

La batalla de las plataformas

Horacio Oliveira*

¿Qué está sucediendo?

RECIENTEMENTE hemos observado como se ha incorporado al lenguaje ordinario de los españoles palabras tales como: plataforma digital, retransmisiones en abierto y en codificado, acontecimientos de interés general, y así un sinfín de aspectos relativos a las telecomunicaciones, que están dejando perplejos a unos e indiferentes a la mayoría.

Este caudal de noticias contradictorias tiene un aparente origen común, la plataforma digital. ¿Cuántas plataformas digitales deben existir? ¿Una o más?; a su vez, ¿qué programas deben emitirse a través de aquéllas?

Todas estas preguntas requieren una breve explicación previa. ¿Qué es una plataforma digital?

* Licenciado en Derecho. Madrid.

En principio, y sin perjuicio de mayores precisiones, una plataforma digital es una enorme «autopista» audiovisual, o, más propiamente, de prestación de muy diversos servicios; así, a través de una plataforma se podrá obtener información, ocio, disfrutar de espacios radiofónicos, y, en el futuro, realizar servicios bancarios, así como otras actividades que escapan aun a los más avezados en este ámbito.

En definitiva, es una innovación tecnológica pensada para ayudar más al hombre de finales del siglo XX; se trata de permitirle que su vida sea más feliz o más cómoda, términos no siempre sinónimos. Si las anteriores conclusiones son acertadas, debemos reiterar la pregunta inicial: ¿qué está sucediendo?

El origen de la batalla

PARA contestar adecuadamente a la pregunta inicial, debemos remontarnos a finales del mes de noviembre de 1996, en concreto al día 29. En ese momento, diferentes empresas audiovisuales y otras de carácter técnico deciden impulsar la creación de una plataforma digital. Se trataba, como siempre, de incorporarnos a la más reciente y moderna tecnología en la prestación de las telecomunicaciones.

Tal impulso se concretaba en la creación de una plataforma que debería constituirse el día 30 de enero de 1997, debiendo los socios comprometerse a aportar en el acto fundacional de constitución un 25 por 100 del capital, y el restante 75 por 100, no más tarde del 14 de febrero. Dicho capital inicial ascendía a 10.000 millones de pesetas, si bien se estimaba que, tras sucesivos incrementos, en el cuarto año después de su creación el capital final de la sociedad sería de 47.500 millones de pesetas.

Esta plataforma fue bautizada con el nombre de Distribuidora de Televisión Digital, o bien, «DTD», como se lee a menudo en los diarios y revistas, y está compuesta por Telefónica, Televisa, Televisión Española Temática, Telemadrid, Canal 9, Televisión de Galicia, Grupo Recoletos, Unidad Editorial, Crónicas Periodísticas Leonesas, COPE, el diario Las Provincias y Época.

Además, Antena 3 que había anunciado su propósito inicial de participar en esta plataforma, se desligó de ella, asumiendo su 17 por 100 inicial de capital, Televisa y Televisión Española Temática.

A su vez, inicialmente, en el Acuerdo de 29 de noviembre citado, no se especificaba qué programas se ofrecerían a través de esta plataforma; tan sólo

se avanzaba que la oferta sería audiovisual y muy variada, abarcando desde espacios culturales, hasta deporte; además, si bien no se concretaba qué espectáculo deportivo, todo apuntaba de modo prioritario, al fútbol.

En suma, se anunciaba una oferta de, al menos, 200 canales, a través de los cuales podría transmitir cualquier operador de televisión o radio; por tanto, no sólo las empresas que constituirían tal sociedad podían emitir o retransmitir, sino cualquier otro operador televisivo, si bien, en este caso, debiendo abonar un precio por el uso de uno varios canales de la plataforma.

Por su parte, ya venía funcionando, en pruebas, desde el mes de noviembre, otra plataforma digital con la denominación de Canal Satélite Digital. En el capital de esta sociedad participa, de una parte Sogecable, y, de otra Antena 3. A su vez, Sogecable cuenta con una distribución accionarial muy diversa; así, pertenece a Canal + Francia, al Banco Bilbao Vizcaya, al Grupo March, a Caja Madrid, a Bankinter y a Eventos.

Esta plataforma comenzó a funcionar de modo regular el pasado día 31 de enero, ofreciendo una oferta inicial de 25 programas de televisión y 27 canales de audio, si bien se estima, que podría llegar a proporcionar unos 950 canales. La inversión realizada es de unos 65.000 millones de pesetas.

Esta plataforma también podrá ser usada por otros operadores distintos a sus dueños, si bien que, al igual que la precedente, previo pago del precio o contraprestación correspondiente.

Expuesta así la situación, ¿dónde reside el problema?

La respuesta no es sencilla. Coexisten muy diversos aspectos, todos ellos reflejo de un mismo espejo. Se trata, en principio, de adelantarse al competidor para así monopolizar un suculento negocio, el de las telecomunicaciones; pero, además, y con independencia de la dimensión mercantil, se trata de poder, fundamentalmente del más importante en este final de milenio. Nos referimos a la información.

Es obvio que en un país como España, donde hasta fechas recientes se contaba con apenas dos canales de televisión, y en el momento actual con seis, quien domine una plataforma, a través de la que terminarán operando todos los emisores televisivos y radiofónicos, tendrá dominado el sector audiovisual, y en consecuencia, una gran parte de la vida diaria de los españoles.

Por estas razones, ha surgido una enorme batalla entre dos «gigantes», cuya resolución no está aún clara.

Pero, en todo caso, y antes de acercarnos a la dimensión humana, al sentir del hombre de la calle, anonadado por tantas informaciones contradictorias, es necesario que avancemos aún más en la explicación de la «batalla de las plataformas».

El fútbol, siempre el fútbol

EL principal problema que se plantea a cualquiera de las dos plataformas mencionadas es la rápida amortización de la inversión inicial, y la obtención, en el mínimo período de tiempo posible, de los mayores beneficios.

Para enjugar tales inversiones estas plataformas deben ofertar una serie de programas, esencialmente televisivos, que resulten atractivos a los consumidores y usuarios. La cuestión, pues, no sólo reside en el número de plataformas sino en la oferta audiovisual proyectada que pueda hacer viable un negocio e inversión de tal calibre.

Debemos recordar, que una plataforma digital es una televisión de pago, y que se pretende por parte de aquéllas emitir programas, en los que además de la cuota inicial y mensual de suscripción, se tenga que pagar por programa o evento, esto es, el sistema del *«pay per view»*.

En definitiva, se está pidiendo al espectador español, tradicionalmente remiso a pagar por la programación televisiva, que realice un desembolso inicial que puede estar cercano a las 60.000 pesetas y uno mensual, que los más optimistas cifran en 6.000 pesetas, y los más pesimistas en 20.000 pesetas mensuales.

Así las cosas, la única oferta televisiva que puede hacer cambiar la opinión de los españoles es el fútbol, de modo que, aquella plataforma que sea titular en exclusiva de los derechos para retransmitir la competición de liga o de copa de fútbol, podrá hacer viable su inversión y empresa, y siendo ésta posible, podrá, a su vez, dominar la oferta televisiva digital pudiendo ser dueña de un enorme negocio.

En relación con el fútbol, el conflicto ya había surgido. Todos recordamos cómo en los meses de verano y otoño del pasado año surgió una durísima lucha por obtener los derechos de televisión de diferentes clubes de primera y segunda división. Pues bien, esta situación no ha tardado en trasladarse al ámbito de las plataformas.

Más arriba dijimos que Antena 3 había manifestado su voluntad de formar parte integrante de la plataforma liderada por Telefónica y Televisión Española. Exponíamos además que esta sociedad se desligó de este compromiso inicial y que se había incorporado a la plataforma «rival», siendo titular de un 15 por 100 del capital de ésta (en realidad, de un 7,5 por 100, puesto que otro porcentaje igual le pertenece a Gestora de Medios Audiovisuales, que es una filial de Antena 3). ¿Qué había sucedido? ¿Qué causas motivaron el cambio de opinión de Antena 3?

Como siempre, nos movemos en el mundo de las especulaciones, pero la prensa aludía al fuerte endeudamiento que dicha sociedad había contraído con los clubes de fútbol para adquirir los derechos de televisión de éstos, y que en consecuencia, necesitaba de una fuerte inyección económica para abonar tales cantidades.

Se afirmaba que Antena 3 intentó llegar a un acuerdo con el resto de los participantes en la plataforma de Telefónica y Televisión, principalmente, para que abonaran una parte de tales derechos o que ayudaran de cualquier otro modo al pago de los mismos. Sin embargo, el pacto no se produjo y Antena 3 se vio obligada a firmar con su otrora rival, Canal +, e integrarse en su plataforma para enjugar las previsibles pérdidas.

Así, el pasado día 27 de enero, en cumplimiento de un preacuerdo adoptado el día 24 de diciembre de 1996, surgió una nueva sociedad denominada Audiovisual Sporta, Sociedad Limitada, compuesta por Sogecable en un 40 por 100, Gestora de Medios Audiovisuales en un 40 por 100 (filial de Antena 3) y Televisió de Catalunya en un 20 por 100, cuyo único objetivo es la explotación audiovisual del fútbol.

Esta sociedad, cedería o bien contrataría con Canal Satélite Digital la emisión de los partidos a través de esta plataforma, siendo así que unos partidos se emitirán sin codificar, otros codificados y otros mediante el sistema de «pago por visión» o «pay per view».

En definitiva, si los expertos coinciden en que la viabilidad de cualquier plataforma depende de los programas que se emiten, y en España, concretamente, de un deporte de masas, como es el fútbol, rápidamente se infiere la importancia de la titularidad de los derechos de televisión del mismo.

La polémica del «decretazo»

¿QUÉ hacía el Gobierno mientras tanto? ¿Qué regulación existía? ¿Se trataba tan sólo de una lucha comercial o mercantil más, o existe un interés general digno de protección?

No es el objeto de este breve comentario, por su extensión y por sus destinatarios, dar un estudio exhaustivo de la situación legal, pero sí al menos dar unas breves pinceladas que sitúen al lector ante la dimensión real del problema.

No se pretende defender una u otra postura, sino tan sólo exponer la realidad creada del modo más objetivo posible, y dejar que otros, los lectores, extraigan las consecuencias.

Existe una normativa inicial que se contiene en la Ley 37/1995, de 12 de diciembre, reguladora de las telecomunicaciones por satélite. No obstante, esta normativa no respondía eficazmente a los numerosos problemas que el vertiginoso avance tecnológico en las telecomunicaciones estaba creando. En concreto, no recogía un adecuado tratamiento de los servicios de televisión avanzada y de alta definición.

A su vez, en el ámbito de la Unión Europea se había aprobado la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión, cuya transposición a nuestro ordenamiento debería haberse producido como máximo el día 23 de agosto de 1996.

Ante esta situación, era preciso que el Gobierno adoptara las medidas legales precisas para dar cumplimiento al contenido de esta Directiva, regulando una situación de franca «alegalidad», en cuanto que no existía una norma interna aplicable.

Tal adecuación o transposición se ha producido mediante el Real Decreto-Ley 1/1997, de 31 de enero, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector, y por el Real Decreto 136/1997, de 31 de enero, por el que se aprueba el Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de las Telecomunicaciones por Satélite.

Pues bien, estas medidas legislativas han sido objeto en idéntica intensidad de alabanza y crítica. En principio, la voluntad legal no es sino impedir que quien primero ha llegado al mercado ocupe una situación de dominio en él tan profunda, que impida el acceso de otras plataformas. Se afirma también que se quiere proteger el interés general de los ciudadanos, concretado en recibir una información plural, veraz y completa.

Dicha voluntad legal se plasma en la necesidad, y así ha saltado a los medios públicos, de que exista un único descodificador de la señal digital, a través del cual se pueda recibir la señal de cualquier plataforma, sin necesidad de que el usuario acumule en su casa aparatos electrónicos, tantos como plataformas existan. Además, se trataría de que el nuevo operador de televisión abonara al titular de la plataforma un precio por el uso de los medios técnicos de aquella que no resultara abusivo, esto es que se «sujete a precio de costes», según el Real Decreto-Ley.

En definitiva, se apuesta por salvaguardar, en la medida de lo posible, la libertad de mercado, estableciendo un régimen de competencia nítido, donde no existan situaciones de dominio o abuso por parte de unos respecto de otros.

Por el contrario, la crítica de la legislación aprobada, se centra en que

supone un ataque frontal y directo, por parte del Gobierno, a unas entidades mercantiles cuyo único «crimen» ha sido llegar primero al mercado. Así, se reitera que el «decretazo» es demasiado intervencionista, que está afectado de vicios procedimentales y que busca primar una plataforma respecto de la otra.

Además, en la prensa no falta información relativa a la futura regulación de la retransmisión y emisión de los acontecimientos de interés general, esencialmente deportivos, que es visto por unos como un intento de yugular la actividad mercantil de una sociedad cuyo único fin es gestionar los derechos televisivos del fútbol, y de la cual se nutre una plataforma digital.

Ante esta confusa situación, ¿qué consecuencias puede extraer la sociedad? ¿Es consciente realmente la ciudadanía de la trascendencia futura que va a tener esta situación?, ¿se vislumbra una solución al «conflicto»? ¿Qué opción o camino le queda al hombre, considerado en su individualidad, ante este problema? ¿Se debe, incluso, tomar partido por alguna opción? o ¿es una de tantas luchas políticas?

El desenlace

EN el modesto intento de dar desde estas líneas unas claves para que cada lector vislumbre la realidad, debemos partir de una conclusión indudable: la «batalla de las plataformas» no es sólo una lucha mercantil.

Nos encontramos ante un auténtico pulso, donde la sociedad y no un partido u otro, o una entidad mercantil u otra, debe ser la única que triunfe. No se trata de que el Gobierno deba primar a una plataforma porque considere que le será más afín; tampoco se trata de que un partido político determinado defienda a un antiguo «socio», porque en su día le fuera útil; tampoco se trata de que una u otra plataforma obtenga más o menos beneficios.

Se trata de que la sociedad debe ser más plural, de que el ciudadano español no debe verse permanentemente tutelado, como si fuera el perpetuo menor, a quien se debe dirigir hasta que crece y es adulto. En definitiva, y contestando a una de las preguntas formuladas, la actual pugna es y va a suponer el eje en torno del que se va a estructurar la futura sociedad, y, en consecuencia, no puede haber como en otras ocasiones vencedores y vencidos.

Además quizá la sociedad no sea consciente de la enorme trascendencia del problema. En efecto, ha sido publicado en prensa que casi el 80 por 100 de la población no entiende la polémica relativa a las plataformas. ¿Tan dura

es la «piel» de los españoles? o ¿es que existen problemas mucho más acuciantes? ¿Nos encontramos ante la habitual desidia española por lo «público»?

Es sorprendente que apenas interese esta cuestión a la sociedad. Es indudable, por otra parte, que los españoles vivimos convulsos en unos problemas distintos, que abarcan desde la mera cotidianeidad y rutina, hasta otras cuestiones más comprensibles, como el paro, la corrupción y la guerra sucia.

Pero, en todo caso, debe despertarse de este tradicional letargo, y darse cuenta de que el futuro de la información está en juego, y que si aquélla no es plural, nos podremos encontrar, si no nosotros, sí las generaciones venideras, ante el Gran Hermano de Orwell, donde aparentemente no existían problemas en la sociedad, o ante el «mundo feliz» de Huxley.

Al igual que la sociedad parece vertebrarse en torno a otras cuestiones (ONG, Plataforma 0,7 por 100, Cáritas,...), también se debe manifestar en relación con esta cuestión, y no permitir que la complejidad de la materia enturbie el panorama final, esto es, que las ramas no dejen ver el bosque.

La solución debe pasar, como en tantas ocasiones recientes, por la negociación y el consenso. En efecto, en España deberían existir tantas plataformas como medios técnicos y empresas audiovisuales existieran, pero si las posibilidades de que surjan estas «autopistas audiovisuales» son limitadas, porque el desembolso económico que se debe hacer es extraordinariamente cuantioso, se debe permitir, al menos, que en la existente quepan tantos programadores como canales haya, primando la oferta y pluralidad.

En consecuencia, el Gobierno debe tutelar este incipiente mercado para impedir que la competencia sea nula como en otras ocasiones, y debe, a su vez, favorecer el diálogo entre las partes encontradas sin ser juez y parte.

No parece sin embargo que la resolución del conflicto esté pronta; por el contrario, se anuncian recursos frente a las decisiones legales adoptadas, se tilda de inconstitucional el Real Decreto-Ley 1/1997, y de ilegal el Real Decreto 136/1997. En esta situación, es aventurado y difícil dar una solución o esbozar un panorama futuro, pero todo apunta, a que se tendrá que ceder por ambas partes.

En conclusión, la «batalla de las plataformas», no sólo es un conflicto relativo a cuántas deben existir, sino una cuestión trascendental para la sociedad española, que como cualquier otra nación democrática y adulta, se nutre de la información para lograr ser más plural y diversa.