

Origen y desarrollo del satélite en España: la realidad del sistema Hispasat

Por Koldo Meso Ayerdi

Profesor del Departamento de Periodismo II de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Información de la UPV/EHU

Artículo Resumen

Resumen: El artículo que aquí se presenta busca realizar una descripción sobre el origen y el desarrollo del satélite en España, haciendo especial hincapié en la realidad del sistema Hispasat. Se analiza de manera sucinta, el surgir de la televisión en nuestro país, desde las televisiones públicas y autonómicas hasta la aparición del modelo audiovisual más reciente, la televisión digital, pasando por las televisiones autonómicas, privadas y por cable.

*Esta investigación, basada en el análisis de la situación, se encuentra mucho más ampliada y detallada en la tesis doctoral defendida por el autor de este artículo, **La televisión por satélite en España: el proyecto Hispasat.***

*Abstract: The main goal of this article is to describe the origin and development of the Spanish satellite, especially the Hispasat system. The beginnings of television in Spain is briefly analysed, from public and regional televisions to the most recent audiovisual model, the digital television. The private channels and cable televisions are also mentioned. This research is based on a situation analysis, and it is an abridged version of the author's doctoral thesis: **The satellite television in Spain: the Hispasat project.***

1. Introducción

La historia del satélite en España arranca durante la década de los años ochenta, "a pesar del espejismo mitificador creado por los satélites de comunicación", tal y como señala José M^a Álvarez Monzoncillo (1997:205). Por aquel entonces, la televisión por satélite en nuestro país no tenía más que una penetración testimonial, ya que la oferta del conjunto de canales que se emitían vía satélite en España no alcanzaba siquiera el uno por ciento de audiencia. Las razones de esa escasa aceptación había que buscarlas en 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 desarrollar estas tecnologías, tanto desde el punto de vista de los operadores como de los equipos necesarios para la recepción de las diferentes señales. Frente a esa tesitura, las previsiones de futuro hablaban de una nueva estructura técnica, la difusión directa (DBS), del engarce con el cable y de una adecuación real a las posibilidades que el mercado ofrecía.

Varias eran las razones esgrimidas para la implantación de los satélites de difusión directa, si bien los grandes argumentos defendidos eran, tal y como recuerda Miquel Moragas Spá (1985): ampliación de la emisión a las zonas de sombra existentes; multiplicación de canales para, así, ampliar la oferta; y mejoras generales de carácter técnico.

Al margen de estos argumentos, otros autores destacaron otras razones que, a su juicio, eran consideradas fundamentales para impulsar el DBS. Así, H. Schmucler (1983) afirma la necesidad publicitaria de crear nuevos espacios comunicativos de ámbito transnacional y los intereses de promover el desarrollo tecnológico en este sector. Giuseppe Richeri (1988), por su parte, destaca que los satélites DBS no estaban destinados a desempeñar un papel de renovación de las comunicaciones, ni a modificar básicamente la calidad del servicio ni, menos todavía, correspondían a necesidades sociales.

De cualquier manera, la mayor parte de los países europeos pusieron en órbita satélites propios de comunicación que tuvieron una escasa aceptación en el mercado: Marco Polo, TDF o TV-Sat, entre otros. Sólo la Société Européenne des Satellites (SES), con sus satélites Astra, logró obtener un éxito económico en los últimos años, consiguiendo, a finales de 1999, y según sus propias estimaciones, que el número de hogares europeos que recibían programas de televisión vía satélite o por cable, alcanzara los 78 millones. En cualquier caso, la situación española -y también europea- en materia de difusión directa era un hecho que estaba ahí al que no se le podía dar la espalda.

El primer paso significativo sobre radiodifusión directa por satélite en España se dio con la formación de un grupo de trabajo creado por CONIE/INTA bajo los auspicios del Ente Público RTVE, CTNE (Compañía Telefónica Nacional de España) y el propio INTA (Instituto Nacional de Tecnología Aeroespacial). El resultado de dicho trabajo consistió en un "Informe Previo sobre el sistema español de radiodifusión directa por satélite para televisión", que se completó en diciembre de 1981.

El contenido del informe incluía los datos más importantes sobre la radiodifusión por satélite y destacaba los problemas que, en el caso español, estaban sin resolver, concluyendo con la justificación de la necesidad de realizar un estudio preliminar de definición del sistema.

Paralelamente, además de este grupo de trabajo, RTVE mantuvo contactos con todas las partes interesadas, en el ámbito europeo, en proyectos de radiodifusión por satélite. Y muy concretamente, se creó un grupo mixto hispano-francés con objeto de analizar la posible aplicación al satélite español de las tecnologías desarrolladas por los satélites francés y alemán.

En 1983, la Comisión para el V Centenario del Descubrimiento planteó el estudio de un satélite para el ámbito latinoamericano denominado "Rodrigo de Triana". Paralelamente, Radiotelevisión Española encargó al INTA, una de las pocas instituciones españolas que afrontó con seriedad el reto, un estudio sobre el sistema español de radiodifusión directa por satélite para televisión. Ambas iniciativas no prosperaron pero sirvieron de punto de origen para estudios posteriores.

En 1985 se produjo un primer revés para el desarrollo de un sistema de satélites propio en España: la Comisión Especial para las Comunicaciones Espaciales (CECE), formada por doce altos cargos, en su mayor parte de la Administración, descartó la posibilidad de lanzar un satélite español dedicado en exclusiva a servicios de teledifusión y recomendó incrementar la política española de cooperación con las organizaciones internacionales (Intelsat, Eutelsat o Inmarsat). Una de las justificaciones manejadas por la Administración fue la previsión de un mercado insuficiente, y, lógicamente, unos costes inaceptables para esta posibilidad.

Las razones esgrimidas por la CECE causaron mucha controversia y fueron objeto de duras críticas por parte de algunos autores, como G. Barrasa y A. López (1985), que veían la ausencia de un satélite español como una privación a la industria electrónica de consumo de un campo de actividad prometedor. Para estos mismos autores, la falta de una demanda real de servicios era una situación coyuntural, a la vez que vaticinaban que esa demanda de servicios se incrementaría para la década de los 90.

Ahora bien, estudios de mercado posteriores, el deseo, por parte del Gobierno español, de entrar a formar parte del selecto club de países propietarios de un sistema de satélites, y una estrategia de presencia nacional, que superaba la propia viabilidad económica de un satélite español, crearon un clima favorable para su puesta en marcha.

De hecho, en 1987, el Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones encargó un nuevo estudio de viabilidad al INTA, RTVE y Telefónica. Este estudio conformó la definición técnica del primer satélite, basado en una tecnología que pretendía el inicio de la prestación a corto plazo y la mejora de ciertos servicios para modernizar las telecomunicaciones españolas. El resultado del estudio fue positivo, siempre y cuando se planteara como un ingenio multimisión, con distintas aplicaciones como telefónicas, televisivas, y aplicaciones gubernamentales de servicios oficiales militares, etc. El mismo sirvió de base para la toma definitiva de decisiones por parte del Gobierno, el cual aprobó el 7 de abril de 1989 el Programa Hispasat, constituyéndose el 30 de junio del mismo año Hispasat, S.A.

Paralelamente, la instalación de antenas parabólicas creció significativamente en España de 1985 a 1988. Según la Asociación Nacional de Industriales de Electrónica (ANIEL), a finales de 1988 nuestro país se colocaba en el sexto puesto dentro del contexto europeo. Pese a la falta de una estadística oficial, los fabricantes de

antenas cifraron en 850.000 el número de hogares cubiertos a comienzos de 1989, aproximadamente el 6,8% del total de hogares equipados con televisión. En el año 2000, era ya el 12,6%.

La proliferación de nuevos canales -aparición de las televisiones autonómicas y las privadas- vino a cuestionar el futuro y la rentabilidad de una oferta audiovisual transfronteriza cada vez más amplia, que llegaba a la audiencia española a través de las antenas parabólicas orientadas, mayoritariamente, a los satélites Intelsat y Eutelsat.

De cualquier manera, no todos los teóricos compartían esta afirmación. Díaz Nosty (1989:50) llega a señalar que "pese a los problemas de rentabilidad de los canales vía satélite, las previsiones para un futuro próximo hablan de una ampliación de la oferta, soportada por una nueva infraestructura técnica y con tendencia a una racionalización del mercado. Nuevas generaciones de satélites no sólo permiten la estereofonía, la alta definición o la diversificación multilingüe de los programas, sino también remitir la señal hacia los hogares europeos con mayor potencia, lo que posibilita la captación de programas con antenas de menores dimensiones".

A principios de 1989, Rupert Murdoch reconvirtió la oferta de Sky Channel en respuesta a una doble estrategia. La tecnológica, al trasladar sus emisiones al nuevo satélite Astra, y la de mercado, al diversificar la oferta en seis canales.

Ahora bien, además del Astra, en 1989 comenzaron a ser operativos los primeros satélites europeos de difusión directa (TDF, TVSat...), que posibilitaban la captación de programas mediante antenas individuales cuyas principales características eran su reducido tamaño y su bajo coste.

2. De Canal 10 a Hispasat, S.A.

En ese incierto panorama audiovisual que se deriva de la fuerte competencia por ocupar una posición privilegiada dentro del espacio audiovisual comunitario, España conoció la primera experiencia de televisión vía satélite. Canal 10 comenzó su andadura el 25 de enero de 1988 desde Londres, por medio del satélite Intelsat para evitar la restrictiva legislación española de los años ochenta que impedía el desarrollo de la televisión por satélite y por cable. Sin fortuna en sus objetivos de captación de telespectadores, la primera televisión privada de pago dentro del panorama audiovisual español dejó de emitir a los pocos meses. Tal y como recuerda Joan Munsó Cabús (2001:243), "la salida de Talarewitz -que había vendido todas sus acciones a finales de julio-, así como la entrada de otros socios, no consiguieron frenar la desintegración del invento". El fracaso de Canal 10 hay que buscarlo en la desconfianza y la desunión de sus accionistas. Y no existe ninguna otra razón, ya que en aquellos años, en los que la oferta televisiva era

limitada, Canal 10 basó su éxito en la oferta cinematográfica y los deportes. Tal y como señala Alejandro Pizarroso (1992:218), "pretendía ser solamente una televisión de espectáculo y entretenimiento, que no incluía servicios informativos".

En ese contexto, José Barrionuevo, por aquel entonces ministro de Transportes, Turismo y Comunicaciones, defendió el proyecto de satélites del sistema Hispasat argumentando la conveniencia de dotarse de una tecnología punta.

El 23 de enero de 1990 se firmó el contrato de construcción del primer sistema español de satélites de comunicaciones, asignado a la firma Matra, por un importe de 25.557 millones de pesetas. El compromiso de la compañía francesa comprendía un paquete de tres satélites, dos de los cuales serían puestos en órbita en 1992 y el tercero permanecería desmontado en reserva. El 7 de febrero de ese mismo año se responsabilizó a Arianespace de los dos lanzamientos necesarios.

Hispasat sería el primer satélite mundial que reuniría en una sola plataforma misiones de radiodifusión directa -cinco canales de televisión y portadoras de sonido asociadas-; de servicio fijo -con 16 transpondedores de diverso ancho de banda; misión América -dos canales-; y la gubernamental, que permite el desarrollo de redes de comunicación estratégicas y tácticas. Con la puesta en práctica de la Misión América se aclaraba una cuestión que a principios de la década de los noventa muy pocos se hubieran atrevido a afirmar: los satélites de comunicación se convertirían en un factor destacado en el desarrollo de las relaciones económicas y culturales entre ambos lados del Atlántico.

Los satélites Hispasat se mostraban idóneos para potenciar los vínculos entre los países iberoamericanos, lo que redundaba en un mejor conocimiento mutuo, en reforzamiento de los lazos históricos de los pueblos iberoamericanos y promovía el sentimiento de pertenencia a una misma comunidad de países, con un mismo idioma y con aspiraciones y necesidades comunes, recuerda José Díaz Argüelles (1997).

De ese modo nació la iniciativa de desarrollar un proyecto de canal de televisión educativa iberoamericana a través del Hispasat a través de la Asociación de la Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI).

El 11 de septiembre de 1992, con la presencia del Príncipe de España y otras autoridades, el vuelo número 53 de Ariane se elevó desde las instalaciones de Arianespace en Kourou (Guayana Francesa) y puso en órbita el primer satélite de comunicaciones español, Hispasat 1A, lo que permitió la inclusión de España entre los países punteros en sistemas de telecomunicaciones. Se eligió la base de Kourou por su proximidad al Ecuador, lo que disminuye el consumo de combustible del satélite e incrementa su vida útil. Además, tal y como señala James Wood

(1995:80), "Kourou, el centro comercial de lanzamiento de la Agencia Espacial Europea, es una idea genial de Francia, un ejemplo de cómo el Gobierno francés, en estrecha colaboración con sus industrias de alta tecnología, puede liderar el mundo en muchas tecnologías".

Asimismo, el sistema Hispasat contribuyó de manera significativa a modernizar las comunicaciones españolas y a desarrollar el mercado audiovisual, la difusión directa, el cable y las comunicaciones empresariales. Con el lanzamiento del primer Hispasat se recompensaron cinco años de trabajo y preparación.

A este primer satélite de comunicaciones español sólo le quedaba hacer frente a las fuerzas del mercado y a las muchas expectativas creadas. Una vez lanzado, se iniciaba otra carrera distinta, la de ocupar sus transpondedores, la de decidir el tipo de programación y cuántos de los canales serían codificados, la de la rentabilidad del proyecto, y la del impacto que podía tener en los distintos segmentos del mercado de las telecomunicaciones y en la industria espacial española de cara al futuro.

La puesta en órbita del Hispasat 1A se hizo coincidir con dos acontecimientos de carácter internacional que por aquel entonces se estaban desarrollando en nuestro país: los XXV Juegos Olímpicos de la Era Moderna y la Exposición Universal con la que se conmemoró el V Centenario del Descubrimiento del Nuevo Mundo.

Tal y como recuerda Chabela Drago (1988:149), el lanzamiento del satélite español suscitó reacciones muy diversas. "Parte de los expertos en el tema consideran que el proyecto debe realizarse y que tendrá éxito. Otros, en cambio, se muestran reacios a creer que España esté en condiciones de hacer frente a las necesidades económicas y tecnológicas de un proyecto semejante".

Hispasat llegaba al mercado audiovisual en un momento conflictivo, con muchas expectativas, pero pocas realidades. Resultaba difícil prever a priori cómo iban a reaccionar los radiodifusores, los fabricantes de equipos de recepción, los instaladores, los operadores de cable y los usuarios. Ante la magnitud del proyecto Hispasat, diversos sectores expresaron su opinión en contra, al no entender necesaria una inversión tan grande para un país como España, recuerda Helena Pita (1989). Asimismo, los planificadores de Hispasat también eran conscientes de que el público estaba cansado del modelo audiovisual español -la llegada de la televisión privada y de las autonómicas hizo pensar que el modelo de televisión generalista no era el que quería el usuario-, que la financiación no llegaba para cinco canales nacionales y ocho autonómicos y que incluso los canales de pago, como Canal Plus, respondían a un modelo generalista, en una sociedad que no estaba acostumbrada a pagar por ver la televisión.

El sector audiovisual estaba comenzando a pagar el precio de un acusado proteccionismo y de una falta de planificación durante muchos años. Tal y como afirman Leo Ferreira, Salvador Magdaleno y Alejandro Martínez (1992:37), "el modelo audiovisual actual es demasiado restrictivo (una lectura de la LOT es suficiente para comprobarlo) al estar todos los soportes técnicos de acceso y distribución en manos de Telefónica y Retevisión y el control de la información en manos de muy pocos. La televisión privada, primero, los canales temáticos y locales, después, así como el cable irán minando poco a poco la supremacía de la televisión pública. La televisión generalista está agotada; no va a desaparecer, pero va a sufrir una caída de audiencia ante la competencia de la televisión comercial, los canales temáticos y el cable".

Hispasat no era ajeno a lo que estaba pasando, y de pronto se vio convertido en depositario de muchas expectativas, en el activador que posibilitaría pasar de un modelo estatal y fuertemente controlado de televisión a otro más libre y competitivo. Hispasat llegaba en un momento en que tanto las fuerzas del mercado -empresas y usuarios- como su propia dinámica convergían y comenzaban a ser conflictivos. El éxito del DBS en España no estaba asegurado del todo, a menos que se cumplieran ciertas premisas de calidad de programación y rápida penetración. De lo contrario, Hispasat se quedaría fuera de juego.

En un primer momento, la sociedad Hispasat contó con un capital social de 20.000 millones de pesetas, de las cuales se desembolsó el 25% para la constitución de la sociedad. Dicho capital fue suscrito por Telefónica (25%), Retevisión (25%), Caja Postal (22,5%), Instituto Nacional de Tecnología Aeroespacial (INTA) (15%), INI (10%) y el Centro para el Desarrollo Tecnológico e Industrial (2,5%).

Según los expertos, el satélite español habría de reportar ventajas desde el punto de vista estratégico, técnico y económico. De hecho, por aquél entonces, RTVE se veía en la necesidad de recurrir a los transpondedores públicos del satélite Intelsat y Eutelsat para conexiones ocasionales. Así pues, era obvio pensar que en el momento en que comenzara a funcionar el satélite español, éste asumiría la cobertura de todos los puntos hasta ese momento satisfechos por los satélites europeos. Otra ventaja del proyecto Hispasat es que se garantizaban la continuidad y la estabilidad de las comunicaciones sin depender de los intereses de una organización interestatal. Así se evitarían cambios de ubicación no deseables en los transpondedores de televisión que provocarían que los usuarios dejaran de recibir determinados canales de televisión.

De cualquier manera, y como señala Helena Pita (1989), el previsible alquiler de canales o transpondedores a Eutelsat o Intelsat y el lanzamiento del satélite Hispasat en 1992 contribuirían a agilizar y ampliar las posibilidades de transporte de señal de televisión.

Tras la euforia que precedió a los primeros momentos del despegue de Hispasat, comenzaron a albergarse ciertas dudas acerca de si ése era el momento más

oportuno de lanzar un satélite al espacio, toda vez que en España aún no había visto la luz la tan esperada Ley de Televisión por Satélite que sería la encargada de regular, entre otras cuestiones, parte de la actividad para la que el Hispasat había sido lanzado. Desde Retevisión se apresuraron a manifestar que no existía desfase entre la puesta en funcionamiento del satélite y la falta de legislación puntual al respecto, ya que el satélite aún no estaba operativo y no lo estaría hasta los primeros meses de 1993, recuerda Rosa M^a Sainz Peña (1992).

Por si esto no fuera suficiente, al poco tiempo de su puesta en órbita comenzaron a detectarse fallos técnicos con la antena principal de Hispasat. El problema, un desalineamiento en el reflector de la antena directa de televisión (DBS), obligaba a usar antenas parabólicas de 60 centímetros en el sur del país y de 75 centímetros en las Islas Canarias. La anomalía detectada también obligaba a trasladar la emisión de todos los canales de televisión a través del satélite Hispasat 1B, puesto en órbita en julio de 1993.

Tal y como apunta José M^a Álvarez Monzoncillo (1997:206), "después del lanzamiento, la sociedad Hispasat, S.A. se ve atada de manos porque la aprobación de la Ley de Televisión por Satélite y del Real Decreto por el que se aprueba el Reglamento Técnico se retrasa hasta finales de 1992 y marzo de 1993, tres días antes de su lanzamiento. Además, y de acuerdo con esta legislación, Hispasat no podía comercializar directamente sus servicios, debiendo confiar esta tarea a los dos monopolios (Telefónica y Retevisión) y accionistas suyos". Por un lado Telefónica no mostraba ningún interés en potenciar los servicios de Hispasat porque tenía sus necesidades cubiertas en Eutelsat e Intelsat, y, por otro, el Gobierno limitaba el acceso a cinco canales de televisión; la Caja Postal, que entró forzada de la mano de Correos, no parecía tener ningún interés en este incierto negocio; y Retevisión se volcaba en desarrollar las infraestructuras terrestres. Con posterioridad, y pese a las directivas que así lo exigen, el Gobierno socialistas no pudo aprobar la liberalización absoluta de las comunicaciones por satélite e Hispasat no pudo comercializar todos sus servicios por no estar abierto el acceso al segmento espacial a posibles operadores y usuarios.

Finalmente, el 22 de diciembre de 1992 las Cortes aprobaron la Ley de Televisión por Satélite que vino a regular el servicio de telecomunicaciones y lo definió como aquel prestado a través de un enlace ascendente con origen en territorio español. Esta ley seguía considerando la televisión por satélite como un servicio público esencial y, como tal, la recién creada sociedad Hispasat, gestora del nuevo satélite español, no contaba con ninguna posibilidad para abrir nuevas perspectivas comercializadoras en el sector.

La Ley de Televisión por Satélite establecía la gestión directa de este servicio por parte de RTVE, pero también reconocía la posibilidad de la gestión indirecta mediante concesiones "cuyo objeto sea la emisión de programas de cobertura nacional o comunitaria". En este último caso, correspondía al Gobierno determinar el número de concesiones. Para ello, el 18 de marzo de 1993, el Consejo de Ministros aprobó un real decreto que contenía el reglamento técnico y de prestación de servicios de la televisión por satélite que venía a desarrollar la Ley de Televisión por Satélite.

El nuevo reglamento previó conceder durante el mes de junio siete nuevos canales de televisión de difusión directa, cinco de ámbito nacional o comunitario y dos para el ámbito extracomunitario, correspondientes a los dos respondedores con cobertura iberoamericana, que serían emitidos a través del satélite Hispasat 1B. El Gobierno se planteó la cuestión de si sería oportuno conceder cinco nuevas licencias de televisión en España, teniendo en cuenta el déficit que presentaban las televisiones, tanto públicas como privadas, que emitían por aquel entonces.

A ese respecto, existían diferentes posturas en el seno del MOPT, encargado de regular la actividad de Hispasat. Por una parte, se encontraban los que defendían la concesión de aquellos canales que técnicamente fueran posibles, máxime cuando varios consorcios se quedaron sin la adjudicación de canal alguno de televisión. Por otra parte, estaban los que consideraban que no había mercado para más competidores, al tiempo que entendían que era necesario proteger a las empresas ya existentes. Una tercera corriente pensaba que lo más factible era la creación de emisoras monotemáticas.

Posteriormente, el Consejo de Ministros acordó el 30 de abril de 1993 las bases del concurso para la adjudicación al sector privado de tres de los cinco canales de televisión vía satélite. Desde la publicación de ese acuerdo del Gobierno en el BOE, las televisiones interesadas disponían de 40 días para presentar sus propuestas, incluyendo un plan de puesta en servicio y programación. Sin embargo, el Consejo de Ministros decidió el 18 de junio de 1993 prorrogar en un mes el plazo establecido para la presentación de ofertas. En consecuencia, el plazo máximo concluyó el 23 de julio y la Mesa de Contratación tuvo hasta la última quincena de septiembre para elevar un informe al Gobierno. Las razones aducidas para la modificación del plazo fueron la complejidad de la documentación requerida, la proximidad del periodo estival y la conveniencia de que fuera el nuevo Gobierno el que se pronunciara sobre el asunto. Como cabía esperar, Antena 3, Canal Plus y Tele 5 fueron los únicos aspirantes que presentaron al Gobierno la petición para explotar cada uno de ellos una de las tres propuestas de nuevas cadenas de televisión.

3. Comienza la explotación del sistema Hispasat

Las previsiones eran que los tres canales fueran de pago, si bien, tanto Antena 3 como Tele 5 presentaron una segunda petición para un canal abierto, sin codificar, en caso de que no se llegara a un acuerdo con Canal Plus sobre la utilización de su sistema de codificación. A este respecto, un estudio realizado por la asesoría Boston Consulting por encargo del MOPT recomendaba a las sociedades adjudicatarias y a la propia sociedad gestora del satélite que se unificara la señal, de manera que todos los canales pudieran ser recibidos con un único descodificador.

Altos ejecutivos de las tres cadenas privadas se reunieron varias veces para estudiar la oferta de Canal Plus de suministrar los descodificadores -previo pago de un canon- y para organizar una oferta conjunta de todas las futuras cadenas españolas. Antena 3 y Tele 5 se mostraron conformes con la propuesta de Canal Plus, pero aún faltaba fijar el canon, el reparto de ingresos y otros detalles operativos. Ambas cadenas privadas estudiaron otros sistemas de codificación diferentes al que usa Canal Plus, pero la Administración prefería un solo sistema, al considerar una molestia que los usuarios tuvieran que contar con varios descodificadores en sus casas. Además, el sistema de Canal Plus tenía la ventaja de estar operativo en el mercado.

Desde la adjudicación de las concesiones, los adjudicatarios contaron con un mes de plazo para proceder a la firma del contrato y tres meses para poner en funcionamiento las emisiones, a partir de la publicación en el BOE del acuerdo de adjudicación. No obstante, las tres empresas solicitaron un prórroga para aplazar el comienzo de sus emisiones, al igual que ya hiciera RTVE, hasta que hubiera un cierto desarrollo en el mercado. Sin embargo, lo que las distintas cadenas parecían desconocer era que mientras no hubiera una relativa buena oferta de canales, el sector de la televisión vía satélite en España no se desarrollaría suficientemente para que se generara una demanda significativa.

Finalmente, el 12 de febrero de 1994 se iniciaron las emisiones del canal de RTVE Teledeporte -coincidiendo con la inauguración de los Juegos Olímpicos de Invierno que se celebraron en Lillehammer (Noruega)-. Por su parte, las emisiones vía satélite de las cadenas de televisión privada previeron también comenzar sus emisiones con carácter experimental, y en abierto, en el mes de abril, si bien tenían de plazo hasta el mes de septiembre del mismo año para adaptarse a la normativa de la televisión por satélite que obligaba a estas cadenas a un mínimo de emisión de 18 horas diarias. Este fue el compromiso adquirido por Antena 3 Televisión, Canal Plus y Tele 5 tras la firma, el 11 de enero de 1994, del contrato con el Estado por el que aceptan la concesión, por un espacio de 10 años, acordada por el Gobierno.

La aparición en antena del primer canal de Hispasat -Teledeporte- se produjo sin que se hubieran despejado muchas dudas sobre su viabilidad entre los sectores implicados: las cadenas privadas alegaron que no llegaban precisamente en el momento de mayor expansión del mercado audiovisual, y los fabricantes de equipos receptores reconocieron pérdidas en torno a los 8.000 millones de pesetas por el retraso en las emisiones. A las pérdidas económicas se unió la imposibilidad de amortizar las inversiones en I+D, realizadas por los empresarios del sector para el diseño y fabricación de los equipos con el objeto de ponerlos a disposición del mercado para sintonizar las emisiones.

4. Creación y disolución de la sociedad Cotelsat

Respondiendo a los consejos de Hispasat, RTVE, Tele 5, Antena 3 y Canal Plus se pusieron de acuerdo para presentar sus respectivos canales como una oferta multicanal por abono a un precio de 1.500 pesetas mensuales para los abonados a Canal Plus que realizaba la gestión comercial y de 2.500 para los que no lo eran. En el mes de marzo de 1994, RTVE, Antena 3 Televisión, Tele 5 y Canal Plus firmaron un escrito en el que acordaban crear una sociedad -cada uno participaba en un 25% del capital- para comercializar los canales por satélite de Hispasat, Cotelsat (Comercialización de Televisión por Satélite, S.A.), con un capital social de 1.000 millones de pesetas.

En virtud de ese acuerdo, se configuró un paquete de canales de pago y codificados, que conformaba una oferta que, en principio, parecía complementaria y diferenciada: TVE ofrecería una programación deportiva y otra cultural -esta última en abierto-; Antena 3 se dedicaría a informativos, reportajes de actualidad y debates, después de "abandonar" la idea inicial de los "culebrones"; Tele 5 dirigiría su atención al público infantil y juvenil; y Canal Plus se especializaría en cine de estreno. "Es la forma más interesante y menos gravosa, y con más posibilidades de llegar a un rendimiento económico en un corto periodo de tiempo yendo unidos antes que cada uno por su lado", indicó Antonio Asensio, presidente de Antena 3 Televisión, en declaraciones recogidas por David del Valle (1994a).

Tras cuatro meses de emisiones en pruebas, los cinco canales de Hispasat, comercializados ya por Cotelsat, comenzaron a emitir, regularmente y en régimen abierto, el 5 de septiembre de 1994. El paquete de canales de Hispasat tuvo que competir, desde un primer momento, con la oferta en castellano de que disponía el satélite Astra, en ese momento potenciada con la incorporación de Eurosport, lo que, junto al consolidado parque de antenas parabólicas orientadas a ese satélite, le convertían en un potente rival.

Pero no acababan ahí las "desgracias" de Hispasat, ya que nueve meses después de su puesta en marcha, Cotelsat se disolvió como consecuencia de los pobres resultados obtenidos por la empresa en su primer año de operación, ya que sólo alcanzaron 4.000 abonados, pasando cada canal a constituir emisiones abiertas gestionadas separadamente. Tan sólo Canal Plus continuó emitiendo su programación codificada.

Hispasat, S.A. evolucionó acorde con los tiempos y al unísono con sus accionistas, que iniciaron, allá por los años 1996 y 1997, sus respectivos procesos de privatización que, repercutieron, en lógica consecuencia, en la privatización de la Sociedad Hispasat. Este proceso privatizador trajo consigo la disminución del capital público de la sociedad, aunque su presencia seguía siendo importante.

Así, durante el verano de 1996, Retevisión se convirtió en el primer accionista de la sociedad Hispasat. Ese hecho se produjo tras la ampliación de capital por seis millardos que se realizó en dos tramos: uno preferencial para los accionistas de la empresa y uno posterior abierto a otros inversores. Al concluir el tramo preferencial, únicamente se cubrieron el 46% de esos seis millardos. Tras la ampliación de capital, varió sustancialmente el accionariado de Hispasat. La

participación de Telefónica se redujo del 25% al 22,74% del capital, mientras que Retevisión, su más directo competidor en el ámbito de las telecomunicaciones, amplió su presencia en el capital hasta el 30,32%. El resto del accionariado quedó configurado de la siguiente manera: SEPI, 8,21%; CDTI, 2,05%; BBVA, 18,48%; e INTA, 18,2%.

Conviene la pena señalar cómo la promulgación de la Ley de Telecomunicaciones por Satélite de 12 de diciembre de 1995, y del Reglamento para su aplicación el 31 de enero de 1997, en los que se regula de forma expresa la gestión del segmento espacial, junto con la privatización de Retevisión, S.A., socio mayoritario de la sociedad Hispasat, hicieron preciso que se dejara expresamente sin efecto el contenido esencial del Acuerdo de Consejo de Ministros de fecha 7 de abril de 1989 por el que se constituyó la sociedad, y obligaron a la adaptación del régimen aplicable a la compañía al marco legal existente.

En ese sentido, el Acuerdo del Consejo de Ministros de 11 de julio de 1997 otorgó a la sociedad Hispasat, S.A. la concesión administrativa para la gestión del segmento espacial de la órbita geostacionaria bajo soberanía del Estado español, en la posición orbital 30º/31º Oeste. La aceptación por parte de la sociedad de los términos y condiciones de esta concesión se formalizó mediante la firma del contrato suscrito con la Administración del Estado el 9 de diciembre de 1997.

5. 1997, fecha clave para el desarrollo de Hispasat

Mientras tanto, ya había quien predecía que 1997 sería una fecha clave para el despegue del satélite en España, en gran medida debido al desarrollo de nuevos servicios interactivos de telecomunicación y de nuevas formas de consumo audiovisual. Así, el futuro de la televisión por satélite en España parecía muy incierto, si bien todo indicaba a que seguiría creciendo hasta alcanzar importantes niveles de penetración, gracias, en gran medida, al desarrollo tecnológico. De hecho, la digitalización de las señales permitiría incrementar notablemente la capacidad de los satélites y desarrollar nuevas formas de consumo audiovisual ("pay per view" o "Video on Demand").

Desde el punto de vista de la programación, la oferta convencional atravesaba un momento de clara saturación y era difícil lanzar una oferta atractiva que fomentara el desarrollo de la televisión por satélite. Sin embargo, la demanda de canales temáticos espacializados y la flexibilización que permitían las nuevas modalidades de consumo pudieron ayudar a su desarrollo.

La liberalización de las telecomunicaciones por satélite que supuso la aprobación de la Ley 37/1995 de Telecomunicaciones por Satélite hizo que el nuevo reglamento fuera necesario para permitir que los nuevos servicios prestados por los satélites

tuvieran una buena acogida. Faltaba por saber en qué situación se quedaba el segundo operador de telefonía, Retevisión, después de su privatización.

De una forma u otra, la digitalización de las señales de televisión tendería a incrementar notablemente la oferta de paquetes, basada en una mayor disponibilidad de canales y una considerable disminución de los costes de transmisión por canal.

6. Fin del monopolio

Hispasat constituía la gran estrella a presidir los grandes cambios que se avecinaban en el mundo de la televisión en España. La liberalización de la televisión por satélite se prestaba a ello, tal y como recuerda Julio Calistro (1995): "Esta apertura del mercado beneficia a Hispasat, que tiene capacidad para ofrecer cuatro nuevos canales de televisión, al tiempo que no descarta impulsar el lanzamiento de un tercer satélite en sólo dos años". Sin embargo, y como señala Leo Ferreira (1995), estaba claro que el excesivo proteccionismo y la regulación monopolística sólo creaban aún más dudas en nuestro país en cuanto al desarrollo del satélite español, y del cable y de las televisiones locales. El "milagro" debía venir de la liberalización del satélite.

Liberalización era la palabra clave que había de acabar con los monopolios de las comunicaciones por satélite y los límites impuestos al número de cadenas de televisión existentes. La Ley de Telecomunicaciones por Satélite puso fin a la hegemonía de Retevisión, permitió el libre acceso al satélite Hispasat sin concursar públicamente y una mayor oferta de canales de televisión, así como dio vía libre legal a las emisiones por satélite de las cadenas autonómicas. Pese a que desde un principio la Ley fue acogida con matizada esperanza, las cadenas también se mostraron escépticas ante lo que pudiera resultar.

Con este fin del monopolio, el Gobierno español buscaba dar un paso más en aras de alcanzar 1998 con los "deberes cumplidos" ante la Unión Europea. Y todo ello en un contexto europeo de marcado carácter liberalizador de las telecomunicaciones y en la necesidad de adecuar la norma a los desarrollos tecnológicos. La Ley de Telecomunicaciones por Satélite vino a desregular, tal como reza el texto legal, "todo tipo de servicios de telecomunicación, de difusión o no, incluyendo los propios servicios portadores (Retevisión y Telefónica), siempre que se prestan a través de un satélite de comunicaciones". Sólo se excluyeron el servicio telefónico básico y el portador de servicios de televisión terrestre.

No cabe la menor duda de que esa nueva ley, que venía a sustituir a la de 1992, se presentaba como revulsivo para el desarrollo del mercado audiovisual de la televisión por satélite que comenzaba a despertar de un largo letargo. Es cierto que

nuevos canales de satélite se desarrollarían y que la oferta sería mucho más rica y variada por efecto de la liberalización, pero también tendrían que hacer frente a una feroz competencia, incluso con las televisiones autonómicas, a las que se permitía emitir vía satélite. Con la nueva ley de telecomunicaciones por satélite, Hispasat pudo ensanchar su radio de acción y albergar en su seno a muchos más radiodifusores. Ahora bien, esa liberalización de las comunicaciones por satélite no se entendía sin el advenimiento de la tecnología digital.

7. La segunda generación Hispasat

En 1995, la sociedad española Hispasat estudió la posibilidad de lanzar un tercer satélite de comunicaciones. El lanzamiento de ese satélite, denominado Hispasat 1C, respondería a la necesidad de reforzar la capacidad disponible en su posición orbital. Ese tercer satélite utilizaría equipos adquiridos para garantizar el rápido reemplazamiento de los Hispasat 1A y 1B.

A comienzos de 1996, la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT) aprobó el proyecto DESAT (Desarrollo de Equipos de Satélites), un plan tecnológico e industrial que permitiría construir y lanzar el tercer satélite de la serie Hispasat en 1998, y abordar la segunda generación que sustituiría a los actuales Hispasat 1A y 1B a partir del 2002 y 2003, respectivamente, años en los que concluiría su vida útil. Para esta decisión, los directivos de la CICYT tuvieron en cuenta la fuerte demanda de canales de televisión tanto en Europa como en América. Esta medida contó con el apoyo de la industria espacial, de la electrónica y de las telecomunicaciones españolas, sobre las que recaería la responsabilidad de aportar el 60% de los componentes de los nuevos satélites, frente al 30% con que contribuyó en la primera generación de satélites españoles que fueron construidos por la compañía francesa Matra. La construcción de los prototipos contó en un principio con una financiación de 1.500 millones de pesetas.

Con esta decisión y con las consecuencias que de la misma se derivaban, la sociedad Hispasat se configuraba como una importante referencia en el ámbito de las comunicaciones por satélite. De hecho esta nueva capacidad permitiría, además de atender a las necesidades de expansión de sus clientes actuales y, de reforzar el sistema con capacidad de respaldo adicional, desarrollar una estrategia que conllevara un importante despliegue en el ámbito geográfico, y especialmente estar en condiciones de servir de base para la introducción de nuevos e innovativos servicios que, indudablemente, se desarrollarían durante los quince años que tenía de vida el nuevo satélite. Durante el primer semestre de 1997 se reforzó la idea de ese nuevo satélite de la serie Hispasat.

De acuerdo con los planes que maneja Hispasat, el satélite 1C, cuyos costes de desarrollo y fabricación se habían reducido respecto de los dos modelos anteriores debido a su mayor simplicidad, mejoraría, con respecto a los dos anteriores, la cobertura sobre Europa, que se ampliaría hasta parte de Rusia, Turquía, Grecia y los países escandinavos. En cuanto al continente americano, el proyecto amplió la

cobertura sobre Brasil. Además, se preveía que una de las antenas pudiera cubrir con mayor potencia dos zonas concretas de Suramérica: la que abarca el Pacto Andino y las áreas más pobladas de Chile, Argentina y Uruguay, si bien esas zonas se elegirían sólo si la plataforma digital impulsada por Telefónica decidiera ofrecer televisión digital directa al hogar en esos países.

De cualquier manera, con ello, tal y como apunta Rosalía Rozalén (1999:111), "el mercado americano es la gran oferta comercial de Hispasat. Con sus servicios busca estrechar vínculos con los países de habla hispana, difundir el uso de un idioma común y fortalecer la cultura, las relaciones históricas de los países de raíz ibérica".

8. Nuevas generaciones de satélites Hispasat

Cuando aún no se había puesto en órbita el Hispasat 1C, la sociedad que explota el sistema de satélites español anunció, a mediados de 1998, que ya trabajaba en la contratación y el lanzamiento de un cuarto satélite, el Hispasat 1D. Este nuevo satélite, que estaría equipado con 28 transpondedores, utilizaría la plataforma Spacebus 3000B y su construcción se adjudicó a la empresa Alcatel Space Industries y su lanzamiento a la empresa Lockheed Martin.

El objetivo fundamental de este satélite es asegurar la continuidad de las misiones civiles de los satélites 1A y 1B en la posición 30º Oeste y, por lo tanto, facilitar la consolidación de los clientes actuales puesto que estos satélites tienen previsto finalizar su vida útil en 2003. El que será cuarto satélite de la flota aporta una capacidad adicional de crecimiento de seis transpondedores con conectividad americana y transatlántica, lo que permitirá atender el segmento de mercado en el que se espera mayor incremento de la demanda para la posición orbital 30º Oeste. En esta línea de actuación hay que enmarcar la decisión de incorporar un haz sobre Oriente Próximo a la cobertura del satélite 1D, lo que permitirá el acceso a los satélites asiáticos a los clientes americanos y europeos (y viceversa), logrando prácticamente conectividad global.

En septiembre de 2000, Hispasat, a través de su filial brasileña Hispamar, obtuvo la adjudicación de la posición orbital de 61º Oeste, tras ganar el concurso público convocado por el órgano regulador brasileño. Ello se presenta como la piedra angular de Hispasat en su expansión geográfica hacia los mercados de Iberoamérica. Sobre dicha posición se pondrá en órbita el satélite Amazonas, con una vida útil de al menos 15 años, que dará cobertura, con capacidad transatlántica y panamericana, a todo el Continente Americano, Europa y Norte de África. Este nuevo satélite, que será lanzado en el segundo semestre de 2003, permitirá ampliar la cobertura del sistema Hispasat al oeste de EEUU, incluyendo California.

Poco antes del verano de 2000, Hispasat anunció también su intención de lanzar un nuevo satélite propio, el 1E, que entraría en funcionamiento a comienzos de 2004. Este nuevo satélite abrirá el camino de la compañía a los nuevos servicios multimedia en banda Ka, una de las áreas clave para su desarrollo estratégico.

9. Conclusiones

1. El mundo de la televisión en España ha experimentado en los últimos siete años una profunda transformación. En un tiempo vertiginoso se ha recuperado el retraso histórico provocado por la tardía aparición de las televisiones privadas, la televisión por cable y la televisión por satélite. Ello ha supuesto que se acabe con el monopolio audiovisual en manos de los diferentes gobiernos. Estos cambios han traído, fundamentalmente, pluralidad y democracia. Como señala José Manuel Lorenzo (2000), hemos pasado de la dictadura del programador a la libertad de elección del espectador; de la información monolítica a la diversidad informativa; se han ampliado los contenidos televisivos hasta la exageración; hemos dejado de ser difusores o adaptadores de contenidos, para ser verdaderos creadores con reconocimiento internacional.

2. ¿Qué es lo que hace tan atractiva la utilización del satélite para la distribución y difusión de señales de televisión? A la saturación del espectro radioeléctrico en las bandas de radiodifusión terrenal (VHF y UHF) se añade, la idoneidad del satélite para las comunicaciones punto-multipunto, siendo tanto más atractivo cuanto mayores sean los puntos de recepción, como es el caso de la difusión. Además, los satélites facilitan el acceso al servicio desde cualquier punto de la zona de cobertura sin las limitaciones que la difusión terrenal plantea inevitablemente.

3. El sistema Hispasat es el único sistema europeo con vocación declarada y despliegue efectivo de capacidad fuera de Europa. Forma parte de su línea de actuación el ser percibido y considerado como un sistema internacional con cobertura sobre una cuarta parte del planeta.

4. Merece la pena que recordemos que el sistema Hispasat presenta ventajas de tipo estratégico, técnico y económico. La primera ventaja apreciable es de tipo estratégico, ya que el Gobierno español puede garantizar la continuidad y estabilidad de las comunicaciones cursadas por satélite, evitando así la dependencia de las organizaciones interestatales.

5. Hispasat es un sistema multimisión y una importante herramienta de comunicación, tan potente que no cabe duda que ayuda al establecimiento de vínculos culturales y comerciales entre ambos lados del Atlántico.

6. El espectacular crecimiento del mercado español del satélite se debe, principalmente, a la introducción de la televisión digital en nuestro país, con una oferta amplia y atractiva para el usuario. Este factor ha contribuido a un rápido desarrollo, tendente a alcanzar los niveles estándar de los países europeos que disponen de televisión vía satélite desde hace ya años.

7. Algunas de las tendencias del mercado actual del sector audiovisual son: la liberalización de los mercados nacionales; el incremento de la oferta audiovisual y de los servicios especializados; las dificultades, cada vez más, de las televisiones públicas; el aumento de los contenidos extranjeros; la expansión de las redes de distribución. Ahora bien, aún restan algunas incógnitas por resolver: ¿Qué harán los diferentes países para proteger su propia industria? ¿Cuál será la respuesta de los consumidores a la oferta de nuevos servicios?

Referencias Bibliográficas

Álvarez Monzoncillo, J. M^a (1997): *Imágenes de pago*. Madrid: Fragua Editorial.

Barrasa, G. y López, A. (1985): "España: esfuerzos insuficientes e inconexos", *Telos*, nº2, Madrid.

Calistro, J. C. (1995): "Explosión de la televisión por satélite", *Telos*, nº43, Madrid.

Campo Vidal, M. (1996): *La transición audiovisual pendiente*. Barcelona: Ediciones B.

Díaz Argüelles, J. (1997): "Los satélites como vínculo económico y cultural entre Europa e Iberoamérica", en *Boletín Fundesco*, nº 186-187, Madrid.

Díaz Nosty, B. (1989): "Año europeo del cine y la televisión", *Comunicación Social 1989/Tendencias. Informes anuales de Fundesco*, Madrid.

Drago, C. (1988): "El satélite español, un satélite multiuso", *Telos*, nº16, Madrid.

Ferreira, L. (1995): "¿Qué hay después de Hispasat?", *Cable Satélite Televisión Europa*, nº89, Madrid.

Ferreira, L., Magdaleno, S., y Martínez, A. (1992): "Las claves del proyecto Hispasat: El momento de la verdad", *Cable y Satélite Profesional*, nº2, Madrid.

Lorenzo, J. M. (2000): "Diez años fascinantes", *Carta de Ajuste*, nº22, Madrid.

Moragas Spá, M. (1985): "Satélites en la comunicación social", *Telos*, nº2, Madrid.

Munsó Cabús, J. (2001): *La otra cara de la televisión. 45 años de historia y política audiovisual*. Barcelona: Flor del Viento.

Pita, H. (1989): "Se impone la necesidad del satélite", *Telos*, nº20, Madrid.

Pizarroso Quintero, A. (1992): *De la Gazeta Nueva a Canal Plus. Breve historia de los medios de comunicación en España*. Madrid: Complutense.

Richeri, G. (1988): *Los satélites de comunicación en Europa*. Madrid: Fundesco.

Rozalén, R. (1999): "El satélite transatlántico", *Cable Satélite Televisión Europa*, nº139, Madrid.

Sainz Peña, R. M^a (1992): "Hispasat entre el cielo y el suelo", Telos, nº32, Madrid.

Schmucler, H. (1983): "25 años de satélites artificiales", Comunicación y Cultura, nº9, México.

Valle, D. (1994a): "Los canales de Hispasat serán codificados y de pago", Cable Satélite Televisión Europa, nº75, Madrid.

Valle, D. (1994b): "¿Y ahora qué? Comienzan las emisiones regulares de los canales de Hispasat", Cable Satélite Televisión Europa, nº81, Madrid.

Wood, J. (1995): Sistemas de telecomunicación vía satélite. Madrid: Paraninfo.