

Trípodos, número 26, Barcelona, 2010

El nacimiento de la televisión digital de pago por satélite en España¹

Sagrario Beceiro Ribela

Sagrario Beceiro Ribela es doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y forma parte del grupo de investigación Televisión: Memoria, Representación e Industria (TEMERIN), de la Universidad Carlos III de Madrid.

This article analyzes the origins of digital pay TV in Spain and, in particular, the configuring of the initial offer in the form of the two original digital satellite platforms, Canal Satélite Digital and Vía Digital, and the causes of their merger in the year 2003. This initial period (1997-2003) is fundamental to understanding part of the limitations of the sole platform which exists at present, Digital+, and also reminds us of some of the challenges to consider in the development of digital pay television in Spain today.

133

KEY WORDS: digital television, satellite television, digital platforms, pay TV.

PALABRA CLAVE: televisión digital, televisión por satélite, plataformas digitales, televisión de pago.

¹ Este trabajo ha sido realizado en el ámbito y con la ayuda del proyecto "Cultura, Sociedad y Televisión en España". Ministerio de Ciencia e Innovación. Proyecto Nacional de I + D + I (2007-2009). Ref. 2006/03962/001 y del grupo de investigación Televisión: Memoria, Representación e Industria (TEMERIN), de la Universidad Carlos III de Madrid.

Los principales objetivos de este artículo son afrontar la reflexión histórica sobre la oferta de televisión de pago vía satélite en el mercado español entre 1997 y 2003, indagar en las causas del fracaso del “duopolio” inicialmente establecido entre las plataformas digitales por satélite Canal Satélite Digital y Vía Digital, y bosquejar algunos de los problemas que tuvo que arrostrar la recién nacida Digital+. La perspectiva histórica adoptada nos permite analizar este período inicial con un distanciamiento adecuado y analizar las consecuencias a corto-medio plazo de lo acaecido en esos años.

La breve pero intensa historia de la televisión digital de pago en España comienza en 1995, con un principio de acuerdo entre Canal Plus España (Sogecable) y Telefónica para desarrollar de forma conjunta una plataforma digital por cable, denominada Cablevisión. Esta alianza fue rechazada por la Comisión Europea en 1996, debido a que en el ámbito político europeo se entendía que los monopolios nacionales sobre la televisión digital de pago no estaban justificados.² Y ese rechazo de la Comisión Europea precipitó el lanzamiento de dos sendos proyectos de plataformas de televisión digital por satélite que cristalizarían en el nacimiento en 1997 de Canal Satélite Digital y Vía Digital.

134

Ambas plataformas se enfrentaron al reto de hacerse un hueco en el panorama de la televisión de pago en España. Como ya sabemos, el mercado no resultó suficientemente flexible para asumir ambas ofertas, pero, durante los seis años que se mantuvieron en liza, la competencia fue feroz.

Canal Satélite Digital estaba controlada por el grupo Prisa a través de Sogecable S.A., y Vía Digital, por Telefónica, TVE Temática, Televisa y otros socios minoritarios bajo el nombre de Distribuidora de Televisión Digital, S.A.

Los puntos fuertes de Sogecable eran la experiencia que había adquirido en la gestión de la televisión de pago en analógico (Canal+ España) para el mercado español y la posibilidad de seguir la estela de Canalsatellite Numerique, su homónima francesa y primera plataforma digital por satélite de Europa. Las fortalezas de Telefónica eran su indudable capacidad financiera y contar con varios socios potenciales para la nueva plataforma entre los que se destacaban el ente público Radiotelevisión Española (RTVE) y el grupo mexicano Televisa.³

² Decisión adoptada por la Comisión: IV/M.0709 Telefónica/Canal Plus/Cablevisión, del 8 de febrero de 1996.

³ HERRERO, M. “Pago directo, programación y Audiencias. Canal Plus España

OFERTAS INICIALES DE CANAL SATÉLITE DIGITAL Y VÍA DIGITAL

Canal Satélite Digital⁴ (en adelante CSD) fue la primera oferta digital vía satélite en lanzarse al mercado español, el 31 de enero de 1997, con 25 canales de televisión y servicios y 27 canales de radio, emitidos a través de los satélites Astra y receptores digitales con un sistema de decodificación integrado (sistema *simulcrypt*). Sogecable esperaba alcanzar en tres años el punto de equilibrio (*break even*) con tres millones de abonados, una cifra nada desdeñable.

En algo más de un año desde su lanzamiento, la oferta se había elevado a 67 canales de televisión, además de servicios como la Guía Electrónica de Programas, 11 canales de pago por visión y 41 canales de audio y 11 emisoras de radio.⁵

Por otro lado, el 15 de septiembre de 1997, nacía la segunda plataforma digital española de televisión por satélite: Vía Digital⁶ (en adelante VD), con una previsiones altamente optimistas, ya que esperaba alcanzar su punto de equilibrio o *break even* en 2002.

La señal de VD se enviaba a través de Hispasat y requería un descodificador *multicrypt*. La oferta inicial era de 35 canales en su paquete Básico, 15 canales gratuitos en la Oferta Promocional, 7 canales en la Opción Cine, 2 canales en la Opción Premiere, 1 canal a la carta, 19 canales de pago por visión y 48 canales de audio y radio. Los precios eran algo más reducidos que los de CDS para resaltar el carácter populista y no elitista de la oferta VD.

En cuanto a contenidos, las principales bazas de VD se fundamentaban en arriesgar con contenidos nacionales y de productoras independientes (lo cierto es que tampoco poseían derechos de emisión de la mayor parte de las *majors* estadounidenses); bajar los precios de los partidos de fútbol en el pago por visión respecto a CDS; rentabilizar los derechos exclusivos de emisión de las principales corridas de toros en España; apostar por el mercado hispanoamericano; e incluir los canales autonómicos, resaltando el carácter de “plataforma puramente española”.⁷

(1990-2000). Tesis doctoral dirigida por el profesor Dr. D. Alfonso Sánchez-Tabernero. Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación. Pamplona, 2002, p. 107 y ss.

4 Accionistas iniciales (enero 1997): Sogecable (90%), Aurum (7,5%) y Antena3 (2,5%).

5 BECEIRO, S. *La televisión por satélite en España. Del servicio público a la televisión de pago*. Madrid: Fragua, 2009, p. 126.

6 Accionistas iniciales (septiembre 1997): Telefónica (25%), Televisión Española (17%), Televisa (17%), Galaxy (6,9%), Itochu (5%), TV3 (5%), Grupo Recoletos (5%), Telemadrid (4%), Televisión de Galicia (2%), Canal9 (2%).

7 Anuario 98. *Revista TeleSatélite*. Madrid: TeleSatélite Publicaciones España, 1998, p. 29.

NACEN LAS PLATAFORMAS DIGITALES: LA REGULACIÓN SE PRECIPITA

El nacimiento de las plataformas digitales por satélite fue turbulento, en especial, por la injerencia de la política estatal en todo el proceso. Lo más visible de esta injerencia fue la precipitada legislación:

- Real Decreto sobre transmisiones por satélite.⁸ Aprobado por el Consejo de Ministros el 31 de enero de 1997, junto al Reglamento técnico y de prestación del servicio de telecomunicaciones por satélite.⁹ Este Real Decreto incorporaba tardíamente la Directiva 95/47/CE de la Unión Europea, que recalca que los descodificadores de las plataformas debían ser compatibles; pero llegaba más allá de lo establecido en la citada Directiva, al determinar que el decodificador elegido por CSD, basado en el sistema *simulcrypt*, quedaba inhabilitado para su utilización en el mercado español.¹⁰

- Ley 17/1997 del 3 de mayo, de Televisión Digital.¹¹ Recogía el anterior Real Decreto 1/1997 y fijaba un plazo de dos meses a los operadores de TV digital para ponerse de acuerdo sobre el uso compartido del decodificador. Si no se llegaba al acuerdo, debían emplear el *multicrypt*, el decodificador de VD, que, según la Ley, era el único que garantizaba un acceso universal y compatible para todas las plataformas. Por supuesto, esta Ley fue recurrida por la plataforma CDS. En 2003, el Tribunal Supremo obligó al Estado a pagar a Sogecable (CSD) 26,4 millones de euros para compensar los daños comerciales resultado de la aplicación del Real Decreto y la citada Ley.

- Ley Reguladora de las Transmisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos.¹² Más conocida como la “Ley del fútbol”, permite todavía hoy en día definir la lista de acontecimientos deportivos de “interés general”, tal y como se

8 Real Decreto-Ley 1/1997, de 31 de enero, por el que se incorpora al Derecho español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector. [Disposición derogada]

9 Real Decreto 136/1997, de 31 de enero, por el que se aprueba el Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Telecomunicaciones por Satélite.

10 ALCOLEA, G. *La televisión digital en España*. Sevilla: Comunicación Social, 2003, p. 51.

11 Ley 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el Uso de normas para la transmisión de señales de Televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector, BOE 04/11/2003. BOE nº 108, de 6 de mayo de 1997. Fue derogada por la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.

12 Ley 21/1997, de 3 de julio (BOE de 4 de julio).

preveía en la Comunicación de la Comisión COM (1999) 657. La famosa “Ley del fútbol” tenía como objetivo impedir que CDS monopolizara estas transmisiones frente a VD. En medio de acercamientos y alejamientos, el problema de los derechos de retransmisión del fútbol fue finalmente solucionado al margen de la legislación el 17 de julio de 1999, cuando Telefónica y Sogecable llegaron por fin a un pacto para explotar conjuntamente los partidos de fútbol durante tres temporadas.

La principal consecuencia del enfrentamiento por los derechos de retransmisión de los eventos deportivos fue que los derechos audiovisuales de las dos principales competiciones futbolísticas, la Liga y la Copa del Rey, para las temporadas comprendidas entre 1997/1998 hasta 2000/2001 se convirtieron en un artículo de lujo: los clubes elevaron su importe anual hasta 39.000 millones de pesetas (234,39 millones de euros) cuando hasta 1997 se venía pagando 6.000 millones de pesetas (algo más de 36 millones de euros).¹³

La urgencia en la regulación del sector fue entendida por diversos agentes como un atentado a la libertad de empresa, un freno para la primera plataforma que se constituía en España (CSD) y un claro favoritismo para el operador próximo al Gobierno (VD). El afán por favorecer a uno de los operadores fue, a todas luces, una clara injerencia por parte del poder ejecutivo y el reflejo de la disputa por un mercado que, finalmente, no resultó ser tan rentable como se esperaba.¹⁴ Pero la legislación de este periodo sufrió correcciones sustanciales, tanto por parte de la Comisión Europea como por la simple inercia del mercado, y los esfuerzos del Gobierno por controlar el sector fueron inútiles.¹⁵

PUGNA DE DOS GRUPOS

Al margen de la polémica “guerra digital” establecida inicialmente entre las dos plataformas y el claro intervencionismo político y legislativo, las estrategias empresariales utilizadas por ambas se centraron en dos factores básicos: el precio y la programación.

Los precios diferían considerablemente en un principio, pero su peso fue decreciendo con el paso del tiempo. En cuanto a la programación, el importante aumento de canales que suponía la oferta digital por satélite tuvo como consecuencia más inmediata

13 Finanzas.com “Todo a punto para la guerra del fútbol” (7 diciembre 2001).

14 LINDE, E.; VIDAL, J.M. *Derecho Audiovisual*. 2a ed. Madrid: Colex, 2007, p. 373.

15 BUSTAMANTE, E. *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa, 2006, p.178-179.

que la oferta de programas fuese vital para la supervivencia de ambas plataformas. La multiplicidad de canales temáticos, generalistas, de servicios complementarios, interactivos, etc. necesitaba un flujo ingente de contenidos, realizados por las propias plataformas, empaquetados por otras empresas y/o de producción externa. Era un proceso complejo y estratégico.

El nivel de inversión en contenidos era considerable aunque, por definición, siempre escaso. Los canales de VD y CSD destinaban alrededor de un 45% de sus gastos al aprovisionamiento de programas. La mayor parte de esos recursos iban destinados al pago de la ficción estadounidense y de las exclusivas deportivas, en detrimento del resto de canales, muchos de los cuales se movían en cifras presupuestarias muy bajas. Por otro lado, la producción propia apenas significaba más del 10-15% del tiempo de emisión.¹⁶

Sogecable producía en 2002 una docena de canales,¹⁷ importaba canales editados/comercializados por las grandes majors y por editores internacionales como Multithematiques.¹⁸ Mientras tanto, VD contaba con la producción, entre otros, de su canal premium Gran Vía,¹⁹ además de los canales producidos por sus socios de referencia, Admira (Telefónica), RTVE²⁰ y Televisa.²¹ Las principales editoras/ comercializadoras españolas de canales para estas plataformas —en especial y casi exclusivamente para VD— eran Planeta 2010 (Grupo Planeta), Multipark (Telemadrid y Caja Madrid) y Media Park (participada por Telefónica).²²

CSD buscaba claramente la integración vertical, con una considerable oferta propia y de sus filiales, y una clara apuesta por la compra de derechos; todo ello en el marco de unas relaciones privilegiadas con proveedores extranjeros que también formaban parte de su accionariado: Canal Plus Francia y Time Warner. Por su parte, VD, con poca producción propia, basaba su pseudointegra-

16 BUSTAMANTE, E.; ÁLVAREZ, J.M. "España: La producción audiovisual en el umbral digital". *Economía della Cultura* (1999), núm. 2.

17 Cinemanía, Documanía, Viajar, Estilo (antes EllaTV), Real Madrid TV, Sportmanía, CNN+, Golf+, 40TV, 40Latino y Fox Kids. Memoria de Sogecable 2003.

18 Informe anual CMT 2002, p. 104-105.

19 El canal Gran Vía estuvo a punto de ser vendido por Vía Digital a su socio Admira (Telefónica Media) a finales de 2001 por cerca de 240 millones de euros (*El Mundo*, 27 diciembre 2001).

20 Cineparaiso, Alucine, Hispavisión, Canal Clásico, Canal Nostalgia, Teledeporte y 24 Horas.

21 RTVE vendió a Telefónica, en abril de 1999, su 17% en Vía Digital por algo más de 78 millones de euros. Poco después, Televisa redujo su participación al 10%.

22 Los canales de estas productoras se emitían en Vía Digital, por lo que su presencia desapareció de la televisión digital de pago por satélite tras la fusión de CSD y VD.

ción vertical en el encargo directo de programas y canales a sus accionistas, en relación casi directa a la participación que detentaban en la empresa; al discriminar a los proveedores que no eran socios, la calidad o el éxito de canales y programas no eran una prioridad ante los compromisos asumidos con los accionistas.²³

Asimismo, la interactividad y la oferta de servicios complementarios fueron reclamos publicitarios que apenas llegaron a materializarse en los primeros años. La cacareada “televisión a la carta” se convirtió en una “televisión de menú del día”, como se advertía en un informe de Gaptel, con el cine y el fútbol como únicas ofertas de PPV y unos pocos servicios complementarios (videoclub, telebanca...) de bajo nivel de interactividad.²⁴ El impacto real o atractivo de los servicios interactivos sobre los abonados era escaso.

La lucha por atraer abonados a cada una de las ofertas se agudiza con la aparición en noviembre de 1999 de QuieroTV,²⁵ la primera plataforma de televisión digital terrestre (TDT) española de pago y que quebrará en 2002. QuieroTV, cuya principal ventaja competitiva era utilizar la tecnología digital terrestre (los hogares únicamente necesitaban un decodificador) intentó hacerse un hueco entre las dos plataformas de pago por satélite. Tras una inversión de 900 millones de euros y un ritmo de pérdidas de 24 millones de euros al mes,²⁶ sólo logró acumular 120.000 abonados en dos años, cuando sus previsiones eran conseguir el millón de clientes en el 2004.²⁷ El mercado de la televisión de pago en España demostraba no ser lo suficientemente elástico, al menos en aquellos años.

Aun sin tener apenas competidores directos, ya que QuieroTV no llegó a amenazar seriamente su liderazgo en el mercado de televisión digital de pago, las cuentas de las plataformas digitales por satélite en España arrojaban balances negativos, en especial para VD²⁸ y las pérdidas se acumulaban. Los resultados no eran los remotamente esperados por la plataforma VD, liderada

23 BUSTAMANTE, E. “Televisión: errores y frenos en el camino digital”. En: BUSTAMANTE, E. (coord.) *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, 2002, p. 250-251.

24 Ver Informe GAPTEL. *Televisión Digital*. Red.es, marzo de 2005, p. 56.

25 Accionariado QuieroTV: Auna (49%), Mediapark (18%), Planeta (12%), Carlton (6%), InverCataluña (3,4%), Caixa de Vigo (3%), Caja de Ahorros del Mediterráneo (3%), Caja de Ahorros de Navarra (1,8%), Euskaltel (1,8%), la Kutxa (0,8%) y BBK (0,8%).

26 Las pérdidas acumuladas en dos años eran alrededor de 400 millones de euros.

27 *El País* (16 abril 2002): “Quiero se prepara para liquidar la empresa tras perder casi 400 millones”.

28 “Vía Digital reduce su capital social hasta los 27.350 millones de pesetas para compensar pérdidas”. *Expansión* (28 abril 2001).

por Telefónica, pero tampoco eran adecuados para la plataforma liderada por Sogecable, que veía como CSD lastraba los resultados del grupo en su conjunto, aunque la cifra de negocio fuera bastante más elevada que la de su directa competidora.

CSD después de tres años de pérdidas sostenidas, se acercó considerablemente a su previsión inicial de equilibrio en el ejercicio del año 2000. Ello permitió que el grupo Sogecable registrase las primeras ganancias desde su salida a Bolsa en 1999 y obtuviese un beneficio de 2,8 millones de euros en el ejercicio 2001.²⁹ Pero ese proceso de mejoría se invirtió nuevamente en el ejercicio 2002.

Los malos resultados de VD fueron mucho más evidentes que los de CSD. Las pérdidas crecían año tras año, los gastos de explotación duplicaban sobradamente los ingresos y la compañía sólo se sostenía por continuas ampliaciones de capital y préstamos garantizados por el socio de referencia, Telefónica. Para los analistas, la situación de VD era de quiebra técnica desde el ejercicio 2001.³⁰

En cuanto a los abonados, su número aumentó considerablemente entre los años 1999/2000 en ambas plataformas digitales y esta tendencia sólo comenzó a ralentizarse entre los años 2000/2001. Sólo en el período 2002/2003 se observa ya la pérdida clara de abonados, debido a la incertidumbre que generó entre los potenciales clientes, el anuncio y proceso de fusión entre ambas plataformas.

140

NÚMERO DE ABONADOS A PLATAFORMAS DIGITALES POR SATÉLITE (1999-2002)					
	1999	2000	2001	2002	2003
CANAL SATÉLITE DIGITAL	813.490	1.051.563	1.230.038	1.220.669	1.173.024
VÍA DIGITAL	440.114	633.059	806.379	775.000	622.622

Fuente: Informes anuales CMT.

Las principales razones esgrimidas por las plataformas para las pérdidas en la televisión de pago se referían a cuestiones que no tenían mucho que ver con el número de abonados, sino con otros argumentos, tales como los asfixiantes compromisos adquiridos para detentar los derechos de los contenidos Premium, cine (estre-

²⁹ "Sogecable consigue los primeros beneficios desde su salida a Bolsa". *El País* (28 febrero 2002).

³⁰ *Noticias de la Comunicación* (octubre 2003), núm. 229, p. 68.

nos cinematográficos EE UU) y deporte (principalmente fútbol), las prácticas comerciales y ofertas de promoción extremadamente agresivas y la piratería.³¹

Podemos deducir que no era fácil que los abonados crecieran al ritmo necesario para compensar las inversiones precisas para la pervivencia de dos plataformas digitales por satélite en el mercado español, al menos a medio plazo. Por otro lado, hay que reconocer que estas previsiones irreales sobre el mercado de las plataformas de televisión de pago se repitieron a lo largo y ancho de Europa, tal y como demuestran la profusión de proyectos lanzados, la consiguiente “fiebre” de fusiones, e incluso la quiebra de varias de esas plataformas en la Unión Europea.

LAS PLATAFORMAS DIGITALES SE FUSIONAN

Desde la llegada de la televisión digital a España las batallas entre empresas, grupos de comunicación y partidos políticos fueron una constante. La corta existencia de VD y CSD, de tan sólo seis años, se vio marcada por polémicas empresariales, políticas y hasta judiciales, sobre todo en los dos primeros años.

Tras un fallido intento de fusión en 1998 y salvado el escollo de la ley del fútbol, se habían empezado a “descongelar” las posiciones de CDS y VD. El 8 de mayo de 2002, ambas plataformas anuncian su intención de fusionarse y ese mismo mes los consejos de administración de Sogecable y Admira (filial de medios de Telefónica) ratifican los términos del acuerdo de integración.

La principal razón de la fusión era, evidentemente, las pérdidas. La situación parecía insostenible, en especial para VD, cuya deuda superaba los 1.000 millones de euros. Para darnos cuenta de las dimensiones del problema, sobra con decir que en su comunicación a la CNMV³² cuando se anunció la fusión, Sogecable declaraba una facturación conjunta de ambas compañías de televisión, en el ejercicio 2001, de unos 1.300 millones de euros,³³ pero también una deuda acumulada superior a su facturación anual.

En realidad, se trataba más de un proceso de absorción de VD por parte de Sogecable, que de un verdadero proceso de fusión. Los términos del pacto establecían que la operación se realizaría mediante una ampliación de capital en Sogecable, reservada exclusivamen-

31 Memoria Sogecable 2002.

32 Comisión Nacional del Mercado de Valores.

33 *5Días.com* (16 mayo 2002).

te para los accionistas de VD. En cuanto a Audiovisual Sport, la compañía que gestionaba los derechos deportivos, Sogecable compraría la participación del 40% que poseía Telefónica, pasando así a controlar el 80% de su capital.³⁴

El expediente de fusión fue remitido inmediatamente a la Comisión Europea, que en esa época empieza a ser consciente de las dificultades afrontadas por las plataformas digitales en los mercados nacionales europeos.³⁵ La Comisión devolverá el expediente al Gobierno español en agosto de ese mismo año, al considerar que la integración de ambas plataformas generaría un monopolio *de facto* en el mercado de la televisión de pago de España, pero que eso afectaba exclusivamente al territorio español y no tendría consecuencias importantes en el entorno europeo.³⁶

Ese mismo mes, la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT) publicaba un informe sobre las consecuencias de la fusión en el mercado español. Las conclusiones de la CMT eran especialmente críticas con los efectos perniciosos de la fusión sobre mercados relacionados, en especial por el control efectivo que supondría sobre los contenidos/servicios; en contrapartida, también señalaba la muy probable desaparición de al menos una de los dos plataformas implicadas (CSD/VD) si la operación de integración no se realizaba.³⁷

El proceso de fusión español siguió adelante. El Gobierno pidió otro informe al Tribunal de Defensa de la Competencia; fue hecho público en noviembre de 2002 e imponía diez condiciones a la fusión, entre ellas, la necesidad de que un porcentaje considerable de los canales de la nueva plataforma integrada fuesen propiedad de terceros y diversas restricciones relacionadas con los derechos para la retransmisión de acontecimientos deportivos (fútbol) y películas cinematográficas.

Finalmente, el 29 de noviembre de 2002 el Consejo de Ministros aprobaba la absorción de VD por parte de CSD, siempre y cuando la sociedad resultante se sometiese al cumplimiento de 34 condiciones que, más o menos, eran las mismas recomendadas

34 Noticias de la Comunicación (mayo 2002), núm. 214, p. 18-20.

35 Octavo informe de la Comisión sobre la aplicación del conjunto de medidas reguladoras de las telecomunicaciones. *Telecomunicaciones en Europa-Reglamentación y mercados*. COM (2002) 695 final, p. 18.

36 Asunto n° COMP/M. 2845. Sogecable/Canal Satélite Digital/Vía Digital. Reglamento (CEE) n° 4064/89 sobre las concentraciones. Artículo 9, apartado 3, del 14 de agosto de 2002.

37 CMT. Informe al Gobierno sobre la concentración de Canal Satélite Digital y Vía Digital de fecha 8 de agosto de 2002.

por el Tribunal de la Competencia pero desglosadas y detalladas.³⁸ Las condiciones impuestas por el Gobierno se articulaban en dos grandes apartados: *a)* cine, canales temáticos y pluralidad del mercado; y *b)* fútbol.³⁹

El primer apartado (a) reflejaba diversos compromisos, entre ellos, limitar la adquisición de derechos cinematográficos adquiridos a grandes estudios (*majors*) a tres años, abrir una parte de la oferta de la plataforma a terceros operadores en condiciones equitativas, transparentes y no discriminatorias, no poder actuar como distribuidor exclusivo para España de canales temáticos producidos o distribuidos por compañías internacionales y no acaparar mercados emergentes aprovechando sinergias con Telefónica.⁴⁰

El segundo grupo de condiciones se refería únicamente a los derechos de fútbol. Este bloque de condiciones (b) implicaba que Sogecable debía renunciar a los derechos de tanteo, retracto y prórroga que poseía hasta el momento en las negociaciones con los clubes de fútbol, además de no tener la exclusiva de los eventos deportivos para sistemas de telecomunicaciones móviles o transmisión de datos. La duración de los contratos tampoco podía exceder los tres años.

El 29 de enero de 2003 ambas plataformas confirmaban el acuerdo definitivo, que desarrollaba y modificaba el firmado el 8 de mayo de 2002, para su fusión. Según lo pactado en este nuevo convenio, Telefónica podría tener incluso mayoría accionarial en la nueva sociedad, pero en contraprestación renunciaba a los derechos políticos de su exceso sobre la participación de los otros dos socios principales (Prisa y Grupo Canal+), dejaba la gestión en manos de Prisa y se comprometía a permanecer en la compañía un mínimo de tres años.⁴¹

Para no trasvasar más deuda de la establecida en el pacto de fusión, los socios de Distribuidora de Televisión Digital (DTS), compañía que explotaba VD, aprobaron en abril una ampliación de capital por importe de 1.075 millones de euros, cubierta íntegramente por Telefónica al capitalizar la deuda que la empresa tenía con la operadora. El resultado fue deducir la deuda pero, por

38 Para detalle de las 34 condiciones para la fusión impuestas por el Consejo de Ministros, ver <http://www.la-moncloa.es/consejodeminstros/referencias/_2002/c2911020.htm#TVDigital> [Consulta: 20 abril 2008].

39 *Noticias de la Comunicación* (noviembre 2002), núm. 219, p. 22.

40 *El Mundo*: <<http://www.elmundo.es/documentos/2003/01/economia/fusion>> [Consulta: 15 septiembre 2006].

41 *Noticias de la comunicación* (febrero 2003), núm. 222, p. 12-13.

otro lado, Telefónica pasó a detentar el 96,64% del capital de VD. En consecuencia, se hizo con el 22,23% de las acciones de la plataforma resultante, un porcentaje muy por encima de las participaciones del 16,38% que detentaban Prisa y el Grupo Canal+.

Finalmente, el 13 de mayo de 2003, las juntas de accionistas de Sogecable y DTS/Vía Digital ratificaron la integración de ambas plataformas, asegurando además que los abonados no tendrían que realizar ninguna modificación en descodificadores o antenas parabólicas, ya que se mantendrían las emisiones a través de los dos sistemas de satélites utilizados hasta el momento: Astra e Hispasat.⁴²

DIGITAL+: SE ABREN NUEVAS PERSPECTIVAS

La integración de DTS en Sogecable se materializó el 2 de julio de 2003. La nueva plataforma de televisión digital por satélite de pago, resultante de la fusión, adoptó la denominación de Digital+. Con el nacimiento de Digital+ se cerraba uno de los procesos más turbulentos de la reciente historia de los medios de comunicación en España y comenzaba una nueva fase para la televisión de pago.

144

Las emisiones de la plataforma integrada resultante, Digital+, comenzaron el 21 de julio de 2003, con una oferta de 75 canales distribuidos en paquetes con precios entre los 22,00 y 49,80 € al mes.

Estas tarifas eran elevadas para los 800.000 clientes procedentes de VD, ya que en la antigua plataforma el abono básico costaba de 5,95 a 20 €, frente a los 22 € de la recién nacida Digital+ y, en la parte alta del abono, las cuotas también eran inferiores en VD, oscilando entre los 26,73 € del paquete Vía Familiar y los 42,98 € de los paquetes Supervía Cine o Supervía Deportes. La justificación de Sogecable era que los precios a mantener eran los de la empresa que absorbía (CSD) y no los de la absorbida (VD).⁴³

La nueva Digital+ contaba con 6 canales Premium, 3 de deportes y 3 de cine, con un estreno diario en Canal+ Cine, y una oferta específica de cine español. Aparte de cine y deporte, la plataforma también emitía los canales autonómicos en abierto y concedía mucha importancia a la programación infantil, los documentales y las series de televisión.⁴⁴

⁴² *Noticias de la comunicación* (mayo 2003), núm. 225, p. 6.

⁴³ "Digital Plus triplica el precio a sus abonados". *El Mundo*, suplemento *Nueva Economía* (14 septiembre 2003), núm. 187.

⁴⁴ *Noticias de la Comunicación* (diciembre 2003), núm. 231, p. 17.

Los abonados procedentes de VD fueron testigos de como los canales de los que disfrutaban en la antigua oferta se reducían a la mínima expresión dentro de Digital+, quedando tan sólo Canal Cocina, Cosmopolitan, Factoría de Ficción, Canal Barça, Canal Clásico, Canal 24 Horas, Eurosport News y Expansión TV. Esta situación tuvo importantes consecuencias para el sector de la producción de canales temáticos en España.⁴⁵ La desaparición de algunas empresas españolas de producción de canales temáticos fue inmediata, como, por ejemplo, Antena 3 Temática y Planeta 2010.⁴⁶ Por su parte, la productora catalana Mediapark, que producía ocho canales para VD, fue excluida de Digital+, con una compensación económica.⁴⁷

Mejor suerte tuvieron Multipark y, con cierto retraso o limitaciones, TVE Temática y Multicanal. En el listado de canales en septiembre de 2003 aparecían los dos canales producidos por Multipark y dos de los cinco canales producidos por TVE Temática.⁴⁸ Multicanal, productora de cuatro canales presentes en la antigua plataforma de Telefónica tardó mucho tiempo, hasta mayo de 2004, en situar dos de sus canales, Canal de Historia y Canal Hollywood, en el dial de Digital+.⁴⁹

CONCLUSIONES

Las productoras nacionales de canales temáticos de televisión de pago, sobre todo las asociadas a VD, tuvieron que afrontar una drástica reestructuración que puso de relieve la debilidad del sector. La desaparición de canales de producción española en la nueva plataforma indujo el cierre de varias empresas y el obligado redimensionamiento de otras. Podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que el nacimiento de Digital+ fue un significativo varapalo para el emergente sector de la producción de canales temáticos

45 "Descontento de los abonados con Digital+ mientras esperan la entrada de nuevos canales". *Mundoplus.tv*, julio de 2003. <<http://mundoplus.es/noticias.php?seccion=tvdigital&id=37>> [Consulta: 25 julio 2008].

46 Sogecable endurece las condiciones de los canales de Vía que entren en Digital+, julio de 2003. <http://www.mundoplus.tv/noticias.php?seccion=tv_digital&id=9> [Consulta: 25 julio 2008].

47 Media Park tenía un contrato en vigor con Vía Digital desde 1997 que obligaba a la emisión de sus canales hasta el año 2012.

48 Canal Nostalgia, Grandes Documentales y Teledeporte fueron excluidos de la programación de Digital+.

49 "Digital+ llega a un acuerdo con Multicanal para la inclusión de Canal Hollywood y Canal de Historia", *Mundoplus.tv*, mayo de 2004. <http://www.mundoplus.tv/noticias.php?seccion=tv_digital&id=3014> [Consulta: 25 julio 2008].

en España.⁵⁰ La regulación del sector en este periodo también sufrió correcciones sustanciales, en gran medida por la simple inercia del mercado, que anuló la intrusión del poder político en el naciente mercado de la televisión de pago y toda pretensión de control gubernamental.

Por otro lado, la fusión de las plataformas digitales por satélite en España puso de manifiesto una tendencia a la concentración empresarial en la televisión de pago por satélite, que se repite también en la mayoría de los países europeos como, por ejemplo, con la fusión de las plataformas vía satélite en Italia (2003) y en Francia (2007).⁵¹

Otra consecuencia directa de la fusión es que la plataforma resultante sufrió un retroceso de unos 200.000 clientes, que tardará varios años en recuperar. Sólo en el año 2006, la plataforma resultante alcanzaría una cifra similar a las obtenidas antes de la fusión, y eso sólo ocurre tras la migración efectiva de todos los abonados de la extinta cadena analógica Canal+.⁵²

El hecho de que la cifra de abonados se encuentre actualmente estancada en torno a los dos millones, cifra no muy alejada de la obtenida por el Grupo Sogecable antes de la fusión (si sumamos los clientes de las antigua plataforma Canal Satélite Digital y de Canal+ Analógico), indicaría que los efectos de la operación de integración en una única plataforma se habrían limitado a que Sogecable, propietaria de Digital+, asumiera el elevado coste financiero de toda la operación y cediese una parte de su capital a Telefónica, pero, sin embargo, todo ello no le habría reportado un número significativo de nuevos abonados.⁵³ En resumen, podríamos decir que el complejo proceso de fusión que tuvo lugar en 2003 lastró la evolución de Digital+ en los siguientes años.⁵⁴

En cualquier caso, la desaceleración producida por la fusión de las plataformas digitales por satélite no impidió que Digital+ se convirtiese en la oferta más importante en el mercado de la televi-

50 Multicanal, Televisión Española, Disney-ABC Cable Networks Group, MTV Networks España, Turner Broadcasting System España, Fox International Channels Iberia, NBC Universal Global Networks España, Discovery Networks Iberia, Televisa España, Sony Pictures Television International Networks Iberia...

51 "Pay TV concentration in Spain". *Screen Digest* (mayo 2006), p. 135.

52 Canal+ dejó de emitir en analógico el 7 de diciembre de 2005; su dial fue ocupado por Cuatro, la nueva cadena generalista en abierto del grupo Sogecable

53 "Sogecable aumento sus ventas un 9,3% en 2006 por las operaciones de Cuatro, pero vuelve a pérdidas". Noticias de la Comunicación núm. 266, febrero 2007, p. 37 y 38.

54 *Televisión Digital*. Informe Gaptel. Madrid: Red.es, (marzo 2005), p. 14.

sión de pago en España y continúe siendo el principal agente del mercado en términos económicos.⁵⁵

La atención política y económica se centrará, del 2003 en adelante, en otros objetivos, como la competencia de las ofertas triple play, la implantación de la TDT, la oferta de contenidos y servicios audiovisuales a través del móvil o las redes *online*, etc.⁵⁶ Pero la historia asociada a los primeros años de presencia de las plataformas digitales por satélite en España nos demuestra que el arraigo de la televisión de pago ha resultado ser bastante más arduo de lo que destacaban las optimistas previsiones de finales del siglo XX. Esta lección debe tenerse muy en cuenta hoy en día, con la proliferación de nuevas ofertas de televisión de pago en el mercado español, la extensión de las ofertas combinadas *triple play* vía cable y xDSL, y la reciente aparición de los canales de televisión digital terrestre de pago.

BIBLIOGRAFÍA

- ALCOLEA, G. *La televisión digital en España*. Sevilla: Comunicación Social, 2003.
- Anuario 98. *Revista TeleSatélite*. Madrid: TeleSatélite Publicaciones España, 1998.
- BECEIRO, S. *La televisión por satélite en España. Del servicio público a la televisión de pago*. Madrid: Fragua, 2009.
- BUSTAMANTE, E. "Televisión: errores y frenos en el camino digital". En: BUSTAMANTE, E. (coord.). *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, 2002.
- . *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa, 2006.
- BUSTAMANTE, E.; ÁLVAREZ, J.M. "España: la producción audiovisual en el umbral digital". Disponible en la revista *Economía della Cultura*, núm. 2, 1999.
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT). *Informe anual CMT 2002*. Disponible en: <http://www.cmt.es/cmt_ptl_ext/SelectOption.do?nav=publi_anuales>.
- . *Informe anual CMT 2003*. Disponible en: <http://www.cmt.es/cmt_ptl_ext/SelectOption.do?nav=publi_anuales>.
- CREMADES, J. "Marco regulatorio de la televisión digital en España". En: BUSTAMANTE, E.; ÁLVAREZ, J.M. (eds.). *Presente y futuro de la televisión digital*. Madrid: Edipo, 1999.
- Grupo de Análisis y Prospectiva del Sector de las Telecomunicaciones (GAPTEL). *Televisión digital*. Madrid: Red.es, marzo 2005.
- HERRERO, M. "Pago directo, programación y audiencias. Canal Plus España (1990-2000)". Tesis doctoral dirigida por el prof. Dr. D.A. Sánchez-Tabernero. Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación. Pamplona, 2002.
- LINDE, E.; VIDAL, J.M. *Derecho audiovisual*. 2a ed. Madrid: Colex, 2007.
- Noticias de la comunicación*: <<http://www.noticom.es>>.
- ROCA, J.M. "La televisión digital por satélite en España". En: BUSTAMANTE, E.; ÁLVAREZ J.M. (eds.). *Presente y futuro de la televisión digital*. Madrid: Edipo, 1999.
- Screen Digest*. "Pay TV concentration in Spain", mayo 2006.

55 En 2003 el grupo Sogecable (Vía Digital y Canal Plus) consolidó su posición en el mercado de la televisión de pago después de la fusión de las plataformas, un 88% en términos de ingresos y un 73,4% en clientes. *Informe anual de la CMT 2003*, p. 89-90.

56 Informe Gaptel. *Televisión digital*. Madrid: Red.es (marzo de 2005), p. 7.

LEGISLACIÓN E INFORMES

CMT. Informe al Gobierno sobre la concentración de Canal Satélite Digital y Vía Digital (8 agosto 2002).

COMP/M. 2845. Sogecable/Canal Satélite Digital/Vía Digital. Reglamento (CEE) nº 4064/89 sobre las concentraciones. Artículo 9, apartado 3, del 14 de agosto de 2002. IV/M.0709 Telefónica/Canal Plus/Cablevisión, del 8 de febrero de 1996.

Ley 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el Uso de normas para la transmisión de señales de Televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector. BOE de 4 de noviembre de 2003. BOE nº 108, de 6 de mayo de 1997. Fue derogada por la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.

Ley 21/1997, de 3 de julio (BOE de 4 de julio).

Octavo informe de la Comisión sobre la aplicación del conjunto de medidas reguladoras de las telecomunicaciones. *Telecomunicaciones en Europa- Reglamentación y mercados*. COM (2002) 695 final.

Real Decreto-Ley 1/1997, de 31 de enero, por el que se incorpora al Derecho español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector. [Disposición derogada]

Real Decreto 136/1997, de 31 de enero, por el que se aprueba el Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Telecomunicaciones por Satélite.

Sentencia del Tribunal Supremo sobre el recurso contencioso administrativo 46/1999, interpuesto por Canal Satélite Digital, S.L. Fecha:12 de junio de 2003.