

AGUSTÍN REMESAL PÉREZ
Responsable Hispavisión

SATÉLITES, TELEVISIÓN INFORMACIÓN



Publicaciones de la
REAL SOCIEDAD ECONÓMICA
DE AMIGOS DEL PAÍS
Valencia, 1994

SATÉLITES, TELEVISIÓN INFORMACIÓN

Agustín Remesal Pérez

Responsable Hispavisión

GRACIAS, Francisco Oltra, por esta presentación tan amable. Y gracias a ustedes por venir hasta aquí. Es para mí un verdadero placer volver a asistir a una sesión de esta Real Sociedad Económica, de la que ya era socio de número antes de dejar Valencia; una de las primeras cosas que he hecho al volver, ha sido darme de alta inmediatamente, porque creo que representa –junto con otras Instituciones notables del ámbito valenciano y del ámbito español– unos valores, unas formas de comportamiento y, sobre todo, unos determinados principios de progreso y de Ilustración, que todos llevamos dentro y que tenemos que desarrollar, hablemos de Renacimientos anteriores o hablemos de Satélites de comunicación.

A la hora de tratar este tema, que hemos titulado “Satélites, Televisión, Información”, en este tríptico un tanto cabalístico pero que intentaremos desenredar de inmediato, voy a empezar con algunas escenas concretas:

–Un reportaje de la BBC sobre la vida y la obra de Mao Tse-Tung, que incluía apenas un minuto de información sobre las supuestas orgías sexuales de aquel dirigente comunista, podría ser una de las razones que las autoridades de Pekín utilizaran para restringir la recepción de emisiones televisuales que llegan por satélite desde Occidente. Según los más ortodoxos de aquel gran país oriental, “ahora se ataca la ortodoxia desde el cielo”.

–Los gobiernos de Egipto y Jordania acaban de levantar el veto a la instalación de antenas para la recepción de televisiones extranjeras que emiten por satélite. Es un signo, se dice, de modernidad, y en todo caso de democracia, aunque sea parcialmente entendida. El gobierno de Siria, por contra, sigue sin abrir su espacio aéreo a esa invasión. Y los fundamentalistas musulmanes, por su parte, califican de diabólicas lo que otros llamamos parabólicas.

–...Y mientras, en la sede de la Unesco en París siguen elaborando, redactando, el enésimo Informe sobre la Comunicación en el mundo para demostrar, una vez más, una evidencia palpable: que los países subdesarrollados siguen, seguirán dependiendo, seguramente, de sus respectivas metrópolis informativas (que a veces son las mismas metrópolis lingüísticas). Y los habi-

tantes de una ciudad de la India que se llama Majarastha, apostados ante unas televisiones primitivas para nosotros en los bares de esa ciudad, siguen con atención cómo se desarrolla el penúltimo terremoto, que tiene como epicentro otra ciudad cercana en apenas una hora de coche desde ese bar. Ven en directo las consecuencias del terremoto que emiten desde un estudio de la BBC de Londres. Y el gobierno de Nueva Delhi, mientras tanto, en sus emisiones oficiales, minimiza las consecuencias de la tragedia, del desastre.

Hasta aquí, como digo, algunas escenas que anuncian cambios. Algunas escenas que ahora mismo están teniendo en cuenta las grandes cadenas, las productoras de TV que están apostando desde Occidente. Porque los supermercados del futuro, incluso en las zonas de hambrunas reinantes como algunas de las que he citado, ofrecerán, sobre todo, productos de consumo para la información, para la diversión, para el ocio (me refiero, naturalmente, a esas emisiones de televisión). Si esa es una nueva forma de colonización, se verá, pero es motivo de polémica y de alarma en los territorios irrigados ya abundantemente por esos satélites.

El nuevo colonialismo televisual tiene su mejor arma en esas tecnologías de vanguardia, empleadas sobre todo en la difusión más que en la producción de programas. Esa “aldea global” anunciada por McLuhan ha sido finalmente –y yo creo que definitivamente– conquistada.

La utilización de los satélites para la transmisión de programas de televisión empezó hace 25 ó 30 años. Empezaron por entonces, en EEUU, las primeras experiencias pero, contra todas las previsiones, ha sido la TV y no el teléfono –como se preveía entonces, cuando se empezaron a lanzar satélites al espacio– la fórmula principal de las posibilidades técnicas de esa telecomunicación de los satélites. En un primer momento se creía que aquellos satélites iban a servir, sobre todo, para crear una maraña, una red importante, densa, de comunicaciones telefónicas o, en todo caso, informáticas; pero la TV se ha adelantado con mucho a esa utilización.

Se trata de satélites situados sobre el Ecuador, a unos 36.000 Km., más o menos, de altitud de la Tierra, de altura, en una situación geoestacionaria: no se mueven, están fijos prácticamente sobre un determinado punto. Y son útiles para cubrir con su haz de emisión –en general un haz fijo, permanente– una determinada zona continental, que suele coincidir con una zona geográfica o con una zona lingüística, si es posible hacerla coincidir.

El desarrollo de ese sistema televisual ha sido rapidísimo, la transmisión de sus señales para la producción informativa también. Todo el mundo recordará aquellas parabólicas colocadas encima de las azoteas de los hoteles de Beirut y de Bagdad, de todas las grandes capitales que tuvieron que ver en la Guerra del Golfo... La transmisión de esas señales y, sobre todo, la emisión de programas, para ser captados en directo o redistribuidos en redes de cables, ha experimentado una aceleración sobre todo desde hace unos cuatro o cinco años. Todo el mundo sabe, porque recibimos en nuestras casas además de las cinco televisiones consagradas y de varias locales, qué es el Intelsat, Astra, Telecom,

Copérnicus, Hispasat (espero que el Hispasat cada vez más, naturalmente). Son ya denominaciones normales para nosotros, asumidas por todos los consumidores de televisión del mundo entero.

La gran eclosión de la distribución de programas de televisión por satélite ha tenido su gran desarrollo –espectacular desarrollo– en Estados Unidos. Europa se está incorporando a marchas forzadas y está alcanzando ese alto nivel de consumo televisual a pasos agigantados. Pero los grandes productores ya apuntan a otras áreas, teniendo en cuenta que Estados Unidos está tocando techo y que Europa, por razones políticas, por razones legales, por razones de homologación algunas veces, ha estado o sigue estando un tanto frenada: como el cable en el caso español, del que tendremos, probablemente, la oportunidad de hablar más adelante.

Los grandes productores, que se llaman Ted Turner, Murdoch, la BBC, la NBC, etc., están mirando ya, como digo, a otras áreas de expansión en donde el mercado televisual puede ser más interesante. Son, fundamentalmente, tres áreas bien identificadas: Medio Oriente, Sureste Asiático y América Latina. Sobre Hispanoamérica, así, se localiza también esa nueva era de la televisión por satélite... Mientras tanto, en Europa y en Estados Unidos se tiende a pasar de inmediato a otras formas de tecnología más avanzadas: como es la forma de tecnología digital que permita la utilización de ese sistema satélite-cable, es decir, programas de televisión rebotados en satélite y redistribuidos –comercializados– por cable; y como lo es, también, el uso de ese sistema por los multimedios, es decir, por los sistemas de transmisión de datos, ordenadores, informática, etc., y la llamada “televisión de peaje”, que en algunos países europeos, como Francia, está teniendo gran aceptación, que en Estados Unidos ya ha tenido gran desarrollo. Se trata –sencillamente– de una televisión programada por el propio consumidor a través de unas tarjetas de crédito (desde su casa paga la selección de sus propios programas).

En Estados Unidos, del sistema de consumo de “televisión a la carta” como también se le llama, había 87 millones de abonados en 1992 (últimas estadísticas que he encontrado), con un volumen de negocio de 5.300 millones de dólares. Si bien es cierto que en Estados Unidos la televisión por cable facturó, el año pasado, 23.000 millones de dólares... En Europa no se ha despejado, sin embargo, la incógnita principal: ¿Qué vamos a hacer en algunos países, como en España o Italia, países con una población importante y con una capacidad de consumo notable?, ¿qué vamos a hacer?, ¿qué sistema vamos a adoptar para llevar adelante la distribución de esas señales de televisión? Podemos cablear sistemáticamente las ciudades y los pueblos, como parece ser que intentan ya en España algunas empresas, multinacionales entre ellas; incluso Telefónica está apostando también en ese sentido. Podemos insistir en la oferta comercial individualizada, es decir, como se hace por ejemplo en Gran Bretaña: pequeñas parábolas en una determinada zona surtidas desde un satélite para que esas parábolas sean verdaderamente receptoras de lo que se llama TV de emisión directa (y como está ocurriendo también, aunque a menor escala

técnica, en Magreb o en algunos países del Este de Europa, que están desperdiciando muy rápidamente a ese mercado). O podemos adoptar un sistema mixto de parábola individual y distribución por cable.

Me atrevo a suponer que en los próximos años, en España, va a haber un arranque del cable muy lento pese a que las expectativas comerciales que se están manejando sean –desde mi punto de vista– demasiado optimistas: cablear cuesta muchísimo dinero, y en España no existe una tradición de televisión de pago (Canal + lo sabe muy bien, ya que le costó muchísimo el ponerse a unos determinados niveles de amortización de su propia inversión). Por tanto, aunque hay capacidad de consumo, aunque hay posibilidades económicas para suponer que se podría desarrollar rápidamente, yo creo que ni los hábitos de consumo de la televisión –que son, como digo, hábitos de consumo gratuito–, ni la carestía que supone una instalación tan compleja, van a permitir un rápido desarrollo del cable. Yo auguro que las parabólicas todavía tendrán, en un futuro inmediato, bastante interés.

¿Qué está ocurriendo a escala planetaria cuando nos situamos en una perspectiva de una veintena de satélites, más o menos, rociando las cuatro esquinas del mundo con 50, 60 ó 70 programas de televisión? Pues yo creo que lo que está ocurriendo, simplemente, es que se están enfrentando dos modelos distintos de televisión en esta hora de los satélites. Porque los satélites de comunicaciones están provocando en el sector audiovisual una revolución de la normativa legal con la desaparición de las fronteras publicitarias, la desaparición de las fronteras informativas, la desaparición de las fronteras comerciales... Lo que conduce a esa guerra de modelos de que hablo.

Por una parte, el modelo del proteccionismo: proteccionismo político, económico y comercial contra la libertad de mercado. Algunos ejemplos que ponía al principio apuntaban en ese sentido; y también, lógicamente, proteccionismo contra la libertad de información. Ese es uno de los grandes problemas y polémicas que subyacen siempre en esos repetidos Informes sobre la Comunicación que efectúa la Unesco, con una perspectiva más tercermundista –y yo creo que poco realista–.

Por otra parte, hay un enfrentamiento de modelos de televisiones nacionales y generalistas, frente a las televisiones planetarias y temáticas. Creo, hablando de una manera muy llana, que la contraprogramación y demás formas de comportamiento de las televisiones nacionales que más conocemos (no solamente en España, sino en los países aledaños) dan pie a pensar que esa será muy pronto una televisión de paleontología. Me explico rápidamente con el ejemplo español, que será el más fácilmente comprensible para todos.

En ese enfrentamiento de televisiones nacionales que llamo yo “generalistas” (y que tienen nombres y apellidos: Televisión Española, Telecinco y Antena 3; otro caso es el de Canal +), esas televisiones generalistas, ahora mismo, ¿qué tienen que hacer para mantener el tipo, para no perder escandalosamente demasiado? Porque las cuentas parece ser que no le salen a casi nadie, por no decir a nadie. Pues mantener unos niveles de ingresos publicitarios altísimos. Y

¿cómo se hace eso? Manteniendo unos niveles de lo que llaman “share”, y que no es sino el porcentaje de distribución de audiencias, muy altos también.

Pero, ¿qué es lo que ocurrirá cuando a nuestra casa (porque nos hemos puesto en la comunidad de vecinos o en la urbanización de chalets o el barrio donde estamos o en el pequeño municipio) en vez de recibir solamente otros dos canales vía Astra, por ejemplo: las alemanas y la CNN; qué ocurrirá cuando en vez de eso podamos captar 30 televisiones por satélite? Pues que en vez de quitarle al bloque de televisiones nacionales generalistas un 5 % de la audiencia le quitaremos un 28 % o un 30 %. Y entonces sí que ya las cuentas se han roto definitivamente para las televisiones generalistas. Eso es lo que va a pasar antes del año 2000 en todo caso. Y eso pasará, además, venga el cable antes de diciembre o después.

Voy a poner dos ejemplos, también paradigmáticos, de lo que ha sido el desarrollo de la televisión informativa por satélite-cable, que es la que más interesa y que es la materia de esta conferencia, de esta charla.

El primer caso tiene que ser, naturalmente, la CNN, porque es la decana en la materia, porque es la que rompió el fuego y porque efectivamente es la que mayor fama ha conseguido (todo el mundo se quiere parecer a la CNN, todos quieren hacer CNN en alemán, CNN en francés, CNN en español: la CNN existe y sólo en inglés).

Hace quince años la paradigmática CNN aseguró la emisión informativa de 24 horas, sólo para Estados Unidos en aquel momento, lo que parecía un sueño irrealizable. Cuentan los cronistas que un buen día Ted Turner llamó a un amigo suyo, un periodista, y le preguntó si efectivamente eso sería posible. Y le dijo que sí. “Vente para aquí, te pago lo que me pidas y me lo haces”. Y se la hizo. Y aquello, funcionó. Y hace sólo una década el Sr. Turner dio el paso definitivo, y desde esa mítica oficina olímpica que tiene en un alto rascacielos de Atlanta, ganó probablemente la carrera a esa ilustre y vieja dama que se llama la BBC, que con el “World Service” también lo intentó unos años más tarde. Ganó su fórmula por rapidez, y ganó su fórmula, probablemente, porque esa información continua y en directo tiene detrás a unos 1.000 profesionales que la aseguran todos los días. Y así es como fundó la CNN Internacional, que es la que nosotros recibimos en casa.

Yo creo que las dos cosas grandes y positivas que tiene la fórmula de Turner son precisamente la oportunidad de la inmediatez, del corte seco e inmediato para dar lo que sea cuando llegue (hay ejemplos clásicos como la Guerra del Golfo, o el “caso Simpson” últimamente), con la cobertura excepcional que implica de los grandes acontecimientos, en donde echa todo lo que haya que echar (desde aviones a reacción hasta cartas a presidentes ofreciendo grandes negocios). Después, la distribución: por redes de cable y complejos turísticos y hoteleros, de una forma muy densa. Hoy en día, la CNN Internacional tiene 80 millones de abonados (se dice pronto: hace solamente 3 ó 4 años, en el 91, tenía 12 millones de abonados).

¿Los puntos débiles de la fórmula? Creo que la excesiva americanización, de una parte; es decir, que es una fórmula informativo-cultural demasiado –yo me atrevería a decir– provinciana (en ese sentido no llega a ser todo lo universal que es la BBC, por ejemplo). Y los altos costes de la producción, por otro lado: el negocio de la información es el más caro o uno de los más caros del mundo (desde luego la dificultad para repetir operaciones de captación de clientela y de audiencias como fue, por ejemplo, la Guerra del Golfo, no se presentan todos los días).

La próxima batalla que se anuncia desde esa perspectiva, va a darse en Extremo Oriente, que es donde la BBC y la CNN se van a encontrar definitivamente con mercados de gran expansión. Lo que pasa es que la BBC, lo cuento como anécdota, ya anuncia el contrataque en los propios EEUU, y quiere aliarse por la espalda con algunos enemigos locales de Turner para instalar allí sus propias producciones, que tienen un estilo mucho más “World Service”, mucho más europeo).

El otro ejemplo es el de “Euronews”, canal europeo de información continua que ya interesó a RTVE y a la Generalitat Valenciana de modo excepcional, y en el que –lo digo porque fui testigo directo de lo que ocurrió en las últimas reuniones para dilucidar la sede– nuestra opción se batió con mucho coraje, con mucha inteligencia, con muchos medios y con mucha honestidad. Y yo creo que fue de esas veces en que se perdió muy honorablemente, y no sé si para bien o para mal; lo veremos, porque nosotros (Hispavisión) estamos aquí, probablemente, porque Valencia perdió aquella batalla. Lo que sí tengo que añadir es que, efectivamente, llegó un momento en que alguno de los socios (eran las grandes televisiones estatales de los grandes países europeos: Bélgica, Francia, España, Italia y Alemania) desbancó y se fue a Lyon, a cambio de un alto puesto directivo probablemente. Pero, en fin, estas son cosas que pasan en la negociación internacional y hay que aceptarlas.

En el 91, pues, se crea “Euronews” por ese grupo de televisiones estatales, con base en Lyon y con un sistema de producción de televisión muy novedoso que se enfrenta al americano, caro y verdaderamente muy “pesado” (aunque éste es muy directo y rápido al reaccionar ante de una noticia, Euronews en cambio produce de una forma muy fluida, con muy pocos medios y con muy poco dinero). El presupuesto de este año no llega a los 30.000 millones de pesetas y se está emitiendo 20 horas en 7 lenguas distintas. Es decir, que una producción más barata es imposible que se haga (aunque también es cierto que tiene unos inputs de imagen inmejorables, como son las de sus propios socios, que somos las televisiones estatales que la estamos sustentando).

Hay ahora mismo algunos otros proyectos de televisión verdaderamente notables –aunque esto se lleva con bastante discreción generalmente– a escala mundial, en esa fórmula de satélite-televisión-información. Uno de ellos es el de la BBC con el grupo de “Financial Times”, una emisión que además va a llegar inmediatamente a Europa con dos nuevos canales, uno informativo generalista y otro de economía. El informativo generalista va a ser el “World Ser-

vice”, que emite ya la BBC para Asia, África, Oriente Medio y Canadá, y yo creo que va a ser la primera gran expansión del mundo anglosajón en ese sentido, a esa escala tan enorme, a escala del planeta.

Y vamos a referirnos ya a lo que me es más grato y más cercano, y de un conocimiento más inmediato, que es precisamente lo que va a pasar, o puede pasar, con ese objetivo que nos hemos planteado desde Valencia, como sede del canal “Hispavisión”.

Hispanoamérica es una zona muy sensible para España y Televisión Española (TVE) desde hace mucho tiempo. Los dirigentes de TVE tenían pensado que había que montar alguna fórmula de emisión específica para esa área, que desde el punto de vista lingüístico e histórico-cultural, pero sobre todo también político, nos es muy próxima y con la que estamos, lógicamente, imbricados a escala planetaria: en la ONU, en la Unesco, en la FAO y en los grandes foros internacionales, España y los países latinoamericanos en el 95 % de las ocasiones hablan con una sola voz. Y España está sirviendo de puente, también, entre la Europa Comunitaria y esa América Latina –en cuestiones comerciales o económicas, o de ayuda al desarrollo– de una manera real y paciente desde hace bastante tiempo. Basta pensar –por ejemplo– que casi siempre el Comisario que se ocupa de esto, en la Unión Europea, es un Comisario español (lo que en definitiva es ya una nota de sensibilidad por parte, incluso, de los europeos a la hora de repartir funciones y cargos).

Ahora mismo en América, en el continente americano, se están recibiendo dos señales, vía Hispasat, de TVE. Una que se llama “Canal América”, que es la TVE Internacional y que es la que emite también para Europa a través del “Eutelsat II”, distribuyendo una programación formada por productos de las dos cadenas de TVE, de la 1 y de la 2, aderezados con un telediario internacional (ahora con dos: uno a mediodía y otro por la noche, que son realmente reciclajes de los telediarios que salen aquí en España, no hay producción específica en ese sentido para esos telediarios). Se recibe, así mismo, el Canal Hispavisión: como sabéis, desde el 17 de septiembre pasado, empezamos ya con una señal de promoción, y desde el día 10 de octubre con una señal de instalación y de implantación durante 6 horas diarias.

En Hispanoamérica se recibe, a su vez, un canal educativo, también por el “Hispasat”: el llamado TEI, que es coordinado por el Ministerio de Educación y Ciencia conjuntamente con TVE. Se recibe la CNN en traducción parcial de su servicio internacional de noticias; se recibe la RAI, que emite ya 3 ó 4 horas diarias también, o se recibe la RTL, que hace 2 horas diarias. Y se reciben, por supuesto, los canales locales asociados a la NBC americana en las áreas hispanas de EEUU, la ECO que es la televisión informativa mexicana del grupo Televisa (que aquí conocemos con el nombre de Galavisión), o la “Music Television” que es la música de vídeos que ustedes conocen y que en América, ya, se recibe en español (aquí todavía lo recibimos en inglés) como subdivisión con base en Miami desde hace algún tiempo. Y se recibe “Univisión”, que es la primera cadena instalada en EEUU, la primera cadena en español de EEUU, y

que distribuye por ejemplo, desde hace poco en México, Televisa, mediante una red de cable con un paquete de 20. Y se recibirá pronto también, al parecer, en bastantes sitios o en toda Sudamérica prácticamente, “Telemundo”, que es la segunda cadena hispanohablante de EEUU (se anuncia para diciembre, como digo, como la CNN en español: con la participación de Antena 3 Internacional por parte española, un grupo de Argentina y la productora Comercializadora de TV en México que es una empresa privada).

“Hispavisión” es un canal de TVE, dependiente de una nueva gerencia que se llama Gerencia de Emisiones por Satélites del grupo de empresas de Radio Televisión Española. Es una emisión digitalizada, codificada (de momento no está codificada, pero lo estará a partir del día 31 de enero). Ese día deja de emitirse “en claro” y empezamos a codificar y a digitalizar, para ser distribuida por operadores de cable en toda América, en EEUU también: desde EEUU hasta la Patagonia.

Ahora mismo estamos en una fase de implantación del canal, con 6 horas de emisión. Estamos reciclando algunos informativos en español de “Euronews”, que para eso somos socios fundadores y socios capitalistas, y pagamos religiosamente nuestras cuotas. Y por otra parte estamos incluyendo algunas series de gran calidad de TVE y algunas películas, así como algunos acontecimientos deportivos (en diferido por razones obvias, porque empezamos a las 11 de la noche y terminamos a las 5 de la mañana).

Esa fase de implantación durará, como decía antes, hasta finales de año como mínimo, un mes más quizá. La fase de explotación empezará, en todo caso, en febrero, con 16 horas de emisión, ampliables inmediatamente. Y entonces, sí, vamos a empezar a producir desde Valencia, como mínimo una hora de información diaria, más otras cosas. Pero desde luego vamos a empezar a producir, desde Valencia, un telediario para América Latina, específicamente pensado para nuestra audiencia americana, con el estilo y prestigio que TVE ha alcanzado de una manera definitiva en países tan importantes y tan competitivos como Argentina, en donde la Guerra del Golfo fue seguida, por ejemplo, con mayor atención a través de la TVE Internacional, por el “Canal América”, que por la CNN (nos apoyaba el idioma, también es cierto, pero éramos más fiables que la CNN a la hora de dar información sobre la guerra, y eso que no teníamos aquellos programas en el hotel de Bagdad).

La programación será, en todo caso, de carácter convencional, con cuatro puntos de referencia: Información, Cultura, Deportes y Entretenimiento de calidad (cine, sobre todo español y europeo; series de gran calidad sacadas del almacén de TVE, donde hay gran abundancia de material como pueden imaginarse; y programas de TVE actuales).

“Hispavisión”, además, comercializará en la medida de sus posibilidades de mercado productos de otras televisiones, y en concreto de las televisiones autonómicas, como Canal 9, con las que estamos ya en negociaciones para adquirir algunos productos interesantes que tienen producidos en castellano, o que son susceptibles de ser doblados con poco coste al castellano.

La rentabilidad a medio plazo parece que es bastante esperanzadora. Estas televisiones, en general, se marcan un plazo de 4 ó 5 años para ser rentables. Nosotros suponemos que teniendo en cuenta las expectativas de mercado de los operadores de cable que se han abierto, vamos a instalarnos a gran velocidad en un par de años, y probablemente a partir del tercer año podamos estar cubriendo –como mínimo– costes, lo cual, en estos tiempos tan duros para las televisiones públicas, con inyecciones de dinero público que tan mal saben a los contribuyentes, nos viene muy bien a todos. Y en definitiva, esas perspectivas de mercado son excelentes en países como pueden ser Argentina o México, a pesar de que en este segundo país el monopolio de la televisión privada es atroz; así como en EEUU en las zonas hispano-hablantes (como las de Manhattan-Nueva York o Florida), donde la capacidad de consumo de TV en castellano es enorme y la capacidad de compra de estos paquetes de TV es notable. Tenemos ya contactos con operadores de cable muy importantes, sobre todo en Manhattan, donde se concentran nada menos que 320.000 hispano-hablantes, para inmediatamente entrar allí con gran educación y sin meter ruido, pero en abundancia.

Queremos que el canal “Hispavisión” tenga una imagen muy determinada. Queremos que sea un canal riguroso en la información, de calidad en el entretenimiento, y que se adapte a los intereses, a las expectativas del espectador, del consumidor de TV en América.

El Centro de Producción de Paterna, lo puedo asegurar, está en la vanguardia tecnológica de la televisión. La ayuda de la Generalitat, en este sentido, ha sido notable, y TVE no se ha ahorrado ni un solo duro para poner en marcha un complejo de producción totalmente informatizado.

Yo creo que estamos a una escala media, porque no es un gran centro de producción a escala multinacional, pero estamos ya en un nivel medio de producción informativa, en una vanguardia tecnológica que va a servir precisamente a las nuevas áreas de experimentación de la propia TVE, para dar un paso hacia delante en esos servicios centrales, por ejemplo. Aquí vamos a experimentar, por lo menos de eso estoy intentando convencer a quienes corresponde, para que experimentemos nuevas cosas que después se van a aplicar en mayor escala en toda España.

Y también creo que este Centro de Paterna va a servir para lograr una dinamización profesional y cultural de Valencia, aparte de dar una imagen de ella, de Valencia, de la Comunidad Valenciana permanente. Alguien decía, creo que era el President de la Generalitat, Joan Lerma, que se había pagado un poco caro el anuncio pero para toda la vida, y es cierto. Nosotros, cuando estamos emitiendo la carta de ajuste o los indicativos, que ahora de momento solamente son rotulados, la hora de emisión es la hora de Valencia, no es la hora de Londres, no es la hora de París... Es la hora de Valencia, nosotros estamos aquí; parece una simpleza pero es como lo de la hora de Canarias, todo el mundo la sabe. Así que la hora de “Hispavisión” es la hora de Valencia.

En definitiva, y concluyo con esto, la información circula ya a escala planetaria, la conquista de los mercados de televisión, y de los otros productos a través de ella, por los satélites, por el cable, rompe las fronteras del derecho, del comercio, de las culturas. Hispanoamérica, que es área obligada de referencia para España, es también, ahora mismo, el objetivo principal de estas emisiones desde aquí, en ese proyecto que TVE patrocina y que se llama Hispavisión.

En la Edad Media las fortificaciones se construían sobre aquellas altas montañas rocosas que dominaban los tejados de esa ciudad medieval protegida. Pues bien, en el futuro las mayores fortalezas se construirán desde los satélites de comunicaciones geoestacionarios, hacia donde están mirando ya todas las parábolas, todas las antenas parabólicas, ávidas de imágenes y paganas de ese "canon" de la televisión que ahora mismo se nos presenta como el gran reto de cara al final de este milenio.

Gracias.