

5

LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA EN EL CONTEXTO DE LA DIGITALIZACIÓN

ANDREU CASERO
Universitat Jaume I

GUILLERMO LÓPEZ
Universitat de València

1. INTRODUCCIÓN

Las políticas de comunicación, entendidas como un conjunto de medidas y regulaciones impulsadas por las Administraciones públicas, se configuran como uno de los principales instrumentos de intervención del sistema político en el sistema comunicativo (Freedman, 2008; Murciano, 2006). Esta serie de actuaciones inciden directamente sobre las dinámicas de funcionamiento de los diferentes sectores comunicativos. Su importancia, por lo tanto, resulta fundamental a la hora de determinar su estructura.

El objetivo de este capítulo es analizar la naturaleza, las características y las consecuencias de las políticas de comunicación aplicadas en la Comunidad Valenciana, por parte de la Generalitat Valenciana, en los últimos años, especialmente marcados por el tránsito hacia el escenario de la digitalización que implica una auténtica reconfiguración del panorama comunicativo (Bustamante, 2007; Marzal y Casero, 2008). Para ello, se estudiarán detalladamente tres grandes ámbitos del sistema comunicativo: las políticas del audiovisual, principalmente aquellas relacionadas con el medio televisivo; la introducción de la Sociedad de la Información; y las actuaciones referidas al campo de la prensa escrita.

2. LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN EL SECTOR AUDIOVISUAL

El sector audiovisual, por su centralidad y trascendencia, constituye uno de los ámbitos preferentes de actuación de las políticas de comunicación.

Por ello, en este epígrafe se plantea el análisis de cuatro grandes cuestiones que han configurado, durante los últimos años, el núcleo de la política audiovisual en la Comunidad Valenciana. Éstas son: la situación de la radiotelevisión pública valenciana, el conflicto por las emisiones de TV3 en territorio valenciano, el despliegue de la televisión digital terrestre (TDT) en los ámbitos autonómico y local y, por último, la inexistencia de una autoridad reguladora independiente del audiovisual.

2.1. Radio Televisión Valenciana (RTVV): entre la crisis financiera y la instrumentalización política

El 9 de octubre de 2009 Radio Televisión Valenciana (RTVV) cumplía 20 años de existencia. Este ente, que engloba la radio y la televisión pública valencianas, fue creado mediante la Ley de la Generalitat Valenciana 7/1984, de 4 de julio, dentro del marco que establecía la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del tercer canal de televisión. La puesta en marcha efectiva de sus sociedades, Radio Autonómica Valenciana (RAV), que opera con *Ràdio 9* como marca principal, y Televisión Autonómica Valenciana (TVV), que tiene en *Canal 9* su referente básico, se remonta, no obstante, al año 1989, siendo uno de los últimos organismos integrantes de la primera generación de la radiodifusión autonómica en España.

A lo largo de su trayectoria, RTVV se ha visto afectada por dos problemas recurrentes: la financiación y la instrumentalización. Cuestiones que han agudizado su carácter problemático en los últimos tiempos. Por lo que se refiere a la primera, la radiotelevisión valenciana ha encadenado elevadas pérdidas como resultado de su actividad en términos económicos. Así, en los últimos 8 ejercicios, desde 2001, ha incrementado en un 83,27% su volumen de pérdidas, que, en 2008, llegaron a 245,18 millones de euros (Tabla 1). Como se puede observar en el Gráfico 1, la tendencia al fuerte incremento de los resultados económicos negativos se ha agudizado en los años 2007 y 2008, rompiendo una dinámica de estabilización alcanzada en el período 2004-2006.

| Año | Cantidad |
|------|----------|
| 2001 | 133.781 |
| 2002 | 148.806 |
| 2003 | 159.747 |
| 2004 | 169.660 |
| 2005 | 163.593 |
| 2006 | 157.554 |
| 2007 | 213.525 |
| 2008 | 245.178 |

Tabla 1. Pérdidas económicas de RTVV (en miles de euros). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Revisión Operativa de RTVV (ejercicios 2006 y 2008)

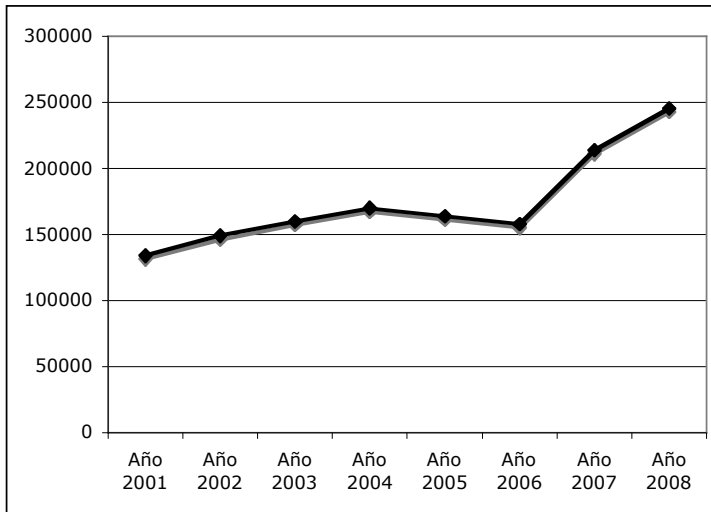


Gráfico 1. Evolución de las pérdidas económicas de RTVV. Ejercicios de 2001 a 2008 (en miles de euros). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Revisión Operativa de RTVV (ejercicios 2006 y 2008)

Frente a este panorama de fuertes pérdidas económicas, los ingresos propios, centrados en la venta de derechos de emisión y de espacios publicitarios, han resultado incapaces de cubrir las necesidades monetarias de

RTVV. Estos mecanismos de financiación supusieron, en 2008, únicamente 68,9 millones de euros de ingresos (Tabla 2) frente a los 245,18 millones de euros de pérdidas (Tabla 1). Ese año, la comercialización de espacios publicitarios generó 28,4 millones de euros, mientras que las transferencias derivadas de los derechos audiovisuales supusieron 40,5 millones de euros (Tabla 2). Cifras insuficientes para hacer frente a los gastos de la radiotelevisión pública valenciana. Además, estos conceptos, fruto del contexto de crisis económica vigente, han experimentado un considerable retroceso, volviendo a niveles y cantidades propias del 2005 (Gráfico 2). En un año, entre 2007 y 2008, la venta de derechos cayó 4 millones de euros y la de publicidad 6,6 millones de euros (Tabla 2).

| Año | Venta derechos | Publicidad | Total |
|------|----------------|------------|-------|
| 2005 | 39,5 | 28,3 | 67,8 |
| 2006 | 39,2 | 33,9 | 73,1 |
| 2007 | 44,5 | 35 | 79,5 |
| 2008 | 40,5 | 28,4 | 68,9 |

Tabla 2. Volumen de ingresos de RTVV por publicidad y venta de derechos (en millones de euros). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Revisión Operativa de RTVV (ejercicios 2006 y 2008)

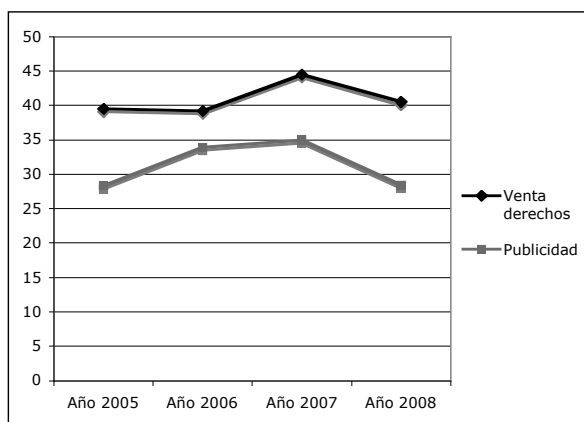


Gráfico 2. Evolución del volumen de ingresos de RTVV por publicidad y venta de derechos entre 2005 y 2008 (en millones de euros). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Revisión Operativa de RTVV (ejercicios 2006 y 2008)

Por su parte, las aportaciones de la Generalitat Valenciana, titular de la radiotelevisión pública, mediante la fórmula de las subvenciones alcanzaron en el 2008 la cifra de 51,46 millones de euros. Con todo, tanto la cuantía de la contribución pública como las elevadas pérdidas económicas registradas y la incapacidad de los ingresos propios (derechos y publicidad) para hacer frente a los gastos han abocado a RTVV a recurrir al endeudamiento como modelo de financiación. Así, el ente audiovisual valenciano ha optado por suscribir préstamos con entidades financieras para financiar sus actividades. Al finalizar el 2008, RTVV tenía concertados créditos a largo plazo por valor de 1.019 millones de euros (Tabla 3) y a corto plazo por una cantidad de 32,48 millones de euros.

En cuanto al empleo de esta fórmula de financiación, no sólo llama la atención la abultada cantidad de la deuda, sino su constante tendencia al alza (Gráfico 3), debido al estancamiento de los ingresos propios y al aumento de las pérdidas, como acabamos de analizar. Con ello, el endeudamiento de RTVV se incrementado entre 2005 y 2008 en un 50,27%, porcentaje equivalente a un total de 340,9 millones de euros. La deuda suscrita no sólo puede suponer un considerable lastre para las posibilidades de desarrollo futuro de la radiotelevisión valenciana, ya que hay préstamos comprometidos hasta el año 2030, sino que también puede entrañar un notable riesgo financiero asociado a los movimientos de los tipos de interés. Además, esta situación repercute en el nivel de la deuda pública de la Generalitat Valenciana, puesto que, en último término, es esta institución quien responde de la totalidad de la deuda de RTVV. Por ello, el comportamiento económico del ente audiovisual valenciano contribuye poderosamente a incrementar la deuda pública de la Generalitat valenciana. Una deuda que, según datos del Banco de España, equivalía al 11,6% del PIB en 2008 y alcanzaba un total de 14.284 millones de euros, generando un endeudamiento equivalente a 2.819 euros por habitante.

| Año | Cantidad |
|------|----------|
| 2005 | 678,1 |
| 2006 | 696,7 |
| 2007 | 832,3 |
| 2008 | 1019 |

Tabla 3. Deuda a largo plazo de RTVV (en millones de euros). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Revisión Operativa de RTVV (ejercicios 2006 y 2008)

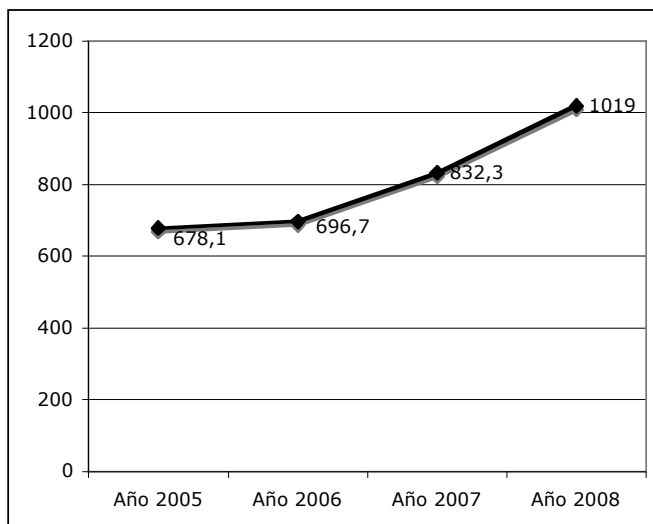


Gráfico 3. Evolución de la deuda a largo plazo de RTVV entre 2005 y 2008 (en millones de euros). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Revisión Operativa de RTVV (ejercicios 2006 y 2008)

Por otra parte, el análisis de los recursos humanos pone de manifiesto que la plantilla de RTVV se encuentra estabilizada en torno a las 1.760 personas. Pese a sufrir ligeros vaivenes, en el período 2005-2008 se ha registrado un descenso, en términos globales, de 9 trabajadores (Tabla 4). Un aspecto que revela la escasa variabilidad de la plantilla, que no se encuentra sujeta a fuertes oscilaciones. En cuanto a la distribución del número de empleados, aproximadamente el 75% pertenecen a la televisión pública (TVV), mientras que sólo el 9% desempeñan tareas profesionales en la radio pública (RAV). El resto trabaja directamente para el ente RTVV. Unas cifras que revelan el fuerte desequilibrio a favor de la actividad televisiva y la debilidad de la radio pública valenciana, que, en 2007, contaba únicamente con 163 trabajadores. Por lo tanto, el aumento de pérdidas económicas de RTVV no se deriva de un mayor esfuerzo en el terreno de los recursos humanos.

Desde un punto de vista sociológico, la edad media del personal de RTVV se situaba en 2007 en 38,60 años, demostrando se que trata de una plantilla joven. Igualmente, en cuanto a la distribución por sexos, con datos de 2008, el 58,58% de los empleados eran hombres, mientras que el 41,42% eran mujeres.

| Año | Número de empleados |
|------|---------------------|
| 2005 | 1774 |
| 2006 | 1767 |
| 2007 | 1749 |
| 2008 | 1765 |

Tabla 4. Plantilla de RTVV. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Revisión Operativa de RTVV (ejercicios 2006 y 2008)

El segundo gran problema de RTVV tiene que ver con la instrumentalización. La subordinación de la radiotelevisión pública valenciana a los intereses del partido gobernante, pese a ser una constante desde su creación, en sintonía con lo que sucede en los sistemas mediáticos de los países del sur de Europa (Hallin & Mancini, 2004), se ha agudizado durante el mandato de Pedro García al frente de la dirección general (2004-2009). Tanto los partidos de la oposición como los sindicatos y el comité de empresa han denunciado, sistemática y reiteradamente, las prácticas de “manipulación informativa” de RTVV en ese período.

El partidismo de los servicios informativos de la radiotelevisión pública valenciana se ha manifestado mediante tres estrategias discursivas. La primera tiene que ver con el aumento del peso de noticias relacionadas con aspectos poco sustantivos informativamente, como las fiestas, la metereología o las curiosidades. Con ello, RTVV ha deslizado su modelo hacia el periodismo sin información, que se caracteriza por el desarrollo de una actividad informativa que prescinde de los datos de interés general en pro de las trivialidades y que se empeña en que la realidad se ajuste al servicio de los intereses políticos del partido gobernante (Ortega, 2006). En segundo lugar, los noticiarios de RTVV han focalizado la atención informativa en la figura del presidente de la Generalitat, quien ha asumido un extraordinario protagonismo en las informaciones emitidas.

En tercer término, otro mecanismo puesto en práctica por los servicios informativos de RTVV ha consistido en el ocultamiento de noticias, imágenes y opiniones perjudiciales para el partido del Gobierno autonómico o, en su defecto, beneficiosas para la oposición. En este sentido, *Canal 9* silenció informativamente durante 19 días consecutivos la presentación de una moción de censura en septiembre de 2006 contra el presidente Camps en las Cortes Valencianas por parte del Partido Socialista del País Valenciano (PSPV-PSOE), entonces bajo el liderazgo de Joan Ignasi Pla. O, más recientemente,

la televisión pública valenciana ha recibido considerables críticas por su cobertura informativa del caso *Gürtel*, escándalo de corrupción política en el que se han visto implicados tanto el máximo dirigente de la Generalitat como la cúpula del Partido Popular de la Comunidad Valenciana (PP).

La instrumentalización partidista de RTVV incluso ha provocado la actuación del Síndic de Greuges, organismo encargado de defender los derechos de los ciudadanos valencianos. Tras recibir una denuncia presentada por el PSPV y los sindicatos, esta institución emitió un dictamen, en julio de 2009, recomendando a la dirección de la radiotelevisión pública valenciana la adopción de medidas para garantizar el cumplimiento de los principios de objetividad, veracidad, imparcialidad y respeto al pluralismo político.

Otro aspecto relevante en relación con las políticas de comunicación de la radiotelevisión pública en los ámbitos de proximidad tiene que ver con la lengua de emisión empleada. Esta cuestión se ha configurado como un debate nunca cerrado en la historia de RTVV. La falta de un modelo lingüístico claramente definido y consolidado ha perseguido, desde sus orígenes, la evolución del ente público de radiotelevisión valenciano.

El análisis del idioma de emisión de los contenidos en el período 2005-2007 revela un fuerte retroceso del valenciano en RTVV, hasta el punto de verse superado por las emisiones en castellano durante el año 2007 (Gráfico 4). Considerando las horas de emisión anuales (Tabla 5), la debilitación del uso de la lengua propia en la radiotelevisión pública resulta evidente, ya que pasa de 4.343 horas anuales a 3.659. Un descenso que se cifra en torno a un 15,75%. Paralelamente, la lengua española registra un avance considerable y consolida su posición en la oferta programática de RTVV, puesto que su presencia sube un 19,58% entre 2005 y 2007, pasando de 3.218 a 3.848 horas anuales de emisión.

| Año | Valenciano | Castellano |
|------|------------|------------|
| 2005 | 4.343 | 3.218 |
| 2006 | 3.794 | 3.655 |
| 2007 | 3.659 | 3.848 |

Tabla 5. Idioma de emisión de los contenidos de RTVV (en horas de emisión anuales).

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Revisión Operativa de RTVV (ejercicio 2007)

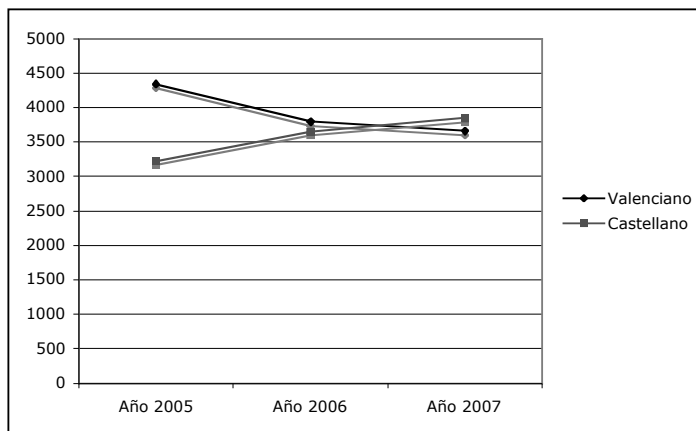


Gráfico 4. Evolución del idioma de emisión de los contenidos de RTVV entre 2005 y 2007 (en horas de emisión anuales). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Revisión Operativa de RTVV (ejercicio 2007)

Finalmente, en el terreno institucional, RTVV ha sufrido recientemente un cambio en la dirección general. A finales de agosto de 2009, Pedro García presentaba su dimisión del cargo que había ocupado durante los cinco años anteriores. Entre los principales aspectos a resaltar de su mandato se incluyen el cambio de imagen corporativa de *Canal 9*, la modernización tecnológica de la televisión autonómica y, especialmente, la puesta en marcha del canal televisivo todo-noticias *24.9*, que inició sus emisiones en febrero de 2009.

Por otra parte, como acabamos de analizar anteriormente, la época de García al frente de RTVV se ha visto envuelta en constantes acusaciones de instrumentalización y manipulación informativa a favor del Partido Popular (PP), que ocupa el Gobierno de la Generalitat Valenciana bajo la presidencia de Francisco Camps, de quien García fuera director de gabinete y secretario autonómico de Comunicación antes de acceder a la dirección de la radiotelevisión pública. Igualmente, la gestión de García en RTVV se visto salpicada por varios conflictos laborales y por una tendencia a la baja de los índices de audiencia de *Canal 9*, pese a su apuesta por producciones de ficción valencianas, algunas de las cuales, como *L'Alqueria Blanca* (Trivisión), han cosechado un notable éxito de público, y por una notable marginación de *Ràdio 9*, cuya audiencia alcanzó únicamente los 46.000 oyentes diarios en 2008, según datos del Barómetro de la Comunicació i la Cultura (Casero, 2009).

Como sustituto de Pedro García se nombró al periodista José López Jara, procedente de la delegación en la Comunidad Valenciana del diario *ABC*, quien se había incorporado unos meses antes a RTVV como director del canal 24.9. En su primera comparecencia parlamentaria en las Cortes Valencianas en noviembre de 2009, el nuevo mandatario afirmó su intención de instaurar una “economía de guerra” en RTVV y detalló sus tres principales propuestas: la creación del defensor de la audiencia, el establecimiento de la figura del *controller*, que se encargará de la realización de auditorías internas y de la supervisión financiera del ente público, y, finalmente, la transformación de *Sí, Ràdio*, actualmente dedicada a la radiofórmula musical, en una emisora 24 horas noticias.

El cambio en la dirección general ha vuelto a poner de manifiesto el mantenimiento de un esquema basado en la designación directa del máximo responsable de RTVV por parte del Gobierno autonómico. A diferencia de las reformas de los medios audiovisuales de titularidad pública emprendidas tanto a nivel estatal, en el caso de Radiotelevisión Española (RTVE)¹, como en el caso de algunas comunidades autónomas, como Cataluña², la Comunidad Valenciana sigue anclada en un modelo gubernamental de radiotelevisión pública (Humphreys, 1996), fuertemente controlado por el poder político y orientado hacia la instrumentalización, en sintonía con las características del modelo pluralista polarizado, típico de los países del Mediterráneo y del sur de Europa (Hallin & Mancini, 2004). Junto al nombramiento directo y discrecional, otros dos aspectos que revelan el elevado grado de fiscalización política de RTVV son: por un lado, la práctica disolución de su Comité de Redacción, que, actualmente, se mantiene inactivo; y, por otro, el hecho de que su Comité Asesor³, previsto por el artículo 4 de la Ley de la Generalitat Valenciana 7/1984, de 7 julio, de creación del Ente Público RTVV y encargado de emitir dictámenes sobre la programación audiovisual, nunca ha llegado a constituirse en veinte años.

¹ Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal.

² Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuels.

³ El Consejo Asesor de RTVV estará compuesto, de acuerdo con la Ley 7/1984, por 3 representantes de los trabajadores de RTVV, 3 representantes de las sociedades dependientes de RTVV, 3 representantes del Consejo de Cultura de la Comunidad Valenciana, un representante de cada una de las Diputaciones provinciales, 3 representantes de los usuarios de los servicios públicos y 3 representantes designados por el Consell de la Generalitat.

2.2. El conflicto por las emisiones de TV3 en la Comunidad Valenciana

Otro de los aspectos fundamentales de los últimos años en relación con las políticas de comunicación en la Comunidad Valenciana tiene que ver con el intento de cierre, por parte de la Generalitat Valenciana, de las emisiones de Televisió de Catalunya (TVC), entre cuyos canales se encuentran *TV3* y *33*. La presencia de la televisión pública catalana en territorio valenciano se remonta a mediados de la década de los ochenta, cuando Acció Cultural del País Valencià (ACPV), una entidad sociocultural, puso en marcha, gracias a las aportaciones económicas de miles de ciudadanos valencianos, una red de 13 repetidores repartidos por las tres provincias de la Comunidad. Desde entonces, la recepción de *TV3*, pese a encontrarse en una indefinición legal, no había generado ningún tipo de problema ni conflicto hasta enero de 2007.

A principios de ese mismo año, en un contexto marcado por la proximidad de las elecciones autonómicas valencianas de mayo de 2007, el Gobierno de la Generalitat Valenciana abrió un expediente sancionador por emisiones ilegales contra ACPV que incluía una multa de 300.000 euros y la supresión de las emisiones de *TV3* en territorio valenciano. Se iniciaba, así, un conflicto que lleva extendiéndose a lo largo de tres años y todavía no se ha cerrado.

El Ejecutivo valenciano ha basado su postura en considerar ilegales las emisiones de *TV3* en la Comunidad Valenciana, ya que se realizan a través de un centro emisor que no cuenta con la autorización de la Generalitat. Por lo tanto, estima que ACPV presta servicios televisivos sin la preceptiva licencia administrativa que debe otorgar el gobierno autonómico. En consecuencia, la actuación de la Generalitat se ha orientado hacia el cumplimiento escrupuloso de la legalidad que conduce al uso de las multas y el cierre como única salida al conflicto. Una estrategia que se había traducido, en junio de 2008, en un total de 700.000 euros en concepto de sanción a ACPV y 6 repetidores expedientados, 5 de los cuales se encuentran cerrados desde principios de 2009.

Por su parte, ACPV ha argumentado que las frecuencias a través de las cuales se emite *TV3* en la Comunidad Valenciana son competencia estatal, concretamente del Ministerio de Industria, por lo que entiende que el Ejecutivo valenciano se ha extralimitado en sus atribuciones, ya que, en este caso, la potestad sancionadora reside únicamente en el Gobierno central y no en el autonómico. Por ello, esta entidad ha presentado diversos recursos judiciales contra las actuaciones de la Generalitat, la mayor parte de los

cuales han resultado infructuosos. Paralelamente, ACPV ha buscado el apoyo de la sociedad civil valenciana para evitar el cierre de *TV3*.

La reacción de la ciudadanía se ha concretado en tres grandes frentes a lo largo del conflicto. En un primer momento, se organizaron actos de protesta para impedir el cierre de los repetidores afectados. Así, a finales de abril de 2007, unas 300 personas se concentraron frente al centro emisor de La Carrasqueta en Xixona (Alicante), evitando que el juez clausurara las instalaciones. Vista la ineffectividad a largo plazo de estas medidas, puesto que los repetidores fueron finalmente precintados, los colectivos sociales contrarios al cierre de *TV3* articularon un segundo mecanismo de acción: la convocatoria de manifestaciones. Entre éstas, desarrolladas especialmente a lo largo de 2008, cabe destacar las celebradas en Castellón, en enero, y en Alicante, en abril, que congregaron a 3.000 y 6.000 personas respectivamente. Finalmente, la tercera medida, ante la escasa incidencia de la presión popular en el Gobierno valenciano, se puso en marcha en septiembre de 2009 y consistió en la puesta en marcha, bajo el impulso de ACPV, de una campaña de recogida de 500.000 firmas con el objetivo de presentar una Iniciativa Legislativa Popular que resuelva el conflicto por la vía reguladora y que ampare legalmente la emisión de *TV3* en la Comunidad Valenciana.

Igualmente, tanto partidos políticos como sindicatos e instituciones culturales mostraron su rechazo al cierre de la televisión pública catalana en territorio valenciano. Así, la actuación de la Generalitat Valenciana contó con la oposición del Partido Socialista del País Valenciano (PSPV-PSOE), Esquerra Unida (EU), Bloc Nacionalista Valencià (BNV), Iniciativa pel Poble Valencià, Esquerra Republicana del País Valencià, Comisiones Obreras, Unión General de Trabajadores (UGT), Intersindical Valenciana, el Institut Interuniversitari de Filologia Catalana y la Academia Valenciana de la Llengua, entre otras. La mayor parte de estas organizaciones denunciaron la supresión de *TV3* y atribuyeron a razones políticas y electoralistas la estrategia emprendida por el PP desde el Gobierno valenciano, ante un ciclo electoral marcado por los comicios autonómicos de 2007 y estatales de 2008.

Respecto a los demás actores implicados en este caso, cabe analizar la actuación de la Generalitat de Catalunya, por un lado, y del Gobierno del Estado, a través del Ministerio de Industria, por el otro. El Ejecutivo catalán ha apostado por una estrategia basada en ofrecer un "pacto de reciprocidad" a su homólogo valenciano que permita a *TV3* seguir emitiendo en la Comunidad Valenciana y, en contrapartida, que la señal de *Canal 9* se pueda captar en territorio catalán. El Gobierno valenciano ha supeditado, en todo momento, la aceptación de esta propuesta, que supondría una salida al conflicto, a la concesión, por parte del Ministerio de Industria, de un segundo

múltiplex autonómico de TDT para la Comunidad Valenciana, trasladando con ello la presión al Estado.

En esta línea, en abril de 2007 todos los grupos parlamentarios del Congreso de los Diputados, excepto el PP, votaron en contra de la supresión de *TV3* en la Comunidad Valenciana. Más adelante, en febrero de 2009, tanto el Congreso como el Senado, en este último caso por unanimidad, aprobaron sendas mociones que instaban al Gobierno central a favorecer y garantizar el “pacto de reciprocidad” como vía para cerrar el conflicto. No obstante, para que este acuerdo fructifique, además de atender la petición del múltiplex adicional del Ejecutivo valenciano, es necesario que el Consejo de Ministros apruebe un decreto sobre las medidas técnicas que permitan que tanto *TV3* como *Canal 9* puedan verse en ambos territorios. Sin embargo, aunque el Ministerio de Industria, primero ocupado por Joan Clos y, luego, por Miguel Sebastián, ambos pertenecientes al Partido Socialista (PSOE), ha reiterado su buena disposición para resolver el problema, la actuación del Gobierno del Estado se ha caracterizado por la indefinición y la actitud dilatoria.

Ante este panorama, en agosto de 2008 la Generalitat de Catalunya decidió dar el primer paso hacia la reciprocidad extendiendo las emisiones de *Canal 9* al conjunto del territorio catalán habilitando para ello un canal de TDT de Televisió de Catalunya. No obstante, la programación de televisión pública valenciana ya se recibía sin problemas ni conflictos en las provincias de Tarragona y Lleida desde 1998. Pese a ello, el acuerdo se encuentra, todavía, encallado.

2.3. Las concesiones de la televisión digital terrestre (TDT) autonómica y local

La llegada de la TDT ha supuesto numerosos cambios y transformaciones en el campo de las políticas de comunicación, puesto que ha abierto las puertas a una auténtica reordenación del mapa televisivo español (Marzal & Casero, 2007 y 2009), especialmente en los ámbitos local y autonómico. En este sentido, resulta interesante repasar sintéticamente las características del proceso de concesión de licencias llevado a cabo por la Generalitat Valenciana, poseedora de las competencias en la materia, realizado a lo largo del año 2005.

Por lo que se refiere a la TDT autonómica, la Comunidad Valenciana cuenta con un único múltiplex de cobertura regional. A la hora de distribuir sus programas, el Ejecutivo valenciano decidió otorgar dos canales a RTVV para la emisión de la televisión pública y destinar los otros dos a

televisiones privadas. Las adjudicatarias de estas licencias fueron *Popular TV*, vinculada a la COPE, cadena radiofónica controlada por la Conferencia Episcopal Española, y *Las Provincias TV*, propiedad del grupo Vocento. Al concurso, que introducía por primera vez en la historia la televisión privada de ámbito autonómico, se presentaron tres opciones más que no obtuvieron concesión (López Cantos, 2007). La primera era *Valencia Te Ve*, auspiciada por Jesús Sánchez Carrascosa, antiguo jefe de gabinete de Eduardo Zaplana en su época como presidente de la Generalitat Valenciana, y su esposa María Consuelo Reyna, ex directora del diario *Las Provincias*. La segunda aspirante era Red de Televisión Digital Valenciana, vinculada a *Tele 5*. Finalmente, la tercera propuesta venía de la mano de *Info TV*, televisión local con vocación autonómica de corte progresista y con una programación íntegramente en valenciano, que fue excluida aduciendo que no había presentado el capital social mínimo exigido en las bases del concurso (3 millones de euros).

Por su parte, la concesión de licencias administrativas de emisión en el ámbito local (TDT-L)⁴, efectuada por la Generalitat valenciana, ha provocado tres efectos interesantes sobre el panorama de la televisión de proximidad en esta comunidad autónoma. En primer lugar, se ha constatado el fuerte peso adquirido por grupos mediáticos conservadores y externos a la Comunidad Valenciana, que actúan con una lógica estatal. Se trata de casos como el de Intereconomía, que a través de Homo Virtualis ha logrado 6 licencias de TDT-L; el de Unedisa, editora del diario *El Mundo* que ha obtenido 4 licencias en las principales ciudades (Valencia, Castellón, Elche y Benidorm) y, finalmente, el de Libertad Digital, empresa propiedad del periodista Federico Jiménez Losantos, que ha conseguido 4 licencias, una de ellas en Torrent. Paralelamente, el grupo Prisa, editor del diario *El País*, únicamente obtuvo una licencia, correspondiente a la demarcación de Ontinyent-Xàtiva, pasando a ocupar una posición marginal en la televisión de proximidad valenciana.

En segundo lugar, el nuevo mapa de la TDT-L en la Comunidad Valenciana se caracteriza por la emergencia de nuevos grupos autóctonos. Entre éstos, sobresale el caso de Mediamed⁵, empresa constituida sólo meses antes

⁴ Resolución de 30 de enero de 2006, del Conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación, por la que se adjudican las concesiones para la explotación de programas del servicio público de la televisión digital terrestre con cobertura local, DOGV 5194, 08/02/06.

⁵ Entre los principales accionistas de Mediamed Comunicación Digital S.A destacan José Luis Ulibarri, empresario del sector de la construcción implicado en el caso *Gürtel*, *El Semanal Digital*, periódico digital cercano al PP dirigido por Antonio

de la convocatoria del concurso público de atribución de concesiones y que, directa o indirectamente, se encuentra vinculada a un total de 19 licencias. Una cifra que equivale al 47,5% de las concesiones de la TDT-L realizadas hasta el momento en la Comunidad Valenciana. Su presencia, además, se extiende a 13 de las 18 demarcaciones en las que el Plan Técnico Nacional de la TDT-L divide el territorio valenciano⁶. Con ello, Mediamed ocupa una posición predominante dentro del sector valenciano de la televisión de proximidad.

Igualmente, el grupo Prensa Ibérica, propietario de los rotativos *Levante-EMV* e *Información*, culminó su deseo de convertirse en un nuevo actor del mercado televisivo con la obtención de dos licencias. Pese a lo exiguo del número, se trata de concesiones muy interesantes, puesto que corresponden a las ciudades de Valencia y Alicante, cuya audiencia potencial es considerable debido a su elevado número de habitantes, circunstancia que ofrece unas mejores perspectivas en términos de rentabilidad económica y volumen de negocio.

En tercer término, el concurso de TDT-L ha supuesto la legalización de algunas de las emisoras históricas precursoras de la televisión local en la Comunidad Valenciana. Se trata de casos como el de *Canal 56* de Vinaròs, *Canal Nord* de Morella o *Ribera TV* de Alzira. Todas ellas son televisiones que iniciaron sus actividades durante la década de los ochenta desde el amateurismo y que progresivamente se han profesionalizado. Pese a que el proceso de concesión ha respetado la continuidad de estas experiencias pioneras, su presencia en el nuevo mapa de la televisión de proximidad resulta meramente testimonial (López Cantos, 2007).

Finalmente, conviene apuntar que todavía quedan aspectos pendientes por resolver en la transición hacia la TDT en la Comunidad Valenciana. Entre estos cabe destacar tres. En primer lugar, aún quedan por convocar los concursos de adjudicación de licencias de TDT-L privada en cuatro demarcaciones valencianas. En segundo lugar, algunos concesionarios no han iniciado, o ya han cesado, sus emisiones, mientras que otros incumplen claramente las condiciones de uso de la licencia, en cuanto a la producción de contenidos de producción propia, al empleo de la lengua valenciana y a la difusión

Martín Beaumont, la Fundación Universitaria San Pablo CEU y diversas empresas del sector inmobiliario (Badillo, 2007: 15).

⁶ Es conveniente señalar que 4 de las 18 demarcaciones de la Comunidad Valenciana todavía están pendientes de que la Generalitat Valenciana convoque el concurso de adjudicación de licencias.

de obras audiovisuales y cinematográficas valencianas se refiere, entre otros aspectos. Ante este contexto, la Generalitat Valenciana se encuentra instalada en la política de la pasividad y el *laisser faire*, consintiendo de facto estas situaciones al margen de la legalidad. Por último, la tercera cuestión irresuelta es la implantación de los canales de TDT-L de titularidad pública. Sólo dos de éstos, correspondientes a las demarcaciones de Valencia ciudad y Alicante, han cubierto todos los trámites y se encuentran en condiciones de emitir (Sanmartín & Bas, 2008). El resto, hasta llegar a un total de 18 en el territorio valenciano, se mueven entre la indefinición y el desinterés de los ayuntamientos implicados. Una situación que pone en peligro la existencia de TDT-L públicas en la Comunidad Valenciana.

2.4. La inexistencia del Consejo del Audiovisual de la Comunidad Valenciana

Finalmente, el cuarto elemento fundamental a tener en cuenta en un análisis de las políticas de comunicación en relación con el audiovisual en la Comunidad Valenciana tiene que ver con la inexistencia de una autoridad independiente, encargada de supervisar, promocionar y regular el sistema audiovisual valenciano. Pese a que el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana, aprobado en 2006, en su artículo 56.3 insta a la creación del citado organismo mediante una ley específica, el Gobierno de la Generalitat todavía no ha concretado ninguna medida ni actuación en esa dirección.

Ese desinterés político, que impide la institución del Consejo del Audiovisual de la Comunidad Valenciana, revela la vigencia de una dinámica basada en la subordinación del audiovisual a los intereses políticos. No sólo perpetúa los esquemas del control político de los medios audiovisuales, sino que deja un considerable vacío en el desarrollo y potenciación del audiovisual valenciano, puesto que un organismo de este tipo, lejos de fiscalizar, dinamizaría el sector contribuyendo a su impulso, ordenación y consolidación. Por ello, la puesta en marcha de esta institución se configura como un instrumento clave en el campo de las políticas de comunicación todavía pendiente.

La ausencia de un Consejo del Audiovisual coloca a la Comunidad Valenciana al margen de una serie de autonomías que han apostado decididamente por la creación de esta clase de entidades. Así, comunidades como Cataluña, Navarra, Andalucía o, más recientemente, las Islas Baleares han implantado organismos independientes de control del audiovisual. Algo que contrasta con la inexistencia de una autoridad de ámbito estatal, pese a que ya en 1995 el Senado aprobó una moción que exhortaba a su instauración.

Recientemente, en 2009, el Gobierno socialista presidido por José Luis Rodríguez Zapatero ha incluido su puesta en marcha en el marco de la aprobación de la Ley General del Audiovisual, aunque el proceso no está cerrado.

3. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

El extraordinario crecimiento que ha vivido en las últimas décadas todo lo relacionado con el campo de la informática y las telecomunicaciones teniendo profundas consecuencias sociales, económicas y, naturalmente, también en lo relacionado con el ámbito de la comunicación y el conocimiento. Este proceso, habitualmente definido como el paso de una Sociedad Industrial a una Sociedad de la Información (de una economía basada en productos a otra basada en la información y el conocimiento), ha acabado asociándose con multitud de fenómenos, avances y dinámicas sociales que a veces tienen muy poco o nada que ver entre sí, pero que sin duda están provocando cambios en diversos órdenes de la sociedad.

Sea como fuere, la indudable importancia de este proceso de digitalización y las múltiples consecuencias que comporta ha recibido diversas respuestas por parte de las Administraciones públicas, en ocasiones deseosas de liderar el proceso y, las más de las veces, de no quedarse fuera de él. En este epígrafe analizaremos cuál ha sido el impacto de la Sociedad de la Información en la Comunidad Valenciana; cuáles han sido las principales medidas y proyectos desarrollados desde la Generalitat Valenciana, a menudo en consonancia con las instituciones locales y el gobierno central, en este campo; y qué resultados concretos de dichas actuaciones pueden registrarse, centrándonos aquí en lo que ha sido el principal ámbito de interés del gobierno autonómico a lo largo de todos estos años: el Gobierno electrónico o e-Administración.

3.1. La Sociedad de la Información en cifras

La Comunidad Valenciana presenta un estado de las cosas, en lo que se refiere a la penetración de la Sociedad de la Información desde distintos puntos de vista, en líneas generales paragonable con las CCAA de nuestro entorno, con un promedio ligeramente inferior, en la mayoría de los índices, a la media española, y también a lo que correspondería por peso específico de su economía y población. Una situación que, naturalmente, se agrava a ojos vista si los sujetos de comparación pasan a ser otros países de nuestro entorno, donde la presencia de la Sociedad de la Información tiende a ser

mucho mayor, en relación con la renta per cápita, de lo que es habitual en España (Fundación Orange (2009a: 28 y ss.).

Por esta razón, y para establecer una comparación que nos resulte operativa, nos ceñiremos al ámbito español. En concreto, y refiriéndonos al criterio posiblemente más universal, el uso de Internet, el índice de penetración en la Comunidad Valenciana, según datos del Estudio General de Medios (abril-mayo 2009), es del 44,9%, casi cinco puntos por debajo de la media española (49,3%). La Comunidad Valenciana se ubica en un espacio intermedio, por debajo de La Rioja (59,6%), Comunidad de Madrid (56,6%), Baleares (54,9%), Cataluña (54,9%), Canarias (53%), País Vasco (52,8%), Navarra (50,3%), Aragón (49,2%), Cantabria (48%) y Asturias (46,7%). Y por encima, en cambio, de Castilla-León (42,8%), Andalucía (42,8%), Castilla-La Mancha (41,9%), Galicia (41,9%), Murcia (38%) y Extremadura (33%).

Esta primera comparación, que vendría a colocar a la Comunidad Valenciana en una incómoda posición de cabeza del furgón de cola, se confirma, e incluso se agrava, al revisar otras variables. Por ejemplo, la referida a la incidencia del sector TIC en la Comunidad Valenciana, sensiblemente menor que en otras CCAA: "La Comunidad Autónoma con un mayor *stock* de capital humano relativo es Madrid, que aglutina el 37% del empleo en sectores TIC de toda España y que supera en un 89% al volumen de trabajadores en sectores TIC que le correspondería en función del tamaño de su economía. En el lado opuesto se sitúan Andalucía y la Comunidad Valenciana, con un 58% y un 45% menos de ocupados en sectores TIC de lo que les corresponde en función del volumen de su economía, respectivamente" (Fundación Orange, 2009a: 118). De la misma manera, la adquisición de formación en el sector TIC a través de la propia empresa o mediante la asistencia a cursos es también muy inferior a la media nacional (Fundación Orange, 2009a: 121)

Esto puede deberse, a menos en parte, al peso específico del sector turístico en la economía valenciana, poco relacionado, en principio y tal y como se ha desarrollado en España, con las TIC. Los datos de Baleares, que, a pesar de ser la CCAA más rica de España, son peores incluso que los de la Comunidad Valenciana, parecen apuntar en esta dirección.

Otro factor que podemos considerar es el de la presencia de ordenadores en los hogares (Fundación Orange, 2009a: 150). La Comunidad Valenciana alcanza aquí una tasa del 48,7%, sólo por delante de Extremadura, Galicia, Castilla-La Mancha y Castilla-León. Los datos mejoran si nos atenemos a un informe distinto, el Infobarómetro 2008, desarrollado por el Observatorio Cevalsi (ligado, como veremos a continuación, con la Generalitat Valenciana). Según el Infobarómetro, el índice de hogares con ordenador alcanza

el 59,72%, diez puntos más que en el caso anterior (si bien es cierto que la muestra de la Fundación Orange distinguía entre ordenadores fijos y portátiles). Otro dato del Infobarómetro, que en este caso podemos contrastar con el EGM, es el del acceso a Internet, que aquí se cifra en un 52,2% (frente al 44,9% del EGM)⁷.

El Infobarómetro es un informe referido específicamente a la Comunidad Valenciana, con lo que no nos servirá para establecer comparaciones. Sí que podemos utilizarlo, en cambio, para mostrar una imagen general de la incidencia de diversos sectores de la Sociedad de la Información, así como su evolución en los últimos años. Por ejemplo, además de los datos ya expuestos, el Infobarómetro 2008 cifra en un 85,6% el porcentaje de usuarios de telefonía móvil, y en un 64,5% el de hogares con Televisión Digital Terrestre.

En cuanto a la evolución en los últimos años, el estudio publicado por la Fundación Telefónica a finales de 2008, que incluía un capítulo sobre la Comunidad Valenciana (basado a su vez en los Infobarómetros de Cevalsi), muestra estos resultados:

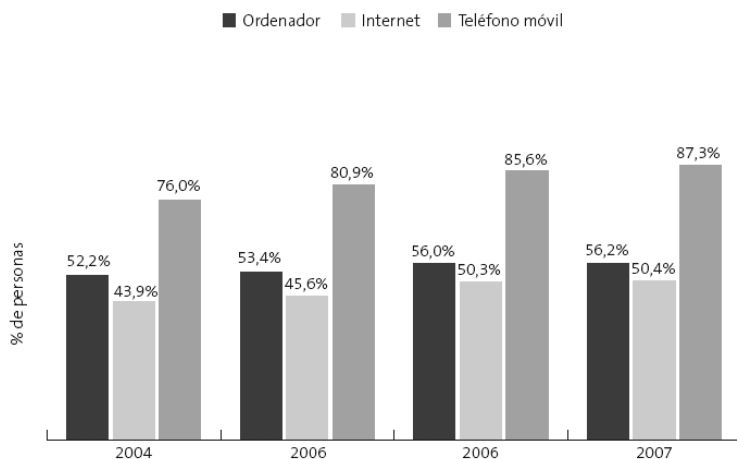


Gráfico 5. Usuarios de tecnología en la Comunidad Valenciana, 2004-2007.
Fuente: Fundación Telefónica (2008: 404).

⁷ Una explicación de estas discrepancias es que la muestra del Infobarómetro está restringida a las edades de 16 a 74, mientras que la del EGM, por ejemplo, es de 14 o más años. Esto dejaría fuera de la muestra del Infobarómetro a un sector de la población, la de edad más avanzada, previsiblemente poco integrada en la Sociedad de la Información.

Destaca la potente presencia de la telefonía móvil respecto de otras tecnologías, como también ocurre en el caso español en su conjunto. Los datos de los Infobarómetros de Cevalsi, que en general presentan una visión sensiblemente más optimista que los de otras instancias sobre el impacto de la Sociedad de la Información, también se refieren al ámbito empresarial:

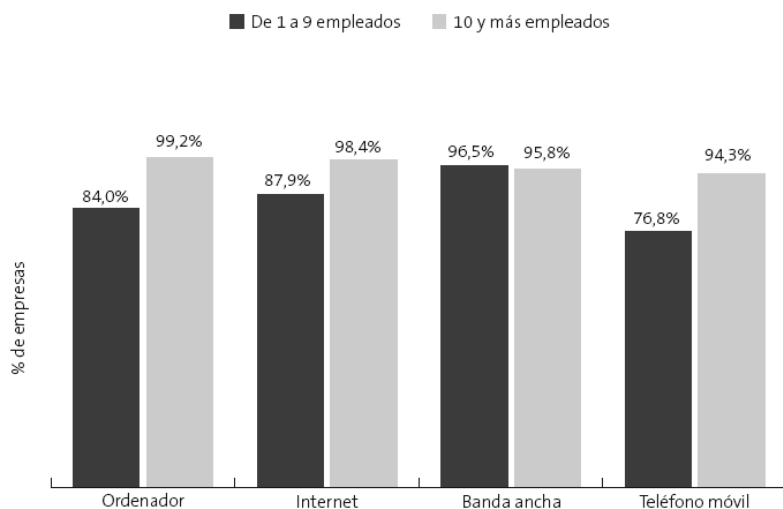


Gráfico 6. Equipamiento tecnológico de las empresas valencianas. Fuente: Fundación Telefónica (2008: 405)

Las cifras no son concluyentes, pero en su conjunto muestran un escenario en el que cabe ser —moderadamente— pesimistas. A pesar del indudable crecimiento en los últimos años, y de las iniciativas llevadas a cabo por el Gobierno central, Generalitat Valenciana e instancias locales (sobre algunas de las cuales nos centraremos en el siguiente apartado), lo cierto es que no se percibe que la Comunidad Valenciana haya alcanzado, hasta la fecha, un alto grado de desarrollo en la Sociedad de la Información; ni siquiera comparable, como hemos visto, con lo que cabría esperar de su renta per cápita, o con la media española. No es un retraso considerable, pero sí que debería ser motivo de preocupación, por lo que implica desde múltiples puntos de vista (falta de alfabetización digital de importantes sectores de la población, inexistencia de alternativas al modelo económico imperante, basado en la construcción y el turismo, ...).

3.2. Planes de desarrollo llevados a cabo por las administraciones

La mayor parte de las actividades desarrolladas en materia de Sociedad de la Información por parte de los sucesivos gobiernos autonómicos han estado entroncadas en torno a la Fundación OVSI (Oficina Valenciana para la Sociedad de la Información). Fundada en 1996, a partir de un convenio en 1995 entre la Generalitat y la Comisión Europea para desarrollar la Sociedad de la Información a partir de los recursos existentes en cada territorio, OVSI ha realizado su labor a lo largo de estos años, según reza en su página web⁸, “mediante el desarrollo de proyectos, así como a través del establecimiento de las fórmulas más adecuadas para lograr la participación de nuevos sectores ajenos a esta revolución digital o carentes de recursos para acometer las actuaciones necesarias”.

OVSI queda integrada casi desde un principio dentro del Plan Director de Telecomunicaciones del Gobierno Valenciano (PLANTEL), que a su vez formaba parte del Plan Estratégico de Modernización de la Administración Valenciana (PEMAV). La principal consecuencia de esta temprana adscripción (actualmente consolidada en el seno de la Conselleria de Justicia y Administraciones Públicas) será que la mayor parte de la labor de OVSI, como principal dinamizadora, desde la Generalitat Valenciana, de la Sociedad de la Información en el territorio valenciano, se enfoque fundamentalmente hacia el ámbito de la e-Administración. También reviste importancia la atención a la evolución de la Sociedad de la Información en la Comunidad Valenciana a través de sucesivos Infobarómetros (a los que ya hemos hecho referencia) elaborados por CEVALSI (Observatorio Valenciano para la Sociedad Tecnológica y del Conocimiento) desde 2001, centrados en tres ámbitos fundamentales: hogares-ciudadanos, empresas y Administración Pública.

Paralelamente a esta actividad, la Generalitat Valenciana ha llevado a cabo tres planes sucesivos de desarrollo desde 1995. El ya mencionado PEMAV (1996-2000); Moderniza.com (2000-2004) y el actualmente vigente Avantic (2004-2010).

La principal realización en la que participó PEMAV a través de la Fundación OVSI sería el proyecto Infoville (1996), una experiencia coordinada con los organismos locales, considerablemente innovadora en la época, de modernización de los usos ciudadanos de la tecnología desde distintos puntos de vista (relación con la Administración y las empresas, equipamiento tecnológico y alfabetización digital, trámites administrativos e interacción social). El proyecto se desplegaría en tres fases sucesivas:

⁸ http://www.ovsi.com/fundacion_inicio.php

- 1996: en un principio, se desarrolló la experiencia piloto en el municipio alicantino de Villena, de unos 35.000 habitantes. Como se ha indicado, el objetivo era potenciar el acceso a Internet y el uso de las NTIC para llevar a cabo una serie de acciones cotidianas (trámites administrativos, relación con las empresas, vertebración social)
- De 1998 a 2001 van incorporándose otros municipios tanto al proyecto tecnológico como a la red digital Infoville. En el año 2001 se contaba ya con una plataforma que aglutinaba usuarios de 18 municipios repartidos en las tres provincias valencianas (Catarroja, Torrevieja, la Vall D'Uixò, Oliva, Altea, Burriana, Gandía, Alaquàs, Biar, Manises, L'Alcora, L'Elia, San Vicente del Raspeig, Mislata, Benicarló, Castellón de la Plana y Alicante), además de la Universidad Miguel Hernández, también sede Infoville.
- A partir de 2002 se constituye Infoville 21, basada en la integración de portales y sitios web temáticos de ámbito autonómico con los de los ayuntamientos participantes, así como en el desarrollo de una comunidad virtual en torno al proyecto, que en 2004 contaba con unos 57.000 usuarios registrados y casi 6000 visitas diarias (Martínez de Vallejo, 2004: 43).

El indudable éxito de la experiencia de Infoville queda de manifiesto no sólo por su expansión a otros municipios o la relevancia, aún hoy, de los sitios web y experiencias desarrolladas mediante Infoville, sino por datos como el que se deduce de la comparación, desarrollada por la propia Fundación OVSI en 2001 (2002: 6), entre Villena y Ontinyent (municipios de similar población, nivel de vida y características), de la que puede deducirse una fuerte incidencia de Infoville como explicación plausible de los mejores resultados que obtiene Villena; o el hecho, más de una década después de que comenzase Infoville, de que Villena cuente con una oferta de cibermedios de ámbito local muy superior a la de otras poblaciones valencianas de similares características⁹.

Posteriormente la Generalitat Valenciana continuaría desarrollando planes genéricos (los mencionados Moderniza.com y el actual Avantic) y líneas de actuación específicas, ninguna de las cuales alcanzaría la incidencia de Infoville. Cabe destacar, en cualquier caso, *Correo CV*, cuyo propósito es sistematizar la relación del ciudadano con la Administración autonómica

⁹ Puede consultarse al respecto la siguiente base de datos de cibermedios valencianos: <http://cibermediosvalencianos.es/corpus-de-cibermedios/>

y facilitar la realización de trámites online; el programa *Internauta*, “que constituye la plasmación práctica de la voluntad de la Generalitat en aumentar la capacitación del ciudadano en el uso de las nuevas tecnologías” (VV.AA., 2008: 407), y que cuenta, según datos de la propia Generalitat, con 20.655 ciudadanos matriculados (cifras de 2007); por último, el proyecto *Alcoy Ciudad Digital* (2004-2006), establecido mediante convenio en 2003 entre la Generalitat Valenciana y el Ministerio de Ciencia y Tecnología¹⁰, que viene a continuar el tipo de planteamiento colaborativo entre diversas administraciones y empresas, así como los objetivos, de Infoville (Martínez de Vallejo, 2004: 42).

En general, y partiendo del reconocimiento al esfuerzo realizado todos estos años, así como de sus resultados, detectamos tres problemas principales en las políticas desarrolladas desde la Generalitat en materia de sociedad de la información:

- De una parte, una cierta fatiga de ideas, falta de innovación, en los planteamientos que se desarrollan en los planes sucesivos, casi miméticos en sus líneas de actuación fundamental. Lo que funcionó muy bien hace años ahora probablemente sirva de poco.
- Por otra parte, los planes de la Generalitat Valenciana parecen dejar de lado aspectos de la Sociedad de la Información tan importantes como los contenidos digitales, el comercio electrónico o la interacción ciudadana, centrándose sistemáticamente, en cambio, en el espíritu y también en la forma de sus planteamientos, en el sector del Gobierno electrónico. Algo que resulta lógico e incluso obvio, dado que hablamos de una institución pública que primero trata de mejorar lo que tiene más a mano, pero que también se antoja insuficiente.
- Finalmente, el tono general de los informes, documentos y análisis elaborados desde la Generalitat Valenciana resulta de un irritante triunfalismo, que puede preocupar en cuanto síntoma de falta de flexibilidad y capacidad para aceptar las críticas e integrarlas en sus planteamientos. Sirva como ejemplo este fragmento del Informe sobre la Comunidad Valenciana (elaborado por la Dirección General de Modernización de la Conselleria de Justicia y Administraciones Públicas), publicado en el mencionado estudio colectivo de la Fundación Telefónica: “Estas novedades en el campo del comercio electrónico

¹⁰ <http://www.mityc.es/telecomunicaciones/es-ES/Legislacion//DocumentosAyudas/03.-%202003/10Re161003Alcoy.pdf>

no hacen más que mostrar una Sociedad de la Información cada vez más sólida y consistente en la Comunitat Valenciana, una madurez tecnológica cuya base se asienta en la Estrategia del Consell en materia de Telecomunicaciones Avanzadas y de Sociedad de la Información, Avantic 2004-2010, así como a la permanente colaboración en la materia entre las administraciones valencianas, las empresas y los ciudadanos” (VV.AA., 2008: 407).

3.3. e-Administración

La importancia conferida por la Generalitat Valenciana al Gobierno electrónico justifica que le prestemos una mayor atención, no tanto a las medidas, ya mencionadas, sino a sus resultados prácticos. Por una parte, mediante el análisis comparativo, como hacíamos al principio del epígrafe, con otras Comunidades Autónomas. Por otra, mediante un estudio propio que nos permita observar la tasa de respuesta al ciudadano.

La Fundación Orange desarrolló en 2009 dos informes específicamente dedicados a la e-Administración en el ámbito autonómico. El primer informe, titulado “Estudio comparativo 2009 de los Servicios Públicos *on-line* en las Comunidades Autónomas Españolas”, se basa en la comparación de la disponibilidad media de servicios públicos online (a partir de una muestra de 26 servicios públicos). La Comunidad Valenciana se ubica en un 71% del total de servicios, ligeramente por debajo de la media nacional (72%) (Fundación Orange, 2009b: 5).



Gráfico 7. Presencia de la e-Administración, por CCAA. Fuente: Fundación Orange (2009b: 6)

Como dato negativo, es la única CCAA que no cuenta con ninguna vía telemática para transmitir a la Administración las quejas y sugerencias del ciudadano, ni siquiera a través de Internet (Fundación Orange, 2009b: 41). También destaca negativamente la baja accesibilidad de sus páginas web (sólo 6 de 26), muy por debajo de la mayoría de CCAA (Fundación Orange, 2009b: 49).

La Comunidad Valenciana sale, en cambio, bien parada de la comparación con las restantes CCAA en cuando al número de documentos requeridos para tramitar un total de diez solicitudes administrativas que sirven de ejemplo en este informe (Fundación Orange, 2009b: 52-57). También destaca positivamente el grado de penetración de la SI en el campo sanitario (petición de cita online, presencia de instrumental sanitario de alta tecnología, etc.) (Fundación Orange, 2009a: 187-188).

El segundo informe, titulado "Análisis del uso de los procedimientos básicos de eAdministración en las CCAA por parte de los ciudadanos y las empresas", resulta complementario al anterior, por cuanto no se centra en la oferta de servicios públicos, sino en el uso que hacen los ciudadanos de ellos. Por desgracia, la Comunidad Valenciana sale aquí sensiblemente peor parada, como se muestra en el gráfico:

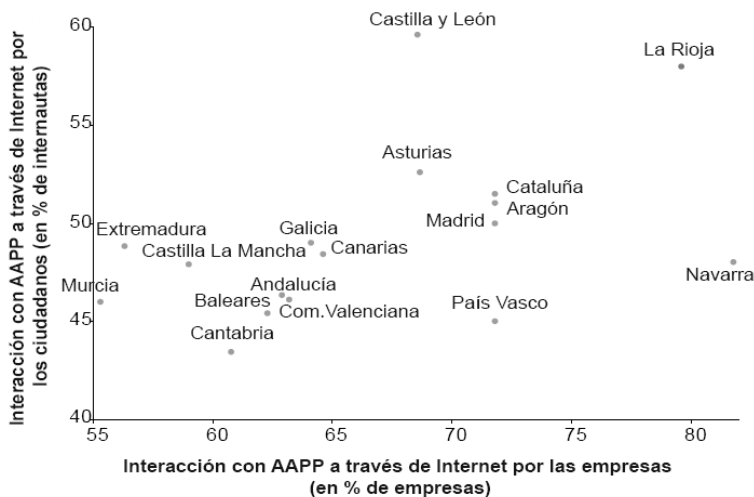


Gráfico 8. e-Administración en ciudadanos y empresas, por CCAA. Fuente: Fundación Orange (2009c: 2)

La Comunidad Valenciana ocupa los puestos duodécimo (empresas) y decimoquinto (ciudadanos) de las diecisiete comunidades autónomas en cuanto al uso de sus servicios de e-Administración. El balance es, por tanto, indudablemente negativo: los esfuerzos de la Generalitat en este campo no sólo no permiten destacarse respecto de la oferta de otras comunidades autónomas (podría argumentarse aquí que posiblemente también ellas centren sus esfuerzos en este mismo sector), sino que los resultados resultan mucho peores en lo que se refiere a la implicación ciudadana. Se trata, por tanto, de un problema de alfabetización digital, de conocimiento de los ciudadanos no sólo de que dichas herramientas de tramitación electrónica existen, sino también de cómo utilizarlas.

Para finalizar este epígrafe, quisiéramos hacer mención de un estudio propio (López García, 2008b), desarrollado en julio de 2008, que nos permitirá arrojar cierta luz sobre el funcionamiento de la e-Administración en la Comunidad Valenciana. El estudio se basó en crear un e-mail de un ciudadano ficticio que envió un total de 39 correos electrónicos a otros tantos organismos públicos dependientes de la Generalitat: consellerias, direcciones generales, instituciones específicas como el Ivam o Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana¹¹,... En cada uno de los correos que enviamos a los organismos autonómicos buscábamos explícitamente una respuesta a alguna pregunta concreta, de manera que, aunque la respuesta fuera negativa, pudiéramos contabilizarla igualmente.

De entrada nos encontramos con un primer problema: de las 39 instituciones a las que tratamos de escribir, cinco de ellas no tenían (o no les funcionaba) página web propia. Asimismo, en siete de los casos el correo electrónico o formulario de contacto no funcionaba correctamente y devolvía un mensaje de error.

Por tanto, al final fueron 32 las instituciones a las que les enviamos otras tantas preguntas. Todos los correos se enviaron el día 3 de julio por la mañana, desde una dirección de Gmail creada al efecto. La tasa de respuesta que recibimos fue de un 59% (19 respuestas), mientras que en un 41% de los casos (correspondientes a doce instituciones) no hubo ninguna reacción.

Cabría destacar, de entre las doce instituciones públicas que no respondieron, la presencia de las Consellerias de Presidencia, Bienestar Social,

¹¹ Pueden consultarse los datos en bruto de la investigación aquí: <http://www.cibermediosvalencianos.es/correosgva.doc>

Turismo y Cultura, ninguna de las cuales respondió. Tampoco lo hizo el IVAJ (Institut Valencià de la Joventut), una no-respuesta particularmente criticable si tenemos en cuenta que, en este caso en concreto, es más que previsible que buena parte de los ciudadanos que se pongan en contacto con el IVAJ lo hagan vía correo electrónico. Por último, nos llamó poderosamente la atención que no respondieran las dos instituciones, la Fundación OVSI y CEVALSI, que como hemos visto constituyen la principal apuesta de la Generalitat Valenciana por propiciar el desarrollo de la Sociedad de la Información.

En cuanto a las 19 instituciones que respondieron, casi la mitad, 8 (un 42%) lo hicieron el mismo día 3 de julio. Otras tres (15,7%) contestaron el día siguiente. Seis (31,4%) instituciones contestaron a lo largo de la semana siguiente. Por último, una de las instituciones contestó doce días después, y otra un mes después.

Entre las que contestaron el mismo día o el día siguiente, encontramos a las Consellerías de Industria, Economía y Medio Ambiente. Particularmente destacable es este último caso, puesto que no sólo fueron los primeros en contestar (apenas cinco minutos después de haber enviado el correo), sino que aquí concurre el mérito añadido de que la Consellería de Medio Ambiente organiza las consultas del ciudadano previamente por temas, con lo que nos contestaron desde una dependencia específica de esta consellería. Enviamos un correo en el que preguntábamos si había alguna manera de consultar mapas del territorio valenciano cogidos por satélite, en la sección "Cartografía", que recibió, además de esa respuesta casi inmediata, una segunda respuesta esa misma tarde, en la que se ofrecían aún más datos de interés.

4. PRENSA ESCRITA: DIARIOS Y REVISTAS

Por lo que concierne a los medios escritos, las políticas llevadas a cabo desde la Generalitat Valenciana y los organismos provinciales y locales están extraordinariamente ligadas con el signo político del Gobierno, en su cuantía, su ejecución y también en el propósito que las anima.

Cuando, en 1988, el Gobierno del PSOE da término a la política de ayudas directas a la prensa heredada del Gobierno anterior, ante la protesta de la *Asociación de Editores de Diarios Españoles* (Martín, 2003: 203), la Generalitat Valenciana, entonces gobernada por el PSPV, decide desarrollar una serie de ayudas dirigidas a los medios locales (Xambó, 2001: 93-94). De

una parte, a través del decreto 3/89, la Generalitat crea una línea de ayudas para la creación o modernización de medios escritos de ámbito local y comarcal. Estas ayudas, vigentes sólo en el año 1989, ascenderían finalmente a unos 6 millones de pesetas (36.000 euros).

De otra parte, el decreto 4/89, y después el 10/91, regulaba la concesión de ayudas a medios escritos que publicasen contenidos en valenciano. A lo largo de los años 1989 a 1995 se concedieron unos 100 millones de pesetas (600.000 euros).

Sin embargo, esta política de ayudas, más o menos consolidada en el caso de los incentivos a la publicación en valenciano, desaparecería a partir de la llegada, en 1995, del PP al Gobierno autonómico, que no consideraría, en sucesivas legislaturas, el desarrollo de una política de subvención directa a los medios escritos. De hecho, muy recientemente (2009) las Corts han rechazado, con el voto del PP, una propuesta de ley presentada por el parlamentario socialista Ximo Puig, que proponía un plan de fomento de la lectura de prensa en virtud del cual la Generalitat Valenciana pagaría la suscripción de los jóvenes a un medio escrito¹².

Los sucesivos Gobiernos del PP han limitado su intervención en este ámbito al fomento genérico de la lectura entre la ciudadanía, a través de la creación de programas de lectura de libros en valenciano, o el desarrollo de incentivos para promocionar la lectura entre los jóvenes, en un ámbito ligado con el sector editorial y educativo en el que los medios periodísticos, hasta ahora, no han entrado.

Naturalmente, la ausencia de ayudas directas no significa que los distintos Gobiernos del PP no hayan intervenido en el sector de la prensa escrita. Por un lado, y como ha podido verse en el primer capítulo de este libro, beneficiando a los medios afines a través de un tratamiento privilegiado en las instituciones públicas, como fue el caso de la suscripción obligatoria de todos los centros escolares al diario *Las Provincias* al poco de llegar el PP al poder (Xambó, 2001: 140). Pero donde las políticas de comunicación llevadas a cabo en este sector por parte de los poderes autonómicos y locales adquirirían un mayor grado de desarrollo (y de contestación) sería a través de la publicidad institucional.

Este recurso, de capital importancia para la financiación de los medios impresos, vivió un cambio sustancial a partir de la llegada al poder de Eduardo Zaplana en 1995. José Vicente Gámir explica pormenorizadamente

¹² <http://www.elperiodicomediterraneo.com/noticias/noticia.asp?pkid=470512>

esta circunstancia: “al igual que *Las Provincias* y *ABC* denunciaron durante la administración socialista que recibían menos publicidad institucional que el resto de medios, los periódicos *Levante-EMV* e *Información* (...) han llegado a denunciar ante los tribunales que el Consell presidido por Eduardo Zaplana y otras empresas y organismos oficiales autonómicos les contrataban menos publicidad que a sus competidores como consecuencia de su línea editorial crítica. *Levante-EMV* cifró en más de 29 millones de pesetas el perjuicio económico que le había supuesto dicha marginación desde la entrada del nuevo Consell hasta el 17 de julio de 1996 en un recurso contencioso administrativo presentado ante el Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana. El TSJ falló en febrero de 2001 a favor de Editorial Prensa Valenciana, la empresa editora de *Levante-EMV*, y condenó a la Generalitat Valenciana a pagarle la cantidad reclamada” (2005: 16-17).

Posteriormente, en marzo de 2003, las Corts aprobaron la *Ley de Publicidad Institucional* para regular la inversión pública en los medios de comunicación. Con la llegada a continuación de Francesc Camps al Gobierno autonómico la situación se ha normalizado, aunque sin que desaparecieran totalmente las denuncias de partidismo del Consell por parte de *Información* y *Levante-EMV*.

En un nivel menos visible, por último, no podemos obviar la crucial importancia de los ayuntamientos y diputaciones provinciales para los medios de ámbito local, muchos de los cuales sobreviven gracias a la publicidad de estas instituciones, en un contexto en el que puede detectarse una clara correlación entre la ideología del medio y la de los partidos políticos gobernantes en cada caso. Es ésta una tendencia que no ha hecho sino acentuarse con el desarrollo de diversos cibermedios de ámbito local (López García, 2008a: 77-81). Asimismo, muchas publicaciones locales son directamente financiadas y editadas por instituciones públicas, e incluso por los partidos políticos.

5. CONCLUSIONES

El análisis efectuado permite extraer algunas conclusiones sobre la naturaleza y las características de las políticas de comunicación desarrolladas en la Comunidad Valenciana en un contexto marcado por el tránsito hacia la digitalización. Así, podemos afirmar que se trata de unas políticas que combinan, aunque resulte paradójico, una notable tendencia a minimizar la intervención pública en el campo comunicativo con una considerable

voluntad de control de los medios de comunicación por parte del sistema político.

El primer aspecto tiene que ver con el peso asumido por unas políticas de comunicación basadas en el predominio del mercado como mecanismo rector y regulador del sistema comunicativo valenciano. Algo que concuerda con la primacía de una óptica neoliberal propia de la digitalización (Freedman, 2008), marcada, además, por la entronización del *laissez faire* en materia comunicativa y la retirada de los poderes públicos del campo comunicativo. Éstos únicamente han intervenido de manera muy limitada y en campos muy concretos, especialmente en el audiovisual. No obstante, incluso en este ámbito quedan, todavía, múltiples cuestiones pendientes, como la creación del Consejo del Audiovisual, el desarrollo de las TDT-L públicas, la observancia del cumplimiento de los requisitos por parte de los operadores digitales de TDT privada con licencia o el cierre de canales analógicos desprovistos de concesión administrativa, entre otros aspectos. Por su parte, la actuación pública en la prensa escrita y en la introducción de la Sociedad de la Información ha resultado escasa o poco efectiva. Además, en este último caso se ha caracterizado por su falta de innovación y por orientarse, casi exclusivamente, hacia la potenciación de la e-administración, logrando, pese a ello, pobres resultados.

La segunda tendencia que define las políticas de comunicación en la Comunidad Valenciana es la fuerte voluntad de control político de los medios de comunicación, particularmente de la televisión. En este sentido, la acción gubernamental se ha centrado, por un parte, en el fomento del clientelismo, a través de las concesiones de TDT privada de proximidad, que ha favorecido a los medios y grupos empresariales conservadores (Intereconomía, COPE, Vocento, Unedisa,...), cuya presencia es elevada en el sistema comunicativo valenciano. Por otra, esta característica se ha manifestado en el desarrollo de una notable instrumentalización de los medios públicos por parte del Gobierno valenciano, que ha afectado particularmente a RTVV.

Con todo, las políticas de comunicación no han formado parte, ni el pasado ni en la actualidad, de las prioridades de la agenda pública en la Comunidad Valenciana. Se trata de un diagnóstico que afecta tanto a los gobiernos del PP, encabezados por Eduardo Zaplana, José Luis Olivas y Francisco Camps, respectivamente, como a los del PSOE, presididos por Joan Llerma. Más bien, las políticas de comunicación están, y han estado, subordinadas a la dinámica política general. Una clara muestra la encontramos en el conflicto por el cierre de *TV3*, que ha sido utilizado por el Ejecutivo de Camps (PP) como recurso electoral en época preelectoral apelando al sentimiento anticatalanista, por un lado, y como mecanismo de presión al Gobierno del

Estado, en manos del PSOE, para obtener un segundo múltiple autónomo de TDT, por otro. En este caso, las políticas de comunicación han quedado subordinadas a la confrontación política partidista y han perdido su conexión con la defensa del interés general y las demandas de la sociedad civil. Más allá de ejemplos concretos, las políticas de comunicación en la Comunidad Valenciana, sometidas a esta dinámica, han carecido de una entidad, identidad y autonomía propias y específicas. En consecuencia, se han configurado como unas políticas débiles y desestructuradas, sin una visión clara y coherente de futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- BADILLO, A. (2007). "La nueva televisión de proximidad: Un (incompleto) mapa de la TDT local y autonómica". En MARZAL, J. & CASERO, A. (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- BUSTAMANTE, E. (2007). "Lecciones de un laboratorio peculiar. La televisión digital y sus tortuosos caminos". En BUSTAMANTE, E. (ed.): *Cultura y comunicación para el siglo XXI*. La Laguna: IDECO.
- CASERO, A. (2009): "Transparency in the structure of the Catalan communication system: The Communication and Culture Barometer". En *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, Vol. 1 (1), pp. 111-117.
- CEVALSI (2008). "Infobarómetro Social de la Comunidad Valenciana". Disponible en http://www.cevalsi.org/docs/documentos/resumen/resumen_ejecutivo_65.pdf
- FUNDACIÓN ORANGE (2009a). *e-España 2009. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España*. Disponible en http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/e2009.pdf
- FUNDACIÓN ORANGE (2009b). "Estudio comparativo 2009 de los Servicios Públicos on-line en las Comunidades Autónomas Españolas". Disponible en http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/eadministracion2009.pdf
- FUNDACIÓN ORANGE (2009c). "Análisis del uso de los procedimientos básicos de eAdministración en las CCAA por parte de los ciudadanos y las empresas". Disponible en http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/uso_eadministracion_ccaa2009.pdf
- FUNDACIÓN OVSI (2002). "Infoville 21". Disponible en <http://www.ovsi.com/proyectos/1.pdf>
- FREEDMAN, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity Press.
- GÁMIR RÍOS, J.V. (2005). "Poder político y estructura mediática: la comunicación en la Comunidad Valenciana durante la presidencia de Eduardo Zaplana (1995-2002)". En *Aposta. Revista de ciencias sociales* n° 23. Diciembre 2005. Disponible en <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/gamir.pdf> pp. 1-22
- HALLIN, D. & MANCINI, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

- HUMPHREYS, P. (1996). *Mass Media and Media Policy in Western Europe*. Manchester: Manchester University Press.
- LÓPEZ CANTOS, F. (2007). "El panorama de la TDT en la Comunidad Valenciana". En MARZAL, J. & CASERO, A. (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2008a). *Los cibermedios valencianos: cartografía, características y contenidos*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en <http://www.cibermediosvalencianos.es/cibermedios.pdf>
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2008b). "CiberPSPV comprueba la tasa de respuesta por email de la Generalitat Valenciana". Disponible en <http://www.ciberpspv.net/2008/11/29/ciberpspv-comprueba-la-tasa-de-respuesta-por-email-de-la-generalitat-valenciana/>
- MARTÍN, M^a Antonia (2003). "Políticas de comunicación en la España multimedia". En *Historia y Comunicación Social* n^o 8. pp. 187-2005.
- MARTÍNEZ DE VALLEJO, Blanca (2004). "Alcoy, modelo europeo de Ciudad Digital". En *Bit* n^o 145, Junio-Julio 2004. Disponible en http://www.coit.es/publicac/publbit/bit145/esp_martinez.pdf. pp. 42-43.
- MARZAL, J. & CASERO, A. (eds.) (2007). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- MARZAL, J. & CASERO, A. (2008). "La investigación sobre la televisión local en España: nuevas agendas ante el reto de la digitalización". En *Zer*, n^o 25, pp. 83-106.
- MARZAL, J. & CASERO, A. (2009). "Las políticas de comunicación ante la implantación de la TDT en España. Balance crítico y retos pendientes". En *Sphera Publica*, n^o 9, pp. 95-113.
- MURCIANO, M. (2006). "Las políticas de comunicación ante los retos del nuevo milenio: Pluralismo, diversidad cultural, desarrollo económico y tecnológico y bienestar". En *Zer*, n^o 20, pp. 371-398.
- ORTEGA, F. (ed.) (2006). *Periodismo sin información*. Madrid: Tecnos.
- SANMARTÍN, J. & BAS, J. J. (2008). "La televisión digital local pública en la Comunidad Valenciana: estado de la cuestión". En MEDINA, M. & FAUSTINO, P. (org.). *The Changing Media Business Environment*. Lisboa: Media XXI.
- VV.AA. (2008). "Comunitat Valenciana". En FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2008). *La Sociedad de la Información en España 2008*. Barcelona: Ariel. Disponible en http://e-libros.fundacion.telefonica.com/sie08/aplicacion_sie/ParteA/pdf/Cap.15.pdf. pp. 402-413
- XAMBÓ, Rafael (2001). *Comunicació, política i societat. El cas valencià*. Valencia: Tres i Quatre.