

La investigación sobre la televisión local en España: nuevas agendas ante el reto de la digitalización

Espainiako tokiko telebistari buruzko ikerkuntza: agenda
berriak digitalizazioaren erronkaren aurrean

Research Into Local Television in Spain: New Agenda in
the Face of the Challenge of Digitalisation

Javier Marzal Felici¹ y Andreu Casero Ripollés²

zer

Vol. 13 – Núm. 25

ISSN: 1137-1102

pp. 83-106

2008

Recibido el 5 de mayo de 2008, aprobado el 7 de octubre de 2008.

Resumen

El presente artículo trata de ofrecer una visión panorámica del estado de la investigación en el campo de la televisión local en España, en pleno proceso de transición digital. Asimismo, se proponen las principales áreas que habrán de conformar la agenda de investigación en este campo, y que se concretan en cinco ámbitos de reflexión: la estructura del sector televisivo local; las políticas de comunicación; los contenidos y servicios de la televisión local en el marco de la digitalización; la recepción y el público de la televisión digital local; y la comunicación política en el contexto de la digitalización televisiva.

Palabras clave: Televisión local · Televisión digital · Estructura del sistema audiovisual · Comunicación local · Políticas de comunicación

¹Universitat Jaume I (Castellón), marzal@com.uji.es

²Universitat Jaume I (Castellón), casero@com.uji.es

Laburpena

Digitalizaziorako trantsizio-prozesuan gaudela, Espainiako telebista lokalen egoerari buruzko ikerketaren ikuspegi zabala eskaintzen du artikulu honek. Era berean, aipaturiko esparruan egindako ikerketen agenda osatu beharreko arloak proposatzen dira, bost atal nagusitan sailkatuta: tokian tokiko telebistaren sektorearen egitura; komunikazio-politikak; digitalizazio-esparru barruan tokiko telebistak eskaini beharreko edukiak eta zerbitzuak; tokiko telebista digitalaren harrera eta ikus-entzuleria, eta komunikazio politikoa telebistaren digitalizazioaren testu-inguruan.

Gako-hitzak: Tokiko telebista · Ikus-entzunezko egitura · Tokiko komunikazioa · Komunikazio-politikak

Abstract

This paper attempts to offer an overall view of the state of research in the field of local television in Spain, which is in the middle of the digital transition. It also suggests the main areas that should make up the research agenda in this field, taking the form of five spheres of reflection: the structure of the local television sector; communication policies; local television content and services in the context of digitalisation; reception and the audience for local digital television; and political communication in the context of television digitalisation.

Keywords: Local Television · Digital Television · Structure of the Audiovisual System · Local Communication · Communication Policies

0. Introducción

La digitalización televisiva abre un intenso y profundo proceso de alteraciones que afectan, irremisiblemente, a la naturaleza, la concepción y las dinámicas del medio a todos los niveles. El calado de las transformaciones es tal que incluso puede calificarse de verdadera “revolución estructural” (Marzal y Casero, 2007). Por ello, debido a su magnitud, estamos, también, ante un fenómeno que supone un cambio notable en el ámbito de la investigación de la comunicación. Circunstancia que plantea la necesidad de transitar nuevos territorios y de enfrentarse a nuevos objetos de estudio vinculados a un medio que continúa manteniendo una elevada centralidad en la vida cotidiana de los ciudadanos.

Ante esta constatación, este trabajo pretende cumplir con un doble objetivo. Por un lado, intenta presentar un diagnóstico, a modo de balance crítico, de los avances registrados por la investigación en televisión local en el Estado español. Mientras, por otro, aspira a señalar aquellas líneas y argumentos prioritarios que están llamados a ocupar una posición preeminente a corto y medio plazo. Con ello, se busca, en el primer caso, compendiar lo que se sabe sobre este campo, determinando las principales aportaciones efectuadas a lo largo de los últimos años. Además, la confección de este estado de la cuestión permite valorar críticamente los conocimientos adquiridos, resaltando tanto los progresos como las deficiencias y los obstáculos. Sólo de esa forma, es posible averiguar los ámbitos cubiertos y los vacíos históricos y las materias aún por explorar.

En segundo término, se pasa revista a las temáticas emergentes, relacionadas con la televisión local en la era digital, que pueden jugar un papel clave en los próximos tiempos. Todo ello, con el objetivo de exponer, sucintamente, las cuestiones y áreas prioritarias que han de articular la agenda investigadora sobre la digitalización televisiva en el espacio de proximidad en un futuro inmediato. Retos a los que la comunidad académica deberá hacer frente si aspira a conocer mejor qué es y cómo funciona la televisión digital local.

1. La investigación en televisión local en España: hacia un balance crítico

El medio televisivo constituye, actualmente, un objeto de estudio preferente en la investigación sobre comunicación audiovisual desarrollada en España. Pese a ello, la televisión local se ha configurado, históricamente, como un territorio menor o secundario, quedando lejos de los principales núcleos de interés de la comunidad académica. Por ello, la producción científica que ha girado alrededor de esta temática ha sido,

tradicionalmente, escasa (Martínez Hermida, 2002). Circunstancia que ha deparado una exigua masa crítica de trabajos que permitan conocer la naturaleza, dinámicas, agentes y lógicas que gobiernan este espacio. El aumento de la importancia social otorgada a la comunicación local, que ha provocado que, por citar un ejemplo, la televisión local, en conjunto, alcance una cuota media anual de audiencia del 3,5% en 2005, del 3,4% en 2006 y del 2,6% en 2007, según datos de Sofres, en el conjunto del Estado español, no se ha traducido en un aumento exponencial de las investigaciones que se han ocupado de aportar conocimientos empíricos sobre este campo.

El repaso a las aportaciones efectuadas en el curso de los últimos años nos permite poner de manifiesto una serie de rasgos distintivos sobre la investigación en televisión local en España. Éstos se pueden concretar en un conjunto de puntos:

1. Los estudios centrados en la televisión local representan, globalmente, un volumen reducido si los comparamos con el resto de temáticas relacionadas, no ya con el campo de las ciencias de la comunicación, sino con el propio medio televisivo. La importancia asumida por el espacio estatal a la hora de articular y condicionar las dinámicas comunicativas del sector permite explicar, en parte, la desatención académica respecto de lo local. Su debilidad política, derivada del hecho que ha carecido, y carece, de capacidad normativa propia, quedando supeditado a las directrices procedentes del Estado o la Comunidad Autónoma, ha actuado como elemento desincentivador del interés de los investigadores. Además, otro factor que incide en este hecho es la complejidad geográfica que caracteriza al espacio local, donde se engloban unidades territoriales tan variadas como el barrio o el municipio sin olvidar la comarca o, incluso, la provincia. Igualmente, contribuye a ello la inseguridad jurídica que ha caracterizado al despliegue de la televisión local analógica en España, que ha propiciado un desarrollo caótico y selvático del sector. Finalmente, la elevada diversidad y heterogeneidad que presenta la televisión local redundan en la aparición de numerosas particularidades que dificultan la generalización de los resultados y la localización de factores explicativos comunes.
2. Pese a que los primeros estudios (Prado, 1985; Moragas, 1988; Moragas y Corominas, 1988; Prado y Moragas, 1991), centrados en el fenómeno de las televisiones comunitarias, se remontan a la década de los ochenta, la televisión local no se incorpora, con cierta normalidad, a la agenda investigadora en el campo de las ciencias de la

comunicación hasta principios de la década del 2000. El carácter aislado de los trabajos desarrollados hasta entonces se transforma en un aumento de la atención respecto del espacio local. Esta circunstancia motiva la aparición de diversas investigaciones, que aunque no asumen un elevado volumen numérico, ofrecen claves de gran interés para conocer la situación del sector. Este incremento del interés investigador en España hacia la televisión local se ve claramente reflejado en las referencias bibliográficas específicas sobre el tema citadas en este artículo, concentradas, en su mayor parte, en los últimos 5 años.

3. Otro aspecto característico de la investigación sobre televisión local tiene que ver con la importancia atribuida al análisis de casos concretos. Frecuentemente, el objeto de estudio de los trabajos sobre el medio televisivo en el espacio local se centra en un único ámbito geográfico, correspondiente a una comunidad autónoma, o, en menor medida, en un único operador. Pecan, en este sentido, de “localizables” y de poseer un estricto interés local (Martínez Hermida, 2002). Estas contribuciones, aunque tienen en cuenta el marco estatal como elemento contextual, únicamente afrontan el análisis empírico de una parte del territorio español. Fruto de ello, la investigación en comunicación audiovisual ha sido incapaz de efectuar un estudio en profundidad, mediante herramientas empíricas, del conjunto de actores, formas de organización y funcionamiento y lógicas de la televisión local analógica a nivel estatal que, más allá de la mera descripción, dé cuenta de sus factores explicativos. Ante la ausencia de este tipo de planteamientos, que parece que comienzan a revertirse (Badillo, 2007), sólo cabe recurrir a estudios de caso específicos como los desarrollados para Cataluña (Prado y Moragas, 1991 y 2002; Guimerà, 2007), Castilla-León (Badillo, 2003), Aragón (Sabés Turmo, 2002), el País Vasco (Arana, Azpillaga y Narbaiza, 2003; Santos Díez y Pérez Dasilva, 2004a), la Comunidad Valenciana (Sanmartín Navarro y Bas Portero, 2008), Extremadura (Vacas, 1999), Galicia (Martínez Hermida, 2001 y 2007) o las provincias de Vizcaya (Santos Díez y Pérez Dasilva, 2004b) y Castellón (López Cantos, 2005).
4. En cuanto a las áreas temáticas en las que se asentado la investigación sobre televisión local en España cabe destacar el fuerte protagonismo asumido por los trabajos relacionados con la estructura y las políticas de comunicación (Prado y Moragas, 1991 y 2002; Prado, 2004; Corominas, Guimerà, Fernández y Bonet, 2005; Badillo, 2005; López Cantos, 2005, Guimerà, 2006; OCL, 2001, 2003, 2005 y 2007). Los intentos por describir la situación y la condiciones del sector (recursos materiales y humanos disponibles, formulas de financiación, régimen

de la emisora, promotores o modelos organizativos, entre otros temas) y catalogar al conjunto de los operadores participantes han constituido una constante a lo largo de los últimos años. Todo ello, con el objetivo de trazar un mapa, lo más de exacto posible, de un sector altamente complejo y desconocido, debido a las lagunas legislativas que ha presidido su evolución histórica hasta la actualidad. Esta voluntad topográfica ha prescindido, en algunas ocasiones, de la búsqueda de aspectos que permitan entender y explicar la evolución del espacio local y las causas de fondo de sus dinámicas. Por otra parte, la hegemonía de los enfoques basados en la estructura y las políticas de comunicación ha conllevado la marginación de otras cuestiones como la recepción, la comunicación política y los contenidos audiovisuales como objeto de estudio en relación con la televisión local, exceptuando casos puntuales sobre la programación (Prado y Moragas, 1991 y 2002). Sólo recientemente, se han planteado algunas aproximaciones al análisis de este tipo de cuestiones, como, por ejemplo, aquellas vinculadas al estudio de los programas informativos en el espacio local (Rodríguez Vázquez, 2001; Esteve Ramírez, 2003; Iglesias, 2005), de la estrategia informativa de las redes locales, como el caso de Popular TV (De Haro Izquierdo, 2008), o de la relación entre actores políticos y televisivos en el escenario local (Casero, 2003).

2. Nuevas áreas de la agenda investigadora sobre la televisión digital local

Planteado el balance de la situación actual de la investigación de la televisión local en España, este apartado tiene como objetivo detallar una serie de ámbitos que pueden resultar claves en el estudio del impacto de la digitalización en este campo. Con ello, se pretende asentar las bases de una nueva agenda investigadora para este espacio audiovisual. En este sentido, se propone un recorrido por un total de cinco grandes campos: la estructura del sector televisivo, las políticas de comunicación en el escenario local, los contenidos y servicios, los estudios de recepción y, finalmente, la comunicación política.

2.1. Estructura del sector televisivo en el espacio local

Esta línea de investigación se ocupa del estudio de las características de los agentes y las dinámicas que conforman el mercado televisivo, en el marco de su contexto social, político y económico. Como afirmábamos en el epígrafe anterior, se trata de uno de los terrenos más fértiles de la producción científica sobre la televisión local. Su supremacía implica que nos encontramos ante una de las áreas más exploradas y transitadas por

la comunidad académica española. Por ello, son diversos los estudios que están dando cuenta de la migración digital, desde esta óptica, tanto en el escenario estatal (Soto y Ribes, 2003; García Leiva, 2006; Fernández-Beaumont, 2006; Prado, 2004 y 2005; Bustamante, 2008) como en el ámbito local (Guimerà, 2006; Marzal y Casero, 2007; Badillo, 2007; Corominas *et alt.*, 2007).

La mayor parte de estos análisis se centra en la introducción inicial de la televisión digital terrestre (TDT) a partir de la frustrada experiencia de Quiero TV y la posterior parálisis en la que se sumió la digitalización en España. No obstante, la reformulación de este sistema televisivo, impulsada, en 2005, por el Gobierno socialista presidido por José Luís Rodríguez Zapatero, con la modificación tanto del Plan Técnico Nacional como del Plan Técnico de la Televisión Local, ha supuesto una revitalización del sector que se ha traducido en un aumento de los estudios que pretenden trazar una cartografía de los cambios.

La instauración de un nuevo mapa televisivo a nivel local implica la necesidad de estudiar los resultados de los concursos de concesión de licencias de emisión. En este sentido, son especialmente interesantes y necesarios los análisis que pretenden observar el avance del fenómeno de la concentración en los ámbitos comunicativos de proximidad y hacer un balance de la presencia de los grandes grupos de comunicación en este terreno. Los primeros estudios sobre estas cuestiones indican dos conclusiones preliminares (Badillo, 2007; Corominas *et alt.*, 2007) que habrá que validar en un futuro, cuando se complete el largo proceso de adjudicación de licencias en las diferentes comunidades autónomas que integran el Estado español. En primer lugar, el reparto del mercado televisivo local verifica la plena incorporación de los grupos multimedia a este espacio comunicativo, en el que se consolidan, en posiciones de dominio, empresas ya existentes, como Prensa Ibérica, COPE o Vocento, y se asiste a la irrupción de nuevos actores como Mediamed, Libertad Digital, Enrique Cerezo o el grupo Farrús. Con ello, se constata que la mercantilización (Mosco, 2006) ha sufrido un fuerte avance en este sector, debido tanto al vacío legal persistente durante largos años (Prado, 2004) como a la politización en el reparto de concesiones administrativas de emisión. En segundo término, la actual distribución del sector, fruto de la digitalización, nos sitúa ante una serie de operadores que, por un lado, se hallan en condiciones de construir redes de televisión local con cobertura estatal (Libertad Digital, COPE, Prensa Ibérica) y, por otro, ante un conjunto de agentes que pueden articular redes regionales de televisión local (Canal Català en Cataluña, Enrique Cerezo en Madrid o Mediamed en la Comunidad Valenciana). Dos fenómenos de gran interés, cuya evolución habrá que observar minuciosamente.

Junto a esta serie de estudios sobre la conformación del mercado televisivo en el espacio local, la agenda investigadora deberá prestar una especial atención, de manera inminente, a la definición del propio concepto de “televisión local”. La puesta en marcha de la TDT implica una verdadera refundación del sector, ya que éste pasa organizarse a partir de una nueva unidad geográfica: la demarcación. La elección de esta fórmula supone el establecimiento de divisiones territoriales artificiales que superan el marco estrictamente local y no coinciden con realidades geográficas anteriores, como las comarcas. En la mayoría de los casos, una demarcación incluye diversos municipios, exceptuando el caso de las grandes ciudades. Con ello, se asiste a la aparición de la televisión supralocal, ya que un mismo operador pasa a prestar servicios a un conjunto de localidades y no a una única como en el escenario analógico. Este cambio obliga a repensar la noción misma de “televisión local”. Una posible vía consiste en apostar por la denominación “televisión de proximidad” (Moragas, Garaitonaindía y López, 1999), pero este apelativo incluye también a la “televisión autonómica” que constituye una realidad diferente y diferenciada. Otra opción la ofrece el término “medios comunitarios” (Jankowsky, 2002), aunque se trata, no obstante, de una noción que remite a aquellas experiencias de implicación y gestión de los medios audiovisuales por parte de la sociedad civil. Por lo tanto, nuevamente, trasciende la esfera específica de la televisión local para englobar escenarios más amplios. En consecuencia, una reflexión conceptual que permita repensar la terminología utilizada para adecuarla al nuevo contexto se antoja urgente.

En tercer término, la investigación sobre la estructura de la televisión local digital debe dedicar una atención preferente a la cuestión de la financiación del nuevo sistema derivado de la implantación de la TDT. El análisis de los modelos de negocio y de las vías de obtención de recursos económicos emerge como uno de los grandes retos en este campo. La abundancia comunicativa, asociada a la multiplicación de canales que conlleva la tecnología digital, la introducción de operadores privados en todos los estratos del sistema televisivo (estatal, autonómico y local), el peso de la competencia en el campo comunicativo (marcada por su carácter multidireccional, que redundaba en su elevada complejidad y su extraordinaria intensidad), y el predominio de las lógicas vinculadas a la mercantilización (Mosco, 2006), convierten a la financiación en elemento fundamental en el contexto de la TDT. En este sentido, la indagación del papel jugado por el sector publicitario y su impacto sobre el medio televisivo, por un lado, y la exploración de nuevas fórmulas de generación de recursos, por otro, aparecen como cuestiones a observar de cerca. Todo ello, con la voluntad de averiguar cómo el sector televisivo logrará articularse para garantizar la supervivencia de sus actores en el futuro.

Vinculado a estos interrogantes, otro núcleo de interés clave para la nueva agenda investigadora sobre televisión local en el contexto digital tiene que ver con los modelos organizativos adoptados por las empresas televisivas. Además, de testar la pervivencia de las modalidades procedentes de la era analógica en el nuevo marco, resulta esencial conocer las singularidades y peculiaridades que la digitalización introduce en las estructuras de los operadores televisivos. La tensión entre viejos y nuevos esquemas en el plano organizativo, y el resultado de este proceso, se alza como un aspecto dotado de una especial relevancia. Esta cuestión abre, especialmente, unas perspectivas investigadoras de gran interés en el ámbito de la TDT local de titularidad pública. En la mayor parte de los casos, la puesta en marcha de estas cadenas públicas constituye una auténtica novedad. La investigación sobre el modelo de gestión adoptado en estos casos (plenamente público o basado en una externalización total o parcial), y sus consecuencias, por un lado, y el estudio sobre el reparto de poder en el seno de los consorcios públicos de TDT y sus efectos, por otro, aparecen como polos de notable interés para conocer las lógicas de actuación de la televisión local digital. En este último caso, la necesidad de encajar a diversos municipios, con partidos gobernantes diferentes, en un mismo canal plantea un escenario de gran interés y complejidad.

Finalmente, otro de los aspectos a considerar en esta nueva agenda investigadora se refiere a la emergencia de nuevos sistemas de distribución de la señal televisiva, alternativos a las ondas terrestres. La reordenación traumática derivada de la TDT ha dejado a un número importante de operadores locales sin licencia de emisión. Este hecho los sitúa ante la disyuntiva de afrontar el cese de sus actividades, de reconvertir sus funciones desplazándose hacia el sector de la producción audiovisual o de buscar nuevas formulas de difusión de su programación al margen del espacio radioeléctrico. Esta circunstancia convierte a los actores sin concesión en un interesante objeto de estudio. El análisis de su evolución y su papel en el sector televisivo digital plantea numerosas incógnitas que la investigación en comunicación audiovisual deberá resolver.

2.2. Políticas de comunicación en el escenario local

Esta línea de investigación se ocupa del estudio de los procesos de intervención pública sobre el sector audiovisual, entre los que sobresale la regulación, por un lado, y la articulación de medidas de fomento y promoción de la digitalización, por otro. En este sentido, esta área ha generado ya algunos trabajos que analizan el proceso de implantación de la TDT local desarrollado en el Estado español (Corominas, Guimerà, Fernández y Bonet, 2005). Sus resultados ponen de manifiesto el carácter

errático e inestable de la planificación política en la introducción de este nuevo sistema televisivo en nuestro contexto.

No obstante, todavía resulta ineludible plantear nuevos estudios destinados a examinar el papel jugado por las Administraciones públicas, tanto el gobierno del Estado como los ejecutivos autonómicos, en la extensión de la TDT local. Es esencial descubrir factores y motivaciones que permitan explicar el escaso grado de generalización social asumido por la televisión digital en nuestro país. En este sentido, el análisis de las políticas de comunicación puestas en marcha constituye una fuente inmejorable para obtener evidencias empíricas que nos permitan comprender porqué en septiembre de 2008, a poco más de año y medio del apagón analógico, únicamente un 38,8% de los hogares españoles cuentan con TDT, según Sofres, y, todavía, su radio de cobertura, lejos de alcanzar el 100%, llega en el 89,15% del territorio estatal, tomando datos de Abertis Telecom de julio de 2008.

Igualmente, la evaluación, a partir de la perspectiva de las políticas de comunicación, de las estrategias de *switch-off* aplicadas en España para poner fin a la era analógica constituye otro argumento de investigación de primer orden. En el espacio local, este tipo de trabajos deberá prestar una especial atención a la puesta en marcha de las diversas experiencias piloto de introducción de la TDT, como las efectuadas en Alcázar de San Juan o Soria, valorando críticamente los resultados obtenidos. Todo ello, nos sitúa ante la necesidad de analizar las medidas de fomento diseñadas y ejecutadas por las instancias gubernamentales en pro del impulso de la digitalización en nuestro país a todos los niveles, pero, especialmente, en el terreno local.

En relación al sector local, otro aspecto trascendente desde la óptica de las políticas de comunicación reside en el análisis de los procesos de regulación del audiovisual, en general, y de la televisión, en particular, vinculados a la migración digital. En el contexto actual, son diversas las comunidades autónomas, Cataluña y la Comunidad Valenciana constituyen dos ejemplos en este sentido³, que se están dotando de un aparato legislativo propio para desarrollar sus competencias en esta materia y determinar las directrices básicas a seguir en cuestiones esenciales como los contenidos y la programación televisiva, los sistemas de adjudicación de licencias y otros aspectos vinculados a la ordenación del medio. Todo ello, nos sitúa ante un nuevo escenario fruto del cuál, pueden articularse sistemas televisivos heterogéneos, vinculados a los

³ Se trata de la Ley 1/2006, de 19 de abril, de la Generalitat, del Sector Audiovisual, en el caso de la Comunidad Valenciana, y de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la Comunicación Audiovisual de Cataluña, en el caso de esta comunidad.

espacios local y regional, en los diferentes territorios del Estado. En consecuencia, se impone el estudio de este fenómeno desde una perspectiva comparada que permita establecer las similitudes y divergencias entre las distintas autonomías en esta materia.

Finalmente, la investigación en televisión digital local desde el punto de vista de las políticas de comunicación debe otorgar preferencia a los vínculos existentes entre digitalización televisiva y extensión de la Sociedad de la Información (Prado, 2003). El medio televisivo, en este proceso, puede articularse como un poderoso mecanismo capaz de reducir la brecha digital (*digital divide*), incorporando públicos reticentes o ajenos a la informática a la nueva forma de organización social basada en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y la microelectrónica (Castells, 2006). El potencial universalizador de la televisión, el dispositivo mediático con mayor penetración y uso social en la actualidad, puede, gracias a la digitalización y la convergencia tecnológica, ponerse al servicio del avance de la sociedad-red a partir, principalmente, de la adición a la oferta televisiva de servicios interactivos. Una dinámica en la que asume un protagonismo especial en los espacios locales y de proximidad, ya que puede aprovecharse de la mayor cercanía a la vida cotidiana de los ciudadanos. El estudio de estos fenómenos de interrelación entre la televisión y la Sociedad de la Información, y del papel de los organismos públicos en su fomento, están llamados a situarse también entre las prioridades de la agenda investigadora en el campo de la comunicación audiovisual en un futuro inmediato.

2.3. Contenidos y servicios de la televisión local en el marco de la digitalización

Sin lugar a dudas, uno de los elementos que asume una extraordinaria revalorización en el contexto de la digitalización son los contenidos y servicios (Bustamante y Álvarez Monzoncillo, 1999). Éstos, especialmente en el caso de la TDT, pasan a configurarse como un elemento estratégico de primer orden dentro del mercado televisivo (Casero, 2006), asumiendo un fuerte protagonismo y una incidencia sobresaliente. Por ello, se convierten en un objeto de estudio preferente en el nuevo contexto y pasan a adquirir una centralidad renovada en la agenda investigadora sobre televisión digital local.

Los estudios realizados hasta ahora han puesto de manifiesto la existencia de una situación de bloqueo en el mercado televisivo digital, que afecta sobremanera a la TDT (Casero, 2007a). La escasez de audiencias de los canales TDT, que, tomados en conjunto, llegaron al 17,4% de *share* en España con datos de septiembre de 2008, según Sofres, conlleva la ausencia de inversiones publicitarias específicamente destinadas a este

sector y, consiguientemente, todo ello se traduce en una oferta de contenidos poco atractiva y basada principalmente en el reciclaje y repetición (Casero, 2007b). Así, se ha generado un círculo vicioso que está frenando la innovación y retrasando el despegue del nuevo sistema televisivo, que se halla sumido en un estado de “tensa espera” en cuanto a la experimentación de nuevos formatos y programas se refiere. La aplicación de criterios de racionalidad mercantil y de búsqueda de la rentabilidad económica (McChesney, 2002), evitando al máximo la asunción de riesgos, están presidiendo la gestión de las nuevas ventanas audiovisuales abiertas a raíz de la multiplicación traída por la digitalización.

Igualmente, diversas investigaciones han probado que la mayor variedad de canales y operadores televisivos, propia de la abundancia digital, no entraña un aumento de la diversidad de la oferta de contenidos (Prado y Franquet, 1998), tanto en el contexto español (Prado, 2005; Casero, 2006) como en el marco europeo (Delgado y Larrègola, 2003; Delgado, 2007). Esta contundente máxima implica, por un lado, el avance de la homogeneización de la programación televisiva, marcada por el predominio de los géneros basados en la información y la ficción (Prado, 2005), y, por otra, que las novedosas posibilidades técnicas no redundan en una mayores dosis de innovación y originalidad en los contenidos (Delgado, 2007). Multiplicación de canales no significa pluralidad de oferta, más bien al contrario. Los estudios realizados permiten observar que, en cuanto a contenidos se refiere, se está llevando a cabo una transposición del modelo dominante de la televisión analógica al escenario digital. Con ello, se reafirma el carácter conservador del negocio televisivo, dominado por las lógicas de las industrias culturales en un contexto de mercantilización e hipercomercialización (McChesney, 2004) que abocan a los operadores televisivos a lograr la máxima rentabilidad económica posible en el menor tiempo posible.

Estas dos evidencias (la situación de bloqueo del mercado y la falta de concordancia entre incremento de canales y aumento de la diversidad de la oferta) han sido probadas en los espacios estatales e internacionales, pero todavía no en el marco local. Por ello, se impone, como una prioridad ineludible de la agenda investigadora en el área de comunicación audiovisual, el estudio de los contenidos de la televisión digital local. Resulta clave averiguar si en el espacio local se repiten los mismos parámetros explicativos o si surgen variaciones de signo diverso.

A priori, a falta de análisis empíricos sobre la cuestión, todo parece indicar que la menor capacidad económica de los operadores televisivos locales redundan en un aumento de las dificultades para afrontar la compra o la producción de contenidos atractivos. Así, fruto de esta coyuntura,

algunas televisiones locales están optando por reemitir series de ficción anteriormente difundidas por las grandes cadenas nacionales. Se trata del caso, por ejemplo, de Canal Català TV, propietario de 16 licencias de TDT local en Cataluña, que ha llegado a un acuerdo con Telecinco para ofrecer series como *7 vidas*, *Hospital Central* y *Al salir de clase*, dobladas al catalán.

En todo caso, conocer la estructura y las características de los contenidos de la televisión digital local aparece como un aspecto esencial, ya que en ellos se encuentra la clave de la supervivencia de este sector a medio y largo plazo. En este sentido, determinar el grado de vinculación con el territorio y los ámbitos de proximidad de los espacios de las parrillas de programación de la TDT local, especialmente aquella de titularidad privada, constituye uno de los interrogantes básicos.

Junto a estas cuestiones, la investigación en televisión digital local deberá atender otros aspectos en relación con el ámbito de los contenidos. Por un lado, es esencial estudiar las alteraciones que la digitalización traerá consigo en la concepción actual de la programación televisiva, marcados por la ruptura del flujo (Casero, 2007a). En segundo término, otro foco de atención tendrá que orientarse hacia el análisis de la concepción y la configuración de los contenidos en el contexto digital para averiguar las transformaciones registradas por la narrativa audiovisual (Manovich, 2005; Vilches, 2001). En tercer lugar, también habrá que observar detenidamente las mutaciones que afectarán a los contenidos publicitarios en televisión en el marco de la digitalización (Carrillo Durán 2005a y 2005b; Casero 2007a). Finalmente, también reviste especial interés el estudio de los procesos y procedimientos de producción de los contenidos televisivos en el marco de la digitalización y la evaluación del impacto del cambio tecnológico sobre los mismos.

Junto a la centralidad otorgada a los contenidos, la digitalización implica una novedad esencial en cuanto a la oferta audiovisual se refiere: la posibilidad de incluir servicios interactivos de valor añadido prestados a través del televisor. Al aparecer como un aspecto inédito, éstos se configuran como un objeto de estudio específicamente vinculado al contexto digital que asume una gran trascendencia. La posibilidad de desarrollar nuevos productos, de articular nuevas vías de financiación y modelos de negocio o de ensayar nuevos caminos para la prestación de servicios públicos a la ciudadanía, como la e-administración o la e-sanidad, son, entre otras, algunas de las potencialidades de los servicios interactivos. Por ello, están llamados a asumir un papel clave en el marco de la agenda investigadora en comunicación audiovisual en un futuro inmediato.

Hasta el momento, los estudios realizados sobre esta cuestión ponen de manifiesto la situación de subdesarrollo en la que se encuentran los

servicios interactivos en nuestro país a todos los niveles (GRISS, 2006). El mercado español ha apostado por la introducción de estos servicios de forma coyuntural y no como una estrategia a largo plazo ni como una fuente alternativa de ingresos (Prado y Fernández Quijada, 2007). Además, los trabajos sobre esta materia suponen la puerta de entrada de la tecnología como un factor clave en la agenda investigadora sobre la televisión (GRISS, 2006), un aspecto que, tradicionalmente, había ocupado una posición secundaria. Debido a su naturaleza, su estudio sitúa el foco de atención en la interactividad, aplicada al medio televisivo, como un objeto de análisis preferente. Este concepto, entendido como aquella modelización televisiva que permite al usuario intervenir en el desarrollo y evolución de los contenidos (Larrègola, 1998), abre nuevos y fecundos escenarios (Mestre Pérez, 2005; Carrillo Durán, 2005b). Así, implica tanto las alteraciones en la narrativa audiovisual y en la concepción de los productos televisivos como el acceso de nuevos actores de naturaleza tecnológica, como los operadores de telecomunicaciones, al mercado televisivo. Todo ello, sin olvidar las conexiones entre el medio televisivo y otros soportes a partir de una dinámica de multiplicación de las pantallas, impulsada por la convergencia tecnológica, que comporta una diversificación de las formas de distribución de los contenidos y una pluralidad de dispositivos de consumo más allá del televisor tradicional (Vilches, 2001).

Por todo ello, el estudio de los servicios interactivos en la televisión digital local aparece como un campo de gran relevancia en la investigación. Será necesario plantear análisis sobre la implantación de estos dispositivos, su concepción, su uso por parte de la ciudadanía y su incidencia sobre el sector y los operadores televisivos en el espacio local. En definitiva, será fundamental conocer las posibilidades técnicas que plantean y los efectos que su impacto produce en todos los terrenos del medio, sin olvidar la vertiente social de la tecnología. Al plantear este tipo de trabajos conviene no perder de vista la provocadora idea que afirma que primero somos las personas las que moldeamos las tecnologías para que, posteriormente, se inviertan los términos y sean las tecnologías las que nos modelan a nosotros (McLuhan, 1996).

2.4. La recepción y el público de la televisión digital local

Otro de los ámbitos esenciales de la investigación comunicativa ha estado ligado al estudio de los procesos de recepción de los mensajes y a los intentos por averiguar quién, cómo y por qué consume contenidos televisivos. Unos aspectos que resultan claves también en el nuevo escenario derivado de la migración digital.

Dentro de los estudios de recepción sobresalen dos grandes cuestiones destinadas a ocupar un lugar destacado en la nueva agenda investigadora sobre televisión digital local. En primer lugar, resulta básico impulsar trabajos destinados a conocer los hábitos del público y su comportamiento ante la pantalla. Se trata de analizar la acción social del espectador televisivo en el entorno local para determinar sus patrones de conducta y los usos sociales del medio en este espacio. En este sentido, las nuevas posibilidades aportadas por los avances tecnológicos asociados a la digitalización unidas a la multiplicación cuantitativa de la oferta que la migración origina, abre múltiples interrogantes. Cómo va a gestionar esta abundancia televisiva la audiencia o cuál va a ser su rol ante las potencialidades tecnológicas, aportadas por la interactividad, la movilidad o la alta definición (Fernández Quijada, 2007). Incógnitas que confluyen en el estudio de las transformaciones en la estructura de gustos y comportamientos televisivos fruto de la digitalización. Una temática que la investigación comunicativa deberá situar entre sus prioridades, especialmente en el espacio local, donde la cercanía entre el medio y sus públicos es mayor.

En segundo término, otro aspecto esencial de los estudios de recepción consiste en el análisis de los procesos de apropiación y creación de significados y sentidos sociales por parte del público en relación a la televisión digital local. Este tipo de trabajos también ocuparán un lugar clave entre las prioridades de la nueva agenda investigadora derivada de la digitalización. La construcción de identidades locales, de sentimientos de pertinencia o de imaginarios colectivos, entre otros aspectos, se alza como una potente competencia de la televisión, especialmente en el espacio local. Una facultad, todavía no suficientemente explorada en el terreno local, que reclama nuevos estudios para generar explicaciones que den cuenta de estos complejos fenómenos.

Pese al carácter crucial del público en el negocio televisivo, hasta el momento, los estudios de recepción han sido un ámbito, tradicionalmente, poco atendido por la investigación en comunicación audiovisual, en general, y en televisión local, en particular. Por ello, apenas sabemos qué sucede cuando los contenidos televisivos se encuentran con sus destinatarios. Los estudios que han pretendido dar cuenta del público televisivo ha priorizado una óptica descriptiva fuertemente anclada en el empleo de técnicas cuantitativas. No obstante, los datos y las cifras de audiencia, como los porcentajes de consumo o los perfiles sociodemográficos de los espectadores, resultan claramente insuficientes para entender realmente cómo funciona la recepción y cómo la ciudadanía actúa ante la pantalla. Consecuentemente, el empleo de metodologías cualitativas, como el grupo de discusión, aparece como un requisito

ineludible si se quiere avanzar hacia el conocimiento en profundidad de las motivaciones, los hábitos y los procedimientos de construcción de sentido que la audiencia pone en marcha ante los mensajes televisivos. Sólo algunos trabajos (Callejo, 2007) empiezan a centrarse en este tipo de enfoques destinados a averiguar las expectativas y los usos sociales que los espectadores dan a la televisión digital. Un camino que deberá ser más transitado a corto y medio plazo por los investigadores para descubrir cómo se articulan y funcionan los escenarios de recepción en el espacio local.

2.5. Comunicación política y digitalización televisiva

El estudio de los modelos de relación entre los sujetos políticos y los operadores televisivos constituye uno de los ingredientes básicos de la comunicación política. Un ámbito que se configura como uno de los elementos fundamentales de la nueva agenda investigadora en materia de televisión digital local. Dentro del mismo, tres aparecen como los argumentos más sobresalientes.

En primer lugar, la digitalización televisiva comporta una transformación de la esfera pública (Saperas, 2007). Todo ello debe ubicarse, en el marco de la reapropiación del poder técnico, históricamente detentado por las grandes instituciones políticas y burocráticas, por parte de los ciudadanos (Lévy, 2007). El aumento del protagonismo político de los públicos, y de su autonomía frente a los dispositivos mediáticos (Vilches, 2001), unido al cambio en la naturaleza de la mediación simbólica de la televisión puede originar fuertes implicaciones en el escenario político. Unas consecuencias que, si bien resulta interesante estudiar en su conjunto, asumen una repercusión especialmente intensa en los espacios de proximidad y en el sector de la televisión digital local.

En segundo término, otra cuestión cardinal, desde la óptica de la comunicación política, tiene que ver con los efectos de la acción del medio televisivo sobre la formación de la cultura política de los ciudadanos. La pantalla repercute sobre los procesos de transmisión, formación y afirmación política (Norris, 2000), incidiendo sobre su aprendizaje y su conocimiento y contribuyendo, en gran medida, a la educación y socialización política del público. En este sentido, la actividad televisiva adquiere un significativo impacto sobre el compromiso cívico de los ciudadanos. La cuestión estriba en determinar la naturaleza y las consecuencias de dicha influencia. La búsqueda de respuestas ha suscitado un intenso debate académico entre quienes entienden que el medio televisivo juega un papel negativo, generando desafección, y quienes, sosteniendo la tesis contraria, afirman que fomenta la

movilización (Newton, 1999). La determinación de las consecuencias de la acción política de la televisión adquiere un especial interés en el espacio local, un territorio poco explorado por lo que se refiere a esta cuestión.

Finalmente, en tercer lugar, es fundamental estudiar el alcance e intensidad de los fenómenos de control de las cadenas televisivas por parte de los sujetos políticos. En este sentido, la instrumentalización, o uso del medio televisivo con finalidades políticas, y el clientelismo, vinculadas al intercambio de recursos entre actores políticos y comunicativos, aparecen como dos ejemplos paradigmáticos (Hallin y Mancini, 2004). El análisis de la manifestación de estas modalidades de dominación política reviste una especial importancia en el espacio local. Los escasos trabajos que se han ocupado de estas cuestiones han puesto de manifiesto que la televisión local es uno de los terrenos en los que se detecta más claramente la influencia del sistema político sobre los actores mediáticos y donde se registran mayores dosis de subordinación a determinados intereses políticos (Casero, 2003). Unas conclusiones preliminares que habrá que contrastar en sucesivas investigaciones aplicadas específicamente al contexto digital.

3. Conclusiones

El análisis del estado de la cuestión sobre televisión local y la exploración de las áreas y cuestiones prioritarias que deben formar parte de la nueva agenda científica revelan la necesidad de revalorizar el espacio local en la investigación televisiva en España. Hasta el momento, ha constituido un terreno poco transitado, únicamente analizado, con atención, por los enfoques basados en la estructura y las políticas de comunicación. No obstante con la digitalización este ámbito asume un carácter decisivo, tanto por su proximidad a la ciudadanía como por el alcance de las transformaciones a las que se enfrenta. Consecuentemente, se sitúa como un objeto de estudio privilegiado para calibrar la intensidad y la repercusión de las mutaciones asociadas a la migración digital. En este sentido, la comunidad académica deberá realizar un esfuerzo por ubicar en primer plano a la televisión digital local. Sólo, así, se podrán generar conocimientos suficientes para calibrar hacia dónde van los cambios comunicativos en un futuro próximo.

La digitalización, como hemos comprobado, supone una transformación radical del escenario televisivo. En este sentido, pese a su naturaleza tecnológica, es un proceso que supera ampliamente los confines de la dimensión técnica y va mucho más allá, proyectando su radio de acción sobre la totalidad del sistema audiovisual y comunicativo (Vilches, 2001). Por ello, exige, de manera ineludible e impostergradable, un

programa investigador exhaustivo y ambicioso a partes iguales que tenga en cuenta todas las áreas y los ámbitos del medio televisivo. En este contexto, se hace absolutamente indispensable, la articulación de una nueva agenda investigadora que explore el fenómeno en toda su intensidad. Con esa finalidad, hemos planteado toda una serie de grandes áreas que requieren una atención especial por parte de nuestra comunidad científica. La digitalización demanda nuevos modelos explicativos e interpretativos y nuevos estudios y análisis específicamente adaptados a sus lógicas y dinámicas. Como hemos intentado poner de manifiesto, la complejidad y la variedad de los temas e interrogantes que suscita es enorme. Plantea, así, un reto apasionante de extraordinaria magnitud para los investigadores en comunicación a corto y medio plazo. El desafío de estudiar, en primera línea y de forma directa, la esencia, las características y las consecuencias de un proceso que va a cambiar en profundidad nuestras sociedades. Y, el espacio local se ubica como uno de los terrenos preferentes de esos cambios.

Referencias

- ARANA, Edorta; AZPILLAGA, Patxi y NARBAIZA, Bea (2003). “Telebista lokalen panorama Hego Euskal Herrian”. **En:** *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 15. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- BADILLO, Ángel (2007). “La nueva televisión de proximidad: un (incompleto) mapa de la TDT local y autonómica”. **En:** MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- BADILLO, Ángel (2005). “Políticas públicas del audiovisual y la desregulación de la televisión local por ondas en España (1980-2004)”. **En:** *Sphera Publica*, núm. 5. Murcia: Universidad Católica San Antonio, p. 201-228.
- BADILLO, Ángel (2003). *La desregulación de la televisión local en España: el caso de Castilla y León*. Tesis Doctoral, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona.
- BUSTAMANTE, Enrique y ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María (eds.) (1999). *Presente y futuro de la televisión digital*. Barcelona: Edipo.
- BUSTAMANTE, Enrique (1999). *La televisión económica*. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, Enrique (2008). *La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con un democracia de calidad*. Madrid: Fundación Alternativas.

- CALLEJO, Javier (2007). “La digitalización de la audiencia televisiva: experiencias y expectativas”. **En:** MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- CARRILLO DURÁN, María Victoria (2005a). “La televisión digital. La metamorfosis publicitaria en el entorno interactivo”. **En:** *Telos*, núm. 62. Madrid: Fundación Telefónica.
- CARRILLO DURÁN, María Victoria (2005b). “La interactividad: un reto para la publicidad en el entorno digital online”. **En:** *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 18. Bilbao: Universidad del País Vasco, p. 9-24.
- CASERO, Andreu (2007a). “Escenarios de presente y futuro de los contenidos televisivos en el contexto de la TDT”. **En:** MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- CASERO, Andreu (2007b). “¿La revolución pendiente? Contenidos audiovisuales y servicios interactivos de la TDT en España”. **En:** *Trípodos*, extra 2007. Barcelona: Universidad Ramón Llull, p. 561-572.
- CASERO, Andreu (2006). “La oferta de contenidos y servicios de la TDT: análisis de la situación en el mercado español”. **En:** Actas del I Congreso Nacional ULEPICC-España: “Pensamiento crítico, comunicación y cultura”.
- CASERO, Andreu (2003). “Televisión local y comunicación política: los perfiles de una interacción”. **En:** LÓPEZ LITA, Rafael; FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco y VILAR, Fernando (eds.). *Radio y televisión en el ámbito local*. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- CASTELLS, Manuel (ed.) (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza.
- CONSELL DE L’AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC); COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT) (2002). *La televisió digital terrestre a Espanya. Situació i tendències*. Barcelona: CAC.
- COROMINAS, María; GUIMERA, Josep Àngel; FERNÁNDEZ, Isabel y BONET, Montse (2005). “Polítiques públiques de ràdio i televisió local en l’entorn digital a Espanya (1997-2004)”. **En:** *Trípodos*, extra 2005. Barcelona: Universidad Ramón Llull, p. 639-650.
- COROMINAS, María; BONET, Montse; FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; GUIMERA, Josep Àngel; SANMARTÍN, Julián y BLASCO GIL, José Joaquín (2007). “Televisión digital terrestre local (TDT-L) en España: los

- concesionarios privados”. **En:** *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 22. Bilbao: Universidad del País Vasco, p. 69-95.
- DE HARO IZQUIERDO, Fernando (2008). *Un modelo de análisis de la estrategia informativa de las redes de televisión local. El caso de Popular TV*. Tesis doctoral, Departamento de Periodismo IV (Empresa Informativa). Universidad Complutense de Madrid.
- DELGADO, Matilde (2007). “Contenidos y servicios de la televisión digital en España”. **En:** MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- DELGADO, Matilde y LARRÉGOLA, Gemma (2003). “Análisis de planteamientos, propósitos y despropósitos. Contenidos y servicios de la TDT en Europa”. **En:** *Telos*, núm 57. Madrid: Fundación Telefónica, p. 71-82.
- ESTEVE RAMÍREZ, Francisco (2003). “Contenidos informativos especializados en radio y televisión locales”. **En:** LÓPEZ LITA, Rafael; FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco y VILAR, Fernando (eds.). *Radio y televisión en el ámbito local*. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- FERNANDEZ-BEAUMONT, José (2006). “La refundación del sector audiovisual”. **En:** DÍAZ NOSTY, Bernardo (dir.). *Tendencias’06. Medios de comunicación. El año de la televisión*. Madrid: Fundación Telefónica.
- FERNÁNDEZ QUIJADA, David (2007). “El apagón analógico....¿y después qué? Estrategias de la TDT en España”. **En:** *Observatorio (OBS*) Journal*, núm. 2, p. 65-79.
- FRANQUET, Rosa (2003). “Escenarios de consumo en el entorno doméstico”. **En:** LÓPEZ, Nereida y PEÑAFIEL, Carmen (eds.). *Odisea 21: la evolución del sector audiovisual*. Madrid: Fragua.
- GARCÍA LEIVA, María Trinidad (2006). “La introducción de la TDT en España en el contexto de la política europea para la transición digital en televisión”. **En:** *EPTIC online-Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol. VIII (2006), núm 1.
- GRISS (2006). *Televisió interactiva. Simbiosi tecnològica i sistemes d’interacció amb la televisió*. Barcelona: CAC.
- GRUPO DE ANÁLISIS Y PROSPECTIVA DEL SECTOR SE LAS TELECOMUNICACIONES (GAPTEL) (2005). *Televisión digital*. Madrid: Red.es.
- GUIMERA, Josep Àngel (2006). *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976–2005)*, Tesis doctoral,

- Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona.
- HALLIN, Daniel C. & MANCINI, Paolo (2004). *Comparing Media Systems. Three models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- IGLESIAS, Zulima (2005). “Las televisiones locales y sus contenidos informativos: Los noticiarios de producción propia en las emisoras de Castilla y León”. **En:** *Sphera Publica*, núm. 5. Murcia: Universidad Católica San Antonio, p. 241-258.
- JANKOWSKI, Nicholas W. (2002). “The conceptual contours of community media”. **En:** JANKOWSKI, Nicholas W. & PREHN, Ole (eds.) *Community media in the information age. Perspectives and prospects*. Creskill: Hampton Press.
- LARRÈGOLA, Gemma (1998). *De la televisión analógica a la televisión digital*. Barcelona: CIMS.
- LÉVY, Pierre (2007). *Cibercultura*. Rubí: Anthropos.
- LÓPEZ CANTOS, Francisco (2005). *La situación de la televisión local en España*. Castellón, Valencia, Barcelona: Universitat Jaume I; Universitat de València; Universitat Autònoma de Barcelona; Universitat Pompeu Fabra
- LÓPEZ LITA, Rafael; FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco; VILAR, Fernando (eds.) (2003). *Radio y televisión en el ámbito local*. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- NEWTON, Kenneth (1999). “Mass Media Effects: Mobilisation or Media Malaise”. **En:** *British Journal of Political Science*, núm. 29 (4), p. 577-599.
- NORRIS, Pippa (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Post-Industrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press
- MANOVICH, Lev (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós
- MARTÍNEZ HERMIDA, Marcelo (2007). “Televisión digital y periferia: Ciudadanos y medios ante el mapa de la TDT-L en Galicia”. **En:** MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- MARTÍNEZ HERMIDA, Marcelo (ed.) (2002). *Televisión Locales en Europa: Proximidad, Programación y Políticas de Comunicación*. Santiago de Compostela: Unidigital.

- MARTÍNEZ HERMIDA, Marcelo (2001). "Televisión local en Galicia: unha aproximación á comunidade de interese e ás relacións medio-comunidade". **En:** *Estudios de Comunicación*, núm. 0. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.
- MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.) (2007). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- MCCHESNEY, Robert W. (2004). *The Problem of the Media. US Communication Politics in the 21st Century*. New York: Monthly.
- MCCHESNEY, Robert W. (2002). "Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado". **En:** VIDAL BENEYTO, José (dir.). *La ventana global*. Madrid: Taurus
- MCLUHAN, Marshall (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MESTRE PÉREZ, Rosanna (2005). "Retos de la televisión interactiva". **En:** *Trípodos*, extra 2005, vol. 2. Barcelona: Universidad Ramón Llull, p. 673-686.
- MORAGAS, Miquel de (1988). *Espais de comunicació. Experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62.
- MORAGAS, Miquel de y COROMINAS, María (1988). *Local communication in Catalonia (1975-1988). Media spaces and democratic participation*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- MORAGAS, Miquel de; GARITAONANDIA, Carmelo y LÓPEZ, Bernat (eds.) (1999). *Televisión de proximidad en Europa*. Castellón, Valencia, Barcelona: Universitat Jaume I; Universitat de València; Universitat Autònoma de Barcelona; Universitat Pompeu Fabra.
- MOSCO, Vicent (2006): "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después". **En:** *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, núm. 11- Madrid: Universidad Complutense, p. 57-79.
- OBSERVATORI DE LA COMUNICACIÓ LOCAL (OCL) (2007). "La comunicació local". **En:** VV. AA. *Informe de la comunicació a Catalunya 2005-2006*. Bellaterra: Edicions UAB.
- OBSERVATORI DE LA COMUNICACIÓ LOCAL (OCL) (2005). "La comunicació local". **En:** VV. AA. *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*. Bellaterra, Castellón de la Plana, Barcelona, Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona; Publicacions de la Universitat Jaume I; Universitat Pompeu Fabra; Universitat de València. Servei de Publicacions.

- OBSERVATORI DE LA COMUNICACIÓ LOCAL (OCL) (2003). “La comunicació local”. **En:** COROMINAS, María y MORAGAS, Miquel de (eds.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2001-2002*. Bellaterra, Castellón de la Plana, Barcelona, Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona; Publicacions de la Universitat Jaume I; Universitat Pompeu Fabra; Universitat de València. Servei de Publicacions.
- OBSERVATORI DE LA COMUNICACIÓ LOCAL (OCL) (2001). “La comunicació local”. **En:** COROMINAS, María y MORAGAS, Miquel de (eds.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: Incom.
- PRADO, Emili (1985). “Televisión comunitaria en Cataluña”. **En:** *Telos*, núm. 2. Madrid: Fundación Telefónica.
- PRADO, Emili (2004). *La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital*. Madrid: Fundación Alternativas [http://www.falternativas.org/base/download/6608_12-09-05_oratorioLab.ALTERNATIVAS60.pdf]
- PRADO, Emili (2005). “El futuro de la televisión: la TDT”. **En:** GARCÍA CASANOVA, Juan Francisco y CASADO SALINAS, Juan María (eds.). *El servicio público de la televisión*. Granada: Universidad de Granada.
- PRADO, Emili (2003). “Virtudes, funciones y futuro de la TDT en la Sociedad de la Información”. **En:** *Telos*, núm. 57. Madrid: Fundación Telefónica.
- PRADO, Emili (2006). “Volver a empezar con tiento”. **En:** *Telos*, núm. 66. Madrid: Fundación Telefónica.
- PRADO, Emili y FERNÁNDEZ QUIJADA, David (2007). “Servicios de televisión interactiva en España: Una historia de claroscuros”. **En:** MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- PRADO, Emili y FRANQUET, Rosa (1998). “Convergencia digital en el paraíso tecnológico: claroscuros de una revolución”. **En:** *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 4. Bilbao: Universidad del País Vasco, p. 15-40.
- PRADO, Emili y MORAGAS, Miquel de (1991). *Televisiones locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. Barcelona: Col·legi de Periodistes/Mancomunitat de Municipis de Barcelona.
- PRADO, Emili y MORAGAS, Miquel de (2002). *Les televisions locals a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat*. CAC: Barcelona

- RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, Ana Isabel (2001). *Os informativos diarios nas televisións locais de Galicia. A información televisiva no espacio local*, Tesis doctoral, Departamento de Ciencias da Comunicación. Universidad de Santiago de Compostela.
- SABÉS TURMO, Fernando (2002). *La radio y la televisión local en Aragón*. Lleida: Milenio.
- SANMARTÍN NAVARRO, Julián y BAS PORTERO, Juan José (2008). “La televisión digital local pública en la Comunidad Valenciana: estado de la cuestión”. **En:** MEDINA, Mercedes y FAUSTINO, Paulo (org.). *The changing media business environment*, Oporto: Media XXI/Formalpress - Publicações e Marketing, Lda. Collection Media XXI.
- SANTOS DíEZ, María Teresa y PÉREZ DASILVA, Jesús (2004a). “La consolidación de las cadenas locales de televisión en el País Vasco”. **En:** *Ámbitos*, núm. 11-12, p. 201-211.
- SANTOS DíEZ, María Teresa y PÉREZ DASILVA, Jesús (2004b). “El desarrollo de la televisión local en Vizcaya”. **En:** *Estudios sobre el mensaje periodístico*, núm. 10, p. 329-338.
- SAPERAS, Enric (2007). “La televisión digital y la configuración del escenario político”. **En:** MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- SOTO, Maite y RIBES, Xavier (2003). “Del impulso a la inercia. Evolución de la TDT en España”. **En:** *Telos*, núm. 57. Madrid: Fundación Telefónica, p. 42-51.
- VACAS, Francisco (1999). “Las televisiones locales en Extremadura”. **En:** *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 7. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- VILCHES, Lorenzo (2001). *La migración digital*. Barcelona: Gedisa.