

# **BREVE EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA: DESDE LOS AÑOS OCHENTA HASTA HOY EN DÍA**

Conviene centrarse en la evolución de la televisión en general en España y más concretamente en la de la televisión privada -sin olvidarse de la comunicación audiovisual de carácter autonómico y local- para, de esa manera, conocer la complejidad del que Ramón Reig (1998:172) llama "negocio del futuro". Así, se hace necesario referirse a los orígenes de la televisión no estatal en nuestro país para seguir con la televisión privada y llegar hasta las plataformas digitales.

Dejando de lado los orígenes y desarrollo de la televisión en España, si deseamos centrarnos en la evolución de la televisión durante los últimos años, conviene volver la vista atrás hacia los inicios de los años ochenta. Los nuevos gobiernos democráticos de la transición heredaron un magnífico instrumento de poder: la televisión española en régimen de monopolio. Exactamente había sido definida legalmente como un monopolio hasta 1973, en que quedó definida como un servicio público centralizado. El 28 de octubre de 1977 pasó a ser un organismo autónomo y, finalmente, el Estatuto de 10 de enero de 1980 la definió como un servicio público esencial<sup>1</sup>.

Por esas mismas fechas, las primeras televisiones locales comienzan su andadura en Cataluña, Andalucía, País Vasco y Galicia. De hecho, Cataluña fue la primera comunidad autónoma que en esos inicios de los años ochenta organizó ya una asociación de televisiones locales que agrupaba aproximadamente 50 televisiones de este tipo. Andalucía, por su parte, no le fue a la zaga y, poco a poco, se convirtió en la comunidad autónoma con mayor número de empresas locales de televisión<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>. *El Estatuto de la Radio y la Televisión, en su artículo 1.2 establece que "la radiodifusión y la televisión son servicios públicos esenciales cuya titularidad corresponde al Estado".*

<sup>2</sup>. *En España se contabilizan cerca de 700 televisiones locales -esta cifra fluctúa continuamente-, siendo Andalucía la comunidad autónoma donde más han proliferado este tipo de empresas. Ahora bien, si tenemos en cuenta que muchas no están controladas de forma oficial, la cifra se nos disparará.*

No es de extrañar que surgieran en Cataluña, donde el fenómeno de las radios libres y de la prensa local "abonaron" el campo para el desarrollo de esta modalidad de televisión. A ello hay que añadir el constante desarrollo económico catalán y una sociedad, la catalana, con un gran deseo de luchar por recuperar las señas de identidad colectivas resentidas durante el franquismo. Como reconoce P. Iborra, "la televisión local surge de la necesidad, cada vez más imperiosa, de recuperar tradiciones perdidas, acontecimientos ignorados por las grandes cadenas televisivas obsesionadas en superproducciones transnacionales y engañosas".

En una línea similar se expresan Emili Prado y Miquel de Moragas (1991:18), para quienes la aparición de las televisiones locales en Cataluña se debió a una confluencia de factores: "un contexto determinado, unos promotores aficionados al medio e interesados en la dinamización de la vida sociocultural local y unas condiciones concretas".

Así pues, en el nacimiento de las televisiones locales confluyeron factores de diversa índole económica, social y política. Como señala Emili Prado (1985: 53 y ss.), "no todas las iniciativas persiguen las mismas finalidades anunciadas", de ahí que surgieron televisiones locales acordes a diferentes estrategias. En este sentido, el propio Prado distingue entre aquellas que perseguían crear un campo propicio de desarrollo para la televisión privada y otras encaminadas a plasmar los objetivos que se derivaban de una concepción de servicio público. Otras, por su parte, se acometieron con la finalidad de evitar zonas de sombra en la cobertura de las televisiones existentes por la orografía del terreno<sup>3</sup>.

#### **EMISORAS LOCALES DE TELEVISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (1999)**

	<b>Nº DE EMISORAS</b>	<b>% SOBRE TOTAL</b>
<b>Andalucía</b>	229	30,0
<b>Aragón</b>	17	2,3
<b>Asturias</b>	7	0,9
<b>Baleares</b>	24	3,2
<b>Canarias</b>	40	5,4
<b>Cantabria</b>	6	0,8
<b>Castilla y León</b>	31	4,2
<b>Castilla-La Mancha</b>	37	5,0

<sup>3</sup>. Según una indagación específica del Estudio General de Medios, dada a conocer en 1998, existen 881 emisoras locales de televisión, de las que 561 se concentran en la franja mediterránea de Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña. Ahora bien, en marzo de ese mismo año, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones abrió expediente a 69 televisiones locales por invasión de frecuencias ajenas. En ese fecha, se señalaba que existían ya 697 televisiones locales, de las que sólo 282 se encontraban amparadas legalmente.

<b>Cataluña</b>	114	15,4
<b>C. Valenciana</b>	97	13,1
<b>Extremadura</b>	12	1,6
<b>Galicia</b>	35	4,7
<b>Madrid</b>	32	4,3
<b>Murcia</b>	31	4,2
<b>Navarra</b>	4	0,5
<b>País Vasco</b>	19	2,6
<b>La Rioja</b>	4	0,5
<b>Cueta y Melilla</b>	2	0,3
<b>TOTAL</b>	741	100,0

**FUENTE:** Aimc, Censo de Televisiones Locales. Abril 1999. Elaboración propia.

Prácticamente en esa época, en enero de 1983, Euskal Telebista, emisora autonómica del País Vasco, comenzó su andadura, y unos meses después, la televisión autonómica de Cataluña: TV3<sup>4</sup>. Ambas se adelantaron a la ley que regula los terceros canales de televisión. En 1985 comenzó a emitir también TVG, el tercer canal de televisión en Galicia.

En estos tres casos, se trataban de comunidades con una lengua propia, cuya promoción estaba definida en la ley como uno de los objetivos de la programación de los nuevos canales. Asimismo, las tres comunidades estaban siendo gobernadas, en el momento de ponerse en marcha las televisiones, por partidos políticos opuestos al partido gobernante a nivel estatal: el PSOE.

En una segunda fase se observa una consolidación de las televisiones autonómicas en dos sentidos. Por una parte, con la creación de tres nuevas emisoras en tres comunidades: Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía, cuyo Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) legisló en 1987 la creación del Ente Público Radio Televisión de Andalucía (RTVA).

Paralelamente, tanto en el País Vasco como en Cataluña se crearon los segundos canales autonómicos.

## **APARICIÓN DE LAS EMISORAS DE TELEVISIÓN AUTONÓMICA**

---

<sup>4</sup> Se trataba de televisiones de titularidad pública pero de ámbito regional y que, por tanto, no están necesariamente administradas por el mismo partido del Gobierno. Esto en el caso español es aún más claro en dos de las nacionalidades históricas, País Vasco (PNV) y Cataluña (CiU), donde fuerzas políticas de carácter nacionalista dominan la escena política desde los primeros momentos de la democracia.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	APROBACIÓN DE LA LEY	INICIO DE LAS EMISIONES	DENOMINACIÓN
PAÍS VASCO	20-5-1982	1982 - 1986	Euskal Telebista (ETB1 y 2)
CATALUÑA	30-5-1983	1984 - 1989	TV de Catalunya (TV3 y C33)
GALICIA	11-6-1984	1985	TV Galicia
MADRID	30-6-1984	1989	Telemadrid
C. VALENCIANA	4-7-1984	1989	Canal 9
ANDALUCÍA	9-12-1987	1989	Canal Sur

**FUENTE: Elaboración propia**

Tal y como recoge Luis Ezcurra (1989:212), "la existencia, en 1989, de seis cadenas autonómicas de televisión es de esperar que despierte, en otras Comunidades la creación de nuevos canales como si el carecer de este medio de expresión pudiera significar la falta de poder, de riqueza y de comunicación efectiva entre el Gobierno de la Comunidad y los administrados".

La puesta en marcha de la RTVA se situó en una época a la que algunos autores han calificado como de "punto de inflexión en la Historia de la Humanidad, en la medida en que en ella se establecen las claves sobre las que se va a dirimir en el futuro la tercera gran revolución cualitativa del hombre sobre el planeta: una revolución tecnológica y comunicacional que dará al traste con un buen número de estructuras, instituciones y presupuestos del gran proyecto de la modernidad", tal y como recoge Manuel Angel Vázquez Medel.

Paulatinamente fueron naciendo las televisiones autonómicas de las llamadas nacionalidades "históricas" a las que siguieron, unos años después, otras como sería el caso de Canal 9 en la Comunidad Valenciana y Telemadrid, en la de Madrid.

Tal y como apunta Enrique Bustamante (1985:97), "parece indudable pensar que el surgimiento de las televisiones autonómicas no sólo responde a la existencia de innegables reivindicaciones y aspiraciones de la base ciudadana, sino también a la emergencia de nuevos sectores sociales y de poder, a la búsqueda de un nuevo equilibrio entre los poderes regionales y el poder central".

Junto a ellas, algunas de estas comunidades vieron cómo se creaban nuevos canales autonómicos, como fue el caso de Cataluña, País Vasco y la misma Comunidad Valenciana<sup>5</sup>. Estos segundos canales nacieron para complementar la programación de unas televisiones monopolísticas y gubernamentales que, en la década de los 60, querían añadir a su oferta habitual otro tipo de programación menos generalista y popular que la ofrecida por las primeras cadenas.

Ahora bien, las televisiones autonómicas se encontraron desde un primer momento con problemás lingüísticos en sus respectivas nacionalidades y con una audiencia potencial habituada al quehacer televisivo de TVE, que gozaba de una audiencia “cautiva” desde su aparición. A estas dificultades, es necesario añadir los problemas económicos que supuso la creación de los terceros canales, ya que exigió importantes inversiones, no sólo para infraestructura de producción, sino para el desarrollo de la propia red de difusión. Tal y como afirman José M<sup>a</sup> Álvarez Monzoncillo y Jean Luc Iwens (1992:25), "estas fuertes inversiones se toparon, además, con unas haciendas autonómicas débiles de reciente creación y con la desaceleración en el trasvase de recursos financieros y competenciaros de la Administración Central a las autonomías, como lo demuestran las discusiones sobre la financiación de las autonomías o la polémica suscitada a raíz de la emisión de pagarés de deuda pública por las distintas haciendas autonómicas".

Todo ello fue motivo suficiente para que las diferentes administraciones autonómicas justificaran ante sus respectivos parlamentos las inversiones necesarias para los nuevos canales de televisión, que se dejaron de lado, en parte, los verdaderos motivos argüidos para su nacimiento: normalización lingüística, revitalización cultural, descentralización informativa...

De cualquier manera, tanto los canales de televisión locales como los autonómicos supusieron, por tanto, un paso substancial que nos llevó a la descentralización de la televisión en España.

---

<sup>5</sup>. *El gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía anunció a principios de 1998 su intención de crear un nuevo canal de televisión, al parecer con un contenido eminentemente cultural. Ahora bien, su creación no es una idea nueva, sino que viene planteándose en los últimos años como una necesidad desde distintos ámbitos políticos y sociales. Del mismo modo, con este nuevo canal, la RTVA pretendería que Andalucía no se quedara rezagada en el vertiginoso nuevo mapa de las telecomunicaciones en España.*

Tal y como apunta Ramón Reig (1998:173), "tanto las locales como las autonómicas podrían no estar necesariamente administradas por el mismo partido que ocupa el gobierno en la capital del Estado. Tal deseo de descentralización no es extraño que comenzara por Cataluña y el País Vasco, que ya poseían en sus administraciones respectivas a dos formaciones políticas de carácter nacionalista, con una clara intención de distanciarse paulatinamente de Madrid. Cataluña incluso llegó a construir una infraestructura de telecomunicaciones para poder poner en funcionamiento su propia televisión autonómica".

En términos parecidos se expresa Enrique Bustamante (1989:98), quien afirma que "la creación de los canales autonómicos significó, en efecto, por su parte, el comienzo de la ruptura del monopolio, pero sin romper el ámbito del dominio público". Quedaba claro que el control tanto de las locales como de las autonómicas no tenía que estar necesariamente en manos del partido político que ocupara en ese momento el gobierno en la capital del Estado.

Al mismo tiempo, y tal y como señala José M<sup>a</sup> Anchel, periodista de Canal Nou, en *Documentos*, editado por la Asociación para el Progreso de la Comunicación y por la Asociación de la Prensa de Sevilla, "el surgimiento de las televisiones autonómicas no sólo responde a la existencia de aspiraciones ciudadanas, con irrenunciables reivindicaciones culturales e idiomáticas, sino también a inquietudes de nuevos sectores sociales y de poder político, a la búsqueda de un nuevo equilibrio entre el poder regional y el poder central de las televisiones públicas europeas iniciado en los años 80. Unas aspiraciones que en España encontraron cauce propicio con la promulgación de la Constitución y los Estatutos de Autonomía que otorgan a las Comunidades Autónomas capacidad normativa en materia de comunicación audiovisual".

De hecho, ya en mayo de 1982, meses antes de la victoria electoral de los socialistas y anticipándose a la Ley de Terceros Canales de Televisión, e incluso antes de que en 1983 se vieran las primeras emisiones de la televisión autonómica vasca, se había constituido el Ente Público Radio Televisión Vasca. Todo se hizo aplicando el Estatuto de Autonomía del País Vasco que facultaba al ejecutivo vasco para poner en marcha dos canales de televisión.

Tal y como se recoge en el propio Estatuto de Autonomía, en su preámbulo, "la Comunidad Autónoma del País Vasco, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 19 de su Estatuto de Autonomía (R. 1980, 10), tiene competencia para regular mediante Ley del Parlamento Vasco cuanto dice en relación con los medios de radiodifusión y de televisión, desarrollando el régimen básico aprobado por Ley de 10 de enero de 1980, núm. 4/80 (Rep. Leg. 75)".

Alejandro Pizarroso (1992:217-218) recuerda que la nueva televisión vasca (ETB) comenzó a emitir el 1 de enero de 1983, sin licencia del Gobierno de Madrid y sin que se hubiese promulgado la ley de terceros canales.

De esta manera -y como se ha mencionado anteriormente-, se rompía por primera vez en España el monopolio de la televisión estatal aunque, eso sí, aún se mantenía dentro del sector público. La Ley Reguladora de los Terceros Canales de Televisión fue aprobada por el Parlamento el 26 de diciembre de 1983. Poco antes, en septiembre, si bien con carácter de pruebas, el canal de televisión del gobierno de Cataluña, TV3, comenzó a emitir. Las emisiones regulares se iniciaron en enero de 1984, igualmente sin licencia del gobierno central, una licencia que no llegó hasta diciembre de ese mismo año. Por su parte, el gobierno vasco puso en funcionamiento una segunda cadena el 31 de mayo de 1986 con carácter bilingüe pero con claro predominio del castellano.

El 25 de julio de 1985, TVG, canal administrado por el gobierno de la Comunidad Autónoma de Galicia, comenzó sus emisiones en pruebas. La regularidad no llegó hasta el 1 de septiembre de ese mismo año.

Por lo que a la programación se refiere, las televisiones autonómicas existentes por aquel entonces intentaron dar un pequeño impulso a la producción de programas autóctonos, buscando ser el eje central de una política cultural regional de conjunto. Se habían limitado, casi exclusivamente, a competir con TVE en materia de programas de entretenimiento para arrebatar una parcela de la audiencia y consolidar una programación alternativa de evasión. La irrupción de la televisión privada propició nuevos planteamientos, económicos y políticos, y determinó una adaptación a la nueva situación, fruto de la cual fue la creación de la FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas) en 1988. Su objetivo era concertar servicios comunes, contratar espacios,

publicidad, etc., así como el uso de la red estatal de enlaces y, ya en 1990, tener acceso a la Unión Europea de Radiodifusión (UER)<sup>6</sup>.

Tal y como recogen Antonio Manfredi y Gabriel García (1999:168), "FORTA aparece como resultado de un planteamiento estratégico en medio de la profunda transformación del mercado que estaba teniendo lugar en 1989. Por una parte, el nacimiento de las televisiones privadas y por otra, un conjunto de cambios tecnológicos que harían posible años después la aparición en el mercado de la televisión por satélite y por cable. Fueran de ámbito local o supranacional, unas y otras iban a representar una reducción tanto en la audiencia como en los ingresos. Hay que ver pues el nacimiento de la FORTA en un intento de planear una reducción de gastos mediante amplios convenios de colaboración en retransmisiones, compra de derechos, etcétera".

En relación con esto último, la creación de la FORTA motivó que los anunciantes nacionales comenzaran a mostrar un gran interés por las audiencias de las cadenas autonómicas, lo que haría decir, tal y como recoge A. Maneiro (1990), que "la publicidad de las empresas de ámbito regional supone un porcentaje mínimo con respecto al total facturado y sigue siendo un campo pendiente de explotación, que depende mucho de la capacidad videográfica y de la adecuación de los costes de producción de spots para la pequeña y mediana empresa"<sup>7</sup>.

Ese proceso de integración en la UER al que antes hacíamos mención se vio dificultado por los problemas que planteó RTVE en el seno de dicha organización. En un primer momento, se argumentó que la FORTA no cubría todo el territorio nacional, si bien ésta alcanzaba el 81 por ciento del territorio español y llegaba al 91 por ciento de la población. Otro argumentó empleado fue el de que era de exclusiva competencia del Gobierno la representación del Estado en los organismos intergubernamentales internacionales, debiendo regular el Gobierno mediante Real Decreto la

---

<sup>6</sup>. *Los fines de la FORTA son, según los Estatutos: "asociar a los Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicos, respetando la personalidad, naturaleza jurídica e independencia de las Entidades que la conforman, para la cooperación y ayuda en el cumplimiento y desarrollo de sus atribuciones y en especial, para futuros acuerdos sobre derechos de propiedad intelectual, retransmisiones, intercambio de programas y servicios, participación de las organizaciones profesionales nacionales e internacionales de radio y televisión, y en general cualquier acción referente a materia de interés común de los Organismos o Entidades asociadas de radiodifusión y televisión".*

<sup>7</sup>. *Es por ello que las diferentes televisiones autonómicas comenzaron a adoptar diversas fórmulas (patrocinio...), además de su asociación.*

coordinación de los organismos autonómicos para su participación<sup>8</sup>, no teniendo en cuenta que la UER no era un organismo intergubernamental.

Tal y como recogen María Corominas y Bernat López (1994:89), "la evolución de las televisiones autonómicas ha estado marcada por diversos aspectos, sobre todo sociolingüísticos -que incluye también implicaciones de tipo político- en el caso del País Vasco, Cataluña, Galicia y Comunidad Valenciana, o sociopolíticos en Andalucía y Madrid".

En términos parecidos se expresa Carmelo Garitaonandia (1992:66), para quien "la creación de las televisiones autonómicas, obviamente además de favorecer la comunicación regional de una forma extraordinaria y diversificar la oferta televisiva, ha permitido la recuperación y normalización del uso de las lenguas vernáculas". Este problema lingüístico era de gran importancia, ya que afectaba a más de la tercera parte de la población española. En seis de las diecisiete Comunidades Autónomas -País Vasco, Navarra, Cataluña, País Valenciano, Islas Baleares y Galicia- existe un problema lingüístico más o menos acentuado al coexistir la lengua oficial del Estado, el castellano, con otras lenguas propias, que además la propia Constitución las reconoce también como lenguas oficiales para esos territorios.

Este problema tiene unas características diferentes de unas Comunidades a otras. Así, en el caso de Cataluña, los medios de comunicación en catalán han servido como factor de normalización de la lengua en todos los ámbitos de la vida social, y de integración lingüística de sectores de inmigración. En el caso del País Vasco y de Navarra, el problema se plantea de una manera bien diferente. El hecho de que el euskera no sea una lengua latina hace que su comprensión sin un proceso de aprendizaje sea bastante difícil y las posibilidades de integración lingüística de sectores no euskaro-parlantes sean nulas a través de los medios de comunicación.

La puesta en marcha de los canales privados, habrían de incrementar la oferta y libertad televisiva en España, pero no habrían de suponer ningún factor positivo para el desarrollo de la comunicación autonómica, y de las culturas y lenguas regionales, salvo quizá en Cataluña, donde la lengua estaba -y está- en una fase de normalización elevada, y es además un mercado importante.

---

<sup>8</sup>. *Disposición Adicional 5ª, de la ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión.*

En 1988, la televisión pública española estatal fue objeto de críticas no sólo por la polémica suscitada en torno a la figura de la directora general de RTVE, Pilar Miró, sino, fundamentalmente, por el fortalecimiento de Televisión Española en vísperas de la aparición de los canales privados<sup>9</sup>.

Desde el 1 de enero de 1988, TVE-1 comenzó a emitir, mediante el satélite Eutelsat I-F4, hacia el resto de Europa, tal como lo hacían los canales públicos italianos, británicos, alemanes o suecos y más de 30 emisoras comerciales privadas. De esa manera, rompió las barreras nacionales de la difusión herziana<sup>10</sup>.

Sin embargo, la proyección internacional de TVE no se limitó al continente europeo, ya que, desde el 31 de octubre se puso en marcha Canal América<sup>11</sup>, destinado a las audiencias americanas de habla hispana tres horas al día y cinco en los fines de semana. La transmisión al continente americano se hizo a través del satélite Intelsat VAF 11, cuyo alquiler suponía a TVE un desembolso anual de 350 millones de pesetas.

A esta presencia hubo que añadir, desde junio de 1988, un resumen informativo diario de 15 minutos, realizado por TVE para el Servicio Iberoamericano de Noticias de la OTI, enviado por satélite.

Durante 1989 asistimos no sólo al nacimiento de nuevas emisoras -Andalucía, Madrid, Valencia y una segunda en Cataluña-, sino también al fortalecimiento de una audiencia autonómica específica, con repercusión directa sobre los niveles máximos de audiencia de TVE<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup>. *A comienzos de 1989, la televisión pública amplió a veinticuatro horas las emisiones del fin de semana, con una inversión añadida de mil millones de pesetas. A finales de 1988 se retrasó la hora de cierre de la Primera Cadena, práctica que se hizo habitual desde el día 1 de enero de 1989.*

<sup>10</sup>. *La señal a través del satélite Eutelsat de TVE-1 permitió acabar con los últimos reductos de incomunicación o comunicación deficiente en el propio territorio nacional. La sociedad Televés desarrolló un sistema de recepción de señal y emisión sobre áreas hasta ese momento aisladas por razones de adversidad orográfica. Esa solución posibilitaba, en teoría, que los futuros canales privados españoles podrían verse regularmente en las mencionadas zonas, vía satélite, antes que en otras zonas del país por recepción final herziana.*

<sup>11</sup>. *Canal América, ante los eventos programados para 1992, suponía no sólo una respuesta al flujo audiovisual procedente del continente americano, especialmente de EEUU, sino también la presencia española en un amplio espacio cultural sobre el que ya se habían anticipado diversas televisiones públicas europeas.*

<sup>12</sup>. *"La audiencia global de TVE no se ha resentido porque el telespectador ha alternado su canal o canales autonómicos con los nacionales, de forma que el número global de espectadores en estos últimos se mantiene, aunque disminuya el tiempo de permanencia en*

Ahora bien, por esta época, las presiones de los diferentes grupos empresariales de la comunicación para crear cadenas de televisión privadas de carácter estatal eran ya un hecho. Pero hubo que esperar hasta 1989, si bien no se puede olvidar algunas “experiencias” como fue el caso de Canal 10. Sus emisiones comenzaron el 25 de enero de 1988, pero no llegó a “conectar” con la población española, que no instaló las costosas antenas parabólicas capaces de captar su señal, según indica el mencionado Alejandro Pizarroso.

Se estaban, por consiguiente, fraguando los pasos previos al “estallido” de la televisión privada en España con carácter estatal. Sara Núñez de Prado y Calvell y María Antonia Martín Díez (1996) recuerdan que la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones fue aprobada por el Congreso de los Diputados en abril de 1988. Esta ley confirmaba que se concederían tres canales de televisión privada. Por fin, el 25 de agosto de 1989 se otorgaron las concesiones de frecuencia que posibilitaban, por primera vez en la historia de España, emitir en todo el territorio español a una serie de cadenas de televisión privadas.

Tal y como recuerda José E. Martí (1999:39), “el escenario televisivo español cambia radicalmente con la aparición de las televisiones comerciales en 1990. Antena 3 comienza a emitir el 25 de enero, Telecinco inaugura sus emisiones el 3 de marzo y la televisión de pago Canal Plus sale al aire con emisiones regulares el 14 de septiembre. A principios de esta década se rompe con un escenario de monopolio de las televisiones públicas, dominado durante más de 25 años por Televisión Española”.

Tal y como se recoge en el preámbulo de la Ley 10/1988 sobre la televisión privada, “el Gobierno, de acuerdo con su programa de ampliar al máximo el disfrute y la pluralidad de los medios de comunicación y la difusión de la información que a través de ellos se canaliza, ha adoptado la decisión de regular la gestión indirecta de la televisión, de acuerdo con los principios señalados por el Tribunal Constitucional y los que se derivan necesariamente de su carácter de servicio público esencial”.

---

*cada uno*” (“Audiencia de TV. La gran incógnita del 90”, en *Anuncios Revista*, nº3, marzo-1990).

Esta decisión reforzó el camino ya abierto de la desreglamentación en nuestro país, en favor del mercado y de la competencia.

Mercedes Medina (1995:195) indicaba que "desde 1989, el mercado de la televisión española ha cambiado. La oferta de canales ha aumentado considerablemente. Además de los dos canales públicos de TVE y de los autonómicos, la audiencia española cuenta en 1995 con tres canales privados, uno de ellos de suscripción. Después de cinco años, el balance de la actividad televisiva española puede hacerse con la perspectiva suficiente. Junto a este cambio importante, conviene también tener en cuenta las recomendaciones sobre la publicidad y programación realizadas por la Directiva Televisión Sin Fronteras, CEE 89/552, y su incorporación al ordenamiento jurídico español gracias a la Ley 25/1994, de 12 de julio".

De cualquier manera, no todo el mundo veía la situación con tanto optimismo. Es cierto que la oferta televisiva española había entrado en nuestro país en una fase de expansión acelerada. Ahora bien, con grandes incertidumbres, ya que la proliferación de canales, que acarrearía una fragmentación lógica del mercado, podía poner en peligro la viabilidad de las nuevas emisoras. Díaz Nosty (1989:a:45) señala que "la ley de Televisión privada, que limita a tres el número de canales, fue criticada por lo que se consideraba un escaso número de opciones. No obstante, existen dudas sobre el espacio comercial de los tres canales previstos. Los estudios de viabilidad pueden, incluso, reducir el número de aspirantes a concesionarios televisivos".

Según un trabajo de Jorge de Federico (1988:3 y ss.), consejero delegado de Holos Media y director en Madrid de JWT, las previsiones sobre la evolución del medio televisión en nuestro país se concretaban en:

- Pequeño crecimiento de la audiencia global<sup>13</sup>.
- Aumento del tiempo dedicado al consumo de televisión.

---

<sup>13</sup>. A este respecto, José Miguel Contreras (1991:53) explica que resulta difícil que haya más espectadores, dado que el porcentaje de seguimiento de la televisión en España está por encima del 90 por ciento. "Todo el mundo ve la televisión. Si excluimos a la gente que vive en la calle sin hogar, y a los que "pasan" (pocos), prácticamente el resto de la población ve más o menos diariamente la televisión", apunta Contreras.

- Reducción de las cotas máximas de audiencia de un canal.

- Consecuentemente, las audiencias tenderán a segmentarse cada vez más.

- La medición de las audiencias tendrá un valor determinante a la hora de decidir la inversión publicitaria y en cuanto a la definición de los contenidos de los programas.

Naturalmente la situación se complicó con la aparición de las plataformas digitales de televisión.

Pero, ¿dónde estaría la justificación a tal explosión audiovisual en España? Tal y como aporta el profesor Miquel de Moragas (1995: 272), el sector de la televisión está, o al menos se le supone, en una auténtica dinámica expansiva; según las previsiones ha de pasar de las 650.000 horas de televisión que tuvimos en 1993 a las 3.250.000 horas de televisión que, supuestamente, se tendrán en el año 2000, con un salto de 23.000 a 45.000 millones de ecus de negocio anual.

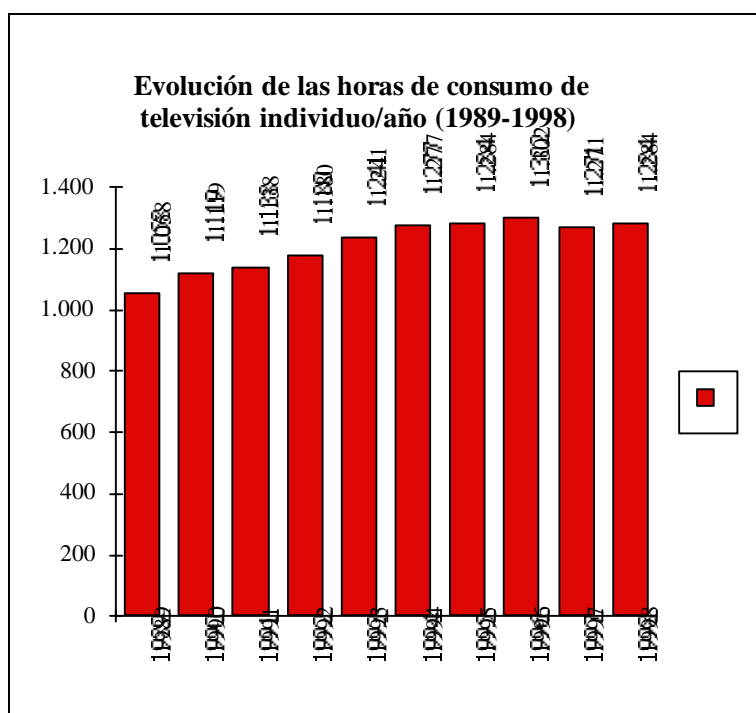
El diario *El País*, con fecha del 3 de febrero de 1998 daba cuenta de que en el mes de enero de ese mismo año los españoles habíamos dedicado una media de 4 horas diarias a ver la televisión. Aún así, se había registrado un descenso de casi 10 minutos respecto al mismo mes del año 1997. La incorporación de nuevos productos televisuales no había alterado el reparto de audiencia en ese mes de enero ya que TVE y Antena 3 se mantenían estables en cuanto a su audiencia mientras que Tele 5 disminuía en algún punto.

#### **CONSUMO DIARIO DE TELEVISIÓN (Minutos por español)**

	<b>1996</b>	<b>1998</b>
<b>Enero</b>	245	237
<b>Febrero</b>	240	231
<b>Marzo</b>	229	218
<b>Abril</b>	210	219
<b>Mayo</b>	211	211
<b>Junio</b>	198	201
<b>Julio</b>	178	176
<b>Agosto</b>	158	157
<b>Septiembre</b>	206	198
<b>Octubre</b>	220	212
<b>Noviembre</b>	235	227
<b>Diciembre</b>	242	234

**FUENTE: Sofres A.M. Elaboración propia.**

Aunque parece ser que hay una leve disminución de la dedicación que los españoles mostramos hacia la pequeña pantalla no es menos cierto que el tiempo ante el televisor fue aumentando desde 1989 hasta nuestros días:



**FUENTE: Sofres A.M. Elaboración propia.**

Junto con Gran Bretaña, España sigue siendo el país más “adicto” a la televisión en la Unión Europea.

Pero volviendo al tema de la televisión privada, su desarrollo supuso un giro radical en el panorama de la estructura de la información en nuestro país.

Entre 1988 y 1989 se perfilaban los grupos empresariales que pretendían aspirar a la concesión gubernamental de un canal privado de televisión. El Gobierno concedería tres canales privados. Los que lo lograron fueron Editorial Anaya-ONCE-Fininvest (Tele 5), un colectivo de empresas

encabezadas por el Grupo Godó (Antena 3), y el Grupo Prisa junto con Canal Plus Francia y una serie de entidades financieras (Canal Plus España).

Ahora bien, también hubo algunos grupos que se quedaron excluidos: el proyecto conocido por Univisión, respaldado por la unión entre el Grupo Zeta y el grupo News International; el Grupo 16, que decidió retirarse; y un grupo de empresarios catalanes que pretendían fundar Canal C<sup>14</sup>.

La concesión de los tres canales privados de televisión permitieron el afianzamiento de los principales grupos multimedia del país y, a la vez, su vinculación a intereses sectoriales extranjeros. Asimismo, y tal y como señala Díaz Nosty (1991:a:49), la aparición de los canales privados supuso una fragmentación de la audiencia, "con un descenso progresivo de la acumulación de espectadores en torno a los programas de mayor éxito. TVE, que llegaba a cotas del 50 por ciento de la audiencia en los últimos años del monopolio, sigue encabezando, no obstante, las preferencias de los españoles, aunque muy por debajo de los niveles de concurrencia de años anteriores".

La experiencia demostró que los canales privados tuvieron un alto nivel de aceptación inicial en las nuevas zonas de emisión, lo que se dio en llamar el "efecto novedad", para luego descender a niveles más discretos.

**PARTICIPACIÓN DE LAS CADENAS EN EL CONSUMO TELEVISIVO (1990/1991)**

CADENAS	ENERO/90	JUNIO/90	OCTUBRE/90	ENERO/91
Estatales	82,6	72,8	69,0	64,6
Autonómicas	15,7	14,4	16,6	16,4
Privadas	1,3	12,3	13,9	18,6
Otras	0,4	0,5	0,5	0,4
<b>Minutos de consumo</b>	203	180	191	202

FUENTE: ECOTEL. En %. Elaboración propia.

El desarrollo del sistema audiovisual español obligó a una recomposición de las vías de comunicación. El Plan Técnico de la Televisión Privada preveía el empleo de una infraestructura de titularidad pública, integrada en una única red nacional. Por Real Decreto de 19 de abril de 1989, el

<sup>14</sup>. Para conocer más sobre los grupos que lograron las concesiones, basta con remitirse al capítulo 9 de la presente tesis.

Consejo de Ministros aprobó la creación del Ente Público de la Red Técnica Española de Televisión (Retevisión), destinada a la gestión y explotación de la red de telecomunicaciones y transporte y difusión de señales televisivas, en régimen de monopolio. A Retevisión le correspondía no sólo atender las necesidades de las emisoras públicas -estatales y autonómicas-, sino también las de los nuevos canales privados, cuya implantación territorial fue fijada para un periodo de cinco años.

En concreto, el artículo 3 del mencionado Real Decreto establece que "el Estado proporcionará a través de Retevisión los sistemas de transporte y difusión de señales al Ente Público Radiotelevisión Española (RTVE) y sus Sociedades, a los Organismos de Gestión del Tercer Canal en cada Comunidad Autónoma, de acuerdo con el artículo 2 de la Ley 46/1983, y a las Sociedades concesionarias de la gestión indirecta del servicio público de televisión, según el apartado b) del punto 1 del artículo 7 de la Ley 10/1988".

La televisión privada en nuestro país, al igual que en Europa, posee una característica importante: nació "bajo el impulso y la responsabilidad directa de los poderes públicos", según indica el profesor José Carlos Laguna de Paz (1994:35). En España sucedió un hecho similar al resto de Europa. Así, el propio Laguna de Paz escribe: "La televisión en Europa en ningún momento ha sido confiada al libre juego de las fuerzas del mercado, sino que ha sido estrechamente tutelada por el poder público, en general bajo la cobertura del servicio público. Además del control directo sobre las tecnologías que aplicaba la televisión, en los países europeos siempre se ha entendido que la televisión comprometía una serie de valores e intereses que hacían inexcusable una intensa intervención pública. En este contexto, la aparición de la televisión privada ha sido en general muy tardía y controlada".

Ahora bien, la Ley orgánica 10/1988, de 3 de mayo de 1988 (BOE nº 108 de 5 de mayo de 1988) es la que esencialmente nos ofrece las peculiaridades de la televisión privada en España<sup>15</sup>.

Sobre esta base jurídica se iba a ir configurando toda una estructura informativa de televisión privada en España, impulsada por las concesiones administrativas que, con el paso del tiempo, dio lugar al mundo televisual digital que se conoce en la actualidad.

---

<sup>15</sup>. *Para conocer más sobre ello, basta con remitirse al capítulo 14 de la presente tesis.*

Al cumplirse el primer año de emisión de los canales privados, pudo comprobarse cuáles serían las tendencias básicas que habrían de definir a esas televisiones. Dentro del aspecto puramente comercial, la ampliación de la oferta audiovisual no se vio correspondida, de forma significativa, por un impulso cualitativo del medio; ni por la pluralidad aportada ni por los contenidos de la programación. Tal y como se ha mencionado con anterioridad, a lo largo de 1990 los canales privados fueron incrementando su cuota de audiencia, generalmente a costa de los altos porcentajes ocupados por TVE y sin afectar del todo la parcela definida de las televisiones autonómicas.

#### REPARTO DEL ESPACIO DE AUDIENCIA DE LAS TELEVISIONES PRIVADAS (1990/1991)

Cadena	Mayo 1990	Junio 1990	Julio 1990	Agosto 1990	Sept. 1990	Octub. 1990	Nov. 1990	Diciem. 1990	Enero 1991
Tele 5	71,43	69,05	55,87	51,60	58,93	64,40	62,21	58,79	56,81
A3 TV	28,57	30,95	33,52	36,47	36,57	33,66	36,08	38,99	40,88
C +	-	-	10,61*	11,85*	4,50*	1,94	1,71	2,22	2,30

FUENTE: ECOTEL.

ELABORACIÓN: Bernardo Díaz Nosty (1991). *Comunicación Social 1991/Tendencias*.

(\*) Emisiones en pruebas no codificadas. La programación en régimen de abono se inició en septiembre.

De hecho, la cuota de audiencia crecía a medida que Retevisión, superando los plazos inicialmente previstos, habilitaba nuevas áreas de recepción para los tres canales comerciales.

Tras unos años de desatinos, en la actualidad nos encontramos en un momento en el que la estabilidad parece haber llegado en el sector de la televisión privada en España.

Según los datos de Díaz Nosty (1996), las cadenas privadas no consiguieron, en su conjunto, beneficios hasta 1995, previendo para 1996, una mejora generalizada de las cuentas de resultados. TVE, desde la aparición de las cadenas privadas, ha ido acumulando pérdidas que, a finales de 1996, estaban próximas al medio billón de pesetas.

#### INGRESOS QUE LAS CADENAS ESPAÑOLAS DE TELEVISIÓN TUVIERON EN 1994 (Mpts)

	Publicidad	Subvenciones	Abonos	Total
TVE	73.474	125.039	-	198.513
Autonómicas	29.379	54.961	-	84.340
Privadas	106.465	-	37.164	143.629

<b>Total</b>	209.318	180.000	37.164	426.482
--------------	---------	---------	--------	---------

**FUENTE:** Díaz Nosty, "Televisión: lo que hay que ver...", en *Comunicación Social. 1995. Tendencias. Informes anuales de Fundesco*. Fundesco, Madrid, 1996.

**INGRESOS QUE LAS CADENAS ESPAÑOLAS DE TELEVISIÓN TUVIERON EN 1995  
(Mpts)**

	<b>Publicidad</b>	<b>Subvenciones</b>	<b>Abonos</b>	<b>Total</b>
<b>TVE</b>	73.312	136.597	-	209.909
<b>Autonómicas</b>	62.502	54.962	-	117.464
<b>Privadas</b>	100.518	-	49.596	150.114
<b>Total</b>	263.332	191.559	49.596	447.487

**FUENTE:** Díaz Nosty, "Televisión: lo que hay que ver...", en *Comunicación Social. 1995. Tendencias. Informes anuales de Fundesco*. Fundesco, Madrid, 1996.

La irrupción de las televisiones privadas y la proliferación de las televisiones autonómicas supusieron una potenciación económica del sector, aflorando al mismo tiempo numerosas incógnitas difíciles de resolver por el momento, "debido a la creciente complejidad de interrelaciones económicas que se van tejiendo entre los subsectores que conforman este sector", recuerda José M<sup>a</sup> Álvarez Monzoncillo (1991:197).

Las tres cadenas privadas sumaron en 1995 un volumen de negocio de 150.114 millones de pesetas, un 16,5 por ciento más que en 1994, porcentaje que superó Canal Plus con un crecimiento del 28,6 por ciento y de un 66,1 por ciento de los beneficios<sup>16</sup>.

A la vista de los resultados, se puede concluir que la televisión pública encontraba dificultades para adaptarse al nuevo panorama audiovisual y las previsiones para el año 1997 no eran más alentadoras. Al otro extremo, Canal Plus, después de un corto período de pérdidas por la inversión en sus descodificadores, aumentaba sus beneficios a un ritmo acelerado. Las cadenas privadas que emitían en abierto, por su parte, tenían unos resultados muy dependientes de la publicidad. Parecía claro el interés que encontraban los operadores en un cambio de modelo hacia una televisión que basara sus

---

<sup>16</sup>. Para saber más sobre los resultados económicos obtenidos por las diferentes cadenas privadas de televisión españolas, se recomienda remitirse al capítulo 9 de la presente tesis.

ingresos en los abonos de los usuarios más que en la publicidad, una “tarta” fija y dependiente de la actividad económica.

Así pues, se vivía una cierta estabilidad en cuanto a la faceta financiera se refiere, ya que, como señala Ramón Reig (1998:188) "en cuanto a los movimientos continuos para lograr la diversificación de la televisión de acuerdo con el avance implacable de las nuevas tecnologías, en este terreno sí que existe un auténtico “terremoto”".

Precisamente las nuevas tecnologías nos han llevado a un auténtico embrollo conceptual cuando hablamos de diferentes tipos de televisión: la televisión en abierto, por cable, por satélite y la televisión digital. Todas ellas, sin embargo, se complementan. Pero, en definitiva, a lo que se está asistiendo es a un perfeccionamiento progresivo de la calidad de los mensajes televisuales gracias a que la tecnología permite avanzar cada día en mayor medida en lo que al “continente” se refiere. Otra cuestión será la de abordar en profundidad los contenidos que nos van a llegar bien sea por el aire, bien sea desde el satélite o bien a través de un cable óptico. Es también perfectamente posible compatibilizar el satélite con el cable. Pero ambas cuestiones constituirían un tema por sí solas para la redacción de una tesis doctoral, y éste no es el lugar ni el momento para explayarse en ello. De todas formas, se pretende llevar a cabo un recorrido global por ambos asuntos.

Así, y tal y como recuerdan Eduardo Giordano y Carlos Zeller (1996:29 y ss), en 1972 se intentó implantar la televisión por cable en España, coincidiendo con la última etapa del franquismo, mediante un acuerdo entre Telefónica y TVE que finalmente no se llevó a la práctica. De hecho, hubo que esperar hasta mediados de los años ochenta para que la televisión por cable fuera una realidad a través del llamado “vídeo comunitario”<sup>17</sup>, que ante la falta de un marco regulador fue objeto de sucesivas batallas jurídicas.

Por lo que respecta al vídeo comunitario, desde sus mismos orígenes -a principios de la década de los ochenta, tal y como recuerda Daniel Jones (1990)- se vino denominado como tal a la instalación

---

<sup>17</sup>. *El vídeo comunitario fue considerado como una alternativa de consumo audiovisual para sectores con bajo poder adquisitivo. Su desarrollo se produjo, precisamente, en las zonas del país definidas por una renta inferior a la media nacional, con una expansión importante en Andalucía, donde se concentraba prácticamente más del 50 por ciento de los hogares abonados a este servicio, tal y como apunta Díaz Nosty (1989:a:52).*

que posibilitaba a varios vecinos el acceso al visionado de un programa a través de un magnetoscopio conectado a una antena colectiva de una comunidad. Al parecer, su nacimiento estaría vinculado a dos causas fundamentales: los elevados costes de los vídeos, que en aquellos momentos superaban las 100.000 pesetas, y el déficit de ficción existente en la oferta televisiva. Además, los costes de alquiler de las películas en los videoclubes, ya bastante extendidos por todo el territorio nacional en aquellos momentos, seguían siendo cuestionados por las capas sociales con bajo poder adquisitivo.

Álvarez Monzoncillo e Iwens (1992), incluyen un cuarto factor: la crisis económica en la que se encontraba España en esos años, con fuertes niveles de desempleo e inflación y con bajos niveles de protección social, que afectaba directamente a una forma de pago por consumo audiovisual.

Durante la década de los ochenta, en ciertas regiones españolas la proliferación de los vídeos comunitarios fue espectacular, si bien en los últimos años muchos de ellos desaparecieron y otros se reconvirtieron adecuándose a una nueva situación, fruto de una convergencia de factores de diversa índole, entre los que destacaban la disminución de los precios de los vídeos y del alquiler de las cintas, y el incremento de la oferta de películas en televisión.

A comienzos de la década de los noventa, la situación del vídeo comunitario se caracterizaba por la fragmentación y la ilegalidad bajo la que actuaban desde la aprobación de la LOT<sup>18</sup>.

También es cierto la gran cantidad de vídeos comunitarios que se vieron obligados a cerrar, en muchos casos, por la propia inestabilidad económica, y en otras ocasiones, por la actuación de la Justicia poniendo fin a actividades ilegales que en un primer momento fueron consentidas.

Retomando el tema de la televisión por cable, Carlos Lapuente (1996:39) afirma que "representa el cambio más espectacular de los últimos tiempos y el paso tecnológicamente más avanzado después de la segunda revolución industrial".

---

<sup>18</sup>. las formas de "piratear" en el ámbito audiovisual son muy variadas. Una de ellas se refiere a la retransmisión ilegal, es decir, cuando se capta la señal de una emisora y se retransmite a terceros por onda o por cable. El fraude alcanzó en 1996 en esta modalidad, un valor de 3.500 millones de pesetas (Pérez Galende:1997). Hasta hace bien poco, los denominados vídeos comunitarios concentraban buena parte de la actividad pirata, transmitiendo obras audiovisuales a un grupo de clientes dentro de una comunidad no superior a una manzana de viviendas. Sin embargo, en los últimos tiempos han ido desapareciendo.

José M<sup>a</sup> Álvarez Monzoncillo (1997:201 y ss.) reconoce la existencia de dos etapas claramente diferenciadas en la historia del desarrollo del cable en España, "separadas por el momento en que se empieza a plantear la necesidad de legislar no solamente sobre la televisión por cable sino sobre las telecomunicaciones por cable también, a inicios de los años noventa, y la obligación de liberalizar los mercados monopolistas por parte de las autoridades comunitarias. Este importante salto cualitativo viene provocado, fundamentalmente, por el avance tecnológico y por el desarrollo de nuevos servicios, así como por la presión que se ejerce desde diferentes ámbitos a favor de la competencia".

En la primera etapa, tal y como apunta E. Bustamante (1989:105), el cable "se encuentra en un estado de escaso desarrollo gracias al monopolio legal ejercido por RTVE y su escasa actividad en este terreno", y en la segunda las reticencias hacia el sector privado, los intereses políticos partidistas y la necesidad de sanear telefónica paralizan la legislación sobre el cable y las posibilidades políticas de fomento. La experiencia de los vídeos comunitarios no fue aprovechada en la primera etapa, y se cerraron las puertas a la inversión en la segunda. Posteriormente, y mientras los países de nuestro entorno ya empezaban a sentir el clima favorable que crearon hace unos años para el desarrollo de infraestructuras básicas a corto y medio plazo, las prisas y los desatinos de última hora dieron lugar a legislaciones incompletas y confusas.

De hecho, mientras en distintos países -incluidos los de América Hispana, donde el negocio se desarrolla con enorme pujanza-, el cable se desarrollaba con desigual fortuna, dependiendo de las ofertas alternativas y del modelo de negocio elegido, en España el proceso de definición del marco legal avanzaba penosamente. Finalmente, en diciembre de 1995, y con mucho retraso respecto a otros países europeos, se aprobó finalmente en España una ley reguladora de la televisión por cable<sup>19</sup>, cuyo

---

<sup>19</sup>. Ley 42/1995, de 22 de diciembre, de las telecomunicaciones por cable que se completa con la ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT), modificada parcialmente por la Ley 32/1992, de 3 de diciembre. Dicha Ley regula el servicio de telecomunicaciones por cable, en lugar del servicio de televisión por cable, ya que debido a la evolución tecnológica, las redes que en otros países se habían construido para la difusión de canales de televisión han evolucionado a redes interactivas, mediante las que se prestan también servicios de telefonía básica y de transmisión de datos. Por otro lado, de esta forma, se incorporaba a la ley 42/1995 el contenido de la Directiva de la Comisión Europea 95/91/CE, de 18 de octubre, respecto a la supresión de restricciones a la utilización de las redes de televisión por cable para la prestación de servicios de telecomunicaciones ya liberalizados.

desarrollo reglamentario se alargó hasta la publicación de los concursos y su adjudicación, correspondiendo los primeros a Cataluña, Castilla y León y Cádiz, a mediados de 1997.

A partir de ese momento, comenzaron a correr los plazos reglamentarios para el despliegue de la red y el inicio efectivo del servicio. Con posterioridad, la Ley 42/1995 fue modificada por la Ley 12/1997 en algunos aspectos, siendo los más destacables la modificación de la normativa aplicable a telefónica para comenzar a prestar el servicio de telecomunicaciones por cable en una demarcación, que inicialmente había sido establecido en nueve meses a contar desde la resolución del concurso de concesión del servicio, y que ahora se establecía en 16 meses. Otro aspecto importante es la inclusión, en el título habilitante, de la autorización para la prestación del servicio final de telefonía básica, en las respectivas demarcaciones, a partir del 1 de enero de 1998. Por último, establece la posibilidad de prestar el servicio de telecomunicaciones por cable, en determinadas condiciones, mediante sistemas distintos al del cable -por ejemplo, mediante sistemas que hagan uso del espectro radioeléctrico-.

Para José M<sup>a</sup> Álvarez Monzoncillo (1997), la Ley 42/1995, de 22 de diciembre, de las telecomunicaciones por cable se aprobó precipitadamente con el apoyo de diversas fuerzas políticas y con el voto negativo del Partido Popular ante su inminente victoria en las elecciones de marzo de 1996. El Gobierno, después de años de discusiones, pactó las aspiraciones de CiU en esta materia, IU introdujo algunos elementos que consideraba necesarios, pero los ayuntamientos "populares" convocaron en masa concursos de adjudicación para dejar sin sentido la Ley y el principal partido de la oposición anunció su intención de modificarla. Las prisas y la falta de tiempo impidió la aprobación de un elemento básico para el desarrollo del cable, su reglamento técnico, como se ha mencionado anteriormente.

Mientras tanto, y según el propio Álvarez Monzoncillo, "los posible operadores se mantienen expectantes ante una batalla que muestra cómo la política se infiltra en la concurrencia de factores y en la base fundamental de las proclamadas autopistas de la información".

A juicio de Eduardo Giordano y Carlos Zeller (1996), nos encontrábamos básicamente ante una opción estratégica de política industrial en la que Telefónica actuaba en combinación con otras compañías transnacionales.

Si bien en 1995, más de 600 empresas ya emitían en televisión por cable en nuestro país, la mayoría sucesoras de los antiguos vídeos comunitarios, los principales consorcios estructurados para operar en el nuevo contexto que propicia la ley de 1995 son limitados. Según recuerdan Giordano y Zeller, entre sus accionistas se repetían algunas entidades financieras con intereses en otros medios de comunicación, Telefónica y los grupos de comunicación que ya controlaban la televisión privada y vía satélite.

Hasta el segundo semestre de 1997 se habían resuelto los concursos correspondientes a las demarcaciones de Barcelona, Cataluña Nordeste, Cataluña Oeste, Castilla y León, Cádiz, Valencia, Sevilla, Oviedo, Palma de Mallorca, Región de Murcia, Vélez-Málaga, Albacete, Menorca, Avilés-Castrillón-Corvera, Andalucía I, Andalucía II, Andalucía III y El Puerto de Santa María.

<b>DEMARCACIÓN</b>	<b>ADJUDICATARIO</b>	<b>ACCIONISTAS</b>
Barcelona		Redesa (5%), Tisa (7,5%), Multimedia Cable (7,5%), Invercart (10%), Gas natural (12,5%), Stet Int (12,5%), Cataluña Spaincom (15%), Get -Grupo Endesa- (15%), Cableuropa (20%)
Cataluña Nordeste	Cable i Televisió de Catalunya, S.A.	
Cataluña Oeste		
Castilla y León	Retecal	Retecal (80%), Gespro cable (5%), Supercanal de Cable (5%), Get (4%), Caja España (3%), Unión Fenosa (1%), Caja Segovia (1%), Caja Avila (1%)
Cádiz	Cádiz de Cable y Televisión, S.A.	Cableuropa (90%), Diario de Jerez (10%)
Valencia	Valencia de Cable, S.A.	Cableuropa (48%), Spaincom (25%), Multitel Cable (15%), Domenech (7%), Telecable (5%)
Sevilla	Supercable Sevilla, S.A.	Sevillana de Cable (35%), El Monte (15%), Caja San Fernando (15%), Procono (10%), Unicaja (15%), Supecanal de Cable (10%)
Gijón	Telecable de Gijón, S.A.	Sociedad Promotora de las Telecomunicaciones en Asturias (100%)
Oviedo	Telecable de Oviedo, S.A.	Sociedad Promotora de las Telecomunicaciones en Asturias (100%)
Región de Murcia	Región de Murcia de Cable, S.A.	Cableuropa (44,57%), Spaincom (25%), Caja de Ahorros de Murcia (10%), La opinión de Murcia (10%), Fuertes, S.A. (2%), Varios (8,43%)

Palma de Mallorca	Corporación Mallorquina de Cable, S.A.	Cableuropa (58%), Hora Nova (18%), Caja de Ahorros de Baleares (6%), Editorial Balear (2%), Editorial Prensa (8,43%), Moll de Miguel (0,5%)
Avilés-Castrillón-Corvera	Telecable Avilés, S.A.	Sociedad Promotora de las Telecomunicaciones en Asturias (100%)
Albacete	Albacete Sistemas de Cable, S.A.	Cableuropa (100%)
Vélez-Málaga	Axarquía, S.A.	Operadores locales (100%)
Menorca	Desierto	
Andalucía I AndalucíaII Andalucía III	Supercable Andalucía	Getsa (16%), Sevillana de Cable (10%), El Monte (11%), Caja San Fernando (11%), Procono (14%), Unicaja (13%), Supercanal de Cable (25%)
Puerto de Santa María	Cable y Televisión del Puerto	Cableuropa (60%), Sapincom (25%), Unicaja (15%)

ADJUDICATARIO	ACCIONISTAS
Cableuropa <sup>20</sup>	Sapincom (32,5%), Banco Santander (27,5%), BCH (10%), Ferrovial (15%), Multitel (15%)
Sociedad Promotora de las Telecomunicaciones en Asturias	Hidrocantábrico (69,2%), Caja de Asturias (17,2%), Editorial Prensa Asturiana (8,6%), El Comercio (5%)

FUENTE: *BIT*, nº107. Elaboración propia.

#### Anexo III: Figura 4

<sup>20</sup>. Cableuropa viene operando licencias provisionales de televisión por cable desde 1993 en varias ciudades españolas como Barcelona, Valencia, Sevilla, Oviedo, Santander, Palma de Mallorca, Murcia o Jerez, habiendo cableado ya algunas de estas capitales casi en su totalidad, con las últimas tecnologías, lo que representa inversiones en redes que ascienden a 8.000 millones de pesetas. Conscientes de los requisitos que deben reunir las compañías operadoras de cable -extraordinaria fortaleza financiera, experiencia internacional en los mercados de servicios de telecomunicaciones por cable más avanzados y conocimiento del mercado y sus necesidades para poder establecer una política que conjugue productos tanto de telefonía como de información y entretenimiento-, Cableuropa ha integrado en su accionariado las compañías y entidades financieras con mayor solvencia financiera y experiencia en proyectos de infraestructura y telecomunicaciones en todo el mundo.

A diferencia de lo que ocurre en otros países de Europa, en España se diseñó en poco tiempo una configuración empresarial basada en objetivos de política industrial, entre los que destaca prioritariamente la exportación del negocio televisivo español al continente americano.

El origen de estos primeros operadores, tal y como se recoge en el diario *El País* del 11 de junio de 1996, era el mejorar la oferta televisiva con la retransmisión de diferentes canales por satélite, transmitidos sin codificar, crear una televisión de ámbito local, y el de mejorar la calidad de la señal de recepción.

Según reconoce también Carmelo Garitaonandia (1994), es muy posible que la intención de las empresas fuera también el de experimentar de forma primera el negocio del cable y de adquirir una posición ventajosa en el mercado.

#### EL MERCADO ESPAÑOL DEL CABLE EN CIFRAS. PREVISIONES

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<b>Hogares pasados</b>	0,9	1,5	2,3	3,2	4,2	4,9
<b>Nuevos hogares pasados</b>	0,15	0,6	0,8	0,9	1,0	0,7
<b>Hogares conectados</b>	135	285	530	865	1.260	1.765
<b>Penetración (%)</b>	15	19	23	27	30	36
<b>Inversiones anuales</b>	6.750	27.000	36.000	40.500	45.000	31.500
<b>Mercado total</b>	5.400	9.700	18.350	29.300	41.750	58.000

**FUENTE:** Price Waterhouse, *La televisión por cable en España. Elaboración propia.*  
Las cifras de hogares pasados, en millones y las de hogares conectados, en miles. Las cifras de inversiones anuales y mercado total aparecen en millones de pesetas.

Tal y como manifiestan Giordano y Zeller (1996), este planteamiento de partida se utilizaba como justificación para la concentración del subsistema televisivo del cable en muy contados actores: dos grupos multimediales ya hegemónicos en la televisión privada y vía satélite (Antena 3 Televisión y Canal Plus), Telefónica y algunos de los principales bancos españoles (Santander y BCH). A ellos se sumaba el mayor grupo estadounidense en el sector de la comunicación, U.S. West, principal operador mundial de televisión por cable y satélite a través de Time Warner.

Para Gaspar Ariño Ortiz (1995), a pesar de que la televisión por cable no estaba legislada, comenzó a extenderse en nuestro país -sobre todo en Andalucía- en la ilegalidad. A principios de la

década de los noventa se empezó a pensar que la televisión por cable, más que “ilegal” era “álegal”, esto es, estaba al margen de la ley pero no la infringía directamente.

El dato fundamental es que hasta principios de 1994, la televisión por cable en nuestro país era una actividad prohibida y perseguida por las autoridades españolas. Dicha prohibición tuvo como raíz principal la defensa del monopolio estatal de la televisión. El Estatuto de Radiotelevisión de 1980; la ley de Ordenación de las Telecomunicaciones de 1987; la ley de las Televisiones privadas de 1988; y la ley de reforma de la LOT de 1992 mantuvieron la prohibición del cable urbano audiovisual mediante el sencillo artificio de incluirlo en la declaración de "servicio público de titularidad estatal" y no regularlo. Lo único que se reguló -para restringirlo- fue el vídeo comunitario, base de las redes de televisión por cable, en 1987.

Tal y como recoge el mencionado Ariño Ortiz, el razonamiento básico era que la calificación de servicio público estatal no estaba dirigida a prohibir la actividad, sino a regularla de un determinado modo; en tanto el Gobierno no lo hiciera, la situación sería de “anomía” -falta de norma- más que de prohibición (...). Entretanto, se iba sustanciando el recurso de amparo que una empresa de Sabiñánigo había presentado ante el Tribunal Constitucional. El recurso, que fue visto en 1994, en la trascendente sentencia de 31/ene/94, legalizó la televisión por cable, implantada a partir de una simple licencia municipal, en tanto el Estado no apruebe la pertinente ley sectorial<sup>21</sup>.

En el negocio del cable, cada país presenta circunstancias propias que hacen que el panorama internacional sea heterogéneo. El modelo español se caracteriza por la existencia de dos posibles redes en cada demarcación y la presencia de dos operadores: uno resultado del correspondiente concurso y el otro, Telefónica, que, entre otras obligaciones, debe constituir una filial 100 por ciento, Telefónica Cable, S.A., que será la titular del negocio<sup>22</sup>.

Los pliegos de los concursos fijan para cada demarcación importantes volúmenes mínimos de inversión, que deberán garantizarse con los correspondientes avales, así como los capitales que deberán

---

<sup>21</sup>. A esta sentencia siguieron otras, tanto del Tribunal Constitucional (SS.T.C. de 11/abr/94 y 17/oct/94, por ejemplo) cuanto del Tribunal Supremo (S.T.S. de 18/feb/94), lo que legalizó definitivamente el cable.

<sup>22</sup>. Igualmente, se le permite constituir sociedades operadoras locales en las que tendrá mayoría de capital.

tener las sociedades operadoras. Todo lo anterior configura un panorama donde los operadores en liza corresponden a grandes grupos empresariales -como queda reflejado en el cuadro anteriormente expuesto- dadas las importantes capacidades financieras que se requieren.

Con la aparición del cable se abría un periodo de grandes oportunidades: de nuevos servicios para los ciudadanos, nuevos negocios para los operadores y más infraestructuras y desarrollos a vender por la industria. El cable aparecía así como el gran animador del sector de las telecomunicaciones en España, tanto por sí mismo como por su implicación y complementariedades con el proceso de liberalización de los servicios de telecomunicaciones. Nuevos agentes y nuevos servicios se servirán del cable para completar su infraestructura o potenciar su oferta con productos alternativos. Con todo ello, el cable se presenta como una red “todo servicio” y marca el inicio de las llamadas “autopistas de la información”.

A todo lo dicho hasta ahora, hay que añadir una serie de circunstancias que configuran un escenario singular en la aparición del nuevo servicio de telecomunicaciones por cable. En primer lugar, la más que probable existencia de una importante oferta de televisión de pago, resultado de la puesta en marcha de las plataformas de televisión digitales por satélite y la existente oferta de Canal Plus. El retraso de la salida del cable en España provocó una situación anómala donde el satélite se anticipó a las redes de cable. Por otra parte, la también más que probable coincidencia con la aparición de los nuevos operadores de telefonía básica habría de marcar el modelo de negocio e incorporar como socios del cable a las principales sociedades aspirantes a las licencias de telefonía básica. Esta suma de circunstancias vendrían a afectar a las expectativas iniciales del cable tanto en su expansión como en el énfasis de su oferta entre los diferentes servicios posibles.

En sentido positivo, el retraso hizo coincidir la salida del cable con el incremento espectacular de los servicios interactivos así como importantes avances en la integración de telecomunicaciones, televisión e informática. La aparición y potenciación de las “autopistas de la información” representaba una oportunidad de soportar numerosas aplicaciones cuya demanda explotará en la próxima década y producirá importantes hábitos en los cambios y modos de vida de los ciudadanos.

Desde la óptica de José Carlos Serrano en el número 21 del boletín *Documento*, la tendencia del mercado va camino de conseguir que la conexión entre programador y operador de cable sea más directa, lo que supondría la desaparición del comerciante. Serrano estima que en temas de contenidos puede aparecer el *círculo virtuoso* (buena programación, con muchos abonados y gran éxito) o el *círculo vicioso* (mala programación, dismunición de los abonados y fracaso). Estaríamos, según el propio Serrano, ante un negocio que ya mueve miles de millones de pesetas y que experimentará una maduración lenta de carácter expansivo, con inversores nacionales e internacionales. En cuanto a la programación, debe existir calidad (por lo que hay que pagar), variedad (canales temáticos, cada uno de los cuales interesará a un reducido grupo) y exclusividad (dentro de los márgenes que marca la legislación vigente).

En cualquier caso, el éxito del cable pasa por importantes inversiones en red y en ganar la batalla de los contenidos posicionando al producto entre las diferentes ofertas que conviven en el mercado de la televisión y los nuevos servicios interactivos. Sería igualmente imprescindible destacar la gran potencialidad del cable frente a los medios alternativos, incidiendo en su gran capacidad de transmisión, la interactividad y la posibilidad de discriminar geográficamente los contenidos. Todo ello en una circunstancia en que el cable convivirá con múltiples ofertas alternativas y con una tecnología que presentará cada vez más soluciones para servicios similares.

En el boletín *Documento*, el anteriormente citado José Carlos Serrano señala además que en el ámbito de la televisión por cable los competidores son muy poderosos y las plataformas digitales se unirán a las cadenas generalistas. De cualquier manera, hay que tener en cuenta el retraso legislativo que España lleva en comparación con otros países. Ahora bien, tal y como señala Ramón Enciso (1998), el cable nació en España con un apreciable retraso y en un momento especialmente turbulento de las telecomunicaciones, pero en el que aparecieron nuevas demandas y oportunidades de negocio en una sociedad que evolucionaba rápidamente hacia un mundo interactivo. Telefónica aspiraba, en este nuevo contexto, a liderar el mercado del cable aportando a los ciudadanos soluciones del máximo nivel tecnológico acordes con la demanda creciente de nuevas y más sofisticadas propuestas.

El propio José Carlos Serrano indica otros aspectos como elementos a tener en cuenta: concienciar al receptor de que es necesario pagar por ver y ver lo que se desee, así como no olvidar que

aunque la ley haya configurado distintas demarcaciones para la televisión por cable estamos actuando en un contexto donde primarán las reglas del mercado. El cable ofrecerá al cliente tres ventajas fundamentales: poder elegir libremente el servicio que desee, la compañía que le suministre dicho servicio y el momento más conveniente para obtenerlo.

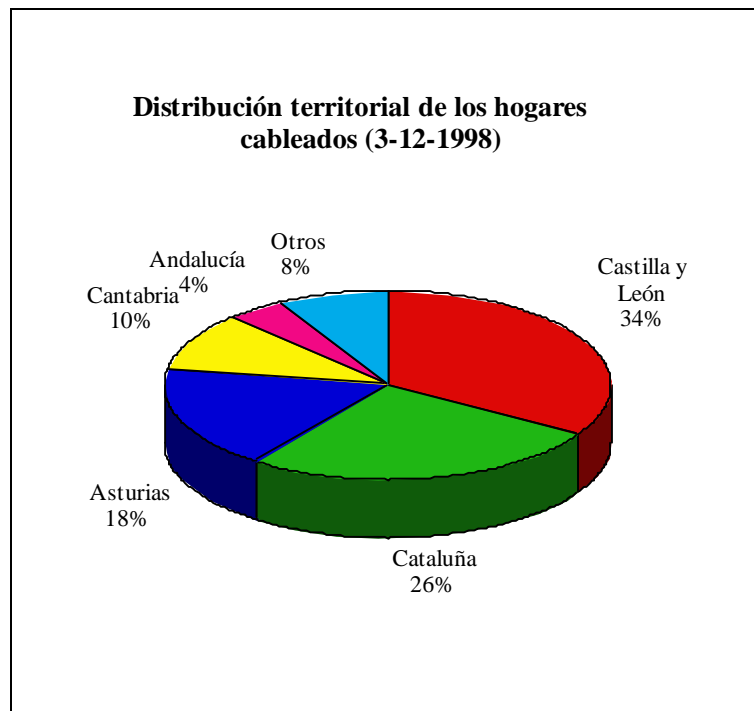
Un informe de Juan Manuel Zafra editado en el suplemento de economía *Negocios*, del diario *El País* del 15 de febrero de 1998 afirma que "la interactividad será una de las claves para rentabilizar las inversiones en cable, ya que el uso de una oferta de televisión para cautivar a los consumidores ha perdido fuerza ahora que las plataformas digitales vía satélite han arraigado en el mercado". Más adelante, el informe añadía: "De un total de 13 millones de hogares en España, ocho millones, con una población de 27 millones (sobre un total de 39,8 millones) se beneficiarán de las inversiones en cable en los próximos años. Según esas estimaciones, el cable se extenderá a un ritmo de entre 1 y 1,5 millones de hogares "pasados" al año".

En la siguiente tabla se muestra una estimación de Price Waterhouse sobre el crecimiento del mercado de los servicios de telecomunicaciones por cable.

#### EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE SERVICIOS DE TELEVISIÓN POR CABLE

	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>
<b>Total hogares pasados</b>	5.000.000	8.000.000	11.000.000
<b>Penetración de la tv por cable</b>	27%	38%	45%
<b>Total hogares abonados</b>	1.350.000	3.040.000	4.950.000
<b>Total líneas telefónicas en hogares pasados</b>	7.500.000	12.000.000	15.000.000
<b>Penetración de la telefonía por cable (hogares)</b>	7%	26%	36%
<b>Total líneas telefónicas del cable</b>	350.000	2.080.000	3.960.000
<b>Mercado del cable (TV y Telefonía) (en millones de pesetas)</b>	74.035	250.212	454.492

FUENTE: Price Waterhouse. Elaboración propia.



**FUENTE: CMT. Anuario 1999. Elaboración propia.**

Ahora bien, en este periplo por los aspectos esenciales de la televisión en España se hace necesario hablar también de la televisión por satélite, si bien éste constituye el objeto principal de la investigación de la presente tesis.

Tal y como apunta Álvarez Monzoncillo (1997:205), "si la historia del cable en los últimos años presenta rasgos esquizofrénicos, la historia del satélite no se queda corta". Durante la década de los años ochenta, a pesar del espejismo mitificador creado por los satélites de comunicación, la televisión por satélite no tiene más que una penetración testimonial, pues la oferta del conjunto de canales que se emitían vía satélite a España no alcanzaba siquiera el uno por ciento de audiencia. Las razones de esa escasa aceptación son entre otras: las barreras idiomáticas del mosaico europeo, el poco atractivo de las programaciones de los canales vía satélite, la saturación de la oferta en medios complementarios y las elevadas inversiones necesarias para los operadores.

Giordano y Zeller (1996:30-32), por su parte, recuerdan que la recepción de señales de televisión vía satélite "ya era un hecho en España antes de las primeras emisiones de televisión privada. La cadena norteamericana CNN (informativos) y el canal mexicano Galavisión (telenovelas), el europeo Eurosport y el canal musical MTV (videoclips), entre otros, ya podían captarse a finales de los

ochenta con antenas parabólicas orientadas a los distintos satélites que emitían hacia territorio español (principalmente Eutelsat, Intelsat y después Astra)". A comienzos de 1993 era teóricamente posible captar desde España hasta 40 canales extranjeros de televisión vía satélite, algunos emitidos en varios idiomas, aunque sólo tres en castellano: TVE Internacional, Galavisión y (a tiempo parcial) Euronews.

Los propios Giordano y Zeller recuerdan aquel Canal 10 que fue tolerado por el gobierno español y que emitió por satélite desde Londres entre 1987 y 1988, sin conseguir apenas suscriptores<sup>23</sup>.

En 1992 el canal internacional de TVE formalizó un acuerdo con la empresa mexicana Televisa para emitir conjuntamente vía satélite la llamada Cadena de las Américas, en alusión al Quinto Centenario (proyecto en el que participaron, directa o indirectamente, cerca de 20 países latinoamericanos). Desde entonces, el canal internacional de TVE está presente en las redes de televisión por cable de varios países de América Latina, donde la teledistribución de canales vía satélite está en pleno auge.

La primera oferta importante de televisión privada vía satélite en castellano procedió, como ya se adelanta en otro capítulo de la presente tesis, del Grupo Prisa que creó una compañía filial, Sogetel, principal productora cinematográfica de España. A comienzos de 1994, este grupo lanzó cuatro canales de televisión en castellano a través del sistema de satélites Astra, bajo la designación de Canal Satélite.

El inicio de las emisiones del satélite Hispasat, en septiembre de 1994, abrió un nuevo capítulo de la televisión vía satélite en España. Curiosamente, aunque nuestro desarrollo de los sistemas de cable es "prehistórico" respecto al de EEUU, nuestro satélite de difusión directa coincidió en el tiempo con el inicio de las dos grandes proyectos de DBS (Direct Broadcast Satellite) americanos: Direct TV y PrimeStar, si bien nuestra oferta estaba a años luz de los cien canales que ofertaban los americanos.

En 1992, con la aprobación de la ley de televisión vía satélite el gobierno anticipaba las condiciones generales de esta nueva concesión: tres canales para el sector privado, todos ellos temáticos y de pago. No obstante, los mencionados Giordano y Zeller puntualizan que "en última instancia, las tres concesiones para crear esos nuevos canales de televisión "temáticos" difundidos a través del

---

<sup>23</sup>. *Para conocer más acerca de Canal 10, conviene remitirse al capítulo 7 de la presente tesis.*

satélite Hispasat recayeron en las mismas empresas que ya poseían emisoras de televisión privada". Más adelante indican que "la rentabilidad de los nuevos canales de televisión vía satélite no dependerá en definitiva del número de abonados para su recepción directa, por antena parabólica individual, sino de su propiedad intrínseca de servir como "materia prima" fundamental para alimentar las nacientes redes de televisión por cable".

Aunque las previsiones del parque de antenas es optimista, se calcula en más de 2 millones de hogares antes del final del siglo, el desarrollo de este sistema debía vencer dos dificultades importantes: la primera, conseguir un variado y atractivo paquete de canales de oferta de DBS, a lo cual, sin duda favorecería la digitalización abaratando costes, y segunda, romper la inercia de recibir una televisión gratuita, como había sucedido hasta la aparición de Canal Plus. Otra alternativa del DBS español sería convertirse, pura y simplemente, en un sistema de alimentación de operadores de cable, como sucedió con los paquetes de Cable Antena y TPS.

El año de liberalización de las telecomunicaciones y de las privatizaciones, 1997, se presentaba como una fecha clave para el despegue tanto del satélite como de las redes de cable. De hecho, el freno que impedía el lógico desarrollo de las telecomunicaciones en España parecía comenzar a desmantelarse y existían indicios de que, por los menos, podía iniciarse una etapa que supusiera un cambio con el pasado.

Todo apuntaba a que la expansión de las comunicaciones por satélite y cable estaba garantizada porque existía una demanda difusa que necesitaba un revulsivo para emprender la marcha. Según Álvarez Monzoncillo (1997:216), "el desarrollo de nuevos servicios interactivos de telecomunicación y de nuevas formas de consumo audiovisual puede ser el empujón que requieren ambas infraestructuras". Pero, parecía que estos nuevos servicios serían insuficientes para amortizar las importantes inversiones que exigía el desarrollo de dichas infraestructuras. Ni tan siquiera la televisión por satélite y por cable serían suficientes por sí solas, pero podían ser, inicialmente, el motor para alcanzar la masa crítica imprescindible para su expansión.

Por lo que respecta a la televisión digital, su protagonismo le llegó también durante 1997 y aún hoy en día lo sigue manteniendo. ¿Quién no recuerda la famosa lucha entre las dos plataformas

digitales por conseguir un “parte” del mercado español? Una de ellas encabezada por el Grupo Telefónica, con el apoyo de RTVE, el grupo mexicano Televisa, el Grupo Recoletos, el grupo internacional Direct TV, a los que se unieron otros socios minoritarios como televisiones autonómicas de Galicia y Comunidad Valenciana, o publicaciones como la revista *Epoca* o el diario *El Mundo*. Por otro lado, la plataforma digital impulsada por el Grupo Prisa, denominada Canal Satélite Digital, y directa competidora de la otra: Vía Digital. Junto a ellas una serie de entidades financieras respaldan los proyectos de ambas.

La primera aportación de la televisión digital con respecto a la tradicional es tan obvia que está implícita en su propio nombre. La tecnología digital -que emplea un lenguaje binario de series de ceros y unos llamada dígitos- posibilita una emisión de información -imágenes, sonidos y datos- más perfecta y de mayor calidad que la tecnología analógica de la televisión tradicional. Esto supone que la fidelidad de la señal desde que sale del emisor hasta que llega al receptor es infinitamente superior en la televisión digital. La señal comprimida, posible gracias a esa tecnología digital, ocupa una fracción pequeña del espacio original, y tras ser transmitida vía satélite o cable, es nuevamente decodificada para ser recibida en una pantalla. Tal y como recoge Jim Barthold (1996), la compañía californiana Imedia Corp. desarrolló una técnica de compresión que era capaz de “encajar” 24 canales en un simple transpondedor o en el ancho de banda de 6 Megahercios.

A nadie se le escapa que la comprensión digital ha posibilitado el nacimiento de lo que se conoce como "nuevas formas de televisión", además de las consecuencias que la propia revolución digital tendrá en el desarrollo de sistemas interactivos, tal y como se ha mencionado con anterioridad.

"Si hasta 1995 la aparición de los sistemas televisivos se produce con incrementos notables, la revolución digital tendrá un efecto multiplicador en la proliferación de los mismos, conformando un nuevo período, en la nueva era tecnológica, que convenimos en identificar como fase de “abundancia” o de “disponibilidad””, recuerda José E. Martí (1999:7).

Esas nuevas formas de televisión que mencionábamos con anterioridad se caracterizan "por su elevada pluralidad y especialización", señala Martí, con una oferta muy amplia, muy diferenciada, y con audiencias extremadamente segmentadas: muchas ofertas para públicos reducidos.

En España, la emisión de la televisión digital se realiza a través del satélite, lo cual implica una primera condición para el usuario de la llamada "televisión del futuro". A este respecto, Jordi Casanova (1997:94) recuerda que "el lanzamiento comercial de Vía Digital y Canal Satélite Digital ha supuesto la llegada a nuestro país de nuevas emisoras de televisión. Algunas de ellas lo han hecho procedentes del otro lado del Atlántico o de Europa, aunque también se han creado otras cadenas específicamente pensadas para las plataformas digitales, que competirán de forma muy agresiva con la voluntad de convertirse, antes de finalizar el año, en la oferta líder vía satélite".

Alfonso Vicente Castillo, en el boletín *Documentos*, del 21 de octubre de 1997 precisa, con respecto a la televisión digital que la distribución de este modelo de televisión es algo que ya se comenzó a perfilar desde 1990 como una posible solución para incrementar la capacidad y calidad de los sistemas de televisión, tanto terrestres como por satélite y cable. El propio Vicente Castillo manifiesta que "en el año 2000 habrá en todo el mundo una oferta superior a 4.500 canales digitales de televisión por satélite". Tal y como se apunta desde la redacción del boletín *Documentos*, "las ventajas estrictamente tecnológicas no son, ni con mucho, lo más atractivo de la oferta de la televisión digital. Posiblemente, si detrás de esta perfección digital no hubiera nada más, la "televisión del futuro" no conocería la demanda que ya acapara y no sería el negocio que se supone que va a ser. Por eso, la gran ventaja de la tecnología digital radica en que comprime la información y, al hacerlo, permite a cada cadena digital una oferta que puede superar los sesenta canales"<sup>24</sup>.

Por lo tanto, como describe José Fernández Beaumont (1998:211) en el anuario de *El País* de 1997, "el tema no es para tomárselo a broma puesto que se trata de establecer un "nuevo orden" televisivo, o mejor audiovisual, que afecta especialmente a los ámbitos de producción-programación, difusión y recepción. Es decir: un negocio de miles y miles de millones ¡Pobre de quien no esté ahí!

---

<sup>24</sup>. En *Documentos*, n<sup>o</sup> 3, de noviembre-diciembre de 1997, en <http://www.estuinfo.es/apc/documentos/N3/informe1.htm>, accedido el 1/7/1999.

Será como no participar en la nueva revolución del siglo ya en puertas. Y pobre también del usuario que no sepa adaptarse a un consumo más personal e interactivo de mensajes".

Animados por la experiencia positiva de EEUU, una serie de países europeos como Alemania, Reino Unido, Francia e Italia, dieron los primeros pasos, si bien con bastantes dudas y desigual éxito, en este mundo de la televisión digital<sup>25</sup>. De ahí que España, uno de los principales consumidores de televisión de Europa, no podía quedarse atrás e inició una dura carrera por la digitalización.

	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Andalucía	212	211	215	227	216	214
Canarias						186
Cataluña	207	215	218	217	208	208
C. Valenciana	210	211	216	216	211	211
Madrid	219	216	213	216	212	212
Galicia	171	187	188	195	192	198
País Vasco	174	189	187	193	193	207
Resto comunidades	203	213	211	212	211	213
<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>210</b>	<b>211</b>	<b>214</b>	<b>209</b>	<b>210</b>

**FUENTE:** Sofres A.M. *Elaboración propia.*

**Expresado en valores medios anuales (minutos/día).**

De hecho, y si bien en los momentos de presentar esta tesis, a finales de 2000, existen aún dos plataformas digitales en España, es factible que tarde o temprano acabemos por contemplar una sola.

¿Y por qué ésto? Fundamentalmente porque el desarrollo de la televisión digital no puede ser cosa de uno. De hecho, se hace necesaria la conjunción de un continente de recursos de tal calibre que se requiere que muchos “arrimen el hombro”, sin obviar el arriesgado -por lo elevado del mismo- desembolso económico, necesario por otra parte, y que sólo puede dar sus frutos a medio o largo plazo.

Todo ello hace necesaria la participación de un auténtico conglomerado de empresas -que aglutinen un gran poder- en una sola plataforma digital. Así, se hace necesaria la participación de empresas propietarias de redes de satélites (Hughes...), de operadores de telecomunicaciones (France Telecom o Telefónica), y de empresas productoras de contenidos (Tele 5, Antena 3, Canal Plus...). Y

---

<sup>25</sup>. *Para conocer más acerca del desarrollo de la televisión digital en estos países, conviene remitirse al capítulo 20 de la presente tesis.*

todo ello con el respaldo de una estructura financiera de poder y con la colaboración de los grandes grupos de comunicación mundial (Murdoch, Bertelsmann, Kirch...).

En cuanto al espectador, se hace necesario alertarle sobre el hecho de que este modelo de televisión le va a suponer un desembolso económico. A este respecto, el anteriormente mencionado Fernández Beaumont señala: "Es verdad que sólo podrán elegir cientos de canales (¿seremos capaces de soportar la imprescindible selección?), se podrá ver de forma personalizada el programa deportivo, el espectáculo en directo o la película de estreno que se desee; se podrá entrar en Internet o hacer compras en una tienda virtual; pero todo ello costará dinero. Parece que no habrá problema. Las predicciones hechas por los expertos dicen que la gente está dispuesta a pagar por ver. Para el año 2000, el 20 por ciento de los hogares europeos estará suscrito a alguna oferta audiovisual".

Para avalar esta teoría, basta con fijarnos en la información que el 21 de noviembre de 1997 publicaba el diario *El Mundo*<sup>26</sup>. La información de ese diario indicaba respecto a la televisión en abierto que "las cadenas de siempre no tienen miedo. En EEUU, tras décadas de televisión temática, han perdido un 30 por ciento de la audiencia pero no de los anunciantes, que siguen necesitando el público masivo". Respecto a la "nueva televisión", el citado periódico señalaba que "la televisión digital ha disparado la utilización de los satélites de comunicaciones. Hasta tal punto que la operadora Hispasat -elegida por Vía Digital- pondrá en marcha el tercer satélite español, destinado al mercado de la televisión digital de habla hispana en España, Europa y América".

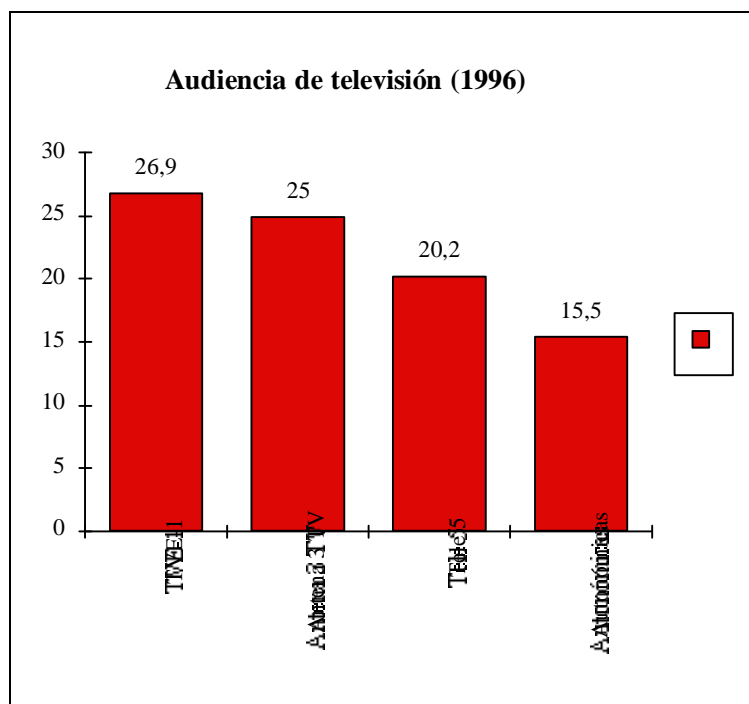
El mencionado periódico añadía con respecto a la televisión digital que "las emisiones que llegan del cielo van a obligar a las comunidades de vecinos a instalar, o duplicar si ya tienen una, antenas parabólicas. Tanto Vía Digital como Canal Satélite las ofrecen gratis. La doble antena va a resultar imprescindible, puesto que Vía Digital emite por Hispasat y Canal Satélite por el Astra. Motivo más que sobrado para que se prohíba su instalación en las fachadas, tal como lo ha hecho ya el Ayuntamiento de Barcelona y como lo proyecta el de Madrid. Los instaladores han exigido al Ministerio de Fomento que redule la ubicación de las antenas. El sector, en general, opina que debe ser obligatoria su instalación en todos los edificios nuevos".

---

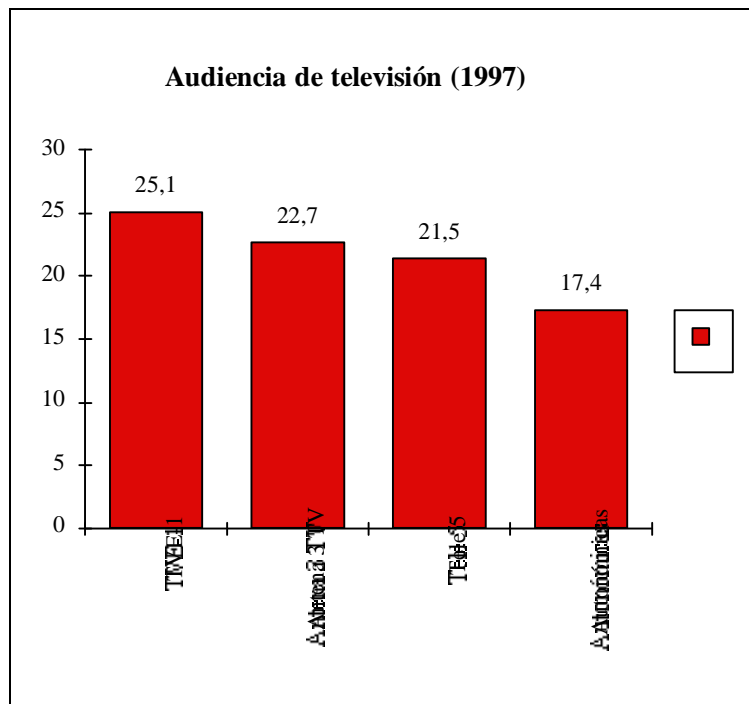
<sup>26</sup>. "Los españoles tienen hambre de televisión"

A finales de febrero de 1998, la regulación en materia de instalación de antenas parabólicas era ya una realidad<sup>27</sup>.

Según el *Anuario de la Televisión 1998*, editado por el Gabinete de Estudios de la Comunicación (GECA), la temporada 1996-1997 (de septiembre a junio) marcó una etapa histórica en el panorama audiovisual español con el nacimiento de la televisión digital y una altísima competencia entre las cadenas generalistas que habían acortado sus diferencias en las cuotas de mercado.



<sup>27</sup>. Real Decreto 1/1998 de 27 de febrero sobre infraestructuras comunes en los edificios para el acceso a los servicios de telecomunicación.



**FUENTE: Sofres A.M. Elaboración propia.**

Los datos no dejan lugar a dudas. La penetración de la televisión digital crece cuatro veces más rápido en España que en el resto de los países europeos; en 1998, se registraría en nuestro país la tasa de crecimiento más alta del Viejo Continente, junto con Francia, y el número de hogares con televisión vía satélite se ha incrementado en 160.000, un 20 por ciento más que el año anterior<sup>28</sup>.

El anuario antes citado refleja igualmente la madurez de una industria asentada y competitiva, capaz de generar 7.721 horas de producción propia en una temporada televisiva de nueve meses. A ello había que unir el crecimiento experimentado por el mercado televisual de la publicidad.

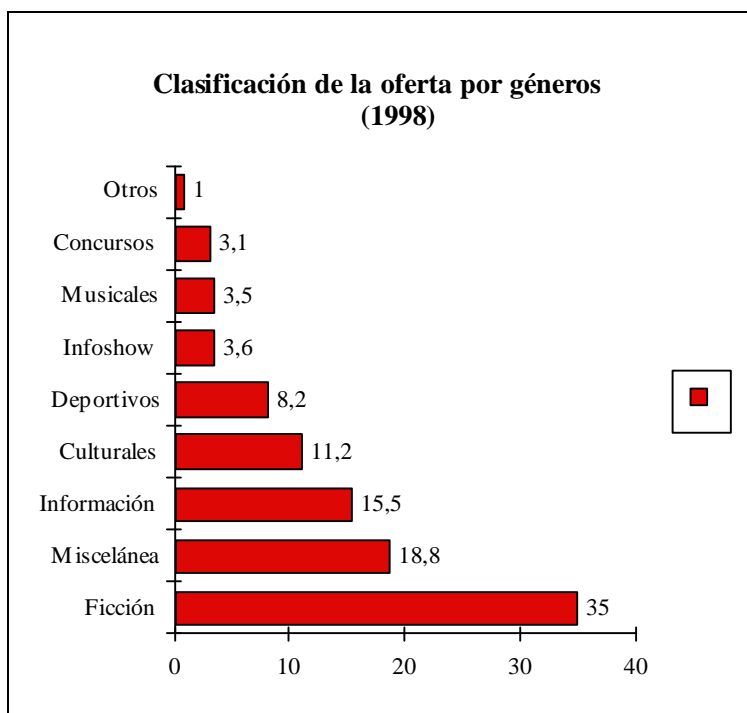
Junto a estos datos, el *Anuario de la Televisión 1998* recoge además algunas tendencias de futuro en lo que a programación se refiere y también, naturalmente se refiere a la televisión digital.

Con respecto a las tendencias en programación, indica que se observa el declive de los grandes formatos de programas-espectáculo y la confirmación del éxito de los programas españoles de ficción, con el asentamiento de telecomedias familiares y de otras fórmulas, como culebrones y series con colectivos específicos (jóvenes, profesionales...). La diversificación de las producciones se inclinará en

---

<sup>28</sup>. *El Mundo*; 21-7-1997.

el futuro también hacia los telefilmes. Y otro movimiento de la industria televisiva se dirige hacia el mercado latinoamericano, con exportaciones y alianzas empresariales.



FUENTE: Media Planning. Elaboración propia. La ficción incluye el cine y las series.

### RANKING DE LOS 10 PROGRAMAS MÁS VISTOS

**1996**

	<b>Cadena</b>	<b>Fecha</b>	<b>Audiencia Media</b>
<b>Prórroga España-Inglaterra (Eurocopa)</b>	TVE1	22 junio	29,4
<b>Prórroga At.Madrid-Barcelona (Copa del Rey)</b>	TVE1	10 abril	27,3
<b>Navidades Veinte Duros</b>	TVE1	1 enero	26,3
<b>España-Inglaterra (Eurocopa)</b>	TVE1	22 junio	26,0
<b>Médico de Familia</b>	Tele 5	10 dic.	26,0
<b>España-Yugoslavia</b>	TVE1	14 dic.	24,9
<b>Barcelona-Numancia (Copa del Rey)</b>	Ant. 3	14 febrero	24,1
<b>Hostal Royal Manzanares</b>	TVE1	21 marzo	24,0
<b>R.Madrid-Juventus (Copa de Europa)</b>	TVE1	6 marzo	21,4
<b>Barcelona-R.Valladolid</b>	Ant. 3	18 nov.	21,2

**1998**

	<b>Cadena</b>	<b>Fecha</b>	<b>Audiencia Media</b>
<b>Juventus-R.Madrid</b>	TVE1	20 mayo	34,5

<b>(Post Fútbol/Copa de Europa)</b>			
<b>España-Nigeria</b>	TVE1	13 junio	31,3
<b>(Francia 98)</b>			
<b>España-Bulgaria</b>	TVE1	24 junio	29,6
<b>(Francia 98)</b>			
<b>Barcelona-Mallorca</b>	TVE1	29 abril	28,7
<b>(penaltis/Copa del Rey)</b>			
<b>Juventus-R.Madrid</b>	TVE1	20 mayo	28,0
<b>(Copa de Europa)</b>			
<b>Brasil-Holanda</b>	TVE1	7 julio	27,6
<b>(penaltis/Francia 98)</b>			
<b>España-Paraguay</b>	TVE1	19 junio	26,3
<b>(Francia 98)</b>			
<b>Barcelona-Mallorca</b>	TVE1	29 mayo	25,0
<b>(prórroga/Copa del Rey)</b>			
<b>Brasil-Holanda</b>	TVE1	7 julio	24,5
<b>(prórroga/Francia 98)</b>			
<b>Médico de Familia</b>	Tele 5	15 dic.	23,2

**Fuente: Sofres A.M. Audiencia en % de la población.**

Cabe señalar que la multiplicación de las emisoras y el incremento en la oferta de programas gracias al desarrollo de las televisiones autonómicas, por cable, por satélite y digital crearon nuevas necesidades. De acuerdo con una tesis optimista defendida en Europa y EEUU, a finales de los ochenta, la multiplicación de canales transformó fundamentalmente la comunicación. Tal y como se recoge en el Informe del Grupo de Prospectiva de la Televisión Europea (1989:21), "al especializarse, cada uno podría responder a los deseos, gustos e intereses de los diferentes grupos de una sociedad que al fin está saliendo de su condición de masa (...). Esta multiplicación de los servicios de la televisión tiene como modelo la prensa escrita, donde coexisten diarios regionales con los locales y con los especializados".

Centrándonos un poco más en la televisión digital, nos conviene tener en cuenta los datos aparecidos en febrero de 1998 en los medios de comunicación según los cuales "los abonados a cualquiera de las plataformas digitales, Canal Satélite o Vía Digital, suelen ver más las cadenas convencionales que las plataformas de las que son abonados, según datos de Sofres (...) A pesar de la diversidad de ofertas de aquellos hogares que tienen plataformas digitales, el hábito de ver televisión apenas ha aumentado. Si en enero de 1997, cuando aún no emitían las plataformas digitales, el tiempo de visionado de la televisión fue de 224 minutos al día, en enero de 1998 ha sido de 226 minutos al día", según *El Mundo*, en su edición de 24 de febrero de 1998. *El País*, por su parte, el 12 de febrero del

mismo año prefería observar con más optimismo este mismo hecho e indicaba que "el lanzamiento de la televisión digital en España ha provocado cambios de conducta entre sus usuarios: ahora consumen un poco más de televisión que los espectadores de las cadenas convencionales (dos minutos más de media diaria) y dedican a la programación temática más de un tercio del tiempo empleado en ver televisión (el 36,3 por ciento)".

De cualquier forma, la Societé Européenne des Satellites (SES) estima que más de dos millones de europeos estaban abonados a la televisión digital en febrero de 1998 y que "en el año 2010 habrá cinco millones de hogares en la Península Ibérica que recibirán televisión por satélite, tanto analógica como digital", según recoge el periódico *El País* en su edición del 12 de febrero de 1998. El posible acuerdo Vía Digital-Canal Satélite Digital deja este temas más abierto aún.

#### CANALES DE TELEVISIÓN 1996

Canal	Penetración	Horas diarias de emisión	Minutos de publicidad semanales
TVE1	100,0	23,5	719
TVE2	100,0	23,5	417
ANTENA 3	98,4	23,9	1.053
TELE 5	98,4	23,6	1.105
CANAL PLUS	96,8	23,5	83
TV3	27,3	23,5	411
CANAL 33	18,0	23,7	128
ETB 1	12,9	23,8	162
ETB 2	13,0	23,8	330
TVG	11,4	23,5	477
CANAL SUR	18,7	23,6	452
CANAL 9	14,8	23,6	521
TM 3	15,8	23,8	646

Fuente: Sofres A.M. Elaboración propia.

#### OTRAS TELEVISIONES

Canal	Cobertura Mensual	Miles de personas
EUROSPORT		2.333
GALAVISIÓN		2.178
RTL		701
MTV		660
CNN		395
LOCALES		9.578

Fuente: Estimación Sofres A.M. Total individuos. Elaboración propia.

#### CANALES DE TELEVISIÓN

1998

Canal	% Población que sintoniza	Minutos de publicidad semanales
TVE1	99,7	878
TVE2	99,6	670
ANTENA 3	98,9	1.235
TELE 5	98,8	1.294
CANAL PLUS	93,1	165
TV3	25,6	607
CANAL 33	21,4	289
ETB 1	7,9	270
ETB 2	8,1	498
TVG	7,4	613
CANAL SUR	19,8	677
C2A	10,1	-
CANAL 9	14,1	690
N9	8,1	71
TM 3	16,8	806
ALGUNA LOCAL	49,3	-

Fuente: Sofres A.M. y EGM 1998. Elaboración propia.

OTRAS TELEVISIONES

Canal	Audiencia acumulada del periodo	Miles de personas
SATÉLITE		<b>5.339</b>
EUROSPORT/QUANTUM		2.992
GALAVISIÓN		1.181
CARTOON		1.646
VIVA TV		1.166
EURONEWS		1.564
HOLLYWOOD		1.321
ODISEA		983
LOCAL		<b>19.959</b>
C7 TV (MADRID)		1.879
O GIRALDA (ANDALUCÍA)		1.236
C47 SEVILLA		1.106
BTV (CATALUÑA)		1.094
P. DIGITAL		<b>2.473</b>
CANAL SATÉLITE DIGITAL		1.793
VÍA DIGITAL		726

Fuente: Sofres A.M. total individuos. Febrero 1999. Elaboración propia.

Cadenas con una cobertura real en el panel de al menos 40 hogares

PARTICIPACIÓN DE LAS CADENAS NACIONALES  
AÑOS 1990-1998

Años	TVE1	TVE2	ANT.3	TELE 5	C.PLUS AUTON.	OTRAS
1990	52,4	20,2	3,7	6,5	0,3	16,4
1991	43,0	14,2	10,1	15,9	0,9	15,5
1992	32,6	12,9	14,7	20,8	1,7	16,5
1993	29,8	9,6	21,1	21,4	1,9	15,6
1994	27,6	9,8	25,7	19,0	1,9	15,2
1995	27,6	9,2	26,0	18,5	2,3	15,4
1996	26,9	9,0	25,0	20,2	2,2	15,4

<b>1997</b>	25,1	8,9	22,7	21,5	2,5	17,4	1,8
<b>1998</b>	25,6	8,8	22,8	20,4	2,4	16,5	3,6

**Fuente: Ecotel/Sofres A.M. Elaboración propia.**

**Datos en porcentaje del consumo diario de televisión por español**

Estas cifras “chocan” con las que se manejan de la observación del sistema televisivo norteamericano, tal y como recogen Emili Prado y Rosa (1998:20), según datos de The Strategis Group para 1997. El ciudadano americano tiene a su alcance centenares de canales de televisión que puede recibir vía hertziana, cable o satélite. El modelo dominante es el de los hogares suscritos al cable, un 65 por ciento por el que pueden recibir un número variable de canales, que incluyen los 4 grandes networks generalistas (ABC, CBS, Fox y NBC), las emisoras públicas de la PBS, emisoras locales, cadenas de cable de vocación nacional, cadenas especializadas, servicios de Pay Per View (PPV) y VOD. Otro núcleo, que representa el 7 por ciento está abonado a algún paquete por satélite de las 4 diferentes ofertas de DBS existentes. Completando el panorama de los abonados a algún sistema de distribución multicanal un testimonial 2 por ciento cubierto por compañías de MMDS (Multichannel Multipoint Distribution Service) o LMDS (Local Multipoint Distribution System). Y finalmente un grupo de 26 por ciento que sólo accede a la oferta disponible en abierto vía hertziana terrestre, en la que además de los cuatro grande y las públicas puede acceder a un número variable de independientes, según la zona en que viva.