

---

## Capítulo 7

---

# Una sociedad cableada: principio de la democratización periodística \*

---

Dr. José Manuel Gómez y Méndez \*\*

---

Una fecha marca el antes y el después de la parcela comunicativa del cable en el Estado español: el 23 de diciembre de 1994. En ese día, el Consejo de Ministros aprobó el envío al Congreso de los Diputados de los Proyectos de Ley de Telecomunicaciones por Cable y de Televisión Local. Entonces *"muchos entendieron que el vacío legal del cable en España llegaba a su fin"*<sup>1</sup>; sin embargo al no existir acuerdos entre las formaciones políticas parlamentarias, produjo que no se lograra mayoría para la elaboración definitiva de la ley: *"Convergencia i Unió se opuso al proyecto propuesto por el PSOE, al no satisfacer éste sus demandas de competencia autonómica, y todas las formaciones políticas pidieron una nueva prórroga en la elaboración de la Ley del Cable"*<sup>2</sup>. Demos por tenido el anhelado

---

\* Intervención tenida en el Observatorio Audiovisual de Andalucía de 1995-96. Los datos están actualizados, dentro de lo posible, al momento de imprimir este libro.

\*\* Profesor Titular en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla.

<sup>1</sup> "Cruce de cables" en *Forum Media*, número 2, Madrid, septiembre de 1995, págs. 8-15.

<sup>2</sup> *Ibidem*.

marco legal<sup>3</sup> y consideremos que *“el desarrollo de las redes de cable afecta a numerosos sectores económicos que cubren desde las operaciones de cableado hasta las más diversas actividades ligadas a la programación”*<sup>4</sup>. Y concretamente en el mundo de la información, *“las repercusiones industriales son particularmente sensibles, con numerosas influencias en la elaboración de logísticas para la gestión de redes cableadas y de los diversos servicios interactivos previstos. La instalación de redes de teledistribución conlleva un amplísimo registro de consecuencias. Las decisiones que deben tomar los poderes en materias de normas y definiciones técnicas exigen, por supuesto, elecciones industriales. Sistemas de satélites, las propias configuraciones de las redes cableadas, opciones financieras: los componentes de un plan de cableado imponen una visión prospectiva del futuro económico de un país”*<sup>5</sup>.

Los antecedentes del cable están en la década de los años cuarenta del siglo XX en los Estados Unidos cuando *“algunas emisoras comenzaron a distribuir sus programas por cable en pequeñas zonas rurales en las que el terreno creaba interferencias en las señales. Esta tecnología mantuvo su carácter rural y restringido hasta que, en 1976, un canal de televisión de pago, el Home Box Channel (HBC), comenzó a utilizar un transponedor del satélite Satcom 1 para quedar conectado a varias redes de cable. El HBC alcanzó un éxito inmediato e inició algo muy cercano a una revolución: diez años después, aproximadamente la mitad de los hogares estadounidenses estaban conectados al cable”*<sup>6</sup>. En Europa, la preocupación por el cable prosperó inicialmente en Bélgica, Países Bajos, Dinamarca, Suecia, con una fuerte penetración, llegando a altas cotas de uso en

---

<sup>3</sup> El 23 de diciembre de 1995 publicaba el Boletín Oficial del Estado (número 306 de 1995) la Ley 42/1995, de 22 de diciembre, de las Telecomunicaciones por Cable, modificada por el Real Decreto-Ley 6/1966, de 7 de junio, de Liberación de las Telecomunicaciones (BOE nº 139 de 1996, del 8 de junio, págs. 18973 a 18977 con correcciones en el BOE nº 149, pág. 20203). Y el 26 de septiembre de 1996, el BOE divulgaba el Real Decreto 2066/1966, de 13 de septiembre, por el que aprobaba el Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Telecomunicaciones por Cable” (BOE nº 233 de 1966, págs. 28738 a 28757) para regular, según indica en su preámbulo, *“la prestación conjunta de servicios de telecomunicación y audiovisuales a través de las nuevas tecnologías del cable, lo que permitirá el desarrollo ordenado en el futuro de las redes digitales de servicios integrados de banda ancha, con el consiguiente impacto positivo tanto en el desarrollo tecnológico e industrial como en la prestación de los servicios a los ciudadanos y a las empresas y en la evolución de los mercados audiovisuales”*.

<sup>4</sup> “Hacia una nueva televisión” en *Forum Media*, número 2, Madrid, septiembre de 1995, pág. 11.

<sup>5</sup> *Ibidem*.

<sup>6</sup> *Ib.*

algunos de ellos, siendo Francia, Reino Unido y España los que actualmente están más desiguales<sup>7</sup>, manteniéndose evolutiva la aceptación del cable, si se tiene en cuenta que en 1973, cuando se iniciaba, solamente se hallaban conectados en Europa 275.000 hogares, estando a los quince años, en 1988, en 16.000.000 de usuarios, siendo ello el 18% de los 130,1 millones de hogares con televisión, teniendo la misma el 96% de los hogares en contraste con los 86.000.000 de hogares que poseen aparato de vídeo<sup>8</sup>.

En España, el camino del cable se inició con la década de los ochenta, cuando comenzó a desarrollarse el vídeo comunitario, primordialmente en Andalucía, extendiéndose al resto del Estado español. Inicialmente *"eran iniciativas de particulares que ponían a disposición de las viviendas de un edificio... un canal de cine con las películas que, como público particular, obtenían en un vídeoclub"*<sup>9</sup>. Proprietarios de distintos comercios locales relacionados con el mundo del audiovisual o expertos en ello, comenzaron la experiencia rural del cable: *"Lo lucrativo del negocio -bajo coste e ingresos proporcionales a los suscriptores- potenciaba la extensión del servicio a varios edificios, llegando a configurar en algunas zonas redes con varios millares de abonados. La ilegalidad de varias de estas empresas proviene del fraude que realizaban a los propietarios de los derechos de los programas que emitían por sus redes, así como de la baja calidad"*<sup>10</sup>. Se fue produciendo una estructura empresarial con inversiones concretas que mejoraron la calidad del sector, dándose paso a las producciones propias con emisión a través de las llamadas Televisiones Locales por Cable, pues otros intentos serán las experiencias por ondas, surgiendo colectivos iniciales para agrupar a los propietarios de redes: Avideco, Avico, BTV Europa. Muchos de esos vídeos desaparecieron o fueron cerrados por orden judicial, bajo las denuncias de la empresas propietarias de los derechos de las cintas emitidas, habiendo intervenido a 1995, las fuerzas de seguridad del Estado español en 340 vídeos comunitarios: *"El número de estas empresas se siguen manteniendo constante en el sur de España (unos 622*

---

<sup>7</sup> Véase mi capítulo segundo titulado "Aportaciones de la tecnología avanzada en la información dentro de la Europa de las Naciones" en *Espacio y Tiempos Informativos* (Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, Universidad de Sevilla, 1976, págs. 20-32) donde concretamente en su Cuadro 1 aporoto datos, a 1992, de la penetración de la televisión por cable en Europa Occidental y Estados Unidos.

<sup>8</sup> Datos procedentes de "Hacia una nueva televisión" en *Foco Media*, op. cit., y "Cultura y Audiovisual" en *Europa 15*, Comisión Europea-Representación en España, nº de mayo de 1997.

<sup>9</sup> "Evolución del servicio de cable en España" en *Foco Media*: op. cit., págs. 12-13.

<sup>10</sup> *Ibidem*.

identificados en Andalucía y 72 en Murcia) y no siempre cumpliendo la normativa de respeto a la propiedad intelectual: más del 70% emiten cada día una película sin autorización, aunque son muchos los que operan legalmente”<sup>11</sup>. Según se fue abriendo el horizonte, el panorama tomó interés empresarial: “Desde la aparición del primer borrador de Anteproyecto de Ley de Cable, la evolución de los agentes ha sido diferente. Mientras los vídeos comunitarios mantienen la explotación de un negocio, no siempre todo lo legal que debe ser respecto a la programación emitida, las redes de televisión por cable se ha ido consolidando”<sup>12</sup>. Así surgieron tres colectivos aglutinadores de la mayoría de los operadores: la Asociación Española de Distribuidores de TV por Cable (AESDICA), la Asociación de Televisiones Locales (ACUTEL) y la Asociación Española de Empresarios de Televisión por Cable (ESPACABLE). Y han ido apareciendo nuevos agentes, que se preparan para introducirse en el mercado de cara a las explotaciones de próximas licencias en el territorio estatal, surgiendo distintos consorcios: Grupo Cable, Sevillana de Cable, Cable del Guadalquivir, Cablevisión, Cable Europa, Cable TV Europea, Cable País Vasco, Santander de Cable, Cable Compostela, Zaragoza Cable, Burgos Sistemas de Cable, Tarrasa Cable, Baiz Llobregat Cable. La regulación definitiva y las concesiones de las demarcaciones correspondientes<sup>13</sup> pondrán en orden el sector, actualmente el más en alza dentro de la Comunicación, toda vez que son once millones las viviendas susceptibles de ser cableadas con altas inversiones como pueden apreciarse en el Cuadro 1.

Si hiciésemos una prospectiva a varios años y nos situásemos en el 2005, apreciaremos que este sector es uno de los de mayor desarrollo con todo el vigor que supone la especulación comercial desde las más estrictas reglas del juego dentro de la sociedad de libre mercado, teniéndose tres fentes o premisas: actores (múltiples, tanto de proveedores de redes y servicios como suministradores de

<sup>11</sup> Ib.

<sup>12</sup> Ib.

<sup>13</sup> “La empresa Supercable Andalucía -participada por Sevillana de Electricidad, Endesa, El Monte, Caja San Fernando, Caja General de Granada, Caja Provincial de Jaén y la argentina Supercanal- se ha hecho con las demarcaciones I (Almería, Granada y Jaén), II (Córdoba y Málaga) y III (Sevilla). Existe una cuarta zona que acabará de adjudicarse antes del próximo verano. Las demarcaciones de Cádiz capital y el Puerto de Santa María se han concedido a la empresa Cableeuropa, en la que participan los bancos Santander y BCH y empresas como Ferrovial o Multitel. Por último, la de Vélez-Málaga la ha ganado Cable-Azarquía, la única con capital exclusivo de Andalucía” (Documentos, nº 5, Sevilla, marzo-abril 1998). La Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía informaba que antes de 2001 los servicios de telecomunicaciones por cable de Andalucía estarán en servicio total, suponiendo para la Comunidad una inversión de 160.000 millones de pesetas.

servicios como usuarios últimos), estrategias reguladoras (será necesaria las condiciones para una competencia equitativa en el suministro de telecomunicaciones, basadas en las pautas que darán como resultado un mejor servicio al usuario final y que estimularán la economía para la producción de muchos bienes y servicios útiles) y demandas (transmisión de imágenes en el sentido más amplio de la palabra: "películas digitales bajo demanda de calidad normal y la televisión de alta definición serán realidad. Los abonados podrán seleccionar desde su sillón la película deseada, ya sea para su entretenimiento, educación o información, Además podrán efectuar las compras desde casa, jugar, etc."<sup>14</sup> Y programas bajo demanda debido a la evolución en el campo de las demandas, donde la "videoconferencia ayudará a la introducción del televiaje"<sup>15</sup>, así como nuevos servicios ganarán en importancia: "Son los servicios de multimedia que incluyen los componentes básicos del futuro servicio de banda ancha: voz, imagen, vídeo y datos"<sup>16</sup>.

Como persona con trayectoria de compromiso social y como estudioso de temas periodísticos, me preocupa enormemente el papel del receptor cuando tenga ante sí la posibilidad de acceder a cientos de canales comunicativos. Armand y Michèle Mattelart escriben: "Los individuos son actores determinados por el peso de las estructuras sociales. Del reconocimiento de esta determinación social a la integración del determinismo sólo hay un paso y esta fue una de las razones suplementarias para que un gran número de análisis, escondiéndose detrás del axioma según el cual la cultura de masas tendría un efecto masivo de dominación y de alineación, subestimaran la eventual complejidad del momento de la recepción"<sup>17</sup>. Y el receptor puede quedar en previsible protagonista o ser sencillamente un consumidor. Si hasta hoy el mensaje periodístico tuvo receptores según las posibilidades técnicas, en el devenir condicionado a nuevos soportes tecnológicos, ha de posibilitarse el abaratamiento de los materiales de uso y recepción para que no quede el acceso a los contenidos y continentes periodísticos para el privilegio de unos pocos, es decir de aquellos que puedan pagar tecnología, toda vez que hoy por hoy así está ocurriendo. Más cuando esa posibilidad venidera pudiera propor-

<sup>14</sup> VAN LANDEGEM, T.; PRYCKER, M. de y VAN DEN BRANDE, F: "2005: una visión de la red del futuro" en *Comunicaciones eléctricas*, n° del tercer trimestre de 1994, con edición en París por la empresa Alcatel, págs. 231-240.

<sup>15</sup> Ibídem.

<sup>16</sup> Ib.

<sup>17</sup> MATTELARD, Armand y Michèle: "Los Medios: ¿hacia la soberanía del consumidor?" en *Comunicación Social/Tendencias*, Fundesco, Madrid, 1996, págs. 207-214.

cionar desequilibrios dentro del orbe occidental por no utilizar ya las palabras de mayor desigualdad entre países ricos y pobres. En el caso del cable, si se fija un precio asequible, con posibilidades de pago dentro de una economía familiar baja, todos los ciudadanos podrán acceder por igual a la recepción de los mensajes y ser él mismo el seleccionador, siempre que llegue todo por ese cable y que no sea contenido de una oferta selectiva. Si todo se produce por igual entre los habitantes de este espacio terrícola, llegaríamos por principio a una realidad democrática a través del Periodismo, pues otra cosa sería posibilitar al receptor la información necesaria de quién es quién detrás de cada estructura productiva del mensaje periodístico para poder tener los conocimientos necesarios a la hora de su elección y así a través de una sociedad cableteada arribar a una democratización periodística, al menos a un principio de ello para después seguir profundizando en la convivencia y la tolerancia.

**CUADRO 1<sup>18</sup>**

**La evolución del Servicio de Cable en España**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Hogares cableados (millones)	0,9	1,5	2,3	3,2	4,2	4,9
Hogares conectados (millones)	135	285	530	865	1.260	1.765
Penetración %	15	19	23	27	30	36

**Inversiones anuales estimadas  
(valor promedio del coste por hogar: 45.000 pts.)**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Hogares cableados (millones)	0,15	0,6	0,8	0,9	1,0	0,7
Inversiones anuales (millones de ptas.)	6.750	27.000	36.000	40.500	45.000	31.500

**Volumen de ingresos**

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Nuevos abonados (miles)	3	115	245	335	395	505
Ingresos por enganche (millones de ptas.)	300	1.150	2.450	3.350	3.950	5.050
Ingresos por abonos (millones de ptas.)	5.100	8.550	15.900	25.950	37.800	52.950
Mercado total estimado (millones de ptas.)	5.400	9.700	18.350	29.300	41.750	58.000

<sup>18</sup> El Cuadro está publicado en el nº 2 de Foco Media, revista ya referenciada en notas anteriores, tomando como fuente a Price Waterhouse.