comunicación como consecuencia de la apertura de nuevos espacios dentro del mercado audiovisual de proximidad. Proponemos una contabilización del mercado de la TDT sobre sus dos soportes (local-insular y autonómico) en función del tamaño, estructura de la población alcanzada por cada licenciatario y PIB de las distintas demarcaciones. Este trabajo presenta un mapa del audiovisual de proximidad en España analizando los procesos concesionales, la importancia y rentabilidad potencial de los mercados y concesiones. Se realiza un análisis de la población y PIB en las distintas demarcaciones audiovisuales.

Palabras clave: Televisión de proximidad, televisión digital terrestre, estructura de medios, televisión local, televisión regional, España.

Abstract: The concessional process for the proximity digital terrestrial television in Spain is an open and incomplete process with a significant number of autonomous regions that are still waiting for the concession contests. We undertake an analysis of the main tendencies which arise from the awarded contests. The provisional study of the local television in the wake of the DTT, (Digital Terrestrial Television), refers to the arrival of new actors to the Spanish proximity audiovisual market. We propose an account of the DTT market from two spheres (local-insular and regional) related to size, population and GDP in the different geographical areas. This work-in-progress shows a map of the situation of development and implementation of the digital technologies in the regional and local sphere. We analyse the concessional processes, and the relevance and potential profitability of the licence market. We also study the regional population structure and the GDP in the different audiovisual regions.

Keywords: Proximity television, Digital Terrestrial Television, Mass Media Structure, local television, regional television, Spain.

Sumario: 1. Introducción a la televisión de proximidad. 2 Método. 3. Resultados. La televisión digital terrestre de proximidad al albor del mercado audiovisual digital. 4. Estrategias para la televisión regional. 5. Conclusión. 6. Referencias bibliográficas. 7. Notas.

Summary: 1. Introduction to proximity television. 2. Methodology. 3. Results. Digital Terrestrial Proximity Television in the wake of the digital audiovisual market. 4. Strategies for regional television. 5. Conclusion. 6. Bibliography. 7. Notes.

1. Introducción a la televisión de proximidad en España

Desde el nacimiento de la televisión en España esta se ha reinventado en un proceso continuo. Segmentación de la oferta, entrada de nuevos competidores, cambio en el comportamiento del consumidor, tecnología, televisión digital, la multiplataforma... son algunas de las tendencias más significativas que están facilitando la apertura de nuevas ventanas y puentes para el desarrollo de esta actividad industrial en una escala más regional, de mayor proximidad.

La Televisión Digital Terrestre de Proximidad (TDTP [1]) desempeña un papel importante para el desarrollo de la estructura económica, social y política de las regiones en las que actúa, asumiendo igualmente una función principal en la construcción de la identidad local y/o regional de su entorno. La primera experiencia de televisión de proximidad en España se remonta a 1980 en Cardeneu, Barcelona (Álvarez Monzoncillo y Iwens, 1992).

Existen autores como Moragas (1996) que escriben acerca de la televisión regional como “la televisión de las regiones” en el sentido de los diversos modelos que podemos encontrar en la vieja Europa. Otros autores como Corset (1991) afirmaban de forma sencilla y directa que “el fenómeno de televisión regional existe”, es un hecho innegable y muy significativo. Vacas (1999) indica que “es una realidad incuestionable y la diversidad de modelos que se dan muestra su vitalidad”. La multiplicidad de ejemplos de actividad de televisión de proximidad en España y sus regiones nos permite predecir un futuro complejo y prometedor para el sector.

La definición operativa de televisión local propuesta por Badillo (2003) sintetiza de forma precisa el concepto, indicando que: “las televisiones locales son aquellas unidades de producción audiovisual local que emiten de forma continua o discontinua contenidos, para un pueblo, villa o provincia (excluyendo la publicidad) diferente de otros canales locales, regionales o nacionales”, con una emisión de productos audiovisuales relacionada con el entorno de proximidad.

Moragas, Garitanonandía y López nos proponen el uso del concepto de Televisión de Proximidad [2] (TP), para indicar de forma extensa todas las experiencias de televisión que pertenecerían a una escala “pequeña o media”. Utilizamos en nuestro trabajo una definición paraguas que agruparía la propuesta por Badillo (2003) en conjunción con el concepto de TP, [3] concepto utilizado entre otros autores por (Prado, 2004a) fundamentalmente.

2. Método

La metodología utilizada en la realización de esta investigación, parte de un análisis del proceso concesional de la televisión de proximidad a partir de: 1) los Boletines Oficiales de las Comunidades Autónomas, 2) de la prensa regional que analiza estas cuestiones, 3) de las páginas web de las televisiones de proximidad y centros de investigación especializados, 3) de la revisión de estudios y publicaciones relativos a la televisión de proximidad y el proceso concesional, 4) de la legislación vigente y su desarrollo 5) del Censo de población 2008 del INE con el objeto de definir tamaño poblacional y estructura de mercado potencial adjudicado en las demarcaciones-concesiones y su atractivo y rentabilidad potencial. Utilizamos igualmente datos del PIB regional proporcionados por el INE con el objeto de completar nuestro análisis de las demarcaciones.

Presentamos un análisis en formato gráfico y tabulado que nos permite mayor sencillez a la hora de extraer relativas al objeto de estudio de esta investigación.

3. Resultados. La TDTP, al albor del mercado audiovisual digital

La situación de la Televisión de Proximidad (TP) en nuestro país está cambiando rápidamente con el desarrollo reciente del proceso concesional en las comunidades autónomas bajo el hechizo del apagón analógico del año 2010. En todos los procesos concesionales los principales grupos de comunicación de nuestro país están tomando posturas significativas.

Un completo informe sobre las asignaciones y las tendencias detectadas en el proceso concesional de la TDT en España puede revisarse en el trabajo realizado por Badillo y Ortega (Badillo 2003, 2004; Badillo y Ortega, 2008) . Los actores principales que surgen en el sector asociado a la TDT,(TDT-Local e Insular y a la TDT-Regional), en relación con la población potencial a la que accederían son: en la TDT-L, Prisa-Preseña, Antena 3 Televisión Planeta, Libertad Digital y COPE con una cuota total de

mercado de aproximadamente el 30%, y en la televisión digital terrestre regional TDT-R, Godó, COPE, Mediame, Vocento, Grupo Voz y Prisa alcanzarían un control de aproximadamente el 52% de la cuota de mercado nacional de TDT-R.

El proceso concesional se caracteriza por las palabras, concentración, integración y desterritorialización. Este es un proceso todavía inconcluso con regiones como Castilla y León, Cantabria, Castilla la Mancha, la Rioja y Melilla por desarrollar o teniendo que volver a convocar el proceso concesional en los próximos meses.

El Plan Técnico Nacional de Televisión Digital indicaba que las televisiones analógicas locales deberían parar sus emisiones analógicas el primero de junio de 2008. Sin embargo, este cronograma no ha sido respetado, debido a que primero, muchas comunidades autónomas no han completado o en algunos casos no han comenzado el proceso concesional de licencias, y segundo, se han producido reclamaciones judiciales en contra de procesos concesionales poco transparentes o "equitativos" (en particular en la Comunidad de Madrid con procesos judiciales), en Extremadura (fuertes reproches de los medios de comunicación implicados), entre otros.

Por otro lado, el uso de las tecnologías de Televisión Digital Terrestre en los hogares de los españoles únicamente alcanzaba el 37,4% del total de usuarios en Octubre de 2008 (Observatorio, 2008). Una cifra que no permite que sea económicamente viable para las empresas con licencia la emisión únicamente en digital, dada la situación de mercado.

Por estos motivos, a pesar de las importantes iniciativas llevadas a cabo desde el Estado, [4] desde las comunidades autónomas y desde los ayuntamientos parece confirmarse que el apagón analógico tendrá lugar en la esfera de la televisión de proximidad no antes del tres de Abril de 2010, en el escenario más optimista. Nuestro análisis de la situación indica que los canales de televisión de proximidad emitiendo en tecnología analógica y/o los nuevos operadores de TDT-L no llegarán al escenario optimista avanzado sino se produce una fuerte inyección de recursos e iniciativas proactivas por parte de todas las administraciones involucradas, Estado, autonomías y ayuntamientos en los próximos meses.

La tabla siguiente nos muestra un análisis de la situación de mercado en las Comunidades Autónomas, con una perspectiva relacionada con el número de licencias concedidas o por conceder, con variables geográficas, de tamaño y tendencia poblacional y su relación con el proceso concesional.

Tabla 1. La TDT-L, TDT-R, Población, Densidad y Tendencias en 2008

	Población Julio 2008	Km2	TDT-L	TDT-Lp	TDT-R	Ipriv	It	Dens.	Var. Pob. 06-07	Var. Net. Pob. 06 to 07
Total España	45.593.385	507.827	836	281	37	55.808	42.707	89,78	2,38	106.741
Andalucía	8.105.608	89.597	186	62	4	43.579	32.684	90,47	3,87	30.929
Aragón	1.306.631	47.669	48	16		27.221	20.416	27,41	-0,23	-291
Asturias	1.059.089	10.603	21	7	1	50.433	37.825	99,89	-4,46	-4.727
Islas Baleares	1.058.668	4.992	34	6	2	31.137	26.467	212,07	3,92	4.037
Islas Canarias	2.061.499	7.447	47	25	2	43.862	28.632	276,82	3,14	6.338
Cantabria	573.758	5.221	18	6	2	31.875	23.907	109,89	-0,78	-441
Castilla y León	2.506.454	94.223	63	21	1	39.785	29.839	26,60	-2,72	-6.768

Cas
La
Cat
Cor
Vale
Ext
Gal
Mad
Mur

Elaboración propia a partir del INE (www.ine.com), Observatorio Impulsa TDT, (www.impulsatdt.com), y los “Diarios Oficiales”, Boletines oficiales de las distintas Comunidades Autónomas y Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla. Leyenda: TDT-R= Televisión Digital Terrestre-Regional, TDT-L= Televisión Digital Terrestre Local, TDT-Lp= TDTlpública, I_{priv} (Indice Privadas)=(Población/TDT-L) , It (Indice total)=(Población/TDT-L+TDT-Lp), Variación en la Población=(Nacimientos-Muertes)x1000, Var. Net. Pob.= Variación Neta de la Población. Con el objeto de simplificar nuestro análisis en este artículo, consideramos el postulado reductivo en el que todas las demarcaciones de TDT en una Comunidad Autónoma tienen acceso al mismo número de consumidores potenciales, independientemente de la demarcación asignada. Si bien la distribución de la población es ciertamente no homogénea en el territorio de las distintas regiones. Igualmente consideramos por razones de simplificación de los cálculos que el acceso a la TDT es ya universal en todas las regiones.

Es significativo señalar que la TDT-L privada, tendrá bajo los postulados reductivos que hemos asumido, un alcance potencial medio de 55.808 consumidores en nuestro país, debiendo compartirlos [5] en el escenario más “normal y frecuente” con al menos dos canales de televisión privada de proximidad y un potencial canal público. Las Comunidades Autónomas de Madrid, Cataluña, Navarra y Valencia tienen mejores condiciones socio-económicas para el desarrollo de la TDTP si centramos nuestro análisis sobre la densidad poblacional y el alcance potencial. La geografía de estas regiones, la tendencia poblacional y estructura socio-económica son más favorables para el desarrollo de un plan de negocio viable para la TP en estas regiones. Por otro lado, otros indicadores variables-predictivas [6] de rentabilidad potencial para el sector audiovisual como: la estructura de mercado, la densidad de empresas, su tamaño, los ingresos potenciales por publicidad regional, el PIB *per cápita* en las regiones, las infraestructuras disponibles, las políticas Autonómicas-Locales para el fomento de la Sociedad de la Información el Conocimiento y la Creatividad, los centros de formación especializados, las Universidades audiovisuales, la calidad del Capital Humano disponible... son también significativamente más favorables en el agregado para el desarrollo del sector de la TP en las regiones indicadas. En este sentido, es relevante señalar que el número de consumidores potenciales se encontraría por encima de los 100.000 individuos. Estas demarcaciones cuentan con mejores ventajas comparativas para el desarrollo e implantación de una TP económicamente viable.

La tabla siguiente nos muestra los PIB per cápita proyectados en el año 2008 en las distintas Comunidades Autónomas, la densidad poblacional y los indicadores relativos al *reach* poblacional para cada televisión y demarcación.

Tabla 2. TDT-L, TDT-R, Habitantes, Densidad, PIB per Cápita

	Población Julio 2008	Km2	TDT-L	TDT-Lp	TDT-R	I_{priv}	It	Dens.	PIB Per Cápita 2008
Total España	45.593.385	507.827	836	281	37	55.808	42.707	89,78	21761€
Andalucía	8.105.608	89.597	186	62	4	43.579	32.684	90,47	16918€
Aragón	1.306.631	47.669	48	16		27.221	20.416	27,41	23360€
Asturias	1.059.089	10.603	21	7	1	50.433	37.825	99,89	20150€
Islas Baleares	1.058.668	4.992	34	6	2	31.137	26.467	212,07	23411€
Islas Canarias	2.061.499	7.447	47	25	2	43.862	28.632	276,82	19435€
Cantabria	573.758	5.221	18	6	2	31.875	23.907	109,89	21649€
Castilla y León	2.506.454	94.223	63	21	1	39.785	29.839	26,60	21318€
Castilla La Mancha	2.001.643	79.463	78	26	2	25.662	19.247	25,19	16768€
Cataluña	7.270.468	32.114	59	37	4	123.228	75.734	226,40	25600€
Comunidad Valenciana	4.950.566	23.255	42	14	2	117.871	88.403	212,88	19413€
Extremadura	1.079.725	41.634	51	17	2	21.171	15.878	25,93	15306€
Galicia	2.738.098	29.574	63	21	2	43.462	32.596	92,58	18434€
Madrid	6.245.883	8.021	34	10	2	183.702	141.952	778,69	28169€
Murcia	1.430.986	11.313	24	8	3	59.624	44.718	126,49	17581€
Navarra	610.384	10.391	5	0	4	122.077	122.077	58,74	27602€

País Vasco	2.138.453	7.234	58	2	36.870	35.641	295,61	28501€
La Rioja	313.772	5.045	-	4			62,19	23185€
Ceuta	72.353	19	3	1	24.118	18.088	3808,05	20530€
Melilla	69.347	12	2	2	34.674	17.337	5778,92	19759€

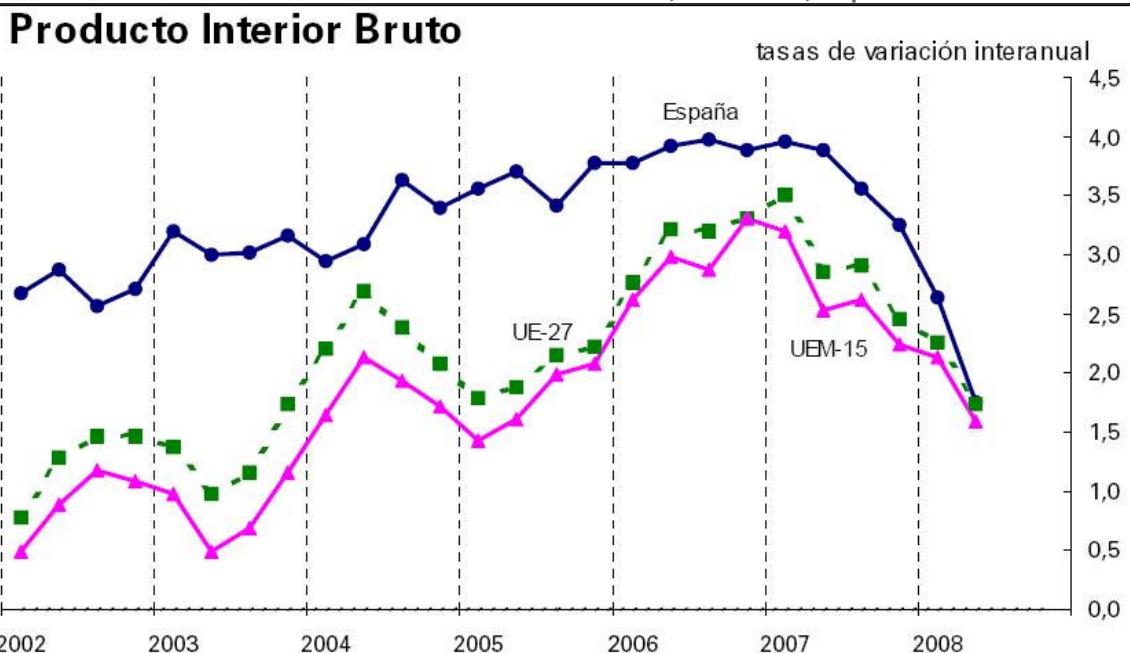
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (www.ine.com), Observatorio Impulsa TDT, (www.impulsatdt.com), y en los "Diarios Oficiales", Boletines oficiales de las distintas Comunidades Autónomas y Ciudades Autónomas.

Leyenda y n.b.: El PIB *per cápita* 2008 es elaboración propia a partir de datos del PIB del año 2005, datos del INE, hemos realizado extrapolación de los datos con crecimiento medio en todas las regiones, del 3,5%, 4%, 1,8% en años 2006, 2007 y 2008 respectivamente, infiriendo que todas las regiones de España crecieron en la media del Estado.

La tabla 2 nos muestra la idoneidad de cruzar los datos de densidad de población, renta per cápita y estructura poblacional con el objeto de poder definir mejor las comunidades autónomas y demarcaciones dónde los modelos de negocio de la TP, podrían tener mejores perspectivas potenciales de éxito empresarial. Es significativo señalar que son las demarcaciones de Navarra, Cataluña y Madrid las que presentan las condiciones de PIB *per cápita* y *reach* poblacional potencial, (*Ipriv* e *It* por encima de los 100.000 consumidores, como ya hemos indicado), más adecuados para un correcto funcionamiento, implantación y rentabilidad futura de la TP.

La gráfica siguiente nos muestra la evolución del PIB en el Estado español. Este es un buen indicador para predecir la bondad del ciclo económico, así como las expectativas de crecimiento de los potenciales ingresos por publicidad para el sector. En períodos de expansión los ingresos por publicidad de los medios de comunicación tienen mejores expectativas de crecimiento que en los períodos de pre-recesión a los que se acerca la economía Española y mundial (Infoadex, 2008). La TDT de proximidad nace con muchas incertidumbres, en un entorno general complejo, en muchos casos plagado de arbitrariedades políticas, saturación de licencias,... situaciones estas que pueden hacer peligrar el desarrollo de modelos de negocio hasta la fecha y en numerosos ejemplos no rentables (Ortega, 2006), y que anhelaban en la TDT la oportunidad de crecer y entrar en números positivos. Esperemos que el ciclo económico y los tiempos de desarrollo e implantación de la tecnología digital sean favorables con una televisión que espera que el siglo XXI sea el de su despegue y consolidación definitiva.

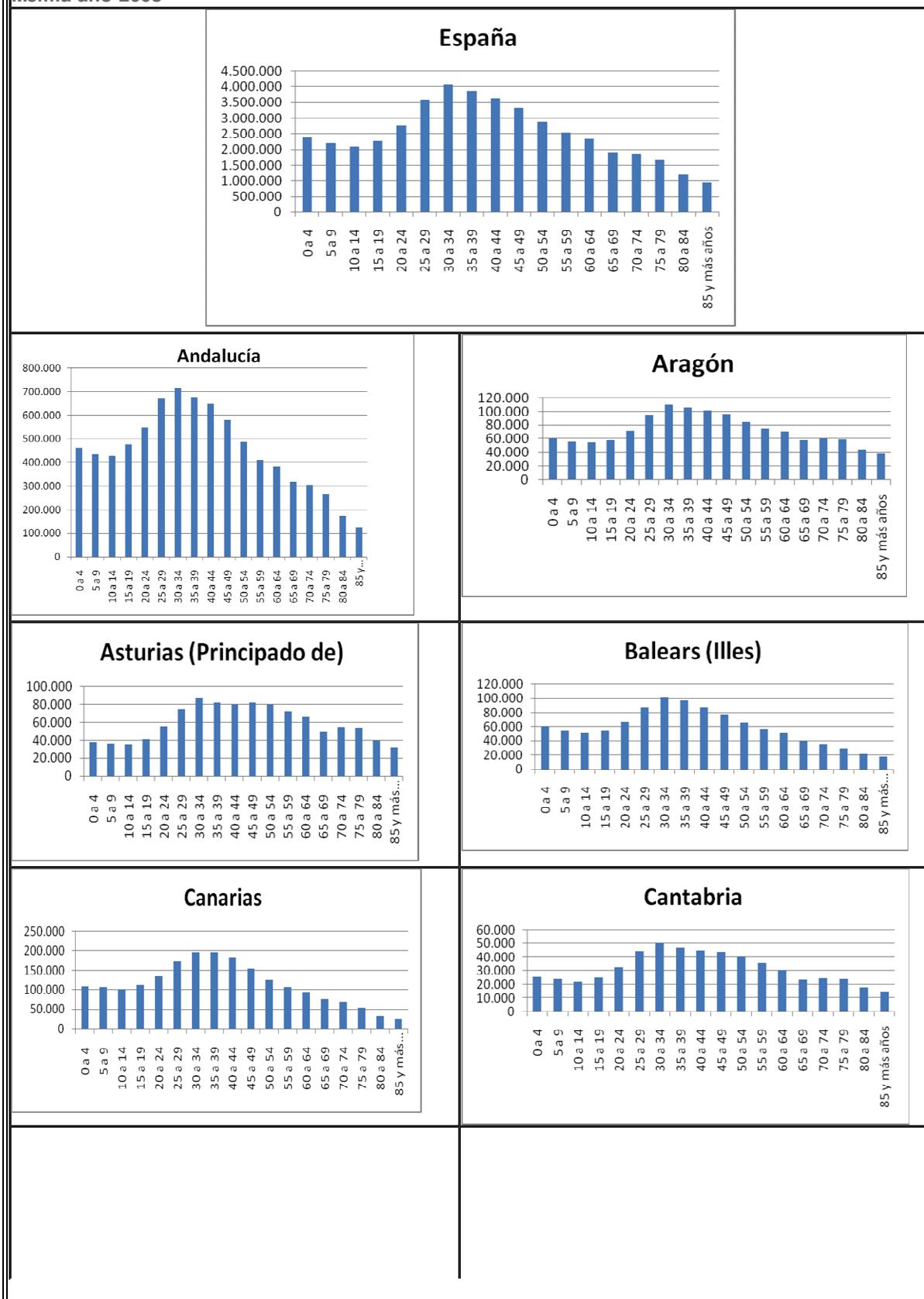
Gráfica 1. Tasa de Variación del Producto Interior Bruto, 2002-2008, España



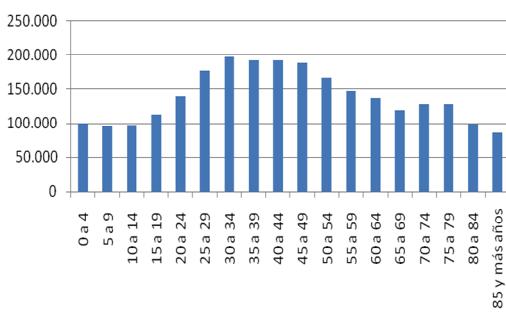
Fuente: INE, Datos de segundo trimestre 2008, Unión Europea de 27 países e Unión Económica y Monetaria 15 países. Vemos que a partir del año 2007 se produce un cambio de tendencia en la tasa de variación interanual.

La gráfica siguiente nos muestra la estructura poblacional por edades de los consumidores potenciales de la TP en cada comunidad autónoma del Estado.

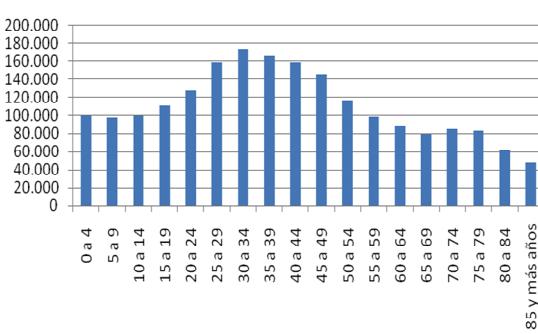
Gráfica 2. Estructura de población por edades de las CCAA y Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla año 2008



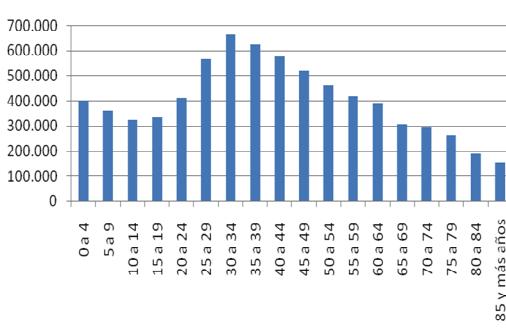
Castilla y León



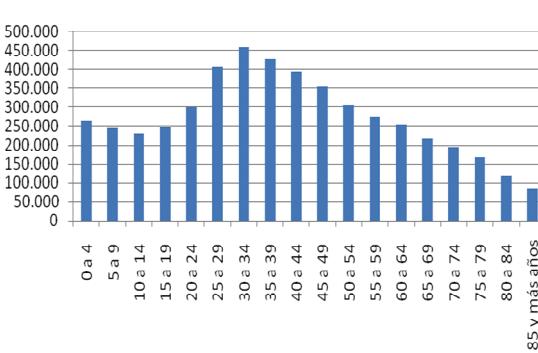
Castilla - La Mancha



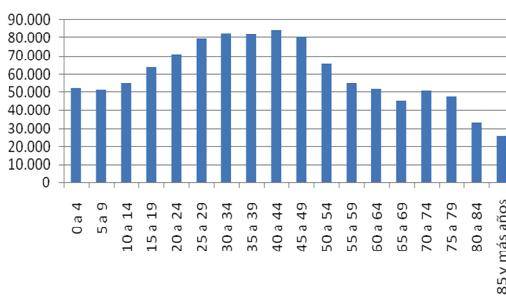
Cataluña



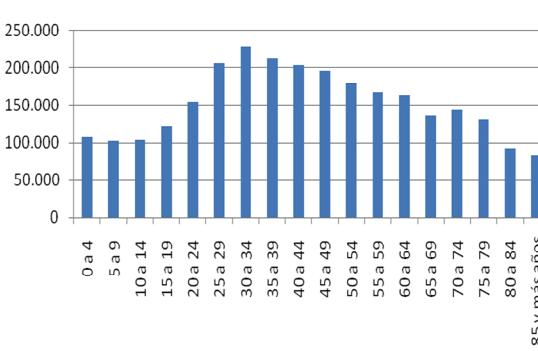
Comunitat Valenciana



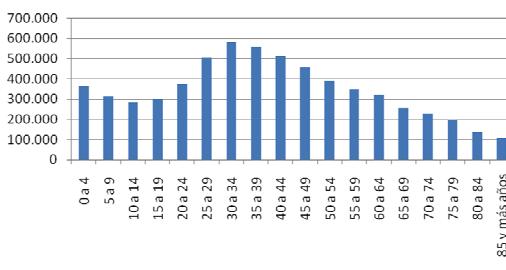
Extremadura



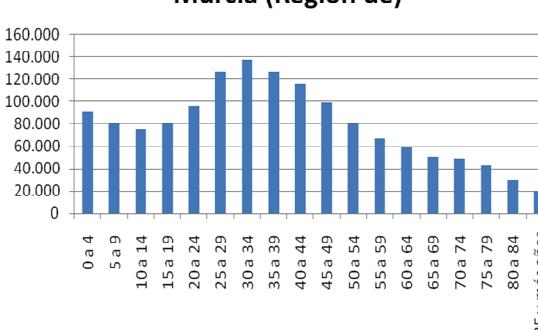
Galicia

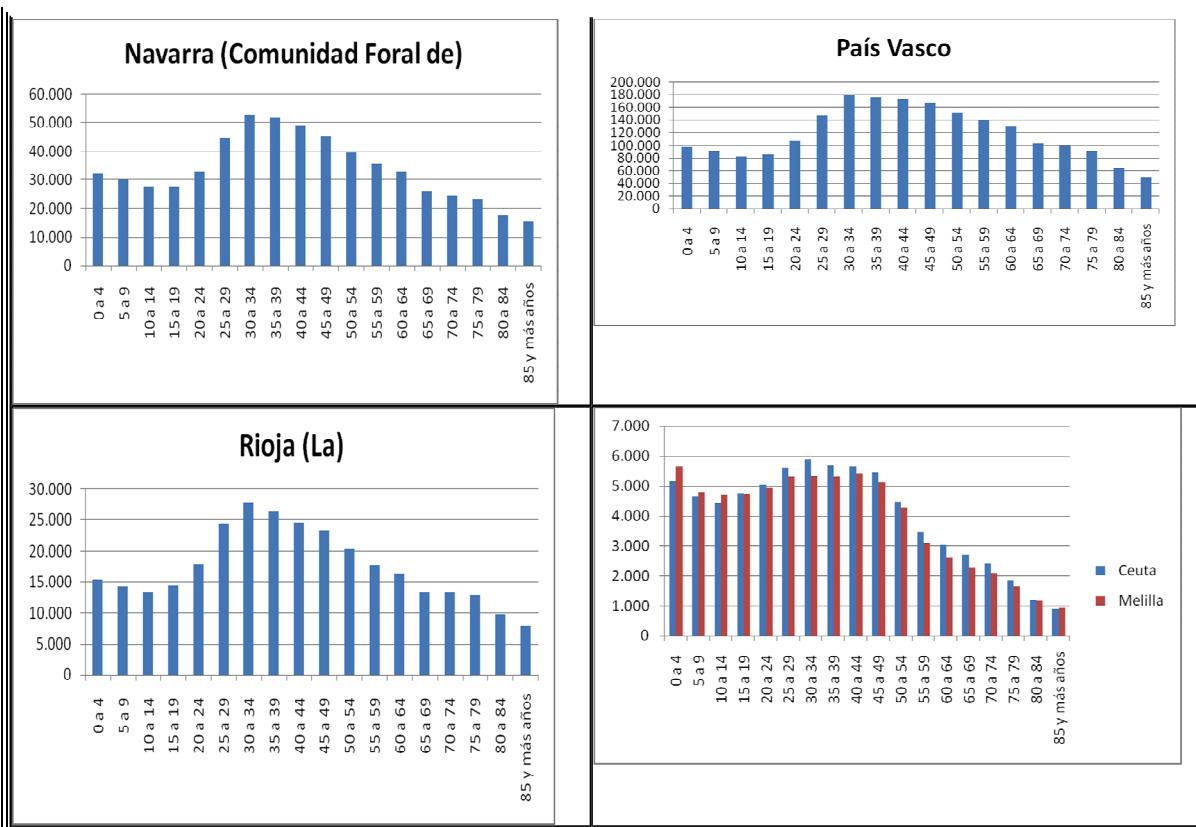


Madrid (Comunidad de)



Murcia (Región de)





Fuente: Elaboración propia a partir del INE, datos de población proyectada a 1 de Julio de 2008.

Un análisis sintético de las gráficas anteriores, nos lleva a concluir que las comunidades autónomas de Castilla León, Castilla la Mancha, Asturias, Cantabria, La Rioja y Galicia presentan una estructura poblacional en la franja de 0 a 19 años que no permitirá en ningún caso renovar el tamaño de la población y consumidores potenciales de interés para el audiovisual de proximidad en los próximos años. El envejecimiento proyectado de la población, el escaso atractivo para la recepción y atracción de trabajadores, la baja tasa de natalidad, hacen de estas regiones las menos favorables para el desarrollo de proyectos audiovisuales rentables en la proximidad.

Pasamos a continuación a analizar el proceso concesional en las distintas regiones del Estado español. El número total de concesiones de TDT local en España es de 1.164, esto se corresponde con los 291 múltiplex [7] como aparece indicado en el PTNTDT [8] y sus posteriores modificaciones.

El desarrollo del proceso concesional en la esfera local es simultáneo al de la autonómica, ya que en el proceso concesional los promotores deben elegir, cuando el proceso se da simultáneamente en los tiempos, a qué entorno orientar su proyecto y candidatura, ya que existe una incompatibilidad legal entre la concesión local y la regional. En este sentido, las empresas deben elegir a qué mercado, el regional o el local orientar sus proyectos y preferencias empresariales.

La situación del proceso concesional para la TDT-L [9] en marzo de 2009 es la siguiente:

- Todas las Comunidades Autónomas y las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla [10] han iniciado el proceso con la única excepción de la Rioja.
- Han sido otorgadas total o parcialmente las concesiones en las Comunidades Autónomas de Andalucía, Aragón, Asturias, Islas Baleares, Islas Canarias, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco, Castilla y León [11] y la Ciudad Autónoma de Ceuta.
- Se encuentran pendientes de concesión la TDT-L en Cantabria, [12] Castilla la Mancha, [13] Extremadura [14]

La tabla siguiente sintetiza la situación del proceso concesional para la TDT-L:

Tabla 3. Proceso Concesional de la TDT-L (Local e Insular) en España					
Noviembre 2008	Gestión Pública		Gestión Privada		
Comunidad Autónoma	Canales	Situación	Canales	Situación	Comentarios:
<u>Andalucía</u>	62	Reservada	186	164 Otorgada	El múltiplex debe ser todavía definido en 4 demarcaciones.
<u>Aragón</u>	16	Reservada	48	34 Otorgada 14 No otorgada	En el proceso no se otorgaron 14 licencias.
<u>Asturias</u>	7	Reservada	21	21 Otorgada	Un múltiplex no fue otorgado debido a una modificación en la demarcación de Mieres y la creación de una nueva en el Nalón.
<u>Baleares</u>	6	Reservada	34	34 Otorgada	Incluye licencias locales e insulares.
<u>Islas Canarias</u>	25	8 Otorgada 17 Reservada	47	46 Otorgada 1 No otorgada	Incluye licencias locales e insulares. En el proceso concesional una licencia no fue otorgada en la Gomera para la gestión privada.
<u>Cantabria</u>	6	Reservada	18	Invalidada	Declarada no válida el 15 de Agosto de 2008, nuevo proceso.
<u>Castilla y León</u>	21	Reservada	63	No en proceso	Inicialmente se ha concedido únicamente una licencia de TDT-Regional con dos canales uno autonómico y otro con desconexiones locales y provinciales.
<u>Castilla - La Mancha</u>	26	Reservada	78	En proceso	
<u>Cataluña</u>	37	1 En emisión 36 Reservada	59	4 En emisión 52 Otorgada 3 No otorgada	En el proceso no se concedieron 3 licencias.
<u>Comunidad Valenciana</u>	14	Reservada	42	20 En emisión 22 Otorgada	El múltiplex debe ser definido en 4 demarcaciones.
<u>Extremadura</u>	17	Reservada	51	Invalidado	Invalidado el 1 de Agosto de 2008, nuevo proceso.
<u>Galicia</u>	21	Reservada	63	46 Otorgada 17 No otorgada	En el proceso no se otorgaron 17 licencias.
<u>Madrid</u>	10	1 En emisión 9 Reservada	34	27 En emisión 3 Otorgada 4 No otorgada	En el proceso no se otorgaron 4 licencias.
<u>Murcia</u>	8	Reservada	24	1 En emisión 23 Otorgada	
<u>Navarra</u>	0	-	5	En emisión	

<u>País Vasco</u>	2	Reservada	58	57 Otorgada 1 No otorgada	28 empresas deberán realizar correcciones a sus propuestas antes de recibir la concesión definitiva.
La Rioja	-	No definido	-	No definido	La CCAA no ha definido el proceso concesional para sus 3 demarcaciones.
<u>Ceuta</u>	1	En emisión	3	En emisión	
<u>Melilla</u>	2	1 En emisión 1 Reservada	2	2 No otorgada	El concurso convocado fue declarado desierto.

Fuente: Elaboración propia a partir de información del Observatorio Impulsatdt (Observatorio, 2007b) y Diarios Oficiales, Boletines Oficiales de las CCAA y Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla.

Las CCAA han seguido velocidades diferenciadas en la aplicación del proceso concesional de la televisión digital local y regional. Las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla y todas las comunidades autónomas con la excepción de la Rioja ya han iniciado o finalizado el proceso concesional.

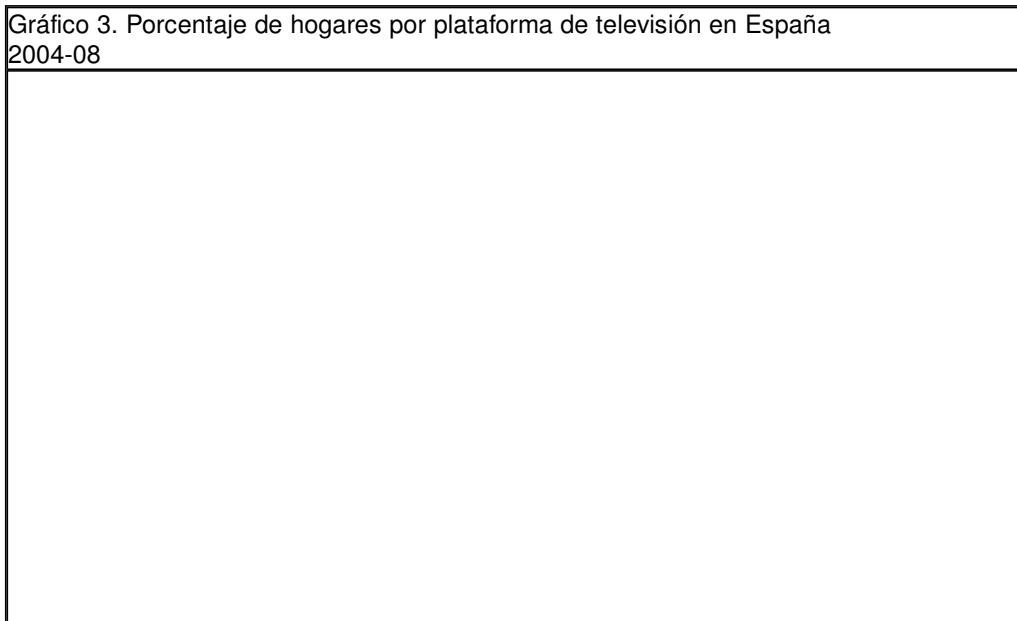
Los nuevos canales, ya sea por concesión totalmente nueva [15] o los que ya emitían en condiciones de alegalidad han comenzado todavía a emitir en digital, el 84% de las empresas con concesiones no ofrecía señal en digital a finales de 2007 y únicamente en Cataluña, Comunidad Valenciana, Madrid, Navarra y Ceuta al menos un canal estaba emitiendo señal audiovisual en digital (Observatorio, 2007b).

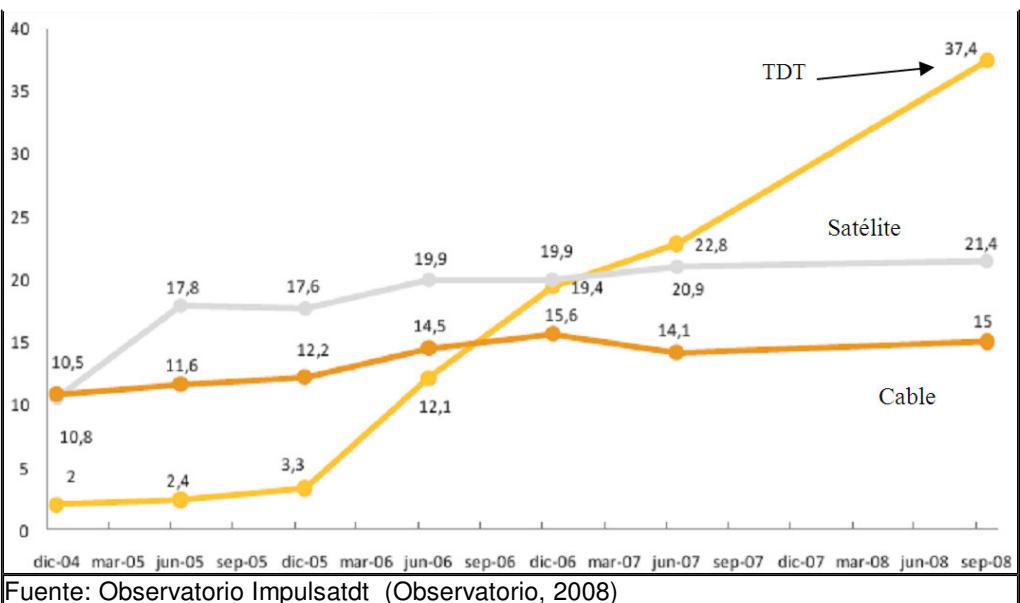
Podemos señalar dos grupos diferenciados de empresas en el proceso concesional: primero, aquellas que aun no teniendo posibilidad de licencia operaban en la alegalidad ante la inexistencia de un marco legal, y los nuevos emisores sin experiencia previa en las demarcaciones. Los últimos han iniciado su actividad con una estrategia más orientada a una mayor especialización en nichos de mercado como la música, la política y el cine. Mientras las empresas con señal analógica ya existente han mantenido sus emisiones con un contenido y estructura asociado a la esfera de proximidad y una estrategia de parrilla más generalista (Observatorio, 2007b).

La cuota de pantalla de la TDT alcanzó en España de media un 17.4% en Septiembre de 2008. Este crecimiento se debe al incremento en el número de usuarios que ven TDT cada día, alrededor de 7,7 millones de ciudadanos, unos 750,000 más que al comienzo del verano (Observatorio, 2008).

El gráfico siguiente muestra el incremento del número de hogares que en la actualidad tendrían la posibilidad de ver TDT en España.

Gráfico 3. Porcentaje de hogares por plataforma de televisión en España 2004-08





El incremento progresivo del acceso a la TDT en los hogares españoles, el leve descenso del satélite y la escasa recuperación del cable en los últimos meses, nos muestra que la batalla por la audiencia de gran volumen se librará en la esfera de las ondas digitales terrestres, de la TDT. Esto ofrece una magnífica oportunidad para el desarrollo de la TDT-L y la TDT-R en la esfera de proximidad.

La evolución de la TDT de proximidad en España se verá fundamentalmente influenciada por las decisiones estratégicas que los gobiernos regionales tomen en los próximos meses a lo largo de la cadena de valor del audiovisual. Es altamente probable que estos “incentiven” a estas empresas para que emitan únicamente en digital en el menor espacio de tiempo posible, respetando así el marco legal vigente. Las normas que regulan el mercado de emisiones promueve la acción directa de cierre de cualquier televisión en el plazo de ocho meses desde una no concesión efectiva de licencia (Observatorio, 2007a). El cierre de los canales analógicos alegales y ahora ilegales, si estos no han obtenido licencia, reducirá o al menos consolidará el número de agentes y ofrecerá *a priori* mayor estabilidad financiera y oportunidades para las empresas con autorización. En teoría, menos competidores resultarán en condiciones normales en mayores oportunidades de financiación y *reach* para los canales con licencia. Los nuevos agentes de la televisión de proximidad deben desarrollar iniciativas proactivas repletas de contenidos basados en la proximidad, en la diferenciación de productos ofreciendo a sus usuarios aquello que desean consumir (Ortega, 2008).

La TDT se presenta como una magnífica oportunidad de crecimiento y consolidación para las empresas del audiovisual en las regiones. Las instituciones autonómicas [16] deben ofrecer a estos proyectos audiovisuales la oportunidad de nacer y prevalecer en un mercado cada vez más segmentado y especializado, limando incertidumbres, ineficiencias e incoherencias en el proceso concesional y de explotación.

4. Estrategias para la televisión regional

La colaboración entre la esfera pública y privada es clave para una correcta transformación del sector audiovisual al albor de la llegada de la plena implantación de la TDT en 2010. Los administradores de los intereses públicos deben promover activamente la presencia de contenidos culturales en la televisión de proximidad (Rodríguez, 2003). Las administraciones locales y regionales deben tomar acciones decididas para incentivar el desarrollo y consolidación de esta industria cultural, su intervención es vital para garantizar una correcta implantación de las tecnologías más adecuadas para el desarrollo presente y futuro del sector (Bustamante, 2004).

La responsabilidad pública de la televisión comercial y la de las instituciones que las regulan, sus acciones decididas son claves para el desarrollo de sociedades saludables y competitivas. Los mecanismos legislativos y reguladores deben tener en cuenta los intereses económicos de las empresas, pero a la vez deben implantar mecanismos flexibles de autorregulación (Blumler, 1993). Estas estrategias deben permitir conciliar la responsabilidad social con las reglas del mercado audiovisual.

La tabla siguiente nos muestra la situación de la TDT-Regional en España en marzo de 2009. La comunidad autónoma de Aragón no había iniciado en marzo de 2009 el proceso concesional. Las comunidades de Cantabria y Castilla la Mancha tienen en la actualidad el proceso competitivo en marcha, si bien todavía no han asignado licencias. El resto de regiones ya habían otorgado las correspondientes licencias de explotación del servicio.

Tabla 4. Proceso concesional de TDT-Regional en España, situación 2009

Noviembre 2008	Gestión Pública		Gestión Privada	
	Comunidades Autónomas	Canales	Situación	Canales
Andalucía	4	2 En emisión 2 Reservada	4	4 Otorgada
Aragón	1	En emisión	-	No definida
Asturias	3	1 En emisión 2 Reservada	1	1 Otorgada
Baleares	6	1 En emisión 5 Reservada	2	Otorgada
Islas Canarias	2	En emisión	2	Otorgada
Cantabria	2	Reservada	2	En proceso
Castilla y León	-	No definido.	2	En emisión
Castilla - La Mancha	2	1 En emisión 1 Reservada	2	En proceso
Cataluña	4	En emisión	4	En emisión
Comunidad Valenciana	2	En emisión	2	En emisión
Extremadura	2	En emisión	2	Otorgada
Galicia	2	En emisión	2	Otorgada
Madrid	2	En emisión	2	1 En emisión 1 No ofrecida
Murcia	1	En emisión	3	En emisión
Navarra	0	-	4	2 En emisión 2 Otorgada
País Vasco	4	En emisión	-	-
La Rioja	0	-	4	2 En emisión 2 Otorgada

Fuente: Elaboración propia a partir del Observatorio Impulsatdt (Observatorio, 2007b), Diarios Oficiales de las CCAA, Notas de prensa en Internet y/o papel de periódicos, situación Marzo de 2009.

La gran mayoría de las estaciones de televisión regional privada han seguido un modelo de televisión generalista en las CCAA, con especial atención a los contenidos de proximidad como el deporte, los eventos socio-culturales y políticos.

El mercado audiovisual en España es complejo y diverso, se caracteriza por la existencia de grandes grupos multimedia y numerosas pequeñas y medianas empresas con recursos financieros, técnicos y humanos limitados. Los grandes grupos multimedia entienden que el mercado de la TP les abre nuevos retos y oportunidades que son perfectamente compatibles y complementarios con sus respectivos procesos productivos y comerciales.

La definición de las demarcaciones, la limitación a un único múltiplex y un proceso concesional restrictivo por motivos de inversión y viabilidad financiera en los proyectos, ha cerrado el acceso en numerosas ocasiones a pequeñas y medianas empresas de la proximidad. Los procesos de integración vertical y horizontal en el sector, son una solución necesaria para un sano desarrollo de la TP en las regiones (Ortega, 2008).

El mapa de actores en el proceso concesional se viene caracterizando por una progresiva

desterritorialización del accionariado a la par que ha mostrado un significativo interés por una parte significativa de grandes grupos audiovisuales como son Godó, Cope, Vocento, Prisa, [17] Antena 3 TV-Planeta and Libertad Digital, entre otros (Badillo y Ortega, 2008). El mapa resultante y sus fuerzas y agentes en la TDT local y regional formará parte de una investigación más amplia que realizaremos en un informe más extenso una vez se complete plenamente el proceso concesional.

Las amenazas a las que se enfrenta el sector derivan fundamentalmente de la inactividad mostrada por los canales con licencia hasta la fecha en la emisión efectiva de señal digital. Estas emisiones no han comenzado en numerosos casos, y aquellas que lo hacen ofrecen poca diferenciación o valor añadido a sus consumidores. Se corre el riesgo, una vez se produzca el apagón analógico que las televisiones de proximidad con licencia para emitir en digital se encuentren en la complicada situación de tener que cruzar el ancho desierto de lo analógico a lo digital sin los recursos financieros ni la confianza necesaria para hacerlo. La crisis económica actual, la caída de la inversión publicitaria, las perspectivas económicas inciertas y la falta de liquidez en muchos proyectos audiovisuales de proximidad, puede abocar a estas iniciativas empresariales a situaciones de no retorno. Se nos antoja imprescindible la intervención proactiva de la administración pública para corregir las ineficiencias de la transición digital en los próximos meses.

La empresas del sector, así como las instituciones públicas deben pensar globalmente y actuar localmente con el objeto de facilitar el desarrollo competitivo del sector audiovisual de proximidad, poniendo a punto ese motor de desarrollo social global que es la televisión (Moragas, 1996). La TP se encuentra destinada a ser un actor principal (Moragas y Garitaonandía, 1995) de la nueva era comunicativa digital que se adivina en las regiones de la vieja Europa.

5. Conclusión

La televisión de proximidad debe fundamentar su ventaja competitiva en los productos culturales asociados a las identidades de proximidad, invirtiendo en productos-servicios de valor real para todos sus consumidores y *stakeholders*. Las regiones de España son cada vez más conscientes de la importancia que tiene el desarrollo de la esfera comunicativa y cultural para su desarrollo presente y futuro. El esfuerzo para ofrecer un marco institucional, legislativo y político razonable para el sector es condición necesaria para un crecimiento sano y competitivo. La TP debe ofrecer productos culturales y comunicativos de calidad, sin estos no existirá motor audiovisual, beneficio económico, ni social, ni cultural (Bustamante, 1995), la región se fagocitará a si misma restringiendo su desarrollo potencial.

Iniciar las acciones para fomentar el desarrollo de la industria audiovisual en las regiones ofrece al ciudadano más opciones en la elección de ideas e información, y esto es ofrecer más posibilidades para la construcción de una identidad política adecuada (Bagdikian, 2000). En este sentido, la existencia de más posibilidades, de más canales de televisión y opciones comunicativas en las regiones ofrece una mejora en la situación democrática y política para la ciudadanía (Neveu, 2001). La administración pública debe ayudar a definir las prioridades del mercado, corregir ineficiencias, facilitar el acceso a servicios y recursos, garantizar la existencia de producción asociada a valores culturales e identidades próximas a la región, promocionar la creación, la producción, mejorar las infraestructuras y el impulso a los proyectos emprendedores (Zallo, 2002).

Los desarrollos que se han dado en los procesos concesionales muestran la importancia de un proceso que se encuentra todavía incompleto y lleno de incertidumbres (Badillo y Ortega, 2008). En un tiempo de ralentización económica y crisis global, el desarrollo del sector audiovisual de proximidad ofrece una alternativa para consolidar las tendencias de segmentación y especialización audiovisual que se imponen en la sociedad audiovisual del siglo XXI. En este sentido, la ausencia aparente de planificación integral desde la esfera europea y nacional en la transición al todo digital (García, 2006) puede estar favoreciendo más los intereses privados de algunos agentes que los propios del mercado audiovisual de proximidad y por extensión la de sus ciudadanos.

Las autoridades locales y regionales deben tomar acciones proactivas para favorecer la emisión en tecnología digital en el menor espacio de tiempo de todas las nuevas concesiones de televisión de proximidad. Las empresas con nuevas concesiones de TDT ciertamente esperarán a que la audiencia potencial supere el 40% potencial actual (Observatorio, 2008). El momento adecuado para empezar a emitir en aquellas demarcaciones de baja densidad poblacional, de bajo PIB *per cápita*, de alta competencia audiovisual,...será ciertamente bien entrado el año 2010, en ningún caso con anterioridad.

El papel de la televisión de proximidad en las regiones de España se nos antoja clave como instrumento del desarrollo social, cultural [18] y económico de sus ciudadanos. En un periodo de pre-recesión, de incertidumbre, de falta de confianza en el desarrollo del tejido audiovisual, las administraciones públicas deben limar asperezas, favorecer el desarrollo de la industria con acciones y presupuestos proactivos, con el objeto de facilitar el nacimiento de un sector tan querido por los ciudadanos, el de la televisión de proximidad, el de su televisión.

6. Referencias bibliográficas

- Álvarez Monzoncillo, J. M., y Iwens, J. L. (1992): *El futuro del audiovisual en España: las transformaciones ante el nuevo marco europeo*. Madrid: Fundesco.
- Badillo, Á. (2003): *La desregulación de la televisión local en España: el caso de Castilla y León*. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.
- (2004): La televisión local en España: realidades del s.XX, incertidumbres del s.XXI. En Á. Badillo Matos & M. Fuertes (Eds.), *La televisión local en el siglo XX* (pp. 17-21): Salamanca: Televisión Castilla y León.
- y Ortega, F. (2008): La nueva televisión local digital en España. Concentración, integración y desterritorialización del audiovisual de proximidad *Congreso Fundacional I+C Investigar la Comunicación*. Santiago de Compostela: Facultad de Ciencias de la Comunicación. USC.
- Bagdikian, B. H. (2000): *The Media Monopoly 6th Edition*. Boston: Beacon Press.
- Blumler, J. G. (1993): *Televisión e interés público* (J. Arconada, Trans.). Barcelona: Bosch Casa Editorial, S.A.
- Bustamante, E. (1995): Televisión y dinamización de la industria audiovisual. En J. R. Pérez Ornia (Ed.), *La nueva perspectiva audiovisual. El reto de la televisión pública regional* (pp. 43-70). Madrid: Ediciones Telemadrid.
- (2004): Cultural industries in the Digital Age: some provisional conclusion. *Media, Culture and Society*, 26(6), 803-820.
- Corset, P. (1991): Création, Recherche et formation en Région. En P. Musso (Ed.), *Régions d'Europe et Télévision* (pp. 273-275). Paris: Miroirs.
- Fernández, I., Capurro, M., Sanmartín, J., y Blasco, J. J. (2008): DTT Implementation Policies in Europe and the Transformation of the Televisión Landscape. Analysis of Five Experiences: the United Kingdom, France, Spain, Italy and Germany. En M. De Moragas & I. Fernández (Eds.), *Communication and Cultural Policies in Europe* (pp. 218-247). Barcelona: Càtedra UNESCO de Comunicació, UAB, Generalitat de Catalunya.
- García Leiva, M. T. (2006): "Políticas europeas de televisión digital terrestre. Antecedentes, caracterización y alternativas", *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el 20 de febrero de 2008, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200604leiva.htm>
- Infoadex. (2008): *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España*. Madrid: Infoadex S.A.
- Llorens, C., y Aymerich, L. (2007): "Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental", *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el 14 de febrero de 2008, de http://www.ull.es/publicaciones/latina/200705Llorens_y_Aymerich.htm
- Moragas, M. D. (1996): "Espacio audiovisual y regiones en Europa. Política, cultura y mercado". *Telos* (45), 42-52.
- y Garitaonandía, C. (1995): *Descentralization in the Global Era: Televisions in the Regions, Nationalities and Small Countries in the European Union*. London: John Libbey.
- Neveu, E. (2001): *Une société de communication?* Paris: Editions Montchrestien, E.J.A.

- Observatorio, I. (2007a): *Anuario TDT 2007*. Madrid.
- (2007b): *La TDT local y autonómica en España*. Madrid.
- (2008): *Informe mensual TDT octubre 2008*. Madrid: Impulsa TDT.
- Ortega, F. (2006): *El sector audiovisual en Castilla y León. La televisión, análisis y prospectiva.*, Universidad de Salamanca, Salamanca.
- (2008): *La televisión en Castilla y León*. Salamanca: Amarú Ediciones.
- Prado, E. (2004): *La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital*. Barcelona: Fundación Alternativas.
- Rodríguez, F. (2003): *Cultura y televisión*. Barcelona: Gedisa S.A.
- Vacas Aguilar, F. (1999): *El sector audiovisual en Extremadura: por un nuevo modelo de televisión regional*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Zallo, R. (2002): Políticas culturales territoriales: una experiencia rica pero insuficiente. En E. Bustamante (Ed.), *Comunicación y cultura en la era digital, industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.

7. Notas

- [1] TDTP (Televisión Digital Terrestre de Proximidad) = TDT-L (Televisión Digital Terrestre Local) + TDT-R (Televisión Digital Terrestre Regional).
- [2] Esta terminología fue utilizada por vez primera en Francia, “télévision de proximité” a finales de los años ochenta del siglo pasado, para indicar la desconexión urbana que realizaba en algunos territorios France 3.
- [3] Prado nos facilita una definición precisa: “esa televisión que se orienta a una comunidad local con una delimitación territorial, y que en sus contenidos emitiría productos y servicios relacionados con la experiencia cotidiana de los consumidores, sus preocupaciones, su patrimonio cultural, memoria histórica,... con el objetivo de desarrollar la participación social” (2004).
- [4] El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Estado Español a través del PTNTDT aprobó el diecisiete de Octubre de 2008 la inversión de 8,72 millones de euros con el objeto de desarrollar un total de 90 proyectos diferenciados en tres fases, finalizando estas el tres de abril de 2010 con el objetivo de ofrecer cobertura de TDT al 99% de la población.
- [5] No debemos olvidar que tendrá que competir en el mercado de la televisión con los canales nacionales, regionales, los operadores de cable, los operadores de satélite, la televisión en Internet, la televisión en movilidad y los otros canales de TDT-L, TDTLP y TDT-R implantados en su demarcación.
- [6] Nos encontramos en la actualidad analizando la estructura de mercado, la situación del proceso concesional desde un proyecto de investigación e informe más extenso, prestando atención a todas estas variables y considerándolas dentro de las especificidades regionales, vean el MCSECA (Estudios de Comunicación Audiovisual), dirección en Internet: www.mcseca.com, para más información en próximos meses, previsto junio 2009.
- [7] En cada múltiplex existe la posibilidad de tener 4 concesiones-canales diferenciados.
- [8] El Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Terrestre (PTNTDT), fue aprobado el 12 de marzo de 2004, (Real Decreto 439/2004) tenía la intención de ser un segundo intento para regular la televisión local en España. Establece 266 demarcaciones, con un múltiplex y la posibilidad de tener hasta 4 señales diferentes. Permite que hasta un 20% de la capacidad de transmisión de cada múltiplex pueda ser utilizada para la transmisión de información diferenciada, siempre que no se vea afectada la calidad de la señal. Este PTNTDT fue modificado el tres de Diciembre de 2004 con el Real Decreto 2268/2004

elevando el número de demarcaciones a 281, y finalmente con el Real Decreto 944/2005 de 29 de Julio de 2005 con nuevos múltiplex para las regiones insulares de las Islas Canarias y las Islas Baleares llevando el número final a 291 demarcaciones de TDT-L.

[9] Incluye la TDT insular de las Islas Canarias y Baleares.

[10] En Melilla, el proceso concesional fue declarado desierto.

[11] La Junta de Castilla y León, a través de la Consejería de Fomento, mediante resolución de 31 de octubre de 2008, anunció la convocatoria del concurso público para la adjudicación de una licencia de TDT (Televisión Digital Terrestre) de ámbito regional. La concesión comprende tanto la licencia para la explotación del servicio como la gestión de los centros de emisores y de la red de transporte y difusión necesarios para la prestación del servicio con los estándares de cobertura y calidad establecidos en los pliegos del concurso. La sociedad conjunta RTVCYL fue la adjudicataria el pasado 23 de enero de 2009 de la concesión de las dos licencias de TDT de ámbito autonómico. La televisión autonómica de Castilla y León Televisión comenzó sus emisiones en periodo de prueba el 10 de marzo de 2009 a través de la TDT. Dispone de dos canales: La Siete (CYL 7), un canal con una programación común para toda la comunidad; y La Ocho (CYL 8), que incluirá desconexiones de ámbito local y regional en las diferentes provincias. La nueva televisión es fruto de la fusión entre las cadenas de televisiones locales Canal 4 Castilla y León y Televisión Castilla y León, establece su principal centro de actividad en Valladolid y mantiene diez centros de producción, uno por cada capital de provincia de la comunidad y otro más en Ponferrada. El no desarrollo del proceso concesional de TDT-L en los próximos meses plantearía una situación de monopolio *de facto* de la señal de televisión digital terrestre de proximidad por parte de RTVCYL en Castilla y León, agotando la situación precedente que era favorecedora de la libre competencia y la diversidad de señales dentro eso si de un escenario "alegal" (Badillo 2003; Ortega, 2008).

[12] El 15 de agosto de 2008 se anunció la declaración de nulidad en el proceso concesional por parte del consejero de Industria, Javier del Olmo, del Gobierno Regional tanto para la concesiones de TDT-Local como TDT-Regional. Un proceso nuevo será abierto "de manera rápida" en próximas fechas como según indica la Consejería. (20 de Octubre, www.sateliteinfos.com).

[13] El DOCLM, del 2 de septiembre de 2008, publicó la resolución de la Consejería de Industria y Sociedad de la Información de diecinueve de agosto de 2008 abriendo el proceso concesional para la TDT-R en Castilla La Mancha. El proceso concesional para la TDT-L fue publicado en el DOCLM el 17 de septiembre de 2007, página 22131, no habiendo sido otorgada hasta la fecha.

[14] El proceso concesional de la TDT-L fue declarado no válido el 1 de agosto de 2008, con importante desagrado de los agentes industriales interesados. Dos licencias de TDT-R fueron otorgadas el 26 de abril de 2007, (D.O.E, 54, 12 de Mayo de 2007, pág. 8.647).

[15] Sin actividad previa analógica antes de la concesión en la demarcación.

[16] En este sentido se debe seguir el ejemplo de regiones como *Bayern* (Baviera) en Alemania dónde el regulador invirtió 2,4 millones de euros en el proceso de transición, de los cuales 300.000 euros fueron destinados a campañas de información al consumidor, y 2,1 millones de euros directamente asignadas a las cadenas. En este sentido el gobierno regional del *Land* de Baviera argumentó que esta y otras medidas proactivas tomadas fueron adecuadas para garantizar la pluralidad mediática, promover el desarrollo de nuevos servicios y la competencia entre las diferentes plataformas de distribución de contenidos. Un análisis completo de la implantación de la TDT en el Reino Unido, Alemania, Francia e Italia y las estrategias adoptadas en este sentido puede consultarse en (Fernández, Capurro, Sanmartín y Blasco, 2008).

[17] El Consejo de Administración de *Pretesa*, sociedad propiedad del Grupo Prisa, en una reunión celebrada el pasado 12 de Noviembre de 2008 tomó la decisión de cesar la actividad de *Localia* "ante las dificultades e incoherencia que presenta el marco regulatorio actual, por la saturación de licencias de TDT y el desordenado desarrollo del sector, que imposibilitan la viabilidad del proyecto. A la falta de flexibilidad de dicho marco, se unen la crisis económica y la caída de la inversión publicitaria, sin perspectivas de recuperación a corto y medio plazo. El incumplimiento de los plazos en la concesión de licencias, y la arbitrariedad política con la que se han resuelto algunos concursos de TDT regional, han agravado la situación de forma determinante", ([Elpais.com](http://elpais.com) 13/11/2008). Las dificultades económicas por

las que atraviesa Prisa en la actualidad, y la escasa rentabilidad de unidades de negocio, así como los números negativos que ha ofrecido Pretesa desde su fundación, ha abocado al cierre, esperemos que temporal de la actividad de la marca Localia.

[18] Entendemos que los canales culturales en España y por extensión en Europa tienen también cabida y un amplio potencial de desarrollo en la esfera de proximidad y no únicamente en la esfera nacional generalista pública (Llorens y Aymerich, 2007). La TDT de proximidad se presenta como una magnífica oportunidad para el desarrollo del audiovisual regional en el nicho de mercado de lo próximo, de lo cultural, de lo social, de lo deportivo y económico de las regiones y sus ciudadanos.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Ortega Mohedano, Félix (2009): La televisión de proximidad en España. Procesos concesionales, análisis de la población y PIB. RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 385 a 601. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el ____ de _____ de 2_____, de
http://www.revistalatinacs.org/09/art/48_847_ULEPICC_10/41Ortega.html
DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-847-585-601