



CORTES GENERALES

DIARIO DE SESIONES DEL

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Año 1996

VI Legislatura

Núm. 83

DE CONTROL PARLAMENTARIO DE RTVE

PRESIDENTA: DOÑA CARMEN ALBORCH BATALLER

Sesión núm. 7

celebrada el martes, 22 de octubre de 1996

ORDEN DEL DIA:

Comparecencia de la señora Directora General del Ente Público RTVE (Ridruejo Ostrowska) para informar de los nuevos proyectos de RTVE en relación con su expansión y alianzas empresariales. A solicitud del señor Acosta Cubero y 13 Diputados más. (Número de expediente 212/000128.)

Se abre la sesión a las once y treinta y cinco minutos de la mañana.

La señora **PRESIDENTA**: Buenos días, señorías. Iniciamos la comparecencia de la Directora General de Radiotelevisión Española, que ha sido solicitada por el Grupo Socialista, para informar de los nuevos proyectos de Ra-

diotelevisión Española en relación con su expansión y alianzas empresariales.

Tiene la palabra la señora Directora General.

La señora **DIRECTORA GENERAL DEL ENTE PUBLICO RTVE** (Ridruejo Ostrowska): Buenos días, señorías.

Como bien dice la Presidenta, la comparecencia de hoy está convocada para tratar, fundamentalmente, de la televisión temática por transmisión digital.

En esta comparecencia, tras una breve introducción, realizaré una exposición en la que pretendo cubrir los siguientes aspectos. En primer lugar, situarnos en el entorno de la televisión en la actualidad, en el que destaca, primordialmente, la búsqueda de la audiencia por la audiencia; existe un mínimo interés por otros aspectos de los contenidos distintos a su capacidad de conseguir esa audiencia. En segundo lugar, haré una exposición de cómo esto es posible, que es debido fundamentalmente a la revolución tecnológica digital, describiéndolo como un cambio tecnológico que va a permitir, a su vez, un cambio, en un primer momento, en los costes de distribución de la televisión y, en un segundo momento, en el desarrollo de nuevos productos que van a modificar los hábitos de consumo de televisión y va a surgir un nuevo tipo de televisión basada en la posibilidad del propio consumidor de elegir en cada momento qué quiere ver y cómo lo quiere ver, basado en una oferta y en una demanda de productos temáticos. En tercer lugar, expondré por qué entendemos que en ese desarrollo debe estar la televisión pública, fundamentalmente para ofrecer canales temáticos que le es posible en base a su archivo, a sus productos, a su capacidad de producción, que de otra forma serían comercializados mucho menos de lo que la televisión temática va a permitir, por ejemplo, a través de canales de educación, de solidaridad, de cultura, etcétera. Por este sistema se mantendrá el principio de ser motor de la cultura y de la lengua española, pero este crecimiento de canales también permitirá aprovechar para profundizar en la oferta de producto que obedezca al concepto de servicio público; todo ello de una manera entretenida y atractiva para el potencial suscriptor.

Posteriormente, explicaré brevemente en qué consiste la televisión digital y, para concluir, haré una breve exposición de los trabajos que realiza Radiotelevisión Española para desarrollar este nuevo tipo de televisión.

Lo que es cierto es que nos enfrentamos actualmente a una segunda gran revolución del sector audiovisual desde que apareció la televisión en color. Entiendo que Televisión Española, igual que no perdió la oportunidad que se le brindó de estar presente en todos los hogares haciendo programación en color, tampoco debe perder el tren de la oferta temática, de la oferta por transmisión de tecnología digital. Esta es una gran oportunidad para aprovecharse de todas sus capacidades y para poder estar nuevamente en todos los hogares españoles que quieren tener este tipo de televisión. Es una oportunidad para ampliar y reforzar el concepto y la función de servicio de titularidad pública. Además, manteniendo una oferta generalista, convencional y de servicio público, la televisión digital va a permitir a Televisión Española ofrecer sus productos centrados en el concepto, como bien digo, de servicio público, orientado a un espectro de espectadores amplio, que desea complementar la actual oferta y, además, organizar su modo de ver televisión por temas. En su mayoría estos espectadores serán abonados, por la fuerza de la oferta y la demanda. Esto no implica que no pueda haber algunos canales de

transmisión digital abiertos. En principio, la oferta de Televisión Española será una oferta de producto básico, con un precio reducido en fórmula de pago.

Es cierto que hay que estar en el futuro, al menos tener la oportunidad —como estamos haciendo ahora— de estudiarlo detenidamente y tener la opción, al igual que están haciendo otras televisiones públicas del resto de Europa, de tener una cuota razonable en el mundo de la televisión del futuro.

Tengo que señalar que el desarrollo de la televisión digital viene como consecuencia de los avances de la tecnología, que específicamente se centran en la tecnología de transmisión de señales como primera fase. Igual que ha ocurrido con el sonido en años anteriores, la televisión se transforma en digital. En el sonido la diferencia es tan palpable como la diferencia entre un disco de vinilo y un compact disc tanto por la calidad del sonido como por el espacio necesario para su almacenamiento. Con la tecnología digital este mismo proceso está ocurriendo en Televisión.

La tecnología de compresión numérica —que no voy a describir por no entrar en detalles estrictamente técnicos— permite que donde antes había un solo canal, ahora caben seis, ocho y dentro de poco diez canales, con una calidad de emisión y recepción mucho mayor que la que ofrece la tecnología analógica tradicional. Esta mejora necesaria en la gestión de la información para hacer una señal audiovisual se aplica no sólo a los medios de almacenamiento de esta señal, como en el caso de la música —en el láser disc lo tenemos muy claro—, sino también en los medios de difusión. A igual coste de transmisión se pueden enviar hasta ocho canales donde antes cabía uno.

En la actualidad los medios de transmisión son tres. Todos ustedes saben que la transmisión terrestre es una realidad, a través de ella recibimos los canales tradicionales de televisión; existe el servicio de transmisión por cable, que todavía en este país está en un estado de desarrollo incipiente, y también existe la transmisión por satélite. Por tanto, la televisión digital va a permitir multiplicar por ocho, al menos, la capacidad de los medios de transmisión de televisión existentes en la actualidad, disminuyendo, por consiguiente, el coste por canal.

Esta gran mejora de capacidad va a tener una implantación distinta dependiendo de los medios de distribución. La televisión digital terrena tendrá que irse implementando gradualmente con el ajuste de los medios de difusión que tiene, por ejemplo, Retevisión, para permitir la cobertura de la población, y también las familias tendrán que modificar sus antenas de recepción, ya que las que existen actualmente no servirán para la recepción digital.

La televisión por cable, sin embargo, tendrá que actualizarse y, en cualquier caso, como está en desarrollo su potencial —cuando se produzca el cableado en los hogares españoles, aunque puede suponer un largo período de tiempo—, la transmisión de señales digitales será enorme. Tendremos que esperar al menos tres años para que empiecen a operar de forma estable los concesionarios de las distintas demarcaciones del cable, en ese momento la televisión digital tendrá una gran ventaja y servirá de motor de contratación para los operadores de cable.

La difusión de televisión vía satélite —el tercer medio de difusión— tiene, por el contrario, unas ventajas inmediatas. En primer lugar, es compatible con el cable y también con la oferta existente. Es compatible con el cable porque una misma señal que es transmitida para luego ser recibida por recepción directa —lo que se llama el DTH—, también puede ser recibida por las cabeceras del cable y distribuidas a través de la red. La difusión vía satélite, al no necesitar una red terrena —como, por ejemplo, el cable y la transmisión terrestre—, se puede poner en marcha desde el momento en el que hay un satélite que se encuentra en una órbita geoestacionaria que permite que la señal llegue hasta donde llega la huella del satélite. De esta forma, en toda España, con la ayuda de una antena parabólica, se pueden recibir todas las señales que emita el satélite en cuestión, en principio Hispasat, que es la opción por la que nos orientamos. Además la huella de los satélites no tiene por qué circunscribirse sólo a los distintos estados, muchas veces esa huella sobrepasa la línea de un estado y, por tanto, es capaz de llegar a territorios enteros, a zonas geográficas muy amplias. El caso del Hispasat es claro. Tiene la llamada «Misión América», que llega a la práctica totalidad de América, exceptuando Brasil y partes occidentales de Norteamérica, y permitiría enviar la señal desde España a estos territorios.

La distribución de televisión digital vía satélite implica que los territorios se vuelvan globales, y con la tendencia que se está produciendo en la unificación de empresas de gestión de satélites, estas zonas geográficas se están ampliando muy rápidamente. En el caso de Hispasat, por ejemplo, Televisión Española internacional puede enviar a toda América con el mismo esfuerzo que lo envía a España. Es más, hoy en día el coste de la difusión de la señal vía satélite es cien veces menor que el coste de la distribución terrestre.

Por otro lado, y por lo anteriormente expuesto, uno se preguntaría: ¿por qué no existe la televisión digital ya en todo el mundo? Yo creo que hay cuatro razones fundamentales que nos dan respuesta a esta pregunta. La primera de ellas sería la puesta en marcha de una nueva tecnología digital que hasta hace pocos meses estaba en fase experimental, y ahora mismo se encuentra y en fase de desarrollo e implantación en muchos lugares del mundo. La introducción de la tecnología digital, al igual que en el caso de los ordenadores personales o del láser disc, o de otra serie de tecnologías que han tenido lugar en el pasado, se va a hacer progresivamente, pero de una forma imparable. Pensamos que en los próximos dos a cuatro años la tecnología digital será una realidad, desde luego en España y en el resto de Europa.

En segundo lugar, también hay que pensar en el coste que hoy en día tiene para un potencial espectador el abonarse a una televisión de tecnología digital cuando resulta que ya reciben otros tipos de televisión. El espectador de hoy tiene unos hábitos, adquiridos a lo largo de muchos años, y lo que el espectador y potencial abonado necesita es poder elegir, poder ver y diferenciar la oferta televisiva para desear contratar este nuevo servicio. Cuando esto es posible, seguramente las decisiones de ese potencial abo-

nado se produzcan con cierta rapidez, aunque de una manera muy selectiva.

Por otro lado, también es cierto que en televisión digital de recepción directa, cada receptor, cada potencial abonado tiene que tomar la iniciativa, primero, de abonarse, y, luego, de disponer de un descodificador, que es el instrumento que se encarga de transformar la información digital en imágenes de televisión, y también permite realizar otras funciones, como es, por ejemplo, el control del abonado, de lo que está recibiendo, de lo que está pagando y lo que está autorizado según el contrato que haya firmado en su momento.

En este momento cabe resaltar que a nivel mundial se están organizando los grupos empresariales de una manera muy activa, se están organizando en grandes círculos con participaciones o iniciativas locales, y estos grupos comienzan ya a ofrecer este servicio. Las alianzas que se producen son para complementar lo que pueden ser socios técnicos con aquellos proveedores de contenidos, porque en televisión digital lo que está claro es que hay muy pocos grupos que hayan desarrollado todas las fases de la tecnología digital y de los contenidos. Hemos visto esas operaciones en las que los estudios de Hollywood se juntan con otras iniciativas, como son los grandes transmisores de señales, los llamados carriers, y lo que demuestra esto es una tendencia imparable en la modificación de todo el espectro audiovisual.

Siguiendo con los puntos que respondían a nuestra pregunta, en tercer lugar, hay que pensar que cuando se desarrolla una iniciativa de éstas hay que contemplar la fabricación de descodificadores, que es un elemento más de la implantación de este tipo de televisión y, además, tiene que poderse fabricar ese descodificador, primero, tecnológicamente adecuado, y, segundo, a un precio razonable. Esto es un elemento más que hay que contemplar en este momento.

Por último, la organización de la oferta de contenidos tiene que resultar atractiva para el potencial usuario de la televisión digital. Esto implica el montar una sociedad o unidad de gestión de contenidos que los empaquete, que los haga atractivos, lo que también está alterando las fuerzas del mercado respecto al acceso a dichos contenidos. Estas cuestiones técnicas y de fabricación están evolucionando muy rápidamente, y, por ejemplo, por lo que se refiere al coste del descodificador, al igual que ocurrió con el compact disc o con los ordenadores, la tendencia es que va a ir disminuyendo a medida que disminuyan los costes de fabricación y se aumenten el número de unidades que se vayan vendiendo.

En relación con las implicaciones de la televisión digital para el mercado audiovisual, quiero resaltar que son muy relevantes. El hecho de poder multiplicar la oferta de canales, como decíamos, por ocho, a un coste de transmisión similar al existente en la televisión analógica, va a permitir que la oferta de canales comience a segmentar la audiencia y ofrezca canales específicos para cada gusto particular del espectador. Esto ya ha ocurrido donde las televisiones por cable se habían desarrollado, y estos países tenían la posibilidad de que el público recibiese, por ejem-

plo, alrededor de una veintena de canales, aunque no fueran todos temáticos. El propio consumidor se programaba su consumo de televisión.

En este entorno, la tecnología digital va a producir que la oferta de programas se organice de una manera alternativa al actual. Surgirán canales temáticos dirigidos a los distintos públicos, por ejemplo, los canales de deportes, de noticias, de documentales, culturales, de entretenimiento, etcétera. Lo que ocurrirá, y ocurre de hecho en otros territorios, es que la audiencia se ha segmentado, se divide, ya no entre los canales generalistas a través del *zapping*, como hemos visto durante varios años y como ha ocurrido tradicionalmente, sino entre todos los canales disponibles, entre los temas que cada espectador se quiera programar en cada momento.

Esta realidad tiene una importancia capital a medio plazo en el negocio de la televisión. Como ya todos sabemos, las audiencias son motores de la televisión generalista. La televisión generalista recibe por esta audiencia una inversión publicitaria, que se basa en la capacidad que tiene el producto audiovisual de llegar a un gran número de personas. Dicho público atrae a los anunciantes que contratan espacios en la emisión para colocar su publicidad, es decir, invierten en audiencia.

Pero desde el momento en que las audiencias comienzan a dispersarse en distintos canales, el anunciante tiene que decidir a quién le asigna su inversión publicitaria, sufriendo, por tanto, todos los canales generalistas tradicionales una potencial bajada en audiencia, que se va produciendo gradualmente conforme los canales temáticos se van desarrollando. En este ámbito, los anunciantes enfocarán sus objetivos con mayor precisión, y, al igual que el resto de los canales generalistas, prevemos que Televisión Española sufrirá también una bajada en audiencia, en capacidad de inversión y en inversión realizada por parte de los anunciantes.

Además, estos canales temáticos se pueden ofrecer a los clientes finales a cambio de una contraprestación económica. Desde el momento en que el cliente final está dispuesto a pagar por ver un canal, surge un nuevo motor de la televisión, que no se fija ya en la audiencia sino en los contenidos para mostrar un interés en ellos por parte de los espectadores que se decidan a suscribir el canal, es decir, la ecuación cambia sustancialmente, cambia el esquema.

Así, en los canales generalistas se va a producir un aumento de la competencia con la entrada de los canales temáticos, también se va a producir una segmentación en la distribución de la audiencia, con lo que implica a medio plazo la pérdida de los recursos que invierten los anunciantes en los canales generalistas tradicionales.

Por el contrario, en los canales temáticos se va a desarrollar un mercado de clientes finales que están dispuestos a pagar una cantidad de dinero para recibir esos ciertos canales, unos serán más básicos, siendo los básicos en principio más numerosos y más asequibles en cuanto a precio; otros serán más especializados o de mayor valor añadido, por tanto, algo más caros, y, otros, una oferta muy de actualidad, con eventos en directo, con grandes estrenos en el caso del cine, los llamados canales de pago a la demanda.

Lo que todo esto va a implicar es que en la medida que existan los mecanismos de distribución de canales digitales, de los cuales hemos hablado, en una primera fase, puede haber una oferta de unos veinticinco canales; luego se desarrollarán, por ejemplo, ciento cincuenta canales, después quinientos, etcétera, y este desarrollo de gran número en canales temáticos también implica un desarrollo en los contenidos. Digamos que en unos diez años es posible que en España más de un 40 por ciento de la audiencia —es decir, de los españoles— se sitúe en los canales temáticos, lo que también implica que los canales generalistas, como ya hemos dicho, perderán dicha audiencia, y también los ingresos publicitarios que determinan hoy su dimensión. Habrá un cambio de consumo de televisión y de productos audiovisuales.

Llegado a este punto, ¿qué es lo que engloba la televisión digital? Creo que se puede resumir en tres partes claramente diferenciadas. En primer lugar, está en los contenidos, que es la elaboración, el desarrollo y la comercialización de señales audiovisuales. En segundo lugar, está el segmento o la parte de gestión de abonados, es decir, la comercialización y distribución a los abonados de los distintos productos audiovisuales. En tercer lugar, está la tecnología, es decir, la gestión, la distribución y venta de descodificadores y la emisión y distribución de señales por satélite, cable u otros medios.

En cuanto al primer punto, la elaboración, desarrollo y comercialización de señales audiovisuales, creo que se puede resumir en el negocio de los contenidos. Radiotelevisión Española considera que es su interés prioritario; es decir, que su interés prioritario es el desarrollo de contenidos audiovisuales, ya que parte de una situación privilegiada para desarrollar esta labor. Tiene un catálogo de productos audiovisuales, culturales, históricos, artísticos, deportivos y de información que es insuperable en todo el mundo de habla hispana.

No obstante, Radiotelevisión Española considera que este catálogo debe utilizarse para desarrollar señales que no se queden sólo en lo que es el archivo histórico, sino que tengan una continuidad y puedan ser disfrutados por todos los españoles de una manera entretenida, de una manera atractiva. Esto implicará, en cierta medida, un grado de producción para hacer que estos contenidos estén de actualidad y sean interesantes.

No nos olvidemos que Televisión Española es el grupo con mayor capacidad de producción y con mayor potencial de generar contenidos de este país, que además es su negocio y lo debe promover preparando nuevas señales de televisión.

Respecto a la comercialización y distribución de los abonados de los distintos productos audiovisuales, lo que decíamos gestión de abonados, la gran oferta de señales de la televisión digital lo que hace necesario es que se empaqueten o comercialicen de una manera adecuada para que el abonado tenga interés en contratarlas, pueda hacerlo a unos precios asequibles y realizar una selección en la contratación de esos contenidos. Esta segunda parte del negocio implica hacer la gestión comercial también, el cobro y la promoción del producto, que se debe hacer a través de

una sociedad que se dedique exclusivamente a esta parte del negocio. Así ha ocurrido en todos los territorios donde se está desarrollando la televisión digital y así pensamos que se debe hacer en España.

Desde esta unidad, lo que ocurre es que se está en contacto con el mercado y se sabe cuáles son los gustos, las preferencias de los consumidores, que a su vez permiten determinar cómo deben ser los productos que se les ofrezcan. Digamos que la relación es más directa entre los contenidos y los suscriptores y no tanto a través de las audiencias.

Hablábamos de otra parte necesaria para este negocio, que consiste en hacer llegar los descodificadores al público. Estos descodificadores se pueden hacer llegar al público mediante varios sistemas económicos, y parece que lo más razonable es hacerlo mediante su alquiler. También sería posible distribuirlos a través de determinados puntos y que se hiciera una venta directa. Sin embargo, el tener un listado de abonados directamente vinculado a un descodificador parece que a largo plazo es la mejor solución para tener esa relación directa de la que hablábamos antes, teniendo en cuenta que hay otro tipo de servicios que tienen relación con la telecomunicaciones y que se podrán gestionar a través de estos descodificadores.

Pensamos que la televisión pública debe estar en este tipo de desarrollo. La posición de las televisiones públicas debe analizarse desde dos puntos de vista: en primer lugar, desde el interés de las televisiones públicas por estar en contacto con las audiencias; en segundo lugar, desde la ventaja estratégica de las televisiones públicas debidas a sus grandes librerías de contenidos. Esto ocurre en toda Europa.

Si comenzamos observando lo que ocurre en Europa, donde existe la tradición de radiotelevisión pública, y además estable, las principales empresas públicas de televisión, como por ejemplo la BBC, en el Reino Unido; la ARD y ZDF, en Alemania; France Television, en Francia, y la RAI, en Italia, han presentado su estrategia de elaboración de canales temáticos incluso otorgando exclusividad sobre ellas a ciertos proyectos de televisión digital. En el caso de Francia, France Television ha otorgado la exclusividad al Consorcio TPS; Flextech, en el Reino Unido, etcétera. Y de esta manera están capitalizando con mucho éxito el desarrollo de sus proyectos.

En el Reino Unido, la BBC se encuentra desarrollando negociaciones en el cable, ya muy avanzadas con la empresa Flextech, compañía que está participada por una importante empresa del cable norteamericana y que además opera redes de cable en el Reino Unido y en otras zonas. En el caso del satélite, la BBC está realizando gestiones muy avanzadas con British Sky Broadcasting que es la operadora principal de televisión vía satélite, que está teniendo un éxito enorme y está controlada por Rupert Murdoch.

La BBC ha indicado que la televisión digital forma parte de su estrategia para continuar siendo líder en televisión y llegar a los ciudadanos. Para ello estará presente en el desarrollo de canales temáticos, unos serán en abierto y otros serán de pago. En cualquier caso, la BBC indica que serán muy competitivos.

En el caso de Francia, la televisión pública francesa forma parte del Consorcio TPS, Consorcio que lanzará en el mes de diciembre una oferta de televisión digital. En ella se han integrado la práctica totalidad de las cadenas generalistas francesas, entre otras la M6, TF1, así como France Telecom y otras empresas de servicios y de cable. France Television tiene la intención de elaborar una oferta de canales temáticos para que sean emitidos a través de esta plataforma.

Otro ejemplo es el caso alemán de las televisiones ARD y ZDF, que son las dos televisiones públicas alemanas, que preparan canales temáticos para ser incluidos como oferta de programación en la plataforma DF1, que es la promovida por Leo Kirch y en la que Deutsche Telekom tendrá una presencia relevante como operador técnico.

La radiotelevisión pública debe estar al servicio de todos los ciudadanos y por ello debe seguir el desarrollo tecnológico y no perder el tren de la oportunidad que brinda la televisión digital. En ese sentido, la Conferencia Ministerial del Consejo de Europa celebrada en Praga, en diciembre de 1994, reconoció la necesidad de que las televisiones públicas participen en las nuevas tecnologías de comunicación, y ello en colaboración con la industria de las telecomunicaciones, prestando especial atención a las nuevas oportunidades que ofrece la televisión digital.

Por otro lado, el Parlamento Europeo ha aprobado recientemente un informe en el que esta institución resalta la función motriz de las radiotelevisiones públicas, por lo que se refiere a la explotación del potencial integral de las nuevas tecnologías audiovisuales. En este informe, el Parlamento pide a los Estados miembros de la Unión Europea que apoyen la diversidad permitiendo a las cadenas públicas un acceso anticipado y equitativo a la tecnología digital.

Con estas premisas, Radiotelevisión Española tiene una clara voluntad de participar en la televisión digital y, por otro lado, sería absurdo renunciar a ello y renunciar también a realizar un canal, por ejemplo, educativo o cultural, informativo o de entretenimiento, máxime cuando dicha oferta de canales puede realizarse fundamentalmente con las capacidades con las que ya cuenta el grupo.

La importancia de los fondos documentales de Televisión Española va a permitir desarrollar canales que, de otra forma, no tendrían un desarrollo en el mercado; por ejemplo, canales educativos, culturales, artísticos, históricos, que pueden desarrollarse con la inmensa riqueza de Televisión Española.

Está claro que el desarrollo de la televisión digital supone un elevado coste total. No sólo es necesario desarrollar contenidos, sino que se pongan a disposición de los ciudadanos los descodificadores, absolutamente necesarios para poder recibir estos canales. Asimismo, la inversión es necesaria para organizar la empresa que los distribuya a través del satélite, del cable o de las ondas hertzianas y que realice la gestión de abonados.

Para desarrollar la televisión digital es necesario hacer una importante inversión en los contenidos. La elaboración de las señales que serán comercializadas por la empresa de televisión digital es un requisito previo para que

exista el negocio. Televisión Española pretende centrar su esfuerzo en esta parte del proyecto. Por ello, está elaborando un plan de canales temáticos que permitirá desarrollar una oferta para la televisión digital. En esta oferta Televisión Española está interesada mayoritariamente en los canales más cercanos al servicio público como son, por ejemplo, los informativos, los culturales, históricos, artísticos, educativos, todo ello en un marco atractivo y entretenido. Teniendo en cuenta los costes fijos que ya existen en Televisión Española, la inversión en estos contenidos será mucho más reducida de la que supondría crearlos de nuevo sin infraestructura. Televisión Española cuenta con la mayor fábrica de producción de España y tiene a su disposición grandes profesionales.

En segundo lugar, es necesario invertir para poder poner a disposición del público por un precio asequible, por un alquiler mensual, los descodificadores, que son unos auténticos ordenadores que realizan, como decíamos, la recepción y la conversión de información digital a señales de televisión, y también toda la gestión de abonos.

En tercer lugar, es necesario invertir en la transmisión de los canales puesto que deben construirse centros de emisión digital que tienen un coste ciertamente elevado. Para cubrir estos aspectos Televisión Española se plantea llegar a acuerdos de asociación con terceros, los cuales serán complementarios en sus aportaciones al negocio por su tecnología, por su experiencia, por sus contenidos o por otras aportaciones. Mediante esta asociación se creará un grupo con capacidad relevante que pueda competir con toda garantía frente a la entrada de otros posibles grupos o posibles ofertas que nos llegarán vía satélite, normalmente extranjeros. Estas asociaciones nos permitirán ofrecer contenidos muy atractivos para el suscriptor dentro y fuera de España.

También es necesario realizar una inversión en la gestión de los abonados y de la oferta. Por tanto, existirá un centro de gestión de abonados y un centro de gestión del producto, que permitirá el desarrollo del negocio. En esta empresa deben estar todos los grupos que integren el consorcio como promotores. En principio, queremos que estén todas las televisiones españolas que lo deseen y otros grupos españoles que aporten su manera de saber hacer las cosas, su tecnología o, como hemos dicho, otros elementos.

El proyecto de televisión digital requerirá también grandes inversiones y capacidades, globalmente. Estas grandes inversiones implican un riesgo económico que se diversifica mediante las alianzas que permitirán desarrollar este proyecto. Es un riesgo que se diversifica entre varias empresas, cada una con una capacidad concreta dentro del mismo, y cada una añadiendo unos recursos que, juntos, permitirán el buen fin del proyecto.

En cuanto al trabajo desarrollado por Radiotelevisión Española para lanzar la televisión digital, hay un primer paso. Televisión Española ha realizado numerosos estudios y ha mantenido conversaciones con todo tipo de socios potenciales. Los estudios abarcan desde los aspectos más técnicos hasta los aspectos económicos, de *marketing* o de contenidos. Como segundo paso, Televisión Española ya ha recibido el visto bueno del Consejo de Administra-

ción para la creación de una sociedad que englobará sus actividades de televisión digital. Dicha sociedad será cien por cien propiedad de Televisión Española y se denominará Televisión Española Temática. Será una unidad de gestión separada aunque, evidentemente, con relación directa con el grupo.

En paralelo, Televisión Española trabaja en el plan para desarrollar hasta diez canales temáticos centrados en los contenidos mencionados y que, estando todavía en fase de estudio, entre otras cosas permitirá la creación de unos 350 puestos de trabajo en un primer momento, que estarán empleados en lo que constituye el futuro de la televisión en España. Esto se refiere a Televisión Española Temática.

También estamos trabajando para aglutinar un grupo español y tener una proyección internacional. Como decíamos, los territorios ya no son nuestros Estados, sino que son las huellas del satélite y también los territorios que vayan a ofrecer una demanda clara de nuestros productos. En nuestro caso, en un primer paso España, la América de habla hispana y, posteriormente, otros territorios. Televisión Española pretende ser el motor de la lengua y la cultura españolas dentro y fuera de nuestras fronteras. Por tanto, se han mantenido conversaciones con todos los grandes grupos de televisión españoles, empresas de telecomunicaciones, empresas de producción e incluso de sistemas de satélites. Todo ello es de interés para que este grupo sea lo más fuerte posible de este camino.

Con este objetivo, Televisión Española colabora en la composición de un grupo abierto a los que deseen participar y que conjugue no sólo el desarrollo del mercado español sino, como acabo de decir, el potencial de este negocio en todo el mundo hispano. Este trabajo se está realizando con un método de lógica de negocio. En este sentido, quiero recalcar que para desarrollar este negocio es necesario actuar con rigor empresarial, y Televisión Española está comprometida en este sentido. Así, los recursos del presupuesto que se destinarán a la televisión digital serán aquellos que se han comprometido sobre un plan de negocio concreto y con expectativas de rentabilizar la inversión en un plazo, pensamos, de unos cinco años. En este plan de negocio se estima la inversión total así como los retornos a la misma. Todo ello, como digo, tiene soporte en un análisis empresarial. El hecho de desarrollar el proyecto junto a otras empresas privadas es una garantía de que dicho proyecto será acometido de una forma empresarial y que las decisiones del mismo se tomarán para que se genere un valor para el negocio, para el accionista, es decir, para todos los españoles. La generación de empleo que nos permitirá que personas que trabajan en la actualidad en Radiotelevisión Española puedan pasar a formar parte del proyecto digital, lo que permitirá una mejor utilización de los recursos, es también un objetivo claro de este proyecto. Así, ya se están asignando personas de distintas áreas para formar parte del equipo que realizará los canales temáticos. Pero, además, el desarrollo del proyecto digital, que engloba desde la gestión de las señales a la distribución de los descodificadores y el servicio de gestión de abonados, en principio creará cerca de mil empleos. Sin duda, Televisión Española pondrá un gran interés en que estos empleos pue-

dan ser cubiertos por personas del grupo. Se desea, asimismo, optimizar la utilización de la llamada fábrica, es decir, la producción de los equipos y de los medios con los que se cuenta. Sin embargo, éstas no son las únicas ventajas del proyecto digital. La realización de canales por Televisión Española y la concentración de esfuerzos en este ámbito van a permitir optimizar la utilización de nuestros medios de producción y de los equipos tanto materiales como de recursos humanos, dotándoles de nuevas necesidades de producto y permitiendo así que la gestión de Televisión Española sea más eficiente.

Por último, la televisión digital, con su gran oferta, va a permitir que la producción española tenga una oportunidad de producir contenidos para llenar el gran número de canales que se desarrollarán para ser vistos en España y fuera de nuestro territorio.

Otro objetivo, desde luego, es fomentar la cultura y la lengua españolas y fomentar nuevos recursos de fuentes alternativas, que ayuden a un equilibrio en la actividad y en la situación del grupo a medio plazo.

Por ello, y concluyendo, creo que Televisión Española debe estar presente en la televisión digital, puesto que esto le permitirá continuar sirviendo a los ciudadanos en los nuevos desarrollos de televisión, realizar actividades que empleen los recursos en un proyecto de futuro, ser más eficiente y generar valor de su archivo y, a la vez, ponerlo a disposición de aquellos que tengan interés por obtenerlo.

La señora **PRESIDENTA**: Además del Grupo Socialista, que ha solicitado la comparecencia, ¿qué otros grupos desean intervenir? **(Pausa.)**

El señor Leguina tiene la palabra.

El señor **LEGUINA HERRAN**: Gracias, señora Ridruejo, por su comparecencia hoy ante nosotros.

Voy a ser breve porque supongo que seguiremos hablando de este asunto. Es un proyecto a muy largo plazo, por lo que supongo que tendrá concreciones posteriores. Sin embargo, sí me gustaría concretar en este momento algunas cosas.

En una entrevista reciente a doña Mónica Ridruejo en el diario «ABC», a la pregunta de la periodista de si será de alguna ayuda esta sociedad para el ente Radiotelevisión Española, la contestación es: Es un error pensar que la televisión digital vaya a ser la salvación de Televisión Española.

Estamos de acuerdo con esta toma de posición de la señora directora general porque evidentemente los problemas de Televisión no se solucionan sólo por esta vía, y ha quedado bastante claro en la intervención de hoy. Tiene unos límites, tiene unos riesgos, como todo proyecto nuevo, pero debo dejar sentada la posición del Grupo Socialista aquí. La posición del Grupo Socialista coincide con la de la directora general en cuanto a la bondad de que Televisión Española esté presente en este proyecto, por lo que va a contar con nuestro apoyo, que puede ser crítico o simplemente de aplauso, pero va a contar con ese apoyo. Que quede clara definitivamente la posición de mi grupo. Entiendo que las concreciones de su intervención no pue-

den ser muchas pues estamos iniciando un nuevo negocio, pero sí le solicitaría alguna precisión más.

En el año 1997 que se iniciará en enero, ustedes van a disponer de 7.000 millones para producción, si se aprueban los presupuestos que ha presentado el Gobierno, más 17.000 millones para inversiones. ¿Nos podría precisar algo más? Sé que ha hablado de ello muy genéricamente, sé que ha hablado del tipo de contenidos, entiendo que de la producción, por qué líneas van a ir. Si nos pudiera concretar algo más, se lo agradeceremos.

Los 17.000 millones de inversión están ligados con unas preguntas que le voy a formular. ¿Usted cree que en España caben dos plataformas digitales? La pregunta es muy abstracta porque la Constitución Española y el libre mercado autorizan a arruinarse a todo aquel que lo desee. Usted ha dicho que, dentro de unos diez años, de todo el conjunto de demandantes de televisión, un 40 por ciento habrá pasado ya a ser demandante de la televisión digital o temática. A la vez, piensan que en cinco años las inversiones pueden empezar a ser rentables. ¿Cree que dos plataformas serían viables o una de ellas estaría condenada al fracaso? Teniendo en cuenta que, dentro de diez años, van a disponer del 20 por ciento de media de la audiencia digital, es en todo caso dudoso.

Digo esto porque, después de su exposición, se deduce que Televisión Española quiere entrar en esta plataforma. Muy bien. La pregunta es: ¿Quiere liderar esa plataforma? Lo cual, como usted bien sabe, es más comprometido y seguramente más caro. Esa es una decisión estratégica que tiene que tomar Televisión Española y está ligado a lo anterior. Nos ha dicho que, para empezar al menos, se quieren especializar, lo que parece razonable, en producción, es decir, en los contenidos, contando con el *stock* ya disponible y lo que se vaya produciendo, y en la comercialización. Se me alcanza que ésa es la parte mollar, digamos, de cualquier proyecto. Entiendo que, cuando se inicia, seguramente tiene la obligación de decir que lo piensa liderar. Respóndame como desee, pero acláreme algo sobre lo que realmente están pensando respecto a esto.

Le voy a leer otra cita de su entrevista en el «ABC» respecto a los socios. Nos ha dicho, como era de esperar y como es razonable además, que esta operación tiene tal calado, tal complicación, no sólo tecnológica sino también empresarial, que se tienen que buscar socios. De acuerdo. A la pregunta de la periodista sobre a quién se refiere cuando dice *con nosotros*, ¿quién acompañará a Radiotelevisión en el proyecto de televisión digital para España? Responde: Estamos hablando con Televisa, que ha ofrecido una interesante colaboración a nivel internacional en la América de habla hispana, con Antena 3 Televisión, con la Agencia Efe, con Telefónica, etcétera. ¿Hasta qué punto llegan estas conversaciones? ¿Hay un modelo ya acabado o un objetivo diseñado de qué tipo de socios y qué papel van a jugar? Porque ha dejado caer algo también evidente, la estrategia de esa futura plataforma digital no se queda sólo en España sino que pretende, como no podía ser de otra manera, aprovechar las ventajas de un idioma común para extenderse, primero, a Hispanoamérica y, luego, a otras áreas del mundo. En la medida en que pueda hacer

precisiones, nos interesaría conocer este tipo de estrategia en cuanto a los socios, es decir, si en Televisión Española se tiene más o menos claro cuáles van a ser sus socios, porque no se le escapa, señora Ridruejo, que este asunto, como todos los asuntos nuevos, es —si me permite una expresión de pastelería— goloso, puede traer consecuencias. Estamos asistiendo en los últimos días a ciertos enfrentamientos que yo creo que tienen que ver a largo plazo con esto porque, en esta guerra llamada del fútbol, en el fondo se percibe un canal temático de fútbol detrás. Yo no creo que estas batallas sean buenas para el país y, desde luego, no sería bueno que Televisión Española se viera involucrada en un asunto de éstos. Nos gustaría que, en lo que se pueda, nos aclarara este extremo, es decir, que quieren que entren el mayor número posible —nos lo ha dejado caer en su intervención—, cómo está esta situación.

Termino mi intervención señalando simplemente lo que me interesa subrayar de ella, que la posición del Partido Socialista es bien clara: estamos a favor de esta aventura, que ojalá termine en ventura. También le pedimos que procure, dentro del consejo de administración, conseguir las máximas unanimidades. ¿Qué quiere decir esto? Que creo que sería mucho más cómodo para la Directora General de Televisión y para el futuro de este proyecto que se consiguiera un consenso, consenso del Partido Socialista que le vuelvo a ofrecer con toda sinceridad, para dotar de estabilidad a un proyecto que va a durar mucho más que una, dos o tres legislaturas. Usted está hablando de cinco y diez años, y me parece que habla razonablemente.

Una empresa necesita estabilidad. El Parlamento y las relaciones políticas, por esencia democrática, sufren cambios. Muchas veces en este Parlamento se han conseguido estabilidades y respecto a este asunto, que tiene una relevancia para el futuro de Televisión y para el futuro de la presencia cultural de España en otras áreas del mundo, especialmente en Latinoamérica, yo creo que ese consenso que le ofrecemos no es baladí, no es oportunista y es sincero.

La señora **PRESIDENTA**: El señor Burballa i Campabadal tiene la palabra.

El señor **BURBALLA I CAMPABADAL**: Señora directora general, nuestro grupo le agradece su comparecencia para explicar los proyectos en un tema que entendemos muy importante.

Valoramos que se haya celebrado una sesión monográfica sobre el proyecto de televisión digital no sólo porque es función de esta Comisión de Control el conocer con detenimiento y precisión los proyectos del ente público acerca de algo que no va a ser una actividad ordinaria sino relevante, algo en lo que todos estaremos de acuerdo, sino porque, además, hay que llevar al ciudadano la impresión lo más exacta posible acerca de los nuevos servicios que puede ofrecer, que se pueden esperar de la radiotelevisión, en este caso de la Televisión pública.

Por otro lado, todas las connotaciones tecnológicas (la digitalización, su evolución) quizás estén creando una cierta confusión. En todo caso —como posteriormente y

de manera breve insistiré—, la televisión está formada, señor directora general, básicamente por contenidos, que es lo que le interesa a nuestro grupo.

El proyecto de televisión digital, señora directora general, verdaderamente supone un gran reto en el futuro de la Televisión pública. Nuestro grupo entiende que este gran reto quizá no se esté sabiendo transmitir en su dimensión al conjunto de la sociedad. Este gran reto va ligado a que hay que intentar mantener la calidad, los niveles alcanzados por la Televisión pública hasta este momento, y todo ello hacerlo con menos recursos públicos, si es posible, y, por lo tanto, buscando nuevas fórmulas de financiación. Esta, verdaderamente, sería la cuestión.

La incorporación de Radiotelevisión Española a la televisión digital se produce en unos momentos en los que hay otras cuestiones que pueden dispersar la atención sobre esta operación. Insisto en que tiene una enorme importancia por sí misma. Se ha hablado de la batalla despiadada que se está viviendo por el control de los derechos futbolísticos y que contamina, a nuestro entender, todos aquellos asuntos en los que participan los diversos operadores de televisión. Muchas noticias que leemos estos días pueden aparecer como interesados posicionamientos respecto de cada grupo. El proyecto de plataforma digital, señora directora general, también se está viendo afectado por este tema.

Respecto de la situación financiera del Ente Público de Radiotelevisión Española, tras la decisión del Gobierno respecto al anteproyecto de presupuestos elaborado por la directora general y aprobado por el consejo de administración, Convergència i Unió tiene cierta legitimidad para hablar de este asunto, probablemente más que otros, puesto que, desgraciadamente y sin éxito, desde el momento en que comenzaron las pérdidas de Radiotelevisión Española, solicitamos que en los Presupuestos Generales del Estado la autorización de endeudamiento se transformase en subvención directa.

Señora directora general, nuestro grupo coincide plenamente con la Dirección General de Radiotelevisión Española en la incorporación de la televisión pública a la plataforma digital. Pensamos que es la estrategia más acertada, y es la que están siguiendo otras televisiones del entorno en este momento, concretamente la francesa y otras que usted ha citado.

Es evidente que la multiplicación de la oferta de canales de televisión fragmentará aún más la audiencia en unas proporciones que desconocemos. Aunque inicialmente puedan conservarse las actuales posiciones, no hay ninguna razón por la que Televisión Española no deba acompañar al telespectador en la operación digital. El inmovilismo, despreciando las potencialidades de estas nuevas formas de emisión o entiendo que la Televisión pública debe circunscribirse a las emisiones abiertas por red terrestre, nos parece precisamente la fórmula más directa para complicar aún más la existencia de un organismo fuerte de radio y televisión públicas del Estado, ciertamente redimensionado y ajustado a los tiempos en los que vivimos, pero que actúe como motor de la industria audiovisual del país y atienda a la mayoría de los ciudadanos con sus emisiones y contenidos.

Finalmente, nos parece conveniente hacer llegar a la dirección general algunas posturas concretas del Grupo Parlamentario Catalán sobre la televisión digital.

Entendemos que lo mejor para todos es una plataforma digital única, en la que todos los operadores de televisión y quienes tengan capacidad para generar el producto lo pongan al alcance del ciudadano. De no ser así, Radiotelevisión Española debe agrupar, liderar o, como mínimo, coliderar una operación abierta a otros canales, a socios tecnológicos y a las televisiones autonómicas. Sabemos, por otro lado, por lo que a Cataluña afecta, que las conversaciones con TV 3 van por buen camino. Deseamos que continúe en el futuro. La presencia de Televisión Española en esta operación debe hacerse teniendo en cuenta que en un futuro, una vez implantada, debería ser una fuente de ingresos para Radiotelevisión Española.

Por último, nos parece esencial hablar de los contenidos. Celebro que la directora general haya mencionado este punto como interés prioritario de Radiotelevisión Española. En ese extremo, a nuestro grupo le gustaría que se reflejara en los contenidos la pluralidad cultural del Estado español en estos momentos. Quizá se esté hablando más ahora mismo del concepto técnico de la emisión que de los programas que aparecerán en los canales. Evidentemente, no se trata de desvelar una estrategia empresarial, pero sí de recordar que esa programación, aunque sea desde la perspectiva de la complementariedad de la oferta, debe tener connotaciones de servicio público.

Para todo ello, señora directora general, y finalizo, se necesita un equipo que rompa con la inercia que lleva el ente público y que afronte con energía y decisión, y a la vez con diálogo y valoración de los profesionales de que se dispone en estos momentos, los retos de incorporar la Radiotelevisión pública a la cabeza de este proyecto digital.

Nuestro grupo desearía que el actual equipo que dirige el ente pudiera llevar a cabo esta función, y en esta tarea, señora directora general, sepa que contará con el apoyo de nuestro grupo.

La señora **PRESIDENTA**: Tiene la palabra el señor Alcaraz.

El señor **ALCARAZ MASATS**: Nos convence el tono que están adoptando los distintos grupos en esta reunión porque coincide con el que desde un principio mantuvo Izquierda Unida, tanto aquí, en el seno del Congreso de los Diputados, como en el consejo de administración de Radiotelevisión Española. Por lo tanto, se está creando un consenso interesante respecto al fondo de la cuestión, que ya veremos cómo se desarrolla en aspectos concretos y en el devenir diario de esta estrategia.

Desde siempre, desde el principio, hemos pensado —nuestras aportaciones han sido importantes en el documento que aprobó el consejo de administración de Radiotelevisión Española— que la Radiotelevisión pública, dada la importancia de nuestra entidad, debiera de estar presente en estos nuevos caminos tecnológicos y que lo contrario no tenía ningún sentido. Esto lo hemos dicho a bote pronto, desde el mismo momento en que empezó la

discusión sobre el tema de la televisión temática, por una parte, y de la televisión temática en su proyección como estrategia digital, en la nueva era digital, por otra, entre otras razones por una de interés nacional, general: para preservar y difundir la cultura nacional, la lengua de 400 millones de hispanohablantes que hay en todo el mundo conectados con esta estrategia digital, sin la cual estaríamos fuera de juego.

Por otra parte, desde el principio distintas instituciones europeas —usted ha citado algunas— han dicho que las televisiones públicas deben participar en esta nueva era y elaborar su impacto como televisiones públicas con respecto a los contenidos y a la producción, mezclando ese impacto en la comercialización y en la decodificación de la señal. Por tanto, desde un principio las cosas estaban claras. Usted ha citado la conferencia ministerial del Consejo de Europa, que se reunió en Praga en 1994, y por descontado hay que tener muy en cuenta el documento que se está ultimando en el Parlamento Europeo a través del cual se pide a los distintos Estados miembros de la Unión Europea que apoyen la diversidad, permitiendo a las cadenas públicas un acceso anticipado y equitativo a la tecnología digital. Se habla de la necesidad de intervenir a tope, desde el concepto de la televisión pública, en esta nueva era, teniendo en cuenta, en función de los contenidos públicos que deben emitirse, los nuevos, mucho más extensos y mejores mercados a escala local, nacional e internacional.

Nosotros lo hemos tenido siempre claro, y hemos pensado que Televisión Española, dada su entidad y sus fondos, sus archivos, donde realmente está la historia de la España moderna y no en otra parte —por eso los defendimos con tanto calor aquí en cierta comparecencia, cuando se nos dijo que se iban a trasladar, a parcializar o a desagregar en un momento determinado—, puede ser una empresa que aglutine un grupo español a través del cual se participe en pie de igualdad con otros grupos no españoles en la estrategia digital. Hay que constituir sin duda una plataforma digital mundial, que debe operar a través de los distintos vehículos locales y que en nuestro caso debe estar orientada fundamentalmente al mercado de habla española.

Hay una cierta confusión, yo creo que normal en este nivel primario del debate y de la constitución de la estrategia, pero hay dos partes esenciales y me parece que las cosas se van clarificando de manera muy positiva. A mí me han sorprendido las intervenciones que se están produciendo, porque no esperaba tanta claridad a la hora de agregarse, de sumarse al consenso parcial que ya se había conseguido en consejo de administración de Radiotelevisión Española.

Creo que ya está inscrita la nueva empresa Televisión Española Temática. Esta sería la primera parte del proyecto, una empresa con el cien por cien de accionariado público, de dinero público, de ámbito nacional, y para la que se prevén unos 17.000 millones de pesetas en los Presupuestos Generales del Estado, si así son aprobados en los trámites que restan, junto a una cantidad de 7.000 millones para incentivar la producción propia de cara a los canales temáticos que después empezarán a funcionar. Teniendo en cuenta que en función del personal de la casa tendría

que aplicarse una parte a la televisión temática y a la plataforma digital, habría que considerar que una parte del presupuesto —sin necesidad de aumentar el presupuesto— dedicado a la plantilla actual estaría agregada a la parte correspondiente de lo que va a costar toda esta estrategia.

Lo que sí le pediría —y creo que debe presionarse por los medios parlamentarios, democráticos y desde luego por su intervención directa— es que esos 17.000 millones, como mínimo, sean de subvención, de dinero presupuestario, y no de aumento del endeudamiento, que es lo que hasta ahora se ha autorizado por parte del Gobierno, cambiando por tanto el modelo de financiación que se envió desde el consejo de administración al Gobierno. Como mínimo esos 17.000 millones debieran ser dinero contante y sonante, dinero a través de subvención, dinero presupuestario, y no simplemente de aumento de la capacidad de deuda, porque, si no, no se empezará a funcionar de manera financieramente sana. Yo le pido que me conteste si esto es posible, si se va a debatir con el señor Alvarez-Cascos, que parece que es el representante del Gobierno en estos problemas complejos y urgentes, y si usted piensa que es racional y viable este objetivo.

Nosotros hemos aportado, y creo que se han aprobado en el consejo de administración de Radiotelevisión Española, una serie de contenidos con respecto a esta empresa cien por cien de dinero público español, Televisión Española Temática, en el sentido de que debe dedicarse fundamentalmente a producir programas para los canales temáticos que empezarán a funcionar próximamente, tanto a nivel de la televisión analógica, como digital, satélite o cable. Nosotros estamos interesados en que su producción sea vista desde el prisma del interés público, la televisión como servicio público esencial, y queremos saber cómo afecta al tema esencial, tal como se ha dicho aquí anteriormente, que son los contenidos.

Esta sociedad debe garantizar un mínimo de canales abiertos para captar la señal, con lo que los usuarios sólo pondrían la parábola y tendrían el canal abierto; no habría que alquilar el decodificador porque habría dos, tres o cuatro canales abiertos del total de los que emplee en principio la Televisión Española Temática. Pensamos que los canales temáticos no deberían tener publicidad, y en el mismo sentido, para asegurar los contenidos, la pluralidad y la defensa cultural e idiomática, habría que tener en cuenta la posibilidad de elaborar un estatuto y un consejo de los informativos, así como el derecho de acceso de los grupos sociales más representativos. Creemos que habría que crear la figura del defensor de la audiencia, un departamento de defensa de la audiencia, y que los beneficios obtenidos por la Televisión Española Temática, que no van a constituir el fondo del sistema de financiación de la Televisión generalista pública, deben revertir en el conjunto de las empresas de Radiotelevisión Española. En esta misma dirección, la plantilla, con las correcciones que haya que realizar en el organigrama, debe tener aquí un punto de apoyo, por ejemplo, de cara a convertir los empleos precarios en puestos de trabajo fijo y aumentar los puestos de trabajo en relación a la dimensión que se adopte para la nueva empresa. Como he dicho anteriormente, Televisión

Española Temática, a nuestro juicio, debe promocionar la cultura e idioma del Estado y de sus nacionalidades, así como tener una atención muy especial con respecto a los emigrantes.

A partir de aquí es cuando se produce lo que se ha dado en llamar la aventura americana, la aventura multiempresarial o el gran grupo internacional, es decir, la apertura a nuevos socios de cara a la constitución de una empresa multinacional, de una plataforma digital multinacional. Nosotros pensamos que hay que proceder al contacto con nuevos socios desde un agrupamiento nacional claro, por ejemplo con las cinco o seis televisiones autonómicas, con Telefónica, con Efe y con Retevisión —teniendo en cuenta los distintos niveles de esta asociación—; que hay que defender a fondo la transmisión por el Hispasat y que, de cara a conseguir lo que se ha dado en llamar aquí la aventura americana —no se han cuestionado nombres concretos—, teniendo en cuenta la estructura que tiene, es muy difícil prescindir de Televisa en Centroamérica en estos momentos, con independencia de los contactos que tenga con el PRI o de otras cuestiones, y es muy difícil prescindir de O Globo en las transmisiones en el cono sur. Pero si esa relación se hace desde un agrupamiento nacional estructurado, fuerte y suficiente con Telefónica, Retevisión, Efe y las televisiones autonómicas, el impacto de lo público, incluso con respecto a la mayoría de las acciones, será de enorme importancia para ver los contenidos y el modelo radiotelevisivo que se emite. A nuestro juicio se debe conseguir que el 51 por ciento del accionariado proceda de empresas españolas, del llamado núcleo español.

En los objetivos coincidimos, aunque se han enumerado aquí brevísimamente. Por una parte, Televisión Española tendría como función primordial producir programas, funcionar como locomotora de los contenidos, teniendo en cuenta los fondos que se tienen en Radiotelevisión Española. Hay que recordar que las televisiones temáticas emiten un 65 por ciento, aproximadamente, procedente del archivo de los fondos de que se dispone en cada caso.

Telefónica, Retevisión y otros socios nacionales o no nacionales, sí intervendrían de manera prioritaria, sí liderarían, porque es normal, a otro nivel la gestión de la decodificación. En el mismo sentido, el tercer aspecto, que sería la gestión comercial, tendría un fuerte impacto de participación por parte de Televisión Española, quizá más ponderado, teniendo en cuenta cómo deban participar aquí los distintos socios con los que se cuente, en función de sus estructuras e influencias actuales.

En resumen, pensamos que el 51 por ciento de esta aventura debiera proceder del grupo español, Televisión Española más las autonómicas fundamentalmente, que en Televisión Española debiera haber canales abiertos al usuario y que se podría empezar a estructurar o ver la fórmula viable de cara a un canal de información las 24 horas, siguiendo el modelo de Radio 5. Desde ese punto de vista, pensamos tres cosas. Que hay que empezar inmediatamente a darle fuerza y contenido a Televisión Española temática, con independencia de cómo se vaya a proceder después a tener contactos, relaciones o negocios con distintos socios extranjeros, europeos o no. Aunque no haya

socios, Televisión Española temática debe empezar a funcionar. Es un proyecto que tiene su autonomía, y no tan relativa, a través del Hispasat, con diez canales temáticos. Por lo tanto, hay que empezar ya a producir. De ahí que junto a los 17.000 millones, a los que se ha aludido anteriormente, los 7.000 millones de producción propia, que hay que incentivar inmediatamente, debieran partir también de una subvención de dinero presupuestario, no del aumento de endeudamiento. Porque dentro de poco nos vamos a encontrar con un recorte a *maastrichtllos*, por aquello de Maastricht, de las posibilidades de un modelo amplio de Radiotelevisión Española. En segundo lugar, en función de este primer escalón habría que ver la aventura americana, como se ha dicho aquí. Y en tercer lugar, con independencia de la aventura americana, está todo el mercado europeo, muy importante y de enorme atractivo.

Lo que quiero decir con esto es que Televisión Española temática no sólo es el vehículo hacia otros socios sino que tiene sentido en sí misma, y hay que empezar inmediatamente sin esperar a ver la posibilidad de otros negocios, de otras ascendencias o trascendencias. En este sentido, saludo que no se haya intentado cortar, a través de intervenciones previas, la posibilidad de una dinámica propia para Televisión Española temática. Por tanto sugeriría que, si hay un consenso, que parece que sí lo hay, transmitiéramos este consenso de cara a cambiar el modelo de financiación, ya que no podemos con respecto al endeudamiento total de Radiotelevisión Española. Pero con respecto a esos 17.000 millones de cara a la constitución de la empresa, con el cien por cien de capital español público, Televisión Española temática, y a los 7.000 millones para la producción propia, que den base, junto al archivo que existe, a la posibilidad de emplear después con capacidad y calidad suficiente los canales temáticos que se creen.

La señora **PRESIDENTA**: Tiene la palabra el señor Peñalosa.

El señor **PEÑALOSA RUIZ**: Señora Directora General, en primer lugar, muchas gracias por su comparecencia respaldada por todos los grupos parlamentarios, y por la información que nos ha facilitado en este acto, para conocer la marcha de una operación empresarial de indudable interés como es la que tratamos.

El marco general de la operación y también de la opción, puesto que de una opción se trata la televisión digital, alternativa a otras como la televisión por cable o la televisión por ondas terrestres —ya se ha dicho esta mañana aquí— y está vinculado al desarrollo de las actividades de difusión de la señal de televisión y, como consecuencia de este desarrollo, a la necesidad de estar presente desde cualquier perspectiva audiovisual importante como es la de Radiotelevisión Española, en la evolución técnica que conduce a la televisión del futuro.

Los principales inconvenientes que se han vertido hasta ahora sobre la televisión digital tienen un doble origen. Aquellos que hay que analizar desde el prisma del competidor, que razonablemente aventura el perjuicio que otras ofertas le pueden causar y que reacciona con desigual de-

portividad ante el protagonismo que está adquiriendo Radiotelevisión Española en la iniciativa digital. En segundo lugar, aquellos inconvenientes, juicios de valor o críticas que nacen de una natural, sincera y espontánea curiosidad que plantean dudas razonables sobre la viabilidad, sobre la aportación, sobre el papel, sobre la implicación de Radiotelevisión Española en este proyecto. A los primeros, si no se consuman todas las alianzas propuestas y posibles, les contestará el propio mercado. Recibirán su respuesta en el funcionamiento de la oferta y la demanda. Para los segundos puede ser útil informarles sobre las principales características de la plataforma digital, de los rasgos fundamentales que en esta ocasión y con una característica de resumen imprescindible creemos que pueden ser los siguientes.

En primer lugar, la televisión digital abre un futuro esperanzador para Radiotelevisión Española. En segundo lugar, nos sitúa —y trataré de dar de cada uno de ellos una ligerísima pincelada— en el camino de la televisión del futuro que se alienta desde Europa. En tercer lugar, tiene un mercado potencial extraordinario, tanto en España, como en América. En cuarto lugar, permite originar nuevos ingresos, como consecuencia de la producción y distribución de canales temáticos. En quinto lugar, va a rentabilizar el archivo de Radiotelevisión Española, que es una infraestructura necesaria o imprescindible para hacer un canal de televisión. En sexto lugar, se trata también de un proyecto abierto en el que son precisas las alianzas empresariales. En séptimo lugar, sitúa lo audiovisual como un valor clave para la defensa de la cultura y la lengua españolas en el mundo. En octavo lugar, es compatible con el acceso libre a los canales generalistas; va a permitir también una optimización de los recursos materiales y humanos, invirtiendo la tendencia de los últimos años a la producción exterior. Y, por último, por su propia naturaleza merece, a nuestro juicio, el apoyo consensuado, en todo caso el apoyo mayoritario de los grupos políticos.

Por esta última característica, los aspectos más positivos o los argumentos que avalan la oportunidad de la iniciativa digital no debieran combatirse nunca con amenazas más o menos veladas sobre el cambio de estrategia o de alianzas en el medio plazo, ni tampoco con especulaciones sobre acuerdos ya adquiridos o sobre exclusiones, ni tampoco con dudas sobre la propia capacidad de Radiotelevisión Española para participar en proyectos de estas características, ni siquiera con dependencias extrañas a los intereses públicos que representa Radiotelevisión Española. Por último, tampoco debieran combatirse estos argumentos con rabietas infantiles, incluso aunque uno no haya sido capaz de pilotar una iniciativa de estas características o un proyecto igual en un momento anterior. Para nuestro grupo parlamentario este asunto de la televisión digital tiene la virtualidad inicial y no menor de permitírnos hablar del futuro; nos permite hablar de proyectos y de futuro y nos permite dejar de momento a un lado el pesado lastre de los 14 años de experiencia socialista en Radiotelevisión Española.

Hace unos días el portavoz del Grupo Socialista reprochaba a la Directora General de Radiotelevisión Española

que hablara siempre de un pasado oscuro y de un futuro optimista. Yo estoy absolutamente de acuerdo con esa descripción. En Radiotelevisión Española hay una historia oscura y hay, como vemos hoy en iniciativas como la de la televisión digital, un futuro también optimista, una apuesta por el futuro, que es muy de agradecer, a la nueva dirección general de Radiotelevisión Española.

Si en 1988 y en los años siguientes no se adoptaron las medidas precisas ni las decisiones adecuadas para encarar la nueva realidad que imponía la presencia de las televisiones privadas, y ello ha ocasionado la degradación de un problema sin resolver, hasta alcanzar la acumulación de la deuda y la indefinición del modelo de radiotelevisión pública que hoy conocemos, sería, señorías, una nueva irresponsabilidad no incorporarse a los avances tecnológicos audiovisuales que llaman a la puerta hoy mismo y que requieren nuestra atención.

Ya se ha repetido, y yo también quiero insistir en ello, que desde las instituciones europeas, en sintonía con esta importancia tecnológica, se reclama a las cadenas públicas un protagonismo en los proyectos de la televisión digital poniendo en relación la inversión pública y privada que permita o facilite la conversión de los sistemas. Se ha hecho alusión a la conferencia ministerial de Praga; también a los trabajos, en este mismo sentido, del Parlamento Europeo, incluso hemos escuchado de la directora general varios ejemplos de países europeos que han iniciado ya su experiencia en la televisión temática desde sus cadenas públicas.

En España, además de los impulsos que se reciben desde Europa, el interés se refuerza con la posibilidad de que desde Radiotelevisión Española se ofrezcan servicios de televisión a millones de telespectadores que comparten una misma cultura y un mismo idioma y que reciben una notable, por no decir prácticamente exclusiva, influencia anglosajona. Recordemos que el análisis del proyecto de televisión digital contempla el mercado de España y además el mercado hispano de América. Sobre ambos mercados existen multitud de detalles, se conocen en profundidad. Se sabe que en España, por ejemplo, las ventas de publicidad televisiva van a disminuir en términos reales en los próximos años y, por el contrario, se conoce también que los ingresos por televisión de pago van a seguir una tendencia creciente; se sabe que en Norteamérica hay seis millones de familias hispanas, potenciales clientes de esta televisión y se sabe que en el resto de América, además de los mercados mexicano y brasileño, ya se cuenta hoy con seis millones de familias abonadas a la Televisión Española Internacional.

Con estos datos, y con muchísimos más que hacen referencia a los mercados españoles y americanos, la estrategia debe ser, sabiendo que se va a producir una disminución del mercado y de los vehículos tradicionales de la publicidad y el crecimiento de otros medios, la de encontrar fuentes alternativas de ingresos. Por eso Radiotelevisión Española puede producir y distribuir canales temáticos que le van a permitir estar presente, por un lado, en las nuevas tecnologías y, por otro, crear nuevas fuentes de trabajo optimizando sus recursos humanos y materiales.

Por otra parte, las infraestructuras para hacer posible esta plataforma digital están disponibles o son fácilmente accesibles. El satélite Hispasat, las antenas, el descodificador, los canales vía satélite sobre los que Radiotelevisión Española tiene ya una experiencia contrastada en la televisión internacional, etcétera, son infraestructuras, como digo, disponibles. De entre estas infraestructuras quiero destacar el archivo televisivo, como una infraestructura imprescindible respecto a la que Radiotelevisión Española tiene un papel principal que jugar por la abundancia, por la diversidad y por la calidad de sus depósitos.

Se trata también esta iniciativa de un proyecto abierto a todas las televisiones españolas, abierto a los principales grupos de comunicación, abierto también a las más importantes empresas de telecomunicaciones. Es un proyecto que debe alcanzar un tamaño adecuado para competir y por ello las alianzas son imprescindibles. Desde nuestro grupo parlamentario le alentamos, señora directora general, a que continúe los contactos iniciados, con todos los socios y con todos los grupos posibles.

Es preciso destacar también el protagonismo que en esta empresa audiovisual tiene la difusión de nuestra cultura nacional, y éste es un aspecto, a nuestro juicio, medular de la operación. Deberemos convenir que la televisión es un instrumento capital de la política cultural de cualquier país. La televisión, y así está escrito, desempeña una función crucial en las estrategias de comprensión y definición de las entidades nacionales. Sobre la trascendencia, la utilidad, la oportunidad que este proyecto ofrece a la difusión de nuestras culturas y de nuestros idiomas en todo el mundo no es fácil discutir, el propio Director de la Real Academia Española de la Lengua, señor Lázaro Carreter, se sumaba también en fechas recientes a la oportunidad de este proyecto en la defensa de nuestro idioma.

Tenemos que señalar también que la plataforma digital es compatible, va a ser compatible con la existencia de canales generalistas y de acceso gratuito; canales públicos que aspiren a tener una importante audiencia y una audiencia estable, pero una audiencia no conseguida a cualquier precio ni de cualquier manera; canales generalistas, públicos, primados por la calidad y por el servicio público.

Señora directora general, señorías, hoy no se agota, como decía antes el señor Leguina, el debate, la reflexión ni la información sobre este proyecto en marcha. Pero hasta donde hoy podemos opinar y saber, quiero terminar con palabras ajenas que, pronunciadas no hace mucho tiempo, tienen, a mi juicio, la altura de miras suficiente para vislumbrar la importancia de lo que tratamos, de esa sabia conjunción entre un proyecto empresarial audiovisual y la cultura. El texto que quiero leerles —y pido excusas por su extensión— es el siguiente: El desarrollo de una industria audiovisual autosuficiente y competitiva a medio y largo plazo y a escala nacional e internacional, constituye una prioridad estratégica para el Gobierno. En primer lugar, porque se trata de una manifestación cultural, de patrimonio cultural. En segundo lugar, porque es uno de los pocos sectores que unánimemente se considera emergente y con un extraordinario potencial de crecimiento en cuanto a creación de empleo se refiere. En tercer lugar, porque Es-

pañá, por razones de nivel de desarrollo económico, industrial y cultural, así como por sus características geográficas, reúne condiciones muy adecuadas para participar activamente en este sector industrial. Y, por último, porque la doble pertenencia de nuestro país a la Unión Europea y a la comunidad hispanohablante le otorga unas condiciones privilegiadas y muy especiales para acceder a un mercado que a finales de siglo será del orden de los 800 millones de personas. Fin de la cita.

Esto lo decía no hace mucho tiempo, insisto, y yo lo suscribo hasta en las comas, nuestra distinguida Presidenta de la Comisión, en funciones de otras tareas políticas anteriores. Confiemos, señora directora general, en que sus compañeros de partido y todos los miembros del Parlamento tengan, respecto a este asunto, la misma estatura que doña Carmen Alborch.

La señora **PRESIDENTA**: Tiene la palabra la señora Ridruejo.

La señora **DIRECTORA GENERAL DEL ENTE PUBLICO RTVE** (Ridruejo Ostrowska): En primer lugar, quiero agradecer a los grupos parlamentarios el apoyo y el consenso que al día de hoy existe en esta sala, y quiero pensar que a medida que se vayan desarrollando los detalles de este proyecto ese apoyo siga existiendo. Lo que es indudablemente cierto es que este proyecto que se inicia en estas fechas es a largo plazo; es un proyecto que tiene que funcionar con independencia de las cuestiones, de las modas, de las situaciones políticas de cada momento. Creo que es importante que la presencia de nuestra lengua y nuestra cultura pueda estar —nuestras lenguas, como bien nos apuntó el señor Burballa— en todo nuestro territorio y también en aquellos otros donde se llegue a través de la distribución por satélite. Por tanto, quiero señalar que todas las conversaciones y todos los posibles acuerdos a los que se vaya llegando tendrán muy en cuenta este elemento; buscarán la mejor estructura y las mejores alianzas para que esta distribución de nuestras señales se pueda realizar óptimamente y al menor coste posible, no sólo coste en los trabajos y en las horas que se dedican, sino también, por supuesto, el coste económico que esto implique.

Voy a responder, por su turno, a las preguntas formuladas por los distintos portavoces.

El señor Leguina me preguntaba especialmente por la inversión a realizar para desarrollar este proyecto y si caben dos plataformas digitales. En primer lugar, quiero señalar que todos pensamos que lo ideal es que no haya dos plataformas digitales pero, en cualquier caso, los trabajos que realiza Radiotelevisión Española se basan en las hipótesis más conservadoras posibles, es decir, en aquellas situaciones que pudieran ocurrir, aunque, a lo mejor, no ocurran, lo que hace que se contemple un escenario de mucha competitividad o de dificultades, esto es, todo aquello que pudiera ocurrir, aunque pensamos que no todo va a ocurrir. En este sentido, hemos hecho cálculos —y los hemos compartido con aquellos grupos con los que estamos hablando— de que, efectivamente, en un corto plazo —en principio pienso que no será superior a dos años— puedan

existir dos plataformas. El resultado de ese período puede llevarnos a la unificación de esas plataformas o a la desaparición de una de las plataformas, voluntaria o involuntariamente. Pensamos que Televisión Española debe analizar esto y considerar la solución que le permita estar en esas plataformas no sólo dentro de un año, sino también dentro de cinco o diez años y, por lo tanto, en el peor de los casos, debe centrarse en su origen y en el desarrollo de contenidos. A este respecto, Televisión Española siempre podrá optar por estar en una de las plataformas, si no como accionista sí como proveedor de contenidos. Pensamos que para realizar esta actividad con las mayores posibilidades de éxito hay que estar en la gestión de abonados como parte integral de este negocio —lo he explicado antes— y, por tanto, se contempla tener una presencia accionarial en la sociedad que resulte para la gestión de abonados. Yo entiendo que las palabras «plataforma digital» engloban diversas actividades, al menos tres: tecnología, gestión de abonados y contenidos.

En las conversaciones que mantenemos con los distintos grupos —y pienso que en este sentido existe consenso—, en todo momento dejamos fuera de las alianzas para la plataforma digital, para la aglutinación de sociedades, lo que tiene que ver con los contenidos, porque pensamos que entrar en negociaciones sobre los contenidos nos lleva a un camino muy complicado, muy complicado también en su valoración: cuánto vale un partido de fútbol, cuánto vale un documental o cuánto valen una serie de señales, y, en cambio, no entrar en los contenidos y que cada grupo sea proveedor desde el lugar donde los origina hace que sea posible una aglutinación para la gestión de abonados y la parte técnica.

Como todos saben, Telefónica ha ofrecido alianzas a todos los grupos españoles y Telefónica es uno de los muchos grupos con los que Televisión Española está hablando en los últimos meses. En principio, y salvo el análisis de determinados matices y profundizar en lo que implican algunas de las cuestiones que se contemplan en un documento que nos ha sido enviado a todas las televisiones, parece una alianza posible, interesante y no exclusiva; es decir, que seguimos en el esfuerzo de que entren las televisiones autonómicas que lo deseen, que entren las televisiones privadas que lo deseen, que entren otras empresas que tengan un claro valor añadido para el posible negocio, sin excluir la participación de grupos internacionales. Pensamos que esta participación de grupos internacionales debe referirse a aquello que, prioritariamente, ofrezcan un claro valor añadido en el territorio americano.

En cuanto a la inversión que se va a realizar para este proyecto, quiero señalar que los 7.000 millones de producción contemplados en el proyecto de presupuestos que ha sido presentado en el Parlamento son para 1997 y se deben a todo lo que tiene que ver con la programación de los canales temáticos. Si incluyéramos en la valoración los derechos que tenemos en el archivo, que se van a utilizar para el desarrollo de estos canales temáticos, la cifra sería sustancialmente mayor. Sin embargo, estos 7.000 millones van a permitir reforzar esos derechos del archivo, hacerlos interesantes, ponerlos en actualidad y acompañarlos de

otra serie de programas que pueden resultar muy interesantes para la audiencia.

En cuanto al detalle de estas cantidades, diré que en derechos de emisión hemos calculado que habrá unos 4.600 millones de pesetas; en derechos de retransmisión, 250 millones, y en derechos de reposición, 435 millones. Todo ello, sumado a otra serie de cuestiones, supone unos 5.900 millones de pesetas. Además de esto, hay que añadir unos 1.000 millones de pesetas en servicios exteriores.

En cuanto al número de horas que se van a programar, según las previsiones que tenemos actualmente, pensamos que cada canal consumirá unas 1.500 horas/año por canal; si tuviéramos los canales que ahora mismo tenemos en proyecto de desarrollo, estaríamos por encima de las 10.000 horas/año y canal. Evidentemente, esto supondría una serie de horas nuevas cada día. Eso es lo que nos lleva a ese cálculo de horas.

En cuanto a la inversión que se menciona en el proyecto de presupuestos de 17.000 millones, tengo que decir que esa cifra es una estimación de lo que van a ser las necesidades que, por el momento, no tenemos precisadas al cien por cien. Mientras no se aclaren, mientras no se vayan desarrollando y puntualizando los acuerdos con terceros, es difícil precisar cuáles van a ser las inversiones concretas, ya que es muy posible que algunas de las inversiones que teníamos contempladas se puedan hacer por el conjunto de los grupos o las pueda hacer alguno de los grupos de manera alternativa. De todas maneras, esos 17.000 millones de pesetas contemplan la capitalización de la sociedad en la que participe Televisión Española mediante sus asociaciones, y esa inversión puede ser la máxima contemplada o puede ser una inversión inferior; dependiendo de cómo se estructure es muy posible que, al final, parte de esa inversión en capital se pueda atenuar con otros sistemas de financiación tradicionales como, por ejemplo, para financiar el descodificador. Existen grupos a nivel internacional que ya han desarrollado estos sistemas y que permiten reducir la inversión en capital.

Televisión Española desea ser centro de aglutinación de este proyecto. Televisión Española es consciente de que, aun siendo el mayor grupo y teniendo el mayor potencial de producción, debido a la estructura financiera en la que está enmarcada, no debe ser líder en el proyecto en términos absolutos, pero sí debe liderar en el interés por determinados contenidos, por un compromiso claro de estar en televisión temática por transmisión digital y aportar sistemas de gestión que puedan optimizar esta actividad en el futuro.

Me preguntaba el señor Leguina hasta qué punto llegan las conversaciones. La verdad es que, con unos grupos, son detalladas y con otros de tremendo detalle. Hemos llegado a intercambiar opiniones respecto a cuál es la dimensión del mercado, a cuáles son las tecnologías que se deben utilizar, a la potencial oferta de contenido, a los intereses concretos de cada uno de los grupos, porque creo que es absolutamente necesario conocer cuáles con los objetivos de cada uno de los grupos antes de llevar a cabo ninguna asociación o antes de llegar al compromiso de una asociación, de forma que se puedan juntar las mayores capacidades

posibles para que este proyecto sea un éxito. ¿Qué papel van a jugar? Unos jugarán un papel más tecnológico, otros jugaremos un papel más centrado en el área de contenidos. Al final de lo que se trata es que el consorcio resultante sea lo más económico posible y que capte la mayor cantidad de abonados.

Lo que es cierto es que estamos viendo que las aportaciones en contenidos, por ejemplo, que puede llegar a realizar Televisión Española son distintas —y eso es interesante— de lo que puedan estar interesados en ofrecer canales privados españoles, canales autonómicos y canales extranjeros. Creo que al final la oferta de contenidos va a ser muy interesante, muy amplia, va a permitir que el suscriptor pueda elegir entre gran cantidad de oferta y que la misma se pueda contratar a unos precios muy razonables, comparables a los de otros países europeos, con lo que al final de todo esto pueda salir un vehículo empresarial que pueda tener éxito en el tiempo. No se trata de tener éxito el primer día ni el segundo, sino de que pueda funcionar dentro de mucho tiempo.

En cuanto a cantidad de inversión y por qué hemos pensado en esa cifra, la verdad es que con independencia de los contenidos la variable más importante o que determina la mayor necesidad de recursos viene dada por la esperada curva de crecimiento en los abonados. ¿Por qué? Porque esto al final implica una inversión en los descodificadores y es el descodificador el elemento variable más importante de todo el proyecto. Lo demás vienen a ser costes fijos, que se alteran algo, pero no mucho, a medida que crece el negocio y, por lo tanto, hay que prever o bien que se puedan amortizar los contenidos con pocos abonados o que se pueda absorber un crecimiento importante si resulta que la oferta tiene un tirón muy rápido en un principio.

Todos los grupos que estamos hablando sobre estos temas estamos de acuerdo en eso y tenemos la convicción de que esa inversión va a ser necesaria. De todas formas, no sólo es importante prever la inversión, sino la capacidad de fabricación de esos contenidos y de esos descodificadores. En algún país de Europa ha ocurrido que la demanda ha sido tan grande que la fabricación de descodificadores no era suficientemente rápida y ha habido listas de espera de más de tres meses. Pretendemos que eso se evite, que esas capacidades las aporten otros posibles socios y que la distribución se pueda hacer de una manera correcta. En cualquier caso, todavía no hay ningún acuerdo cerrado. Lo que hay son conversaciones más o menos avanzadas, buscando siempre un objetivo de estabilidad empresarial.

Respecto a los comentarios que me hacía el señor Burballa, tengo que decir que estoy de acuerdo con muchos de ellos. Creo que es importante que aglutinemos grupos relevantes y fuertes en al menos una de las plataformas, y que al final la plataforma sea si no única lo más amplia posible. En las conversaciones mantenidas hasta ahora está claro el interés de todo el mundo en ofrecer una pluralidad de contenidos. ¿Por qué? Porque, de hecho, la televisión digital lo que permite es, como decíamos antes, la multiplicación de canales y para que el suscriptor tenga interés los contenidos que se den tienen que ser plurales. Si todos diéramos los mismos contenidos, al final estaríamos entrando en una

redundancia y en una ineficacia en el uso de los recursos. Precisamente la televisión temática lo que hace es ofrecer unos contenidos muy variados a todas esas minorías que todos llevamos dentro de nosotros. Por lo tanto, la observación sobre pluralidad y complementariedad no sólo de los canales entre sí sino también al servicio público, es un objetivo evidente que no debemos perder de vista.

Me gustaría que todo esto se pudiera hacer con los recursos que contamos actualmente, pensando que vamos a poder contar con los presupuestos que hemos solicitado y con la tendencia clara de que esta actividad pueda servir de apoyo al resto de la actividad que realiza el grupo. Es importante pensar que Televisión Española está en una industria en crecimiento y que existe la necesidad de realizar una inversión para tener un crecimiento en el futuro. Aunque la televisión digital no nos aporta la solución total a nuestros problemas, tampoco debe pretenderlo. Lo que debe pretender es ofrecer una vía de crecimiento, una vía de renovación, una vía de estabilidad en los recursos con los que se cuenta y con los que se pueden ir desarrollando en el futuro, y esta oportunidad parece que nos lo va permitir. Eso no quiere decir que no haya que hacer un plan de renovación para Radiotelevisión Española, que no haya que buscar una financiación estable y sostenida, que no haya que buscar una manera más moderna y más organizada de hacer las cosas. En ese sentido estamos trabajando en nuestro plan.

Respecto a las observaciones que me hacía el señor Alcaraz en relación con los 17.000 millones que todos deseáramos que fueran subvención, quiero decir que el sistema de financiación que se puede implementar para desarrollar este negocio, según el presupuesto que está en este Parlamento, se va a financiar con deuda. Sin embargo, quiero aclarar que esa deuda va a estar ubicada en el Ente y que Televisión Española temática será una sociedad, cuando se apruebe por el Consejo de Ministros, que se inicie con una frescura y con una capitalización que no debe ser afectada por la deuda, según la estructura que estamos desarrollando en este momento; es decir, tendrá una aportación de capital, con independencia de que esos recursos le lleguen al Ente a través del endeudamiento y no debe sufrir en ningún sentido ese coste que puede suponer para el Ente.

Estoy de acuerdo en la gran cantidad de objetivos que nos ha comentado esta mañana, así como en que hay que ofrecer un mínimo de canales abiertos y así está contemplado; algunos ya existen hoy día y otros se pueden ir desarrollando en el tiempo. Tendrán que ser un porcentaje de los canales totales que Televisión Española desarrolle en el futuro, no podrá ser nunca una mayoría, porque si no no estaríamos cubriendo nuestro objetivo.

Los canales temáticos que sean de pago desde luego no deben tener publicidad directa y menos en sus espacios codificados. Si tuvieran espacios abiertos quizá hubiera que contemplar publicidad, pero no creo que vaya a ser ésa la tendencia. Habrá otros canales temáticos que sean ofertados en el paquete básico de Televisión Española, algunos de los cuales ya existen actualmente, basados en el mecanismo de la publicidad a nivel europeo. Van a ser gratuitos para el público y si ese esquema se puede mantener por las

fuerzas del mercado lo incorporaremos al paquete de oferta temática.

Estamos desarrollando estudios para una canal de información —todavía no sabemos si de 24 horas, pero al menos de 16—, estamos hablando con diversos grupos que están interesados en colaborar en el desarrollo de este canal y todavía estamos en una fase previa, pero en cualquier caso, se pretende que sea lo más amplio posible, que esté orientado a España y a los países de habla hispana y que tenga una proyección más amplia, una proyección internacional, y, desde luego, con independencia y objetividad como parámetros fundacionales esenciales.

En cuanto al defensor de la audiencia creo que esta iniciativa debe tener un equipo que esté controlando la audiencia en todo momento. Lo que es cierto es que cuando entramos en el dinamismo de la televisión de pago, cuando a alguien no le gusta un canal o un programa, su manera de no ver ese programa —es lo que ocurre habitualmente— es que simplemente se desconecta, rompe su contratación con esa oferta. Lo que esto implicaría es que si la tendencia fuera a que la programación no gustara y el abonado se desconectara esa oferta, esa señal, habría que suprimirla.

En relación con este punto, lo que sí quiero señalar es que como la ecuación o el equilibrio se produce de otra manera, tendremos todos los elementos para poder juzgar si esa oferta está gustando o no y por qué. En televisión de pago, en todo momento se procura conocer los gustos de los suscriptores y de los potenciales abonados para poder orientar esa oferta adecuadamente.

Es cierto que esta iniciativa nos va a permitir estabilizar puestos de trabajo dentro del grupo, e iniciar un proceso de renovación o de reconversión de muchas de las actividades que se realizan habitualmente y de muchas de las tareas que algunas personas realizan al día de hoy.

En cuanto a la operación internacional, estamos analizando —se han mencionado aquí varios nombres y hay algunos más— cuál es la estructura de distribución más razonable de las señales en el territorio americano, que implican, en algunos casos, una inversión accionarial y que en otros puede implicar simplemente unos acuerdos a largo plazo para asegurar la emisión de esas señales en esos territorios. Está habiendo muchos cambios en los últimos tiempos y creo que es un tema que hay que considerarlo a la par que el desarrollo en España, porque hay una relación directa. Sin embargo, hay que buscar, como pedía el señor Leguina, una estructura que pueda mantenerse en el tiempo, además de optimizar la capacidad de distribución de nuestra señal y, por tanto, de nuestra cultura durante mucho tiempo.

En este sentido, estamos hablando con muchos y relevantes grupos con presencia en América latina, y pienso que en las próximas semanas, quizá algo más, podamos llegar a un acuerdo de principio. En este acuerdo estarían contemplados no sólo Televisión Española sino aquellos grupos españoles que desearan participar en este proyecto, y ése es el consenso que estamos buscando, repito, no sólo Televisión Española sino también las iniciativas de los otros grupos con los que estamos hablando.

Por último se hacía mención a que era interesante iniciar las actividades de TV temática cuanto antes. Aquí hoy tenemos que seguir un trámite —trámite que nos marca el propio Estatuto y la ley en la que está encuadrada Radiotelevisión Española— que es el de presentar la solicitud de aprobación de la sociedad al Consejo de Ministros. Eso es algo en lo que estamos trabajando, estamos en trámite de realizarlo, pero lo que sí quiero decir es que toda esta actividad se está llevando a cabo ya; se está llevando a cabo en distintas áreas del grupo Radiotelevisión Española y específicamente, en cuanto a los contenidos, en el área de gerencia de satélites, ya que es una buena base para realizar otros desarrollos el día de mañana.

No sólo desde la gerencia de satélites se está planificando todo esto sino desde la propia Dirección de Televisión Española, desde la gerencia de planificación estratégica, desde el área jurídica y también, por supuesto, desde áreas como marketing, producción, etcétera. Que luego esto se unifique en la sociedad o en la unidad de Televisión Española temática será una cuestión de procedimiento pero no de fondo.

Creo que con esto he contestado a todas las cuestiones que me había planteado el señor Alcaraz.

En cuanto a las observaciones que me ha hecho el señor Peñalosa, entiendo que ha resumido de una manera excelente, en diez o doce puntos, cuestiones que tienen que ver con este proyecto. No las voy a repetir pero sí quiero decir que posiblemente lo ha hecho bastante mejor que yo en mi exposición, por lo que las comparto todas.

Mencionaba también que éstas son fuentes alternativas de ingresos. Así lo dije yo en mi exposición, porque creo que si consideramos que el mercado de la televisión generalista, sea de servicio público o no, se va a modificar en tamaño, lo que sí entiendo que es de una necesidad absoluta es la definición de un servicio público deseable para la televisión generalista, de búsqueda de un entorno, de un encuadre que se pueda mantener y al cual se pueda tender en un medio plazo, porque tampoco creo que podamos acometer un cambio radical ni creo que fuera deseable, y, sin embargo, esta unidad de la televisión temática nos va a permitir tener esos ingresos alternativos y esa actividad alternativa como parte fundamental de este grupo de servicio público, orientándonos en los contenidos que he apuntado y complementándolos con aquellos otros que quizá, en algunos casos, son más competitivos, como pueden ser el cine de estreno o el fútbol, que puedan aportar otros grupos que estén asociados con nosotros en esta plataforma digital.

La señora **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señora Directora General.

En la reunión de Mesa y portavoces hemos acordado que excepcionalmente se podía intervenir en un turno de preguntas. Por tanto pregunto a los señores Diputados si quieren formular alguna. **(Pausa.)**

El señor Leguina tiene la palabra.

El señor **LEGUINA HERRAN**: Muy brevemente, como se acordó en la Junta de Portavoces.

He de señalar que nosotros, el Grupo Socialista, estamos de acuerdo en el qué, pero no hemos estado de acuerdo, hasta ahora, en el cómo. Para empezar, el Gobierno trae a este Parlamento un presupuesto donde se autoriza al ante Radiotelevisión Española a endeudarse en 177.000 millones. Como puede comprender eso asusta. Supongo que a usted también le ha debido asustar. Se ha discutido bastante sobre otras fórmulas, y procuraremos exponerlas en nuestras enmiendas, pero no son de debate aquí.

De esos 177.000 millones de deuda, 24.000, al menos, se refieren a la plataforma digital, de los cuales, desde el punto de vista del Parlamento, usted nos ha dicho muy genéricamente en qué se van a invertir, unos en producción, etcétera. Pero, por ejemplo, 7.000 millones de pesetas en el mercado audiovisual de televisión español es una cantidad muy notable. Calculo que se pueden hacer más de cincuenta películas, si se dedicara todo a ello naturalmente, que es obvio que no se va a hacer, pero es una cantidad muy importante. Estamos a finales de octubre y cuando los presupuestos se aprueben, si se aprueban como vienen, estaremos en diciembre y tendrán que empezar a trabajar, a gastar, a contratar en ese mismo instante.

Respecto a los 17.000 millones de pesetas usted misma acaba de decir que es una estimación, que no tiene por qué gastarse todo. Póngase en el lado del Parlamento, si no necesita 17.000 millones, pídanos menos, parecería lo lógico. Porque en toda esta operación —y ahí viene la crítica del cómo no del qué, no del objetivo sino del cómo lo han abordado— seguimos teniendo la sensación, primero, de optimismo, que es necesario, es verdad, cuando se inicia una nueva aventura, pero que puede ser muy peligroso si uno se cree sus propias cifras. Por ejemplo, una pregunta: ¿Cuántos abonados tiene Televisión Española a través del Hispasat? Viene al caso para ver cómo va el mercado si no se hace una comercialización suficientemente importante. Sobre esta empresa lo que nos ha dicho es que está estudiando un plan de negocios. A eso me refiero cuando digo que han puesto el carro delante de los bueyes porque desde el punto de vista parlamentario lo lógico —nosotros estamos en la oposición— es que las precisiones hubieran sido mucho mayores. En este sentido vuelvo a insistir en que ese consenso creo que es bueno y lo tiene que conseguir usted sobre todo en el propio consejo de administración, que es mucho más ágil que esta Comisión, mucho más operativo y que debiera jugar el papel de cualquier consejo de administración. Cualquiera que sea el origen de los nombramientos, el consejo de administración es siempre el soporte de la gestión de una empresa.

Le incitaría a ese consenso, contando con que, como ha podido usted observar en nuestras intervenciones, aquí estamos de acuerdo. Eso no quiere decir que no le preguntemos y discutamos en el futuro en el qué. Cuide usted el cómo.

La señora **PRESIDENTA**: Señor Alcaraz.

El señor **ALCARAZ MASATS**: Brevísimamente, señora Presidenta.

Quería preguntarle si han tenido reuniones con Antena 3, Tele 5 y Canal Plus y, si se han tenido, en qué situación están esos contactos y en qué dirección se han producido.

En segundo lugar quiero también conocer su opinión respecto a la posibilidad de crear una subcomisión en este Congreso de los Diputados de cara a analizar toda la estrategia, las perspectivas de futuro de Radiotelevisión Española y su situación actual respecto a sus próximos proyectos, algunos de los cuales estamos analizando hoy aquí.

La señora **PRESIDENTA**: Tiene la palabra la señora Directora General.

La señora **DIRECTORA GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RTVE** (Riduejo Ostrowska): Respecto a las puntualizaciones que me acaba de hacer el señor Leguina, ya le decía en un principio que me alegraba mucho de que en la base, es decir en el qué, estuviéramos de acuerdo. Vamos a intentar que en el cómo, si no ha sido posible hasta ahora —que tampoco tengo muy claro por qué, porque no se me ha dicho—, podamos también llegar no digo a un consenso total porque quizá sea difícil, pero sí a un acuerdo lo más amplio posible. Y cuando no haya acuerdo podamos hablar de por qué no lo hay, no en tono general sino en las cuestiones concretas, en las cuestiones de por qué no estamos de acuerdo, para ver si podemos estarlo.

Efectivamente, los presupuestos que hemos presentado contemplan 24.000 millones de inversión en un proyecto que es el de televisión temática digital. Creo que ésta es una cifra que ha sido muy medida; muy medida desde luego sobre las base de unas previsiones y de unos objetivos. Seguro que el proyecto en su globalidad va a necesitar unas inversiones muy superiores. Por eso estamos buscando alianzas y por eso estamos estudiando con mucho detalle cuál es la tarea que debe realizar Televisión Española en este proyecto. Por eso decimos que no vamos a ser líderes absolutos, pero sí vamos a orientar los trabajos, porque tenemos capacidad para hacerlo. Tenemos capacidad por los profesionales que hay en la casa y por las experiencias anteriores que ha habido también en la casa.

¿Cuántos abonados tiene Televisión Española a través de Hispasat? No tiene ninguno. ¿Y sabemos por qué no tiene ninguno? Porque los proyectos de televisión de transmisión por satélite que se desarrollan en el pasado no lo contemplaban. La oferta de Teledeporte y la oferta de Canal Clásico se realiza en abierto, no se ha efectuado con una codificación. No se contempló en el pasado que se hiciera así y no se contempló que se codificara y que se descodificara la señal. Por tanto, no hay abonados. No están previstos canales de pago. Podrán evolucionar hacia canales de pago porque es una base que tenemos para trabajar sobre ella.

La operación Cotelsat que creo que se planteó en 1994 resultó fallida en su concepto desde un principio. Era una operación que empezó sus emisiones sin contemplar, según tengo entendido, cómo se iba a gestionar el abonado, sin contemplar cómo se iba a codificar y descodificar la señal, sin contemplar una tecnología de descodificador, sin contemplar otras muchas cosas que al final hicieron que

esa alianza se rompiera y que quedaran dos canales, que se transmiten a través de Hispasat, como los que existen hoy en día.

Cuando la dirección de Radiotelevisión Española solicita una partida presupuestaria para llevar a cabo este asunto lo hace pensando en un plan de negocios, lo hace poniendo el buey delante del carro para que luego el carro no nos adelante. Lo hace pensando en que hay que contemplar una serie de variables que son fundamentales para el desarrollo de este negocio y no al revés, que luego la realidad nos lleve a una situación complicada, a una situación en la que haya que dar pasos atrás o incluso liquidar el negocio.

También la dirección de Radiotelevisión Española está intentado aflorar cuestiones que ocurrieron en el pasado para que luego no se deban repetir y para intentar solucionar algunas de esas cuestiones. Lo que queremos es que se prevea desde un principio cuáles van a ser esas necesidades y que luego no haya que habilitar créditos presupuestarios adicionales, como se hizo en 1991, para poder financiar la compra de una programación, o algunos otros ejemplos que en este momento creo que no es necesario citar, pero es un pasado que existe y un hábito de gestión que existía y que estamos intentando que no vuelva a ocurrir.

Pensamos que mediante las asociaciones que se están contemplando en este momento, como he dicho, las previsiones de inversión no sean mayores de las que se han contemplado hasta hora, porque unos grupos aportarán unas cosas y otros grupos aportarán otras. Espero que en el futuro podamos llegar a un acuerdo respecto al cómo y no respecto al qué, porque el espíritu de la dirección general es de transparencia, es un espíritu de rigor en el trabajo y es un espíritu que pensamos que nos va a llevar a un proyecto que pueda prevalecer en el futuro.

El señor Alcaraz me acaba de preguntar sobre cómo están las conversaciones que mantenemos con Antena 3, Tele 5 y Canal Plus. Son conversaciones que están avanzadas, que no están formalizadas, que tienden hacia un proyecto de plataforma y que son más similares en el caso de Antena 3 y Tele 5 que en el de Canal Plus. Las conversaciones son cordiales con todos los grupos y lo que defiende cada uno es una participación sobre la base de unos criterios que les vienen dados por la propia composición de su oferta, de su negocio y de su estructura.

En el caso de Antena 3 y Tele 5 las conversaciones están centrándose en cuál es la posibilidad de participación en la sociedad de gestión de abonado, cuáles son los intereses a nivel nacional y potencialmente a nivel internacional. En el caso de sus contenidos, estas dos cadenas se diferencian en los activos que tienen actualmente. Todos conocemos que Antena 3 tiene, por ejemplo, una oferta potencial importante en el fútbol, una oferta potencial importante en el fútbol del *pay per view* y transmitida a través de una canal *pay per view*, es decir pago a la demanda, y lo que televisión contempla es que esa diferencia en sus aportaciones no implique una mayor inversión, como he dicho en un principio, que esas aportaciones estén en la plataforma, pero no impliquen un pago por parte de la plataforma.

En el caso de Canal Plus, las conversaciones que Canal Plus mantiene no sólo con Televisión Española sino con todos los demás grupos están orientadas a atraer a los distintos grupos hacia su proyecto —quiero decir proyecto y no necesariamente plataforma— y parten de una hipótesis que son distintas, puesto que es un canal de pago y no un canal abierto, ya que tiene una serie de activos distintos de los demás. La posición de Televisión Española a este respecto y la que está transmitiendo en las conversaciones a los distintos grupos es que sería deseable un acuerdo con Antena 3, con Tele 5 y con Canal Plus, y en caso de Canal Plus contemplaríamos esa diferencia que aporta, que es su listado de abonados. También los otros grupos que no son estos que se mencionan conocen esta posición. Yo creo que al cabo de un tiempo conseguiremos aclarar si es posible o no tener una sola plataforma, pero en cualquier caso lo estamos expresando con transparencia.

Como directora general de Radiotelevisión Española, no tengo ningún inconveniente ante la posibilidad de que se cree una subcomisión en este parlamento para tratar sobre el futuro de Radiotelevisión Española y no sólo sobre

sus próximos proyectos, que estaré encantada de volver a expresar aquí en un futuro. Yo creo que efectivamente es muy importante que exista un mismo camino a seguir respecto al futuro de Radiotelevisión Española. Desgraciadamente yo no soy quien puede tomar la decisión respecto a esa subcomisión, pero lo que sí haré será aportar un trabajo que se está realizando en este momento, que prevemos se termine hacia finales de noviembre o principios de diciembre, y que será la aportación de un esquema o de un plan de renovación para que los distintos grupos parlamentarios lo estudien, ya que creo que es absolutamente necesario que para que este plan se pueda implantar con un calendario a determinar en un medio plazo los grupos parlamentarios tengan como mínimo un acuerdo mayoritario.

La señora **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señora directora general.

Muchas gracias a todos ustedes por su presencia y participación.

Se levanta la sesión.

Era la una y cincuenta y cinco minutos de la tarde.