

Horas bajas en Telemadrid: la incertidumbre que rodea a la televisión autonómica de la capital de España

Karen ARRIAZAIBARRA

arriazaibarra@ccinf.ucm.es

Departamento de Comunicación Audiovisual y Comunicación I

Facultad de Ciencias de la Información

Universidad Complutense de Madrid

Resumen:

En una Europa cuya diversidad lingüística y cultural había iniciado su andadura en las televisiones regionales desde hacía dos décadas (Humphreys, 1996), Telemadrid inició actividades el 2 de Mayo de 1989, Día de la Comunidad de Madrid. Su historia no ha estado exenta de vicisitudes, debido a lo cual reúne todos los elementos descritos en la clasificación de Hallin y Mancini como '*Polarized Pluralist*'. Originalmente tuvo una buena acogida, al grado que en 2003 alcanzó un share del 35,5%, pero once años más tarde luchaba por superar el 3,8%. En materia presupuestaria también ha sufrido los embistes de la crisis, al pasar de 200,6 millones de euros en 2013 a 80,3 en 2014, y en el volumen de plantilla ha pasó de emplear a 1.210 en 2012 a sólo 319 en 2014, debido a un ERE que significó el despido de 821 empleados en 2013 (70 aún en proceso de negociación). Sin embargo, de entre todo este escenario probablemente lo más destacable son las presiones políticas a las que se ha visto sometido el ente por el Partido Popular de Madrid desde 2003 y que se ha reflejado negativamente en sus índices de audiencia. La presente investigación se ha nutrido de informes especializados y de entrevistas con algunos de los actuales responsables de la cadena.

Palabras clave: Telemadrid, intervención política, medios autonómicos.

1. Introducción

El panorama audiovisual europeo inició un lento proceso de apertura en la década de los ochenta. Entonces las empresas privadas empezaron a restar terreno a los grandes aparatos institucionales de radiotelevisión pública desarrollados al término de la II Guerra Mundial bajo el paraguas de las teorías económicas keynesianas (Berumen- Arriaza Ibarra, 2015: 11-26). En aquellos países en donde se hablaba más de una lengua oficial, como Bélgica y Suiza, con tres grupos lingüísticos cada uno (Humphreys, 1996), las televisiones regionales empezaron a dar cabida a las expresiones lingüísticas y culturales como poderosas alternativas a la televisión lineal dominante, mayoritariamente monopolizada por los Estados (Anderson, 1983). España también

inició este proceso al amparo de la denominada Ley del Tercer Canal (de 1983), un reflejo fiel del Estatuto de la Radio y la Televisión, Ley 4/1980 de 10 de enero, para la gestión de Televisión Española, TVE. En el espíritu de ésta se seguía otorgando al gobierno (este caso autonómico) la única y máxima potestad de gestionar su(s) televisión(es) pública(s) regional(es) / autonómica(s).

A medida que las televisiones autonómicas evolucionaron (a lo largo de algo más de una década) con mayor o menor fortuna se desarrollaron diferentes modelos de gestión del ente público autonómico. El objetivo del presente artículo es poner en valor el proceso de transformación experimentado por Telemadrid, cadena autonómica encuadrada plenamente en el modelo '*Polarized Pluralist*' descrito por Hallin y Mancini (2004), por los siguientes elementos:

- a) Un *papel determinante del gobierno* (en este caso, autonómico) no sólo como primer y único tomador de decisiones respecto a temas que conciernen al medio, sino también en cuanto a la financiación del medio público (en este caso, autonómico), cuyo equilibrio ha fluctuado entre la abundancia y el derroche, por una parte, y estar al borde del colapso, por la otra (Idem, p.133).
- b) Una política de *clientelismo*, término que Hallin y Mancini explican como "un patrón de organización social mediante el cual los recursos son asignados a clientes y amigos a cambio de simpatías y apoyos de distinta índole" (Idem, p.135).
- c) *Asimismo, el lento desarrollo de una autoridad de carácter legal* o racional que pudiera interferir en estos procesos, ya sea en el presente o en el futuro (Hallin y Papathanassopoulos, 2002).

Telemadrid hizo su entrada en el universo de las televisiones autonómicas en España por la puerta grande el 2 de Mayo de 1989 (Día de la Comunidad de Madrid). A pesar de altibajos estacionales, hasta inicios del año 2000 siempre había mantenido buenos índices de audiencia. Registró su mayor share (del 35,5%) con la retransmisión del proceso de investigación del conocido 'Tamayazo' (la fuga de los diputados socialistas en un pleno de votación) en 2003. Once años más tarde las cosas habían tomado otro cariz: en 2014 llegó a tocar fondo, con una cuota mínima de espectadores del 3,8% y un presupuesto que pasó de 200,6 millones (2013) a 80,3 (2014).

No obstante, la caída de la audiencia era la punta del iceberg de una serie de problemas que arrastraba Telemadrid. Los tres elementos definitivos que llevaron al borde de la quiebra a la cadena fueron: i) las sospechas de manipulación política ejercida desde el gobierno regional, en manos de Esperanza Aguirre y Gil de Biedma entre 2003 y 2012 y presidenta del Partido Popular de Madrid desde 2003 hasta la actualidad, y de su sucesor en el gobierno y mano derecha, Ignacio González entre 2002 y 2014, han sido una constante desde prácticamente su lanzamiento; ii) la desastrosa gestión llevada a cabo por los responsables y que en 2014 llevó a la tramitación de un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) sobre el 74% de la plantilla (lo que se tradujo en el

despido de 821 trabajadores), si bien a la postre esta decisión fue declarada 'improcedente' por el Tribunal Supremo el 27 de marzo de 2014; y iii) su incapacidad para hacer frente a la competitividad generada por otras cadenas, principalmente Telecinco y Antena 3, los líderes de audiencia. Todo ello se había tornado en cuestiones definitivas para la supervivencia de Telemadrid.

Esta cadena autonómica recibió del gobierno regional 618 millones de euros en los seis años que precedieron al ERE, de los cuales 481 procedieron de los contratos-programa de la Comunidad de Madrid y 137 de aportaciones extraordinarias, pero debido a su nefasta gestión llegó a acumular una deuda de 260 millones de euros en 2011. En condiciones normales, las dificultades económicas se hubieran solventado con más financiación, pero el escenario se había tornado adverso por los siguientes motivos:

- Desde 2003 los presupuestos destinados al contrato programa se redujeron un 1,6% adicional, para pasar así de los inicialmente previstos 70,9 millones a 69,8 millones – muy lejos de los 200,6 con los que contó la cadena en sus inicios.
- Originalmente se proyectaron unos ingresos por concepto de publicidad por 10,5 millones de euros y unos gastos de personal de 18 millones. Sin embargo, en 2014 la cadena operó con números rojos porque apenas ingresó 2,7 millones por la publicidad y en cambio los gastos de personal de habían elevado hasta los 55 millones, una diferencia de 37 millones de euros.
- Los efectos generados por la crisis económica y financiera sufrida por España entre 2008 y 2014 impidieron que el gobierno central autorizara la llegada de más dinero.

Por lo anteriormente señalado, es posible afirmar que Telemadrid es una cadena regional que se aleja sustancialmente del resto de las televisiones autonómicas europeas en sus aspectos más importantes, sobre todo en países en donde la regionalización de los medios ha sido un ejemplo de participación democrática y servicio público – como es el caso de Reino Unido, Francia, o Bélgica. A pesar de haber sido siempre beneficiada por el resto de televisiones públicas europeas, sobre todo la BBC, con ciertos programas de interés científico y general que han insuflado un 'balón de oxígeno' para la exigua programación y la consecuente audiencia de la cadena, su futuro continúa siendo incierto.

En virtud de lo anterior, resulta conveniente preguntar ¿cuál es el destino de Telemadrid? Por una parte, esta cadena ha estado muy alejada del modelo ideal de televisión regional, y por ello, no es justo que los contribuyentes (madrileños pero también del resto del Estado) sigan manteniendo una institución que se resiste a hacer las cosas mejor, pero por otra parte, tal vez aún no es demasiado tarde para enderezar las cosas, en especial porque ahora al frente de la presidencia de la Comunidad de Madrid está Cristina Cifuentes, la antítesis de Esperanza Aguirre, y además porque la continuidad de su gobierno está sometida a la vigilancia de Ciudadanos, un partido nada proclive a los dispendios de otras épocas. En cualquier caso ya se ha dado el primer

paso porque, a partir del 9 de junio de 2015 se ha renovado el Consejo de Administración, de manera que los horizontes que se abren son tan amplios como variopintos en este momento.

Dicho lo anterior, el presente trabajo tiene el objetivo de aportar elementos que justifican la existencia de Telemadrid como una televisión '*Polarized Pluralist*' y sobre las posibilidades que se le abren debido a los recientes cambios políticos (tales como nuevas formas de gestión y financiación). La investigación se ha nutrido de dos tipos de fuentes principales. En primer lugar, de informes especializados, y en segundo lugar, debido a la escasez de fuentes actualizada de primera mano, el 17 de noviembre de 2015 los autores se entrevistaron con Alberto Rull Coig-O'Donnell, Director Adjunto de Antena de Telemadrid.

2. Los albores de la televisión autonómica en España

Televisión Española (TVE) inició sus transmisiones en un chalet en el madrileño Paseo de la Habana el 28 de octubre de 1956, con apenas tres horas de transmisión. En el periodo siguiente, y hasta principios de la década de los sesenta, España estuvo sometida a una dura censura televisiva ejercida sobre Televisión Española (TVE), a la vez que vivía una época de precariedad económica general mientras se iba dejando atrás los sinsabores de la guerra. No obstante, al calor de la recuperación económica general y de la expansión del consumo – década de los setenta –, el país empezó a recuperarse paulatinamente; es en esta década también cuando la consolidación de España como destino turístico le hizo destacar a nivel europeo y mundial. Todo ello se vio reflejado en las políticas promovidas por el gobierno para incentivar la compra de aparatos de televisión con posibilidad de pagarlo a plazos, lo que supuso un gran aumento en las ventas. A principios de la década de los sesenta, sólo 50.000 familias tenían un televisor, mientras que a finales se llegó a la elevada cifra de tres millones y medio (Palacio, 2001). Todo ello representó el inicio del despegue del medio televisivo en muchos hogares, y la consolidación de la televisión como el medio económico publicitario prioritario.

Por otra parte, TVE estaba viviendo un gran momento; sus tímidos inicios pasaron a la historia debido a que la publicidad hizo que su situación económica pasara de la precariedad a la estabilidad, y de ahí a la bonanza económica. Esto, a pesar de que la televisión se había convertido en el medio más caro para los anunciantes, ya que tenía un gran poder de difusión – por encima de medios más antiguos y 'tradicionales', como la radio o la prensa escrita, que seguían siendo utilizados al tener tarifas más asequibles.

En 1966 TVE inaugura su segundo canal, la 2, que nace con un bajo presupuesto y desde sus inicios se enfoca hacia el mundo cultural. Su emisión estaba limitada a tres horas de lunes a viernes y cinco horas los fines de semana.

Es por ello que para cuando llegan los años de la transición democrática, la televisión se había consolidado ya como el medio de mayor difusión y de mayor preferencia en los hogares españoles.

Con la televisión establecida como el medio favorito a nivel europeo, no resultó extraño que en la década de los setenta algunos países empezaran a abrir una tercera cadena (France 3 y Rai Tre, respectivamente), a las que llamaron “televisión de proximidad”. Sin embargo, es importante destacar que en el caso de España se pasó de la inestabilidad a la dependencia, ya que antes la televisión no era un servicio público sino una delegación más del régimen. Por lo tanto, la televisión verdaderamente ‘de proximidad’ en España no podía ser una tercera cadena nacional, sino aquella que permitiera a las distintas comunidades autónomas ejercer las funciones de promotora de su propia identidad cultural, sus tradiciones y costumbres, y también – y en algunos casos, *sobre todo* – su propia lengua (en otras palabras, todas aquellas funciones que durante el régimen le estaban vedadas a la televisión). Además, la apertura de un tercer canal a nivel nacional en España era poco viable debido, sobre todo, a razones técnicas – la cobertura de La 2 no llegaba a todo el territorio nacional, y a pesar de que los intentos por instalar televisión privada en España datan de 1976 (Bustamante, 2013), no será hasta 1981 cuando la CEOE y la AEA pidan formalmente la creación de la televisión privada, que habría de esperar hasta 1990 para ver la luz. Es en este contexto, pues, que vieron la luz los primeros canales de televisión autonómica en el norte de España, a principios de la década de los ochenta y en la más pura y absoluta ‘alegalidad’, ya que no fue sino hasta diciembre de 1983 cuando la “Ley del Tercer Canal”, permitió regular la creación de los canales regionales en España.

A pesar de que esta Ley representó la salida legal para varias televisiones autonómicas que ya se encontraban funcionando (EITB en el País Vasco, por ejemplo, aunque no fue la única) también dio una especie de ‘pistoleto de salida’ a la tentadora iniciativa de tener una televisión autonómica propia, en una tendencia imparable de las comunidades autónomas más desarrolladas – pues únicamente cuatro de las diecisiete renunciaron a desarrollar su propia televisión (Fernández-Alonso y Espín, 2013) en los años siguientes.

En cuanto al caso de España respecto al resto de las televisiones europeas regionales, existe una enorme distancia entre ambos casos, ya que en aquellos países en los que el concepto de ‘servicio público’ referido a la televisión, había logrado un respaldo adecuado por parte de sus ciudadanos, ya fuera mediante su financiación mediante un canon o simplemente entendiendo la televisión como una ventana en la que podían ver reflejadas sus aspiraciones e inquietudes, el modelo tuvo éxito. Más específicamente, en el caso de España la televisión regional fue la primera que logró cumplir adecuadamente con ese concepto de “proximidad” para el que fue inicialmente concebida, y según el modelo que determina este grado de cercanía a través de “la complicidad entre la audiencia y la cadena (...) brindándole una atención que va más allá de los formatos clásicos (...)” (Moragas, Garitaonandia y López, 1999).

Schlesinger (2009, 2010 y 2011) en repetidas ocasiones ha hecho hincapié en la importancia de establecer un servicio público nacional y regional en donde la misión de servicio público pueda, y deba, estar presente y sea respetada como un condicionante vital de la democracia, 'sin dar cabida a la letra pequeña'. No obstante, la tipología de la televisión regional europea es variada. Por citar unos cuantos modelos nos podemos referir a:

- Inmovilismo (Alemania)
- Complemento entre cadenas (Francia)
- Dinámica con propia oposición (Gran Bretaña), e
- Identificación con las privadas (Italia y España)

Lo mismo ocurría con sus fuentes de financiación, ya que aunque originalmente en casi todos los países europeos (España incluida) se dotó de un carácter eminentemente público a las primeras televisiones regionales, con el tiempo la tendencia de establecer unas estructuras claramente a favor del mercado también se vieron reflejadas en las televisiones regionales, que no sólo se abrieron a la financiación publicitaria sino que fueron adaptando de forma creciente una programación con cada vez más tintes de televisión comercial.

El origen de este problema surgió a finales de la década de los noventa, cuando las televisiones privadas denunciaron ante la Comisión Europea a las televisiones públicas por competencia desleal. Con ello se pasó de:

- *Protocolo de Amsterdam*: Un anexo del Tratado de Maastricht, unido al régimen constitucional que asegura la televisión pública como imprescindible para la cultura y la democracia, al posterior
- *Reglamento de la Comisión Europea de 2001*: Que considera a la televisión como "un servicio de interés económico general", que entre otros, señala la obligatoriedad de:
 - Una definición integral, por ley, de servicio público marcado por la calidad y no por los formatos, y que no debería en ningún caso alterar la regla de libre competencia;
 - La proporcionalidad de financiación entre dinero público y costes netos de servicio público (costes menos ingresos publicitarios, en el caso de haberlos);
 - La transparencia en la contabilidad pública con una contabilidad analítica muy dividida, y finalmente:
 - La recomendación de una supervisión del ente público por parte de una autoridad independiente (que en el caso de España, como sabemos, ni siquiera existe).

Por ello es acertado afirmar que desde de los albores del Siglo XXI la tendencia es orientar todos los servicios de televisión hacia los intereses del mercado (Arriaza Ibarra, 2015). En el caso de España, podemos afirmar que las televisiones regionales públicas “ya nacieron” con algunos problemas adquiridos, que se remontan a:

1. Su estructura: La Ley del Tercer Canal sigue un modelo que parece ‘calcado’, literalmente, del Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980;
2. Su casi inmediata politización del medio: que venía vinculado al pobre concepto de ‘servicio público’ existente en España, y que podría resumirse, a grandes rasgos, en el simple, aunque erróneo, silogismo siguiente: a) si las televisiones son públicas, esto significa que pertenecen al gobierno regional, b) si el gobierno regional está representado por la autoridad regional, esto implica que c) la televisión pública *pertenece* a la autoridad regional (fuente: elaboración propia). El anterior, erróneo silogismo, desvinculaba toda posible ‘responsabilidad’ de algunos gobiernos en entender la televisión pública regional como una institución más al servicio de los ciudadanos, y se limitaba simplemente a otorgar “derechos” a las autoridades regionales sobre la cadena, su uso y su, en ocasiones, descarada manipulación, dejando de lado totalmente los aspectos altamente relevantes que deben ser tenidos en consideración por los Directores y responsables de la gestión de los medios de servicio público:

Cuadro 1. Aspectos Relevantes de la Eficiente Gestión de los Medios de Servicio Público

A cargo del Director del medio público, como responsable de ser el:	Relacionado con:
1. Constructor de la identidad nacional / regional	Conceptos de misión de servicio público y valor público, conocimiento de la región
2. El primer garante de proporcionar una información objetiva a los ciudadanos	Independencia de los poderes políticos Grado elevado de autonomía Alto nivel de profesionalización y análisis exhaustivo de la región y su historia
3. Vigilante de mantener los niveles de	Habilidades de programación,
4. Responsable de producir contenidos atractivos y al mejor coste	Capacidades como productor, habilidades como gestor, conocimiento correcto de los
5. Buen gestor de los recursos (también humanos) y mejor administrador de las ganancias	Transparencia, conocimientos de gestión y económicos, valores éticos y humanos
6. Promotor adecuado y responsable de todas las instituciones de servicio	Fortalezas y capacidades de dirección y las señaladas en los apartados 3 a 5 de esta Tabla

Fuente: Elaboración propia a partir de Arriaza Ibarra (2015: 156).

Esta tendencia, que podríamos llamar *Mediterránea*, de concebir el servicio público, porque abarca a prácticamente todos los países mediterráneos europeos, ya fue puesta de manifiesto en la importante obra de Hallin & Mancini en 2004 (Cambridge University Press), en donde dentro del apartado de '*Polarized Pluralist Model*' España se sitúa, junto con Italia y parcialmente con Francia, dentro de los países que ejercen una mayor politización de los medios.

3. Una hegemonía general de la publicidad, tendencia de la que hoy en día pocas televisiones autonómicas han podido escapar.
4. La utilización de soportes diversos (cable y satélite), en contra de las disposiciones iniciales de la Ley del Tercer Canal, que no lo permitía.
5. Como consecuencia del punto anterior, una difusión a mercados lejanos mediante el satélite (algunas televisiones regionales, como la gallega, se ven perfectamente en algunos países de América Latina, por citar tan sólo un ejemplo).
6. Y sin embargo, como punto positivo cabe destacar la creatividad y el aumento en la producción audiovisual televisiva, que en el caso de algunas comunidades autónomas como País Vasco o Cataluña, han dado origen a los programas mayor éxito y audiencia en un público que se ve claramente reflejado en ellos. No obstante, a diferencia de otras televisiones autonómicas, Telemadrid y la Otra no construyeron a su alrededor una red de productoras independientes que permitiera desarrollar el sector audiovisual en la capital. Es decir, no fomentaron la *producción audiovisual*, tal y como estaba contemplado en la Ley Fundacional del Ente Público Radiotelevisión Madrid (artículo 1, capítulo 1 de la Ley 13/1984, del 30 de junio, de Creación, Organización y Control Parlamentario del Ente Público Radio Televisión Madrid).

La televisión autonómica fue surgiendo de forma escalonada, encabezada por EITB en el País Vasco en 1982, TVC en Cataluña en 1983, y TVG en Galicia en 1985. Para finales de los ochenta, se sumaron Canal Nou en Valencia, Telemadrid en Madrid y Canal Sur en Sevilla y Andalucía, con lo que podía afirmarse que las áreas y ciudades españolas de mayor densidad geográfica y peso económico más relevante ya tenían su propia televisión regional. No obstante, a finales de los noventa y principios del nuevo siglo se sumaron al panorama regional televisivo la Televisión Canaria en 1999, la Televisión Castilla La Mancha en 2001, y las radiotelevisiónes del Principado de Asturias, de las Islas Baleares y de Extremadura en 2005. Finalmente, fueron las de Aragón y Murcia las que completaron el escenario audiovisual en 2006. En total, trece entes autonómicos de radio y televisión dependientes de los respectivos gobiernos regionales.

Como era de esperarse, estos entes se agruparon en 1985 en la denominada FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos), que entre otros facilita la comercialización conjunta de los espacios publicitarios de la televisión autonómica y promueve el intercambio de contenidos informativos y de programación. En la actualidad cuenta con once miembros (no forma parte Canal Extremadura y el

valenciano Canal Nou cerró sus puertas en 2013) y funciona con una presidencia por turnos de seis meses, que en la actualidad (julio-diciembre 2015) corresponde a Alfonso Sánchez Izquierdo, de la Radiotelevisión de Galicia.

3. Telemadrid

3.1. Antecedentes

Onda Madrid es una emisora de radio que empezó a emitir el 18 de febrero de 1985, con una programación en la que destacaban los programas deportivos e informativos de la región. Nació como miembro del grupo público Radio Televisión Madrid, y es la radio pública de la Comunidad de Madrid.

Además de compaginar contenidos informativos con espacios para la difusión de la cultura y el deporte en el ámbito de la Comunidad de Madrid, desde sus primeros años Onda Madrid dedicaba gran parte de su emisión a contenidos musicales con formato de 'radio fórmula'. No obstante, con la crisis de la radio musical a mediados de la década de los noventa, pasó a convertirse en una emisora de carácter generalista que dedicaba gran parte de su emisión a contenidos informativos y espacios de entretenimiento. Los grandes magazines "Madrid se mueve² y "Madrid, Madrid" ocupaban gran parte de su programación, y en ellos cedían la palabra a los ciudadanos de la comunidad. El traslado de la sede, en 1997, a su actual edificio en la Ciudad de la Imagen en Pozuelo de Alarcón, supuso una nueva reestructuración que afectó a la emisora, al menos en teoría. Pasó a llamarse "Telemadrid Radio", aunque curiosamente ese nombre nunca llegó a implantarse del todo, y aún en la actualidad la referencia a ella sigue siendo llamarla 'Onda Madrid'.

La permanencia de Onda Madrid en antena durante los cuatro años previos al surgimiento de Telemadrid fue un importante precedente como medio autonómico de éxito en la región.

3.2. Los primeros años

Telemadrid fue el primer canal de televisión de la Comunidad de Madrid y el quinto creado a nivel nacional, tras las televisiones autonómicas del País Vasco, Cataluña, Galicia y Andalucía. Afiliada a FORTA desde su nacimiento, el 2 de mayo de 1989, Día de la Comunidad de Madrid, fue y continúa siendo una cadena pública que pertenece y está bajo la supervisión directa del gobierno autonómico de la Comunidad de Madrid.

Su nacimiento, sin embargo, no estuvo exento de polémica. La cadena se creó durante el mandato regional del gobierno de Joaquín Leguina, en medio de un intenso debate sobre la conveniencia, o no, de tener una cadena pública regional en la capital de España. A pesar de ello, hizo su 'entrada triunfal' gracias a una campaña de expectación creada

para un día simbólico, el día de la Comunidad de Madrid, 2 de mayo. La hora no fue la ideal, aunque sí que fue absolutamente "madrileña": las 17:45 horas – posteriormente se conocería por parte de técnicos y personas presentes en esa primera transmisión, que a pesar de no estar listos para transmitir aquella tarde hubo una gran presión para que la emisión fuera en ese día precisamente, por lo que se redoblaron los esfuerzos y finalmente se pudo conseguir aquella transmisión.

La cadena abrió su programación con una emisión de presentación sobre la nueva cadena, una corrida de toros desde Las Ventas, un breve documental sobre personajes de la Comunidad, y la película Ben-Hur. Como nota curiosa, ya desde este primer día se emitieron un total de 13 spots publicitarios. Al día siguiente, 3 de mayo, fue la primera retransmisión deportiva, que consistió en la continuación del partido aplazado de la vigésima jornada de la temporada 1988-89 entre el Club Atlético Osasuna y el Real Madrid, que jugaban en el estadio de La Romareda en Zaragoza, con un resultado final de empate a uno. No obstante, esta retransmisión generó gran interés por parte de la audiencia madrileña respecto a la nueva cadena.

Telemadrid empezó sus transmisiones con un horario muy limitado mientras estuvo en pruebas, de 18:00 a 1:00 horas, con una plantilla de 28 trabajadores, y como directivos: Javier García Fernández al frente del ente y Pedro Erquicia como director de la cadena.

3.3. Década de los noventa: despegue, auge de audiencias y el nacimiento de La

Otra Logotipos de las cadenas autonómicas de televisión Telemadrid y La Otra:



Telemadrid no tuvo sede propia hasta 1997, año en el que se trasladó, junto con Onda Madrid, al edificio construido y habilitado para el ente madrileño de radio y televisión en la llamada Ciudad de la Imagen. Antes de ese año, desde sus inicios ocupó las instalaciones de la Agencia EFE en Madrid, en el madrileño barrio de Chamberí, en donde en mayo de 1993 sufrió un atentado terrorista de los GRAPO, que fue cubierto en directo por la propia cadena.

En 1995 Alberto Ruiz Gallardón, una joven promesa de la política madrileña, de tan sólo 37 años, ganó las elecciones representando al Partido Popular y fue elegido para presidir la Comunidad de Madrid. De talante discreto y carácter moderado, ejerce su autoridad de forma discreta y la línea editorial de la televisión autonómica no se resiente; por lo tanto, podemos afirmar que la intervención política en la cadena durante este periodo es notablemente baja. Por propias fuentes de Telemadrid, se sabe que los

platós estaban ocupados desde las 6:00 am hasta las 2:00 am del día siguiente, con un altísimo contenido en producción propia. Las iniciales intenciones de Ruiz Gallardón por privatizar la cadena fueron quedando en el olvido, para luego encontrar oposición frontal en el gobierno de José María Aznar.

En aquellos días los directores de Telemadrid (Eugenio Ruiz de Gauna y posteriormente, Silvio González) eran de sobra conocidos por su experiencia gestora en otros medios, como la Cadena Ser. No es que la cadena disfrutara de una gran solvencia económica: Telemadrid ya arrastraba deuda en los noventa, pero nadie cuestionaba su calidad y su trabajo arduo se veía reflejado en unos índices de audiencias notables. Programas como Madrid Directo y Sucedió en Madrid (referentes para programas similares en el futuro), y hasta el infantil *Cyber Club* y el pequeño espacio de *Tele Empleo* – un espacio donde los propios interesados podían ofrecer sus servicios profesionales o solicitar la mano de obra cualificada que requerían – tenían buena acogida entre la audiencia, según ha quedado reflejado en los estudios de audiencia de la época.

El 1 de octubre del año 2000 empezó sus transmisiones la segunda cadena pública de la Comunidad de Madrid, que a falta de un nombre mejor fue llamada 'La Otra'. Como característica especial, fue la primera cadena española creada para emitir únicamente a través de la TDT, por lo que no estuvo verdaderamente disponible para todos los espectadores hasta el apagón analógico de 2010. Por añadido, y siguiendo la estrategia de todas las cadenas comerciales en España, Telemadrid y La Otra presentaron desde sus inicios dos características:

- La emisión de su publicidad en *simulcast*; es decir, al mismo tiempo en Telemadrid y La Otra.
- La programación también fue objeto de una estrategia "en diferido" de la cadena principal a la segunda cadena. En otras palabras, y por poner un ejemplo, la película que Telemadrid presentaba el domingo por la noche en horario de prime time podía ser visto de nuevo en La Otra en un plazo de 3-4 días, y así hasta la fecha.
- En materia presupuestaria, desde 2013 La Otra no tiene presupuesto propio. Según entrevista con Alberto Rull, Director Adjunto de Antena, antes de 2013 los presupuestos de La Otra tampoco daban para producir material audiovisual propio, por lo que "de toda la vida" se trabaja con archivos y derechos compartidos. Además, Rull especificó que para que haya una diferencia entre ambas cadenas autonómicas, en La Otra se programan la mayoría de documentales, y de esta manera se le da un carácter más 'educativo'. En todo caso, Telemadrid tampoco ha producido ficción de manera seriada, a diferencia de otras televisiones autonómicas en España.

3.4. 2003-2010, el '*neoliberalismo intervencionista*' de Esperanza Aguirre

En el año 2003 Esperanza Aguirre asumió la Presidencia de la Comunidad de Madrid gracias al escándalo de los dos diputados tráfugas, conocido popularmente como 'Tamayazo', y nombró como director general de la cadena al que hasta entonces había sido su Jefe de Prensa, Manuel Soriano. Inmediatamente empezaron los cambios, cambios que irían en claro detrimento de la cadena:

1. La Dirección decidió unilateralmente prescindir de programas que funcionaban en términos de audiencia, y comenzaron a aterrizar productoras amigas con programas cuyos presupuestos multiplicaron por diez los costes de producción propia de la casa.
2. Asimismo se tomaron unilateralmente decisiones que causaron gran asombro: contenidos fáciles de hacer desde dentro, se pusieron en manos de empresas externas. Comenzó también la externalización de múltiples servicios que anteriormente se gestionaban dentro de la cadena.
3. A nivel de los informativos, que funcionaban bastante bien, se nombró a Agustín de Grado como Director de Informativos. Ante algunas decisiones con las que estaban en desacuerdo, los redactores se negaron en redondo a firmar las informaciones que se les dictaban desde la Dirección, y ante esta actitud comenzó a contratarse la llamada "redacción paralela".
4. Se triplicó la cifra de 'directivos' – muchos de ellos con puestos considerados innecesarios – y los sueldos de la mayoría de ellos superó al de la propia Presidenta Aguirre o incluso del propio Presidente de Gobierno. Como era de esperarse, las cuentas se dispararon y se cayó rápidamente en números rojos.
5. La producción propia comenzó a caer en picado. Y se trabajó desde fuera hasta tal punto que empresas externas "tomaron prestadas" imágenes de archivo y elaboraron contenidos que después vendieron a precios exorbitados a la propia cadena autonómica.
6. Se comenzaron a adjudicar programas a amigos directos, tanto de Esperanza Aguirre como de Ignacio González. El productor José Luis Garci cobró 6 mil euros por una hora de programa a la semana, y los casi dos millones de euros que cobró por su película "Dos de Mayo" salieron directamente de las arcas de Telemadrid.
7. Germán Yanke dimitió como Director de Informativos al día siguiente (9 de octubre de 2006) de haber entrevistado en directo a Esperanza Aguirre y de ser recriminado por ésta, a manera de respuesta a la pregunta que le había hecho Yanke, de la siguiente manera: "A mí no me gusta que usted compre el discurso de nuestros adversarios, el partido socialista". Las explicaciones del atribulado presentador no sirvieron de nada, ya que la presidenta Aguirre simplemente siguió en su acusación, y al poco tiempo Yanke fue informado de los "nuevos cambios", que debería introducir en su informativo; cambios que no aceptó y que motivaron su dimisión. En su lugar fue contratado Fernando Sánchez Dragó, quien cobró aún más que el director de cine José Luis Garci y se llegó a embolsar en total más de tres millones de euros.

8. Otro buen amigo de Aguirre, Ernesto Sáenz de Buruaga, consiguió que a sus productoras se les adjudicaran trabajos por más de 10 millones de euros.
9. Enrique Cerezo consiguió 230 millones de euros por los derechos de transmisión del Atlético de Madrid. Extrañamente, la cifra es exactamente la misma que la deuda de la cadena, por aquél entonces.

Resulta cuando menos llamativo que una figura política tan conocida como Esperanza Aguirre, de amplia trayectoria no sólo en la política madrileña (en donde es hasta la fecha presidenta regional del Partido Popular), sino también a nivel nacional (como ministra de educación y cultura que fue durante el periodo 1996-1999 y posteriormente presidenta del Senado en 1999-2002) y defensora convencida del liberalismo del mercado (siempre se ha declarado admiradora de Margaret Thatcher) y detractora de *lo público* a casi todos los niveles, que haya asumido una postura altamente intervencionista durante el tiempo que Telemadrid estuvo bajo el manto de su gobierno al frente de la Presidencia de la Comunidad de Madrid (2003-2012). Algo que en absoluto se corresponde con las teorías neoliberales que decía abanderar, fueron la tónica general ejercida durante todo el periodo de su gobierno.

Si bien es destacable el hecho de que no ha sido éste el único caso de manipulación de un medio regional por parte de un/a dirigente de un partido político, ni en España ni fuera de ella, el caso de manipulación política en Telemadrid fue muy relevante por los siguientes aspectos:

- El alto nivel de contratación externa a todos los niveles (desde guionistas hasta productoras y técnicos externos) que se ejerció desde 2003 y hasta el momento del ERE, en 2013 (lamentablemente, los datos económicos no están disponibles, ni siquiera al explicar que se trata para utilizarlos únicamente con fines académicos).
- El número de trabajadores que engrosaron la plantilla de forma paulatina pero imparable, hasta llegar a 1.200 trabajadores. En palabras de Alberto Rull Coig-O'Donnell, Director Adjunto de Antena en Telemadrid: "En Telemadrid hubo una época de continuos programas nuevos, que luego no funcionaban en antena. Los programas se quitaban a los tres meses, pero los empleados se quedaban trabajando en Telemadrid 'en nombre de la paz social', lo que dio origen a que la cadena creciera de forma desproporcionada en lo que a trabajadores se refiere, por lo que el ERE de 2013 fue quizás improcedente, pero fue legal y justificado" (entrevista personal, el 17 de noviembre de 2015).
- El inmediato rechazo de la dirección de la cadena hacia toda aquella información, verdadera o no, que pudiese perjudicar al partido gobernante desde 2003 en la Comunidad de Madrid, el Partido Popular. La creación de una "redacción paralela", algo nunca antes visto en una cadena pública de televisión. La extrema sensibilidad respecto a todas las posibles críticas y la censura a todas las imágenes que pudieran dañar la imagen del partido.

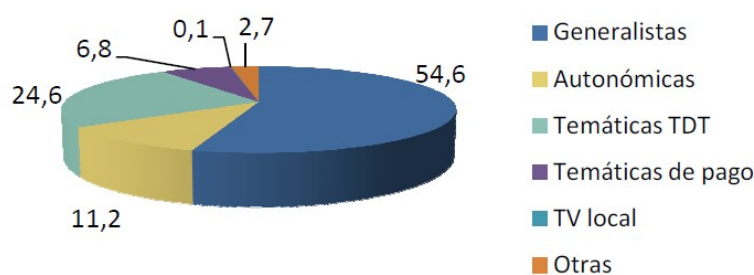
- La ausencia de un sentido de servicio público que pudiera servir verdaderamente a los madrileños, no sólo como promotor de la industria audiovisual en la Comunidad, algo que Telemadrid y La Otra nunca han sido, sino también como impulsor del turismo, el trabajo y de la cultura madrileña en general. Con hechos como este se confirma que la misión de servicio público de la televisión regional en Europa se ha visto seriamente comprometida (Azurmendi, 2013).

De igual manera, el presupuesto de Telemadrid se redujo drásticamente, de 131 millones en 2012 a 84 en 2013 (Fernández Alonso, 2013). Dicho presupuesto no ha vuelto a remontar, y en contraposición se registró un aumento fue la deuda del ente público: pasó de 128 millones en 2002, antes de la llegada de Esperanza Aguirre, a 244 millones en la actualidad. A pesar de ello, el 22 de octubre de 2015 el actual director de Telemadrid, Ángel Martín Vizcaíno, afirmaba que éste sería el segundo año consecutivo en el que cerrarían el ejercicio "con un superávit de 5,7 millones de euros" (página web de Telemadrid, consultada el 2 de noviembre de 2015).

3.5. Caída de audiencias, trámite del ERE y despido de 861 trabajadores en 2013

Con la llegada de la Televisión Digital Terrestre en 2010, las audiencias se fragmentaron cada vez más, dando lugar a niveles extremadamente bajos en un tiempo relativamente corto. Es el caso de las televisiones autonómicas, ya que para finales de 2011 se observaba en el análisis de Kantar Media que los últimos años habían sido devastadores: las televisiones autonómicas tuvieron que conformarse con niveles de audiencia que apenas sobrepasan el 10% del total, dejando atrás las significativas audiencias con las que iniciaron su andadura en los años previos a la televisión digital por ondas.

Gráfico 1. Audiencia por tipología de canales en 2011 (porcentajes).



Fuente: Kantar Media.

Entre el 14 de diciembre de 2012 y el 11 de enero de 2013 se produjo una huelga entre los trabajadores de la cadena que dejó en negro las emisiones durante 28 días en Telemadrid. Dicha huelga fue como consecuencia del Expediente de Regulación de Empleo (ERE) aprobado por la dirección de la cadena, que supuso el despido efectivo

de 861 trabajadores – de una plantilla de 1.200 trabajadores en total – y también se consideró un posible cierre total de la cadena, que no llegó a ser efectivo.

El 9 de abril de 2013 dicho expediente fue considerado “no ajustado al derecho” por el Tribunal Superior de Justicia de Madrid, lo que obligaba a Telemadrid a readmitir a su comité de empresa y al resto de empleados, o en su caso a indemnizarles por despido improcedente – una opción que obligaría al ente a pagarle a cada trabajador una indemnización de 45 días por año trabajado (aunque en algunos casos el número de días bajaría a 33).

Como respuesta, Telemadrid afirmó en un comunicado oficial en abril de 2013 que cumpliría con la sentencia y que indemnizaría a los trabajadores afectados. Dado que no volvió a hacerse efectiva su contratación, la plantilla actual de Telemadrid ha quedado en aproximadamente 300 empleados en total.

Desafortunadamente éste no es el único caso de despido masivo en una televisión autonómica, aunque Telemadrid es el caso más radical de reducción de plantilla. Si quitamos a Canal Nou, que cerró el 29 de noviembre de 2013, le siguen la Radio Televisión de Murcia con 294 despidos, con lo que pasó de 344 a 47 empleados; ETB, con 120 despidos para quedarse con una plantilla de 859, y Televisión de Galicia, con 93 despidos y una plantilla actual de 827. Sin embargo hay televisiones autonómicas en donde no ha habido ningún despido: es el caso de Cataluña, Aragón y Valencia:

Gráfico 2. Mapa de los despidos en las televisiones autonómicas.

El mapa de los despidos en las televisiones autonómicas

CANAL 9, TELEMADRID Y LA CADENA DE MURCIA REGISTRAN LOS MAYORES RECORTES



Fuente: Elaboración propia

INFOGRAFÍA ▶ LEVANTE-EMV

Fuente: Diario Información, 15 de noviembre de 2013, en: <http://ocio.diarioinformacion.com/tv/noticias/nws-243406-televisiones-autonomicas-son-todas-como-canal-9.html>

4. Situación actual

En junio de 2015 Cristina Cifuentes, asumió la Presidencia de la Comunidad de Madrid gracias a los votos de su partido, el Partido Popular y de Ciudadanos. Una de sus primeras medidas, el 25 de agosto de 2015, fue presentar un anteproyecto de ley que propone, como primera medida, la disolución del Ente Público de Radio Televisión Madrid (RTVM) para crear una nueva empresa que "pueda autofinanciarse" (EL PAIS, 26 de agosto de 2015).

La entonces recientemente elegida Presidenta de la Comunidad de Madrid presentó el borrador del anteproyecto después de la primera reunión del Consejo de Gobierno tras el verano. Aseguró, en la posterior rueda de prensa, que su objetivo es "crear una televisión pública sostenible que no le cueste dinero a los madrileños", aunque continuó diciendo que "una parte de financiación pública va a tener". Asimismo, afirmó cuando los periodistas le preguntaron por qué no modificaba la actual legislación, que "no basta

con una modificación puntual de la ley vigente, sino que es necesario reformarla entera, para que sustituya íntegramente a la Ley 13/1984", que dio origen a Telemadrid.

Sin embargo, entre las principales novedades se encuentra también el que la elección del Director General de Telemadrid se haga por mayoría absoluta en la segunda vuelta, si en la primera vuelta, realizada por mayoría cualificada de 3/5 partes, no se llegara a un acuerdo." Como es lógico, este aspecto suscitó las dudas sobre la despolitización del ente – otro de los argumentos de Cifuentes para reformar la actual ley – a lo que ella respondió que la clave será la profesionalización de los cargos. "Va a haber duras incompatibilidades, no podrán ser militantes de ningún partido", afirmó.

Asimismo, según el anteproyecto de Cifuentes el Director del ente público Radio Televisión Madrid (RTVM) sería elegido entre los miembros del Consejo de Administración, reducido de nueve a siete componentes con la nueva ley. Ante las críticas del PSCOE y Podemos sobre esta nueva distribución – que en la práctica les restaría un consejero a cada uno y le daría la mayoría al Partido Popular y a Ciudadanos

– la presidenta regional ha mantenido que "lo único que pretende este reparto es respetar las mayorías".

Cuestionada también acerca del proceso judicial por el Expediente de Regulación de Empleo (ERE) de Telemadrid realizado en 2013, Cifuentes también indicó la conveniencia a que se terminen los procesos todavía abiertos, pero indicó que se cumplirán las sentencias judiciales en los términos que se marquen y que "en ningún caso se plantea reincorporar a los más de 800 trabajadores despedidos a la nueva Telemadrid". No obstante sesenta de esos trabajadores ya se han reincorporado por mandato legal, por lo que se estima que la plantilla a final de año en Telemadrid sea de 360 trabajadores.

5. Conclusiones

Aún está por definir cuál será el camino que se adoptará sobre el futuro de Telemadrid y La Otra. No obstante, derivado de la discusión expuesta en el presente trabajo a continuación se enumeran las siguientes conclusiones:

- Aunque existe el precedente de cierre de Canal Nou, y si bien en varias ocasiones ha sobrevolado la sombra de la privatización en Telemadrid, en la opinión de Alberto Rull Coig-O'Donnell, Director Adjunto de Antena de la casa, "Telemadrid no se va a privatizar porque no hay modelo de negocio, ni lo ha habido nunca. La realidad es que Telemadrid tiene los costes de una televisión generalista y estos los asumirá el gobierno autonómico, sea del color que sea".
- Telemadrid cumple con todos los elementos que según Hallin y Mancini se corresponden con el modelo '*Polarized Pluralist*', muy frecuente en los países

mediterráneos del Sur de Europa. Los elementos que así lo confirman son los siguientes:

- a) El *papel determinante del gobierno* (en este caso, autonómico), pero no sólo como primer y único tomador de decisiones respecto a temas que conciernen al medio público, sino también en cuanto a su financiación, cuyo equilibrio ha fluctuado entre la bonanza y el derroche por un lado, y el estar al borde del precipicio por el otro (p.133).
- b) Una política de *clientelismo*, término que Hallin y Mancini explican como "un patrón de organización social mediante el cual los recursos son asignados a clientes y amigos a cambio de simpatías y apoyos de distinta índole" (p.135).
- c) El *lento desarrollo de una autoridad de carácter legal* o racional que pudiera interferir en los procesos anteriormente expuestos (Hallin y Papathanassopoulos, 2002).

Por otra parte, el excesivo número de personal contratado gradualmente a lo largo de más de diez años conllevó a una corrección dramática y repentina, como lo fue el recorte en forma de ERE en 2013, que hasta la fecha (a pesar de las movilizaciones de los trabajadores afectados y salvo medio centenar de casos excepcionales que aún se están considerando) ha sido ratificado por el Tribunal Supremo, lo que representa una mayor cuantía económica por indemnización pero en ningún caso la reinserción de los empleados despedidos en sus puestos de trabajo.

Es nada alentadora la ambigua postura adoptada por la Presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes, en torno al ente. Por una parte, el 31 de agosto de 2015 declaró que "no descartaba cerrar Telemadrid en caso de ser deficitaria" (Diario ABC), sólo unos días más tarde, el 15 de septiembre, afirmó querer "una televisión autonómica más profesional, pública y viable económicamente", a lo que añadió que "no le gustaría ser la persona que cerró un medio" (Diario ABC). Así las cosas, aún está por ver cuál será la decisión que el actual gobierno adoptará, pero lo que no alberga dudas es que de decantarse por el cierre de Telemadrid conllevaría un coste político de importantes consecuencias. En cualquier caso, es urgente erradicar definitivamente toda sospecha de manipulación política, posiblemente la cuestión que más ha perjudicado al ente y que se ha traducido en la caída de sus índices de audiencia. Y una vez que se hayan superado todas estas cuestiones, al final habrá que tomar en consideración las preferencias de los madrileños, destinatarios y beneficiarios últimos del buen hacer de Telemadrid.

6. Referencias

Anderson, B. (1983). *Comunidades Imaginadas – Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica, México, Colección Popular 498, p. 26.

- Arriaza Ibarra, K. (2015). Management and Organization of Public Service Media Companies: Basic Concepts Related to Efficiency and Failure in European Public Service Media, with Two Case Examples (Germany and Spain). In K. Arriaza Ibarra (Ed.), *Public Service Media in Europe, A Comparative Approach* (pp. 147-169). Routledge (Taylor and Francis), London / New York.
- Azurmendi, A. (2013). Reforms to the European regional minority-language television corporations in the current context of crisis. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, pp. 355-382.
- Berumen, S.A. y Arriaza Ibarra, K. (2015). Economic Paradigms in the EU and their Relation to Public Service Media. In K. Arriaza Ibarra (Ed.), *Public Service Media in Europe, A Comparative Approach* (pp. 11-26). Routledge (Taylor and Francis), London / New York.
- Bustamante, E. (2013). *Historia de la Radio y la Televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia* (pp. 74 y sigs.). Barcelona: Gedisa.
- Fernández Alonso, I. (2013). Crisis financiera y medios públicos en España. Impacto de los recortes presupuestarios en las radiotelevisiónes públicas autonómicas históricas (2008-2012). *Derecom*, 12. Diciembre-Febrero, pp. 17-30.
- Fernández Alonso, I. & Espín, M. (2013). Spain: Crisis or Dismantlement?. *ORF Public Value Report 2013-2014*, pp. 105-107. Recuperado el 17 de noviembre de 2015. Disponible en: <http://zukunft.orf.at/modules/orfpublicvalue/upload/13r0003.pdf>
- Hallin, D.C. y Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* (pp. 89-90, 133 y sigs.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Hallin, D. y Papathanassopoulos, S. (2002). Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective. *Media, Culture & Society* 24 (2), 175-95.
- Humphreys, P. (1996). *Mass Media and media policy in Western Europe*. Manchester University Press. European Policy Research Unit Series, p.132
- Ley 13/1984, de 30 de junio, de Creación, Organización y Control Parlamentario del Ente Público Radio Televisión Madrid. Recuperado el 7 de diciembre de 2015. Disponible en: <http://www.madrid.org/wleg/servlet/Servidor?opcion=VerHtml&nmnorma=229&cdestado=P>
- Moragas de, M.; Garitaonandia, C. & López, B. (1999). Televisión de proximidad en la era digital: razones para el optimismo. En M. Moragas de; Garitaonandia, C. & López, B. (Eds.), *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Barcelona, Servei de Publicacions, Universitat de Barcelona.
- Palacio, M. (2001). *Historia de la Televisión en España*. Barcelona, Gedisa.
- Schlesinger, P. (2009) Cultural and communications policy and the stateless nation. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 1(1), 9-14.
- Schlesinger, P. (2010). TV: Per un servizio pubblico europeo. *Nuova Civiltà delle Macchine*, 28(4), 181-192.

Schlesinger, P. y Sorice, M. (2011). *The Transformation of Society and Public Service Broadcasting*. Series: CMCS Working Paper (1). Centre for Media and Communication Studies.

Diarios:

EL PAIS, 16 de agosto 2015, "Cifuentes plantea en la nueva Ley disolver el ente público Telemadrid" (consultada el 4 de noviembre de 2015)

http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/08/26/madrid/1440594854_144808.html

INFORMACIÓN.ES, 15 de noviembre 2013, "Televisiones autonómicas: ¿Son todas

como Canal 9?" (consultada el 4 de noviembre de 2015)

<http://ocio.diarioinformacion.com/tv/noticias/nws-243406-televisiones-autonomicas-son-todas-como-canal-9.html>

PORTAL DE TELEMADRID.ES, 22 de octubre 2015, "Telemadrid aprueba su presupuesto para 2016, el primero sin deuda a largo plazo", en la página web de Telemadrid (consultada el 4 de noviembre de 2015)

<http://www.telemadrid.es/noticias/madrid/noticia/telemadrid-aprueba-su-presupuesto-para-2016-el-primero-sin-deuda-largo-plazo>

ABC, 31 de agosto 2015, "Cifuentes no descarta cerrar Telemadrid si resulta deficitaria" (consultada el 8 de noviembre de 2015)

<http://www.abc.es/madrid/20150831/abci-cifuentes-cierre-telemadrid-deficitaria-201508310944.html>

ABC, 15 de septiembre de 2015, "Así será la nueva Telemadrid que diseña Cifuentes" (consultada el 8 de noviembre de 2015)

<http://www.abc.es/madrid/20150915/abci-telemadrid-cifuentes-anteproyecto-201509141950.html>

Youtube:

Corto de animación: '*Telemadrid, Cómo destruir un servicio público*'. Recuperado el 31 de octubre de 2015. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=r36TTpisayA>

Otras fuentes:

Entrevista personal de la autora con Alberto Rull Coig-O'Donnell, Director Adjunto de Antena en las oficinas de Telemadrid (Paseo del Príncipe, 3 – Ciudad de la Imagen, 28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid), el día 17 de noviembre de 2015 a las 18:00 horas.