

“LA TELEVISIÓN PÚBLICA COMO PRECURSORA DE LA IMPLANTACIÓN DE LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE: LA SITUACIÓN EN CATALUNYA”

Roberto Suárez Candell
Universitat Pompeu Fabra
Departamento de Periodismo y de Comunicación Audiovisual
Unidad de Investigación en Comunicación Audiovisual (UNICA)

1. Hacia la Televisión Digital

La digitalización de la televisión supone una mejora de sus prestaciones técnicas: calidad de la imagen y del sonido, aumento del número de canales gracias a la optimización del uso del espectro radioeléctrico, posibilidad de interactividad, etc.. Pero más allá del hecho tecnológico, la digitalización también conlleva una evolución de la cadena de valor del medio.

La producción cuenta con nuevas herramientas que facilitan y multiplican las posibilidades de creación y permiten la aparición de nuevos contenidos, formatos y servicios. Por su parte, la distribución, gracias a la desvinculación entre contenido y soporte que permite la codificación digital, ha encontrado nuevas vías de explotación de los productos. La estructura del mercado y los ciclos de transición entre soportes han variado considerablemente, generando nuevas dinámicas comerciales. En cuanto a los espectadores, éstos han visto incrementada su capacidad de elección de ofertas y sistemas de recepción. Ahora bien, también se les exige una renovación de su equipamiento doméstico y una actualización de sus habilidades tecnológicas.

Todas estas mejoras, cambios y nuevas exigencias, dada la preeminencia de la televisión en el sector audiovisual, suponen una reestructuración del mercado y su modelo relacional. Han aparecido nuevos agentes, predominantemente en el ámbito tecnológico. Si bien, la reducción de costes que permite la digitalización ha supuesto también el incremento y la diversificación de las empresas en los ámbitos de la producción de contenidos y de la edición y comercialización de ofertas de programación.

Este proceso de innovación tecnológica y reorganización empresarial y económica hace necesaria una revisión de las funciones y objetivos de la televisión como medio de

comunicación social.¹ Su carácter de medio de masas está evolucionando hacia la creación de ofertas segmentadas, más personalizadas, destinadas a públicos cada vez mejor identificados y específicos. Con la digitalización, la televisión de pago está experimentando una evolución de sus modalidades de abono y servicios, ahora mucho más flexibles y diversas. Análogamente, los hábitos de consumo de los espectadores y sus actitudes frente al televisor están variando hacia una utilización del medio cada vez más individual y basada en contenidos y servicios concretos, en el evento frente al canal.² Con ello, los conceptos de canal y de programación de flujo se diluyen.³ Aparecen las dinámicas “a la carta” o “bajo demanda” como nuevas estrategias de relación de la televisión con los espectadores, ahora reconvertidos en usuarios o clientes.⁴

Sin embargo, no debemos sobreestimar las consecuencias de las posibilidades tecnológicas que ofrece la digitalización de la televisión. Existe una amplia franja de la sociedad que no tiene conocimientos acerca de esta modalidad de televisión, que no está interesada sus nuevas prestaciones y servicios o que no sabe cómo utilizarla. La aceptación/apropiación social de la televisión digital es uno de los principales obstáculos de su proceso de implantación.⁵

¹ Tal y como apunta Josep GIFREU, en *Estructura General de la Comunicación Pública*, Edit. Pòrtic, Barcelona, 1996, pág. 77, las cuatro funciones clásicas atribuidas por Lasswell y Wright a los medios de comunicación social y de masas (informar, formar, entretener y persuadir) no son las únicas que éstos pueden desempeñar. La digitalización abre las puertas a nuevas posibilidades, como la comunicación interpersonal o grupal, la comunicación entre los ciudadanos y las instituciones públicas, etc.

² Para un análisis más detallado de los procesos de apropiación social de la televisión y de los diferentes hábitos y formas de consumo televisivo según las características culturales y socioeconómicas de los espectadores, se recomienda consultar CALLEJO, Javier, *La audiencia activa – El consumo televisivo: discursos y estrategias*, Col. “Monografías”, Edit. Siglo XXI, Madrid, 1995.

³ Arthur Andersen, Outlook of the development of technologies and markets for the European Audiovisual sector up to 2010, 2002, pág. 5. También resulta interesante el concepto apuntado por E. Bustamante en “La televisión digital: referencias básicas” en Bustamante E. & Álvarez M., J.M. (eds.), Presente y futuro de la televisión digital, Colección “Comunicación 2000”, Edit. Edipo, Madrid, 1999: La digitalización y el pago abren el camino de transición del modelo de flujo actual de la televisión hacia un modelo de “edición cultural y videoservicios”. La idea también es recogida por Llorens-Maluquer, Carles, *Concentración de empresas de comunicación y el pluralismo: la acción de la Unión Europea*, Universitat Autònoma de Barcelona, 2001, pág 72.

⁴ El concepto espectador se asocia a la televisión en tanto que medio de comunicación social y de masas que ofrece contenidos audiovisuales al ciudadano y desempeña las funciones mencionadas anteriormente. El concepto usuario se introduce al iniciarse la convergencia entre el audiovisual y las telecomunicaciones y con la aparición de servicios/contenidos más personalizados y que requieren acciones del espectador para su recepción/configuración. El término cliente se emplea cuando se establece una relación económica entre el espectador/usuario y el proveedor del servicio televisivo. La digitalización de la televisión potencia las posibilidades del medio para ofrecer contenidos y servicios que suponen una constante alternancia de estos tres roles. La predominancia de alguno de ellos, su asociación a determinados contenidos o a operadores públicos o privados, o como su alternancia revierte en la producción, etc., son cuestiones que pueden iniciar nuevas líneas de investigación.

⁵ Con el objetivo de poder diseñar estrategias más efectivas para la implantación de la televisión digital, en el Reino Unido se han llevado a cabo diversos estudios que evalúan las actitudes de los ciudadanos frente al proceso de migración. Resulta especialmente interesante los diferentes perfiles que se definen y su evolución a través de las fases temporales del proceso. Así mismo, para cada perfil y fase se identifican incentivos y obstáculos. Un análisis de estas

2. El servicio público ante la digitalización.

Ante este proceso de cambio del medio, y siendo la apropiación social de la televisión digital una de las principales cuestiones a solventar, conviene reflexionar sobre el papel servicio público en el contexto digital.⁶ Deben redefinirse sus funciones y objetivos, así como los contenidos y servicios que abarca. Es necesario que se adecue a las nuevas necesidades de los ciudadanos y a las posibilidades del medio. Su prestación no debe ocasionar una distorsión de la libre competencia del mercado, pero tampoco puede obviar los requerimientos de su naturaleza pública. En los Estados Europeos, el servicio público ha sido la base de los modelos de televisión, articulados a través de monopolios estatales. La liberalización de la radiodifusión dio entrada a las ofertas privadas de carácter comercial que han supuesto, según el modelo de cada país, una competencia directa no sólo por la audiencia sino también por los recursos económicos. Esto ha conllevado una homogeneización de ambas ofertas, abriendo un debate sobre la necesidad de continuidad y la forma de prestación del servicio público. De ahí la necesidad de posicionarlo claramente en el contexto digital,⁷ diferenciándolo de los operadores comerciales.

Además, debemos considerar que la televisión, como medio de comunicación social, siempre ha jugado un papel relevante en los sistemas democráticos, gracias a su capacidad para estimular el debate y crear opinión. Su carácter público ha pretendido garantizar el pluralismo y el acceso universal. También es un medio idóneo para transmitir ideas y valores, promover la cultura y definir identidades. Por ello, en este nuevo escenario, es necesario investigar cómo la digitalización puede incrementar o perjudicar las funcionalidades públicas de la televisión.

Una vía para evaluar cómo la televisión pública afronta la digitalización del medio es analizar su rol en el proceso de implantación de esta nueva tecnología. El liderazgo público podría suponer un desarrollo equilibrado de la televisión digital, alejado de las posibles desviaciones de un mercado dirigido o dominado por operadores privados,

características debiera ser necesario en cualquier plan público de implantación de la televisión digital. Para más detalle se recomienda consultar: a) THE GENERICS GROUP, *Attitudes to digital television – Preliminary findings on consumer adoption of Digital Television*, b) CONSUMERS' ASSOCIATION (UK): *Turn on, tune in, switched off – Consumers attitudes to digital television*. Ambos disponibles en: <http://www.digitaltelevision.gov.uk>

⁶ Una obra de referencia en este sentido es: MORAGAS, Miquel & PRADO, Emili, *La televisió pública a l'era digital*, Edit. Pòrtic, Barcelona, 2000.

⁷ MORAGAS, M. & PRADO, E. (2000: 170)

orientados exclusivamente a la obtención de beneficios económicos. Los emisores públicos deberían desarrollar contenidos y servicios que garanticen una implantación eficaz y universal de la televisión digital como punto básico de acceso de los ciudadanos a la Sociedad de la Información. Así se subsanaría que la baja rentabilidad de algunos contenidos y servicios de valor social, y el consecuente desinterés de los operadores privados por ellos, suponga una limitación para su pleno desarrollo. Ahora bien, la actividad de los entes públicos no tiene porque limitarse a las facetas de producción y emisión, sino que sus iniciativas en otros ámbitos, desde las infraestructuras a las campañas de información, pueden ser una referencia y fomentar la transición hacia el digital del resto de agentes del mercado y de los propios ciudadanos.

Ahora bien, cuando hablamos de servicio público y televisión digital, ¿a qué modalidad de televisión digital nos referimos? ¿Cable, satélite, difusión terrestre...ADSL? Cada una de estas plataformas tecnológicas presenta unas posibilidades propias en cuanto a capacidad de transmisión, costes de las infraestructuras, implementación de un canal de retorno, etc.. Así mismo, su desarrollo/penetración en versión analógica es bastante diverso en Europa, con una mayor implantación del cable en el centro-norte de la Unión y de la difusión terrestre en los países del sur. Sin embargo, por ser la primera plataforma tecnológica utilizada por la televisión, la terrestre es la vía de difusión más vinculada al servicio público. Por lo tanto, a la hora de analizar la migración hacia el digital del servicio público de televisión nos centraremos en la Televisión Digital Terrestre (TDT). Esto no excluye que los operadores públicos hayan y estén utilizando el cable y el satélite para ofrecer contenidos digitales.⁸ Si bien, el cese de las emisiones públicas analógicas terrestres tiene una especial trascendencia social, pues requerirá una migración forzosa de todos los ciudadanos. Así mismo, en la mayoría de los Estados Europeos, el cable y el satélite son servicios plenamente liberalizados, sin connotaciones públicas. En cambio, el espectro radioeléctrico terrestre, por sus limitaciones físicas, ha sido considerado un bien público cuya explotación es planificada por el Estado mediante la concesión de licencias. Por estos motivos podríamos afirmar que la TDT es la evolución natural del servicio público de televisión

⁸ Habitualmente los Estados han impuesto a los operadores de cable y satélite la obligación de difundir junto con sus ofertas los canales públicos analógicos para garantizar así el servicio/acceso universal. Estas condiciones “*must carry*” son objeto de debate, pues los operadores privados, ante el probable aumento de los canales públicos tras la digitalización, no están dispuestos a ceder más ancho de banda de su capacidad de transmisión.

en Europa. De ahí la importancia de la planificación de su implantación y del rol asignado a los entes públicos de radiodifusión en el proceso.

Los planes de implantación de la TDT deben abarcar diversos elementos: legislativos (renovación/adaptación de la normativa), políticos (pluralidad y competencia del mercado, acceso universal, niveles geográficos de implantación, fecha de cese de las emisiones analógicas, estrategias de comunicación pública e incentivos para la migración), tecnológicos (acceso condicional, interactividad, interoperabilidad de equipos receptores, infraestructuras), empresariales (producción de contenidos y servicios, creación de ofertas, modalidades de comercialización) o aspectos sociales (el proceso y el coste de la adecuación de las instalaciones de recepción y de la renovación del equipamiento doméstico, las actitudes y los problemas de los ciudadanos frente a la TDT). Así mismo, el plan de implantación debe definir el papel a desempeñar por los diversos agentes del mercado, públicos y privados. De la combinación de las opciones escogidas para solventar cada una de estas cuestiones saldrá la estrategia y el modelo de implantación de la Televisión Digital Terrestre de cada Estado.

3. La TDT en España.

España (2000), junto al Reino Unido (1998) y Suecia (1999) ha sido uno de los países europeos pioneros en el lanzamiento de la Televisión Digital Terrestre. Esto podría haber supuesto para el sector audiovisual español la oportunidad de mejorar su posicionamiento en el mercado europeo, tanto en los ámbitos de la producción y la distribución de contenidos como en la exportación de soluciones tecnológicas o de *know-how*. Sin embargo, a los dos años de su puesta en marcha, el Plan Nacional para la implantación de la TDT sufrió una crisis que ha supuesto su congelación hasta el día de hoy.⁹

⁹ España quiso adoptar un papel pionero en Europa en la concesión de licencias y puesta en marcha de la TDT y UMTS. Si bien, cuando un país no es líder en la fabricación de equipos, en la producción de contenidos y en desarrollo tecnológico, esta actitud puede acarrear importantes costes. Mientras en el resto de Europa no se avanza en una dirección concreta los esfuerzos realizados pueden resultar en vano. Las inversiones pueden no resultar rentables si los estándares tecnológicos cambian. Además, la congelación del proceso, como ha sucedido, genera una imagen pública de esta tecnología errónea y negativa, lo que crea escepticismo entre los ciudadanos y dificulta su implantación. [Cinco Días – 30/03/2002]

Inicialmente, el rol dominante para la implantación de la TDT se confió, mediante concurso, a un operador privado (Onda Digital¹⁰) que desarrolló una oferta de pago: Quiero TV. Se le adjudicó la explotación de 14 programas digitales en 3'5 múltiplex (o canales múltiples digitales) de ámbito nacional, sin la posibilidad de efectuar desconexiones territoriales

Por su parte, los operadores del servicio público de televisión analógica de ámbito nacional, tanto de gestión directa (RTVE), como de gestión indirecta/privada (Antena 3, Tele5 y Canal +), tenían el derecho, desde 31 de octubre 1999, a la explotación de un canal digital, todos ellos dentro de un mismo múltiplex. También se habilitó a las televisiones autonómicas de Galicia, Madrid, Valencia, País Vasco, Andalucía y Catalunya para la explotación de 2 programas digitales.¹¹

Sin embargo, dada la situación de incertidumbre del mercado causada por los costes asociados a la recepción de la TDT (la escasez y elevado precio de los receptores, la adaptación de infraestructuras comunes de recepción) y por la insuficiencia y también los costes de contenidos o aplicaciones interactivas que ofreciesen un valor diferencial a la programación digital, los operadores analógicos de ámbito nacional perdieron el interés por liderar el proceso de transición hacia la TDT y no iniciaron sus emisiones. Así mismo, por los costes añadidos que conllevaba, la difusión en digital de la programación analógica (*simultcast*) tampoco resultó ser una opción atractiva para ellos. Además, la adjudicación de un solo canal digital, y su inclusión en un múltiplex compartido por cinco programas, suponía importantes limitaciones de ancho de banda para ofrecer servicios de valor añadido.

No obstante, la renovación de sus concesiones les obligaba a explotar de forma continuada el canal de TDT que se les había concedido en un plazo máximo de 2 años, es decir, a partir de abril de 2002.¹² Todos ellos, y también TVE, empezaron a emitir a partir de esta fecha límite. No obstante, como consecuencia de la persistencia de la coyuntura descrita, sus programaciones digitales eran idénticas a las analógicas, lo cual

¹⁰ Esta sociedad estaba formada, además de otros accionistas minoritarios, por: Retevisión (49%), Mediapark (15%) y Carlton (7,5%). Más información: [<http://www.ondadigital.es>]

¹¹ Resolución de 21 de junio de 1999, de la Secretaría General de Comunicaciones. Disponible en: [<http://www2.setsi.mityc.es/Servicios/legislacion/>].

¹² Resolución de 10 de marzo de 2000, de la Secretaría General de Comunicaciones. Disponible en: [<http://www2.setsi.mityc.es/Servicios/legislacion/>].

supuso un nuevo retraso del proceso de implantación de la TDT, que seguía sin ofrecer incentivos para que los espectadores migrasen.

Por su parte, Veo TV y Net TV, los dos operadores privados que habían obtenido licencias para explotar un programa digital,¹³ iniciaron sus emisiones en junio de 2002, aunque con una cobertura nacional limitada (25%) y programaciones de unas pocas horas.¹⁴ Su actividad, hasta el día de hoy, ha resultado bastante cuestionable para el desarrollo de la TDT en España.

Quiero TV, la oferta de pago dominante, realizó un importante esfuerzo económico tanto en comunicación publicitaria como en la adquisición/compartimiento de contenidos atractivos. Desarrolló aplicaciones interactivas que pretendían dotar a su oferta de un valor añadido que la hiciesen interesante para los espectadores.¹⁵ Además también hizo frente a diversos costes relacionados con la recepción mediante promociones de instalación de antenas, alquiler de receptores, etc.. Sin embargo, dos años después del inicio de sus emisiones, el número de abonados no había crecido lo suficiente para generar unos ingresos que hiciesen frente a la fuerte inversión económica realizada.¹⁶ La oferta digital terrestre de pago no mejoraba las condiciones de las ofertas de satélite o cable en cuanto al número de canales y no había conseguido un posicionamiento diferenciado, capaz de atraer a un espectador con un perfil distinto al de las plataformas ya establecidas. El mercado de receptores tampoco había crecido, siendo la oferta de aparatos muy limitada.

Quiero TV intentó afrontar la situación mediante una reestructuración interna, buscando la colaboración de alguno de los operadores nacionales de televisión analógica, con mayor trayectoria en el mercado y recursos económicos. Pero esto resultó imposible a consecuencia de los límites y condiciones de participación accionarial establecidos por

¹³ Resolución de 13 de diciembre de 2000 del Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información. Disponible en: [<http://www2.setsi.mityc.es/Servicios/legislacion/>]. En aquel momento la Sociedad Gestora de Televisión NET TV S.A estaba compuesta principalmente por Prensa Española (25%) y Pantalla Digital (24%); VEO Televisión S.A. la formaban Grupo Recoletos (25,5%), Unedisa Telecomunicaciones (25,5%) y Boj Media. De la adjudicación se excluyó la propuesta de Horizonte Digital S.A. (Grupo Godó, Corporación Accionarial Lara y MediaPark, entre otros).

¹⁴ Estos programas se ubicaron en el canal múltiple digital gestionado y ocupado al 50% por Quiero TV.

¹⁵ Para una descripción más detallada de los servicios interactivos ofrecidos por Quiero TV se puede consultar: [<http://www.tvdi.net/cgi-bin/trad/html/tdt/quiero.html>] [27/09/2005]

¹⁶ El número de abonados llegó casi hasta los 200.000 y la deuda hasta los 400 millones de Euros. Arrese, Ángel & Herrero, Mónica, "Spain: Amarket in Turnoil", en Brown, A. & Picard, R. (eds.), *Digital Terrestrial Television in Europe*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, London, 2005, pág. 197.

ley en ese momento.¹⁷ Finalmente, habiendo cesado sus actividades el 30 de junio de 2002, y tras 15 días de sin emisión, el 18 de julio de 2002 Quiero TV perdía su licencia para la emisión de TDT.

La situación creada por el fin de las emisiones de Quiero TV, de forma similar al caso de ITV en el Reino Unido,¹⁸ introdujo serias dudas sobre la viabilidad de un modelo de negocio de pago para la TDT. Tras esta coyuntura, y sin la readjudicación de los programas digitales asignados a Quiero TV, el proceso de implantación quedó congelado.

El desarrollo de la Televisión Digital Terrestre en España presenta la dificultad añadida de contar con tres niveles de implantación: el estatal, el autonómico y el local. La elaboración de la legislación, del plan técnico y de atribución de frecuencias, y de los reglamentos de prestación del servicio es competencia de la administración central. Sin embargo, son las instituciones autonómicas las encargadas de organizar la implementación de dicho plan nacional en su ámbito territorial, convocando y resolviendo los correspondientes concursos autonómicos y locales, así como diseñando los planes de ejecución del proceso de migración hacia la TDT.

Estos diferentes niveles de implantación de la TDT crean situaciones de desequilibrio. En el ámbito estatal, el gobierno del PSOE ha presentado en 2005 un nuevo plan de medidas urgentes para el impulso de la TDT que pretende superar la crisis del modelo de implantación previo.¹⁹ Dicho plan procura incentivar la transición de los operadores nacionales analógicos existentes otorgándoles más programas digitales. A cambio,

¹⁷ La Ley 10/1988 de Televisión privada establecía en ese momento un límite de participación máxima de un 49%, en el accionariado de un operador, obligando así a la colaboración y diversidad de las empresas audiovisuales implicadas en un proyecto. Así mismo una empresa no podía tomar parte en dos proyectos con un mismo ámbito de cobertura. Estas condiciones, dado el tamaño del sector audiovisual español, restringían las posibilidades de encontrar nuevos socios para Quiero TV.

¹⁸ Para un amplio análisis del desarrollo de la TDT en el Reino Unido se recomienda consultar: Goodwin, Peter, "United Kingdom: Never Mind the Policy, Feel the Growth", en Brown, A. & Picard, R. (eds) (2005: 151-180).

¹⁹ El Gobierno del PSOE ha iniciado una amplia reforma de la legislación del sector audiovisual que intenta reducir su heterogeneidad, afrontar los retos de futuro inmediatos y ajustarse a las demandas de la normativa europea. Para ello ha presentado: Un anteproyecto de la Ley de Radio y Televisión de Titularidad Estatal, un anteproyecto de la Ley General del Audiovisual y un anteproyecto de la Ley de creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales. En relación a la TDT: Ley 10/2005 de medidas urgentes para el impulso de la Televisión Digital Terrestre, de liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo; el Real Decreto 944/2005 por el que se aprueba el (nuevo) Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre, que deroga el anterior (Real Decreto 2169/1998) y modifica el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local (Real Decreto 439/2004); el Real Decreto 945/2005 por el que se aprueba el Reglamento General de prestación del servicio de Televisión Digital Terrestre; y la Orden ITC/2476/2005 por la que se aprueba el Reglamento Técnico para la prestación del servicio de Televisión Digital Terrestre.

dichos operadores deben cumplir ciertas condiciones sobre contenidos, despliegue de la programación y fomento de la TDT. El objetivo es que desarrollen nuevas ofertas de programación que atraigan a los espectadores. También se ha diseñado un nuevo calendario de migración con fases temporales acotadas, medidas de actuación concretas y que avanza el cese de las emisiones analógicas a 2010. Se pretende otorgar al servicio público un rol precursor en el proceso de migración hacia la TDT, mediante la asignación inicial a RTVE de un múltiplex completo y un programa digital adicional. Esta capacidad de explotación se ampliará hasta dos múltiplex completos tras el cese de las emisiones analógicas. Se espera que a finales de 2005 la TDT vuelva a ser una realidad operativa, con una oferta de más de 20 canales a disposición de los ciudadanos.²⁰

En el ámbito del servicio público autonómico la situación es bastante dispar. Algunas Comunidades acaban de poner en marcha sus entes públicos de radiotelevisión (Extremadura / Asturias).²¹ Otras, como es el caso de Catalunya o Madrid,²² cuentan con una experiencia televisiva y se han avanzado al proceso de implantación de la TDT de ámbito nacional. También se han adjudicado algunas licencias privadas autonómicas pero aún no han iniciado sus emisiones (Catalunya, Rioja y Navarra).

En el ámbito local, el proceso de implantación de la TDT ha generado un intenso debate. El nuevo Plan Técnico Nacional de adjudicación de frecuencias modifica el ámbito de cobertura de las emisiones locales, creando “demarcaciones” de difusión que pueden abarcar o incluso superar un ámbito comarcal, en el que concurren diversas emisoras locales analógicas. La limitación del número de licencias públicas y privadas para cada demarcación, que será determinado por las Comunidades Autónomas, supondrá, en cualquier caso, una reestructuración del mapa actual de operadores. Estos deberán llegar a acuerdos de colaboración para explotar una licencia local o bien asumir la posibilidad de desaparecer si se enfrentan entre ellos en un concurso público. Estos acuerdos de colaboración pueden afectar favorablemente a la calidad de los contenidos gracias a la

²⁰ Se ha establecido el final de noviembre como momento de lanzamiento de la nueva etapa de la TDT. De hecho, Televisión de Catalunya ya ha fijado el 28 de noviembre para el inicio de sus nuevas emisiones exclusivas para TDT.

²¹ Pese a su reciente creación, la televisión autonómica extremeña tiene previsto iniciar sus emisiones en formato digital y posteriormente simultanear la emisión analógica.

²² En el caso de Madrid, desde el 1 de octubre de 2000, el Ente Público RTVM emite en digital sus dos canales (Telemadrid y La Otra). Además, desde el 21 de noviembre de 2000, también opera Onda 6 con una licencia autonómica.

agregación de presupuestos. Por otro lado, pueden suponer una reducción de puestos de trabajo. La transición al digital en el ámbito local pretende estructurar un sector caracterizado por la transitoriedad de su régimen normativo. Se ha fijado 2008 como fecha límite para el inicio de las emisiones digitales locales.

4. La TDT en Catalunya.

En Catalunya el sector público se ha constituido como verdadero impulsor del proceso de implantación de la Televisión Digital Terrestre. Para ello ha llevado a cabo diversas acciones durante los últimos años:

- Jornadas parlamentarias dedicadas a los medios audiovisuales.²³
- Promoción del debate y de la implicación de todos los agentes del sector, mediante la creación del “Fòrum de la TDT a Catalunya”.²⁴
- Organización encuentros internacionales de profesionales del sector en los que compartir información sobre los avances tecnológicos y las estrategias de implantación de la TDT.²⁵
- A través del Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC): el estudio de las necesidades de legislación y de control del sector audiovisual en el contexto digital, análisis de la situación de desarrollo de la TDT en España y Europa; la convocatoria y resolución de concursos públicos para la adjudicación de

²³ La última sesión, celebrada el 14/02/2005, se centró en la digitalización de la radio y la televisión. Contó con la intervención de miembros de la Generalitat y del ente público de radiotelevisión catalán, con representantes del sector privado, con expertos en tecnología y con invitados que han explicado las experiencias de TDT en otros países europeos. El objetivo de estas sesiones es favorecer un clima de diálogo entre las instituciones públicas y los agentes del sector implicados en el proceso de implantación de la TDT. Además sirven para hacer públicas las líneas de trabajo y los objetivos de la Administración e intercambiar información sobre el estado de la cuestión.

²⁴ En este foro participan operadores públicos y privados, proveedores de contenidos, operadores de red, instaladores, fabricantes de equipos, organismos reguladores, colegios profesionales, etc.. Persigue varios objetivos: en primer lugar, ser un espacio en el que discutir y concretar las medidas de impulso necesarias, negociar el calendario de implantación y fomentar la circulación de información sobre TDT. En segundo lugar, mediante la adjudicación de tareas concretas a sus integrantes y su coordinación, acelerar el proceso de implantación de la TDT en Catalunya. Además, también pretende ser un espacio de difusión de información para los ciudadanos. Web: <http://www.tdtcat.net>

²⁵ Un ejemplo es la “1ª jornada de Tv de Servicio”, celebrada en Barcelona el 2 de junio de 2005 y organizada por TVC Multimedia y la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV). En ella se presentaron diversas aplicaciones interactivas desarrolladas por TVCMM y experiencias llevadas a cabo en el Reino Unido, Italia y Finlandia. La jornada contó con la presencia de representantes de todos los agentes implicados en la implantación de la TDT.

licencias digitales de ámbito autonómico (2003)²⁶ y local (final 2005)²⁷; y la promoción de la investigación sobre los medios digitales mediante la subvención de proyectos.²⁸

- Se ha otorgado un rol de liderazgo a la televisión pública y sus empresas filiales para el desarrollo de contenidos, servicios y soluciones tecnológicas.²⁹
- Se ha posibilitado la emisión de dichos contenidos y aplicaciones a través de un canal múltiple digital de cobertura autonómica que llega al 80% de la población.
- Se ha diseñado un plan de implantación de la TDT que pretende iniciar el cese las emisiones analógicas en 2008, anticipándose al plan nacional y equiparando Catalunya a estados como Suecia o Finlandia.
- Se han llevado a cabo experiencias piloto sobre implantación de la TDT (“Micromercats”³⁰) y el cese de las emisiones analógicas (“Maresme Digital”³¹)

²⁶ El concurso público para la explotación privada de una canal múltiple digital fue adjudicado en 2003 al operador Emissions Digital de Catalunya – EDC (Grupo Godó). Estaba previsto que sus emisiones se iniciasen a principios de 2005 pero se han demorado, al menos, hasta finales del año.

²⁷ Se han establecido 21 demarcaciones locales que dispondrán de un canal múltiple con capacidad para 4 programas digitales. A las demarcaciones del Barcelonés, Baix Llobregat y Vallès Occidental se les asignan 2 canales múltiples. En total se adjudicarán 96 licencias, de las que 37 estarán reservadas para los Ayuntamientos. El Gobierno catalán ha establecido las condiciones aplicables a las emisiones locales digitales, que contemplan el uso del catalán de forma prioritaria, el doblaje de películas y la no emisión en cadena. También se establecen cuotas mínimas y horarios para la emisión de programas televisivos originales.

²⁸ Para más información sobre todas las actividades desarrolladas por el CAC se puede consultar su página web: [\[http://www.audiovisualcat.net\]](http://www.audiovisualcat.net)

²⁹ Es el caso de *CCRTV Interactiva*, que produce contenidos para los portales de internet de la CCRTV y por extensión para la TDT, y *TVC Multimedia*, empresa que ofrece soluciones tecnológicas para el desarrollo y gestión de aplicaciones interactivas para televisión digital.

³⁰ La experiencia piloto “Micromercats” pretendía evaluar el proceso de instalación de los equipos necesarios para la recepción de la TDT y el uso de las aplicaciones interactivas. Se realizó sobre un universo de 70 hogares en Barcelona a principios de 2004. De los resultados obtenidos cabe destacar: 1) Los espectadores tienen una noción confusa de lo que es la TDT. 2) La instalación de la TDT es compleja ya que no sólo implica equipos receptores sino instalaciones comunes que deben adecuarse. 3) La venta de equipos no debe efectuarse de forma aislada y debe ir acompañada de la posibilidad de instalación por parte de profesionales. 4) Existe confusión, entre los vendedores y los espectadores, sobre las prestaciones y funciones de los receptores digitales. 5) Los espectadores valoran especialmente la posibilidad de acceder a mayor número de contenidos, la calidad de la imagen y los servicios interactivos asociados a la programación. 6) El usuario no tiene la misma paciencia que ante otros medios como internet, por ello es necesario que los receptores sean más eficientes en la ejecución de las aplicaciones interactivas.

³¹ El proyecto “Maresme Digital”, llevado a cabo durante 2004, pretende evaluar los costes y obstáculos para el despliegue de la red de infraestructuras necesarias para efectuar el cese de las emisiones analógicas garantizando la cobertura de las emisiones digitales. Se escogió esta comarca por las dificultades que su orografía presenta para la radiodifusión, lo que permitiría extraer conclusiones sobre como afrontar situaciones adversas. Además, el proyecto contempla la adecuación las instalaciones colectivas de la comarca y la ejecución de acciones comerciales y de información. Al igual que en “Micromercats”, el objetivo de esta prueba es extraer experiencias y conclusiones que permitan mejorar el proceso de implantación general.

que tienen como objetivo detectar los posibles obstáculos del proceso de migración de forma previa a su ejecución.

- Se han realizado campañas de información sobre la TDT dirigidas a los ciudadanos a través de páginas web institucionales y de los medios de comunicación.³²

Todas estas acciones están creando en Catalunya un conocimiento (*know-how*) sobre la TDT y un capital humano especializado que permiten plantear de forma realista la posibilidad de avanzar el cese de las emisiones analógicas a 2008 y de exportar soluciones para la implantación al resto del mercado Español u otras regiones europeas.

Una de las instituciones con mayor implicación en el proceso es la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV). A través de Televisió de Catalunya (TVC) ha optado claramente por la innovación tecnológica. En 1998 se iniciaron ya las emisiones en prueba de TDT. Desde 2002, TVC explota de forma continua un canal múltiple digital, para el que ha desarrollado contenidos y aplicaciones específicas.³³ Además, pertenece al *Technical Implementation Group* del *Digital Video Broadcasting*, consorcio europeo que lidera los procesos de estandarización y desarrollo de la televisión digital en Europa.³⁴

Este proceso de impulso de la implantación de la Televisión Digital Terrestre desde la televisión pública ha sido posible gracias a la preocupación y el papel activo de las instituciones públicas catalanas. La Generalitat de Catalunya, a través de la Direcció

³² Como fuente principal de información sobre la TDT debemos remitir de nuevo a la web del “Fòrum de la TDT a Catalunya” (<http://www.tdtcat.net>), pero también hay que mencionar la web de Televisió de Catalunya (<http://www.tvcatalunya.com>) y los comunicados de prensa que regularmente emite la Generalitat de Catalunya, disponibles también a través de su web (<http://www.gencat.net>).

³³ Televisió de Catalunya emite en TDT sus canales analógicos, TVC y C33/K3, y además ha desarrollado otros como 3/24, canal de 24 horas de noticias y Canal Pilot, diseñado para la ejecución de la Prueba de TDT (“Micromercats”), y en el que se emiten vídeos didácticos sobre la TDT y películas o eventos especiales. También ha desarrollado aplicaciones interactivas como: “Ara Fem” – información sobre el programa en emisión –, “Programació” – guía avanzada de contenidos –, “Notícies” – servicio interactivo de titulares e información –, “El Temps” – información meteorológica interactiva –, además de concursos, encuestas y “3XL.net” – portal interactivo de contenidos infantiles. Recientemente también se ofrece una aplicación sobre el estado del tráfico – “El Trànsit”.

³⁴ La pertenencia de Televisió de Catalunya al DVB, y más recientemente de la propia Direcció General de Mitjans Audiovisuals, ha permitido el contacto con los agentes del sector implicados directamente en la implantación técnica de la Televisión Digital en el ámbito europeo. Además, TVC ha participado también en el desarrollo del estándar para aplicaciones interactivas MHP (*Multimedia Home Platform*). Catalunya, tras Finlandia, ha sido la segunda región del mundo en la que se han emitido aplicaciones basadas en MHP, lo que abre el camino hacia un mercado de la TDT abierto e interoperable.

General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals (DGMSA), pretende encauzar el proceso de migración creando un entorno político, legislativo y económico favorable. Como hemos visto, ha dotado al servicio público de televisión de un rol precursor, aunque sin olvidar la necesidad de implicar también a los agentes privados. Se ha entendido la TDT como una tecnología de sustitución, a la que los ciudadanos accederán con mayor facilidad si están motivados por las nuevas prestaciones. Sin embargo, para sortear los obstáculos que presenta el proceso, se requiere la acción coordinada del conjunto de la industria, desde los productores y emisores de contenidos hasta los fabricantes y los vendedores de equipos.³⁵

Para dinamizar este proceso, la Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals ha presentado en junio de 2005 un detallado plan de migración hacia la TDT en Catalunya.³⁶ El objetivo principal es avanzar el inicio del cese de las emisiones analógicas a 2008. Se está actuando de forma anticipada al desarrollo del plan técnico estatal con la certeza de que esto es necesario para poder definir, en la medida que la dependencia de la administración central lo permita, un modelo catalán para la TDT y para el sector audiovisual que sea capaz de hacer frente a la presión cultural y empresarial que de forma natural ejercen el mercado audiovisual español y el resto de mercados internacionales. Esto convierte a Catalunya en un terreno de pruebas del que se podrán obtener conclusiones sobre la intervención pública en el sector de la TDT, así como de las ventajas que esta tecnología aporta al servicio público. El resto de Comunidades Autónomas y la propia administración estatal pueden extraer información valiosa de esta experiencia pionera y adaptarla a las características de sus planes de implantación.

El plan de migración de la DGMSA identifica la TDT como la posibilidad de, no sólo ofrecer mayor número de canales, sino también de favorecer el acceso de los ciudadanos a servicios de la Sociedad de la Información, entre los que se destacan los relacionados con la administración pública.³⁷ También se identifica el proceso de migración con una oportunidad para mejorar la presencia de la lengua y la cultura catalanas en los medios de comunicación. Además de las cualidades técnicas ya mencionadas, se destacan

³⁵ MORAGAS, M. & PRADO, E. (2000: 171)

³⁶ Se puede obtener una presentación del estudio en: http://premsa.gencat.net/show_annex.html?id=6150

³⁷ Se prevé destinar un canal múltiple digital a la prestación de estos servicios.

también las opciones para reestructurar el sector de la televisión local y para potenciar la actividad privada en el sector audiovisual catalán.

Avanzar la fecha de cese de las emisiones analógicas puede suponer importantes beneficios desde el punto de vista de los costes de emisión y del uso del espectro radioeléctrico liberado. Si bien, deben considerarse también los condicionantes técnicos, que la puesta en marcha del proyecto depende en parte del plan de migración estatal y que es necesario un importante esfuerzo de comunicación y formación para preparar a los ciudadanos, quienes también deberán hacer frente a los costes asociados a la adaptación de las infraestructuras y los equipos de recepción.

En la definición del modelo de negocio considerado apropiado para la TDT en Catalunya se considera que la oferta debe oscilar entre los 10 y 40 canales gratuitos. Además puede haber espacio para servicios de valor añadido de pago. Sin embargo, pese a este posicionamiento lógico y acertado, la previsión económica del plan resulta un tanto imprecisa. Se confía excesivamente en los ingresos derivados de un aumento de la publicidad convencional, de los generados por la publicidad interactiva y por los servicios de pago que, junto con la reducción de costes de emisión, deberían permitir superar el déficit causado por las inversiones necesarias para la puesta en marcha de la TDT. Los costes de la adquisición o producción de contenidos para los nuevos canales se han infravalorado, o bien la previsión no es la adecuada para mantener los criterios de calidad que también defiende el plan. Tampoco se han considerado los costes derivados de la actividad de nuevos agentes como los gestores del múltiplex, de interactividad o del canal de retorno. Por otra parte, se prevé un aumento de la financiación del servicio público para que éste actúe como motor del proceso.

La estrategia propuesta considera necesaria la intervención de la administración, de forma clara y firme, en las labores de coordinación de los agentes implicados y en las tareas de comunicación y promoción durante todo el proceso. Esta acción pública debe combinarse con la dinámica del mercado, para lo que es necesaria la disponibilidad de ofertas de contenidos y de equipos receptores.

Tras un análisis de la infraestructura de difusión, el plan de implantación divide Catalunya en 22 “proyectos territoriales”, de características geográficas y demográficas

muy diversas.³⁸ Para establecer el orden de ejecución de estos proyectos se ponderarán factores tecnológicos de emisión y recepción, de acceso a contenidos – estatales, autonómicos y locales – y prioridades sociopolíticas. Se ha establecido el 70% como la tasa de penetración mínima de la TDT en un territorio para iniciar una aceleración del proceso de implantación mediante diversas acciones, entre ellas la comunicación de la fecha definitiva del cese de las emisiones analógica.³⁹ La efectividad del proceso de migración dependerá de la existencia de recursos económicos y humanos para poder llevar a cabo de forma simultánea o solapada los 22 proyectos territoriales. También resulta determinante la fecha de puesta en marcha del primer proyecto, para lo no sólo se depende de los emisores catalanes, públicos o privados, sino de la disponibilidad de la programación digital de las cadenas estatales. Un calendario optimista prevé el inicio del primer proyecto territorial para febrero de 2006 y su conclusión en mayo de 2007.

5. Conclusiones

En esta comunicación se han identificado las transformaciones que la digitalización supone para la televisión, habiendo destacado las implicaciones que para el servicio público crea la migración hacia la TDT. Además, se ha contrastado la situación del proceso de implantación de esta tecnología en el conjunto de España y en Catalunya. Como conclusión podemos afirmar que la situación de la Televisión Digital Terrestre en Catalunya es alentadora. Además de una implicación firme de la administración autonómica, la televisión pública y sus empresas afiliadas están desarrollando contenidos y aplicaciones que permitirán ofrecer motivos a los ciudadanos para que adquieran nuevos receptores.

El plan de migración a la TDT presentado por la Direcció General de Mitjans i Serveis de Difusió Audiovisuals recoge la voluntad política de crear un clima favorable que incentive la implantación e involucre a todos los agentes del sector. Si bien, sus consideraciones económicas son excesivamente favorables e inconcretas, lo que puede restar fiabilidad y consistencia al plan.. En lo que se refiere a posicionamiento de la oferta de TDT, al diseño y programación de ejecución de los proyectos técnicos

³⁸ El proyecto territorial de Viella afecta a una población de 7.888 habitantes, mientras que el de Barcelona alcanza a 3.893.389 ciudadanos.

³⁹ Con acierto, el plan sugiere sustituir el concepto “apagón analógico” o “cese de las emisiones analógicas”, por una idea positiva como “cambio total al digital”. Además, establece una tasa de penetración del 95% como requisito para que se produzca este hecho.

territoriales de implantación, a la estrategia de comunicación y al cese de las emisiones analógicas, la planificación es precisa y resulta acertada.

Con este plan Catalunya se presenta dispuesta y preparada para hacer frente a la implantación de la Televisión Digital Terrestre, esperando el desarrollo de los acontecimientos en el resto del Estado y dependiendo en buena medida de la administración central para una total aplicación de su plan de migración.

Bibliografía

- ARTHUR-ANDERSEN, *Outlook of the development of technologies and markets for the European Audiovisual sector up to 2010*. Informe elaborado para la Comisión Europea, 2002.
- BROWN, Allan & PICARD, Robert, *Digital Terrestrial Television in Europe*, Lawrence Erlbaum Associated Publishers, London, 2005.
- BUSTAMANTE, Enrique, “La televisión digital: referencias básicas” en ÁLVAREZ, José M^a. & BUSTAMANTE, Enrique, (eds.), *Presente y futuro de la televisión digital*, Colección “Comunicación 2000”, Edipo, Madrid, 1999.
- CALLEJO, Javier, *La audiencia activa – El consumo televisivo: discursos y estrategias*, Col. “Monografías”, Siglo XXI, Madrid, 1995.
- Consell Audiovisual de Catalunya & Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, *La televisió digital terrestre a Espanya – Situació i tendències*, 2002.
- CONSUMERS’ ASSOCIATION (UK) *Turn on, tune in, switched off – Consumers attitudes to digital television*, 2001.
- CRUSAFON, Carmina, *El espacio audiovisual europeo. Análisis de las industria audiovisual y de las políticas europeas en la década de los 90*, Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, 1999.
- LLORENS-MALUQUER, Carles, *Concentración de empresas de comunicación y el pluralismo: la acción de la UE*, Tesis Doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, 2001.
- GIFREU, Josep, *Estructura General de la Comunicación Pública*, Pòrtic, Barcelona, 1996.
- MORAGAS, Miquel & PRADO, Emili, *La televisió pública a l’era digital*, Pòrtic, Barcelona, 2000.
- VARIOS, *El futuro de la television en España – Análisis prospectivo 2000-2005*, Universidad de Navarra y Arthur Andersen, 2000.