

Entre las promesas y los resultados: notas sobre los retos de futuro de la TDT

M^a Trinidad García Leiva
Universidad Carlos III de Madrid

Palabras clave

Televisión digital, políticas de comunicación, apagón analógico, digitalización, servicio público, sociedad de la información.

Resumen

El objetivo del artículo es plantear una reflexión general sobre los retos futuros de la red digital terrestre de difusión de señales audiovisuales partiendo de un balance de las promesas vinculadas a su introducción hace más de una década y su contracara de resultados palpables. En función de las derivaciones potenciales que el escenario actual presenta se analizarán pues sus posibilidades de desarrollo. Para ello se ofrece un análisis genérico pero panorámico que considera las perspectivas tecnológica, económica, sociocultural e incluso estética del fenómeno con eje en las experiencias más avanzadas de Estados Unidos y Europa aunque, desde luego, prestando especial atención a España e incorporando según el caso las realidades latinoamericana y asiática. Se sostiene que esta aproximación teñida de balance puede tener mayor interés y menor caducidad que pensar los desafíos futuros de la televisión digital terrestre en un contexto nacional más específico dado el carácter reciente y, en buena media, todavía en marcha que manifiesta la migración al servicio. Aun a riesgo de aventurar valoraciones e interpretaciones no suficientemente contrastadas todavía por la realidad, se trata de reflexionar acerca de cómo puede evolucionar la red terrestre de distribución y qué lugar ocupará en el conjunto del audiovisual, fundamentalmente en relación con el rol de difusión universal, acceso gratuito y perfil generalista que ha desempeñado desde su configuración como medio de comunicación social.

Between promises and results: some ideas about the future challenges of DTT

Keywords

Digital television, communication policies, analogue switch-off, digitization, public service broadcasting, information society.

Abstract

This paper aims to present an overview of the future challenges the digital broadcasting network will have to face, taking into consideration those promises linked to its introduction more than a decade ago and the final outcome they have been turned into. Considering the potential implications the current scenario presents, the possibilities for the development of DTT will be examined. To do so a panoramic analysis will be presented taking into account the technologic, economic, socio-cultural and even aesthetic dimensions of the service, and making focus on the more advanced European and American experiences, though paying special attention to Spain and, when relevant, Latin America and Asia. It is argued that such an approach may be more interesting and less ephemerous than studying the future challenges of DTT in a specific national context due to the recent and partly unfinished nature of the transition to the end of analogue television. Bearing in mind there is a risk of making interpretations scarcely backed by reality, the main objective here pursued is to understand the way in which the digital broadcasting network might evolve and the place it could have within the audio-visual sector, mainly in relation to its traditional scopes of universal distribution, free access and general programming fulfilled since its configuration as a media.

Créditos

Este artículo es resultado de la actividad desarrollada en el marco del grupo de investigación TECMERIN, de la UC3M.

Autora

M^a Trinidad García Leiva [mtgleiva@hum.uc3m.es] es doctora por la Universidad Complutense de Madrid, ha sido visitante académico en la Universidad de Oxford (PCMLP) y la Universidad de Glasgow (CCPR). Actualmente es profesora en la Universidad Carlos III de Madrid, donde forma parte del grupo de investigación TECMERIN. Miembro fundador y Secretaria de ULEPICC-España, colabora regularmente con IRIS - Legal Observations y la revista Telos.

1. Introducción

El objetivo de este artículo es plantear una reflexión general sobre los retos futuros de la red digital terrestre de difusión de señales audiovisuales partiendo de un balance de las promesas vinculadas a su introducción hace más de una década y su contracara de resultados palpables. En función de las derivaciones potenciales que el escenario actual presenta se analizarán pues sus posibilidades de desarrollo. Para ello las siguientes páginas ofrecen un análisis genérico pero panorámico que considera las perspectivas tecnológica, económica, sociocultural e incluso estética del fenómeno con eje en las experiencias más avanzadas de Estados Unidos y Europa aunque, desde luego, prestando especial atención a España e incorporando según el caso las realidades latinoamericana y asiática en tanto existen allí interesantes procesos en marcha que permiten esbozar buenos ejemplos alternativos.

Se sostiene que esta aproximación teñida de balance puede tener mayor interés y menor caducidad que pensar los desafíos futuros de la televisión digital terrestre (TDT) en un contexto nacional más específico dado el carácter reciente y, en buena media, todavía en marcha que manifiesta la migración en España (AUC, 2010). Aun a riesgo de aventurar valoraciones e interpretaciones no suficientemente contrastadas todavía por la realidad, se trata de reflexionar acerca de cómo puede evolucionar la red terrestre de distribución televisiva y qué lugar ocupará en el conjunto del audiovisual, fundamentalmente en relación con el rol de difusión universal, perfil generalista y acceso gratuito que ha desempeñado desde su configuración como medio de comunicación social.

2. Eficiencia tecnológica: de la socialización de los costes a la privatización de las mejoras

Más canales, mejor calidad de imagen y sonido y más servicios constituyeron la tríada de ventajas presentadas a la ciudadanía con la llegada de la TDT. Sin embargo podría decirse que la competencia por mejorar la calidad de la televisión herciana, que acabó impulsando la digitalización de todas las instancias de la industria, no fue sino manifestación del agotamiento económico del modelo televisivo tradicional basado en la combinación de audiencias masivas, control del *share* y consecuente acceso a las inversiones publicitarias. La digitalización de la señal se acabó adoptando en la producción audiovisual como parte de un proceso de abaratamiento de costes, aumento de la productividad y mayor flexibilidad en la generación y manipulación de la señal; beneficios que también se trasladaron a la difusión, guerra de estándares mediante.

Pero la migración de la televisión por ondas ha sido impulsada también por la industria electrónica de consumo masivo, deseosa de rentabilizar la definitiva digitalización de la cadena de valor del audiovisual que este cambio supone, así como por el mundo de las telecomunicaciones, impaciente por acceder a

nuevas frecuencias radioeléctricas de calidad que sólo el cese de las emisiones de radiodifusión analógica a escala global le podrá otorgar. La cuestión es que es el ciudadano quien está financiando este proceso ya sea de modo indirecto, a través de los apoyos otorgados por la política pública (ayudas y planes para la reconversión), o de manera directa invirtiendo de modo cuasi-compulsivo en nuevo equipamiento de recepción para el hogar.

2.1. La renovación del equipamiento

Si la demanda de televisión digital es afectada por un número de factores tales como la especificidad de sus contenidos y servicios, la mejora que ofrece respecto de los medios existentes, el grado de utilización esperado, la creencia depositada en su éxito y, por supuesto, sus costes de adquisición, la TDT ha tardado más de una década en empezar a delinear las aristas de estas cuestiones y proveer suficientes incentivos a los agentes implicados para que se coordinaran en su expansión.

Muy concretamente las dificultades para lograr la conversión de los hogares a la TDT se han manifestado en los costes, y no únicamente financieros, asociados a su adopción. No sólo hubo que esperar a que el mercado de receptores alcanzara la escala necesaria que permite la asequibilidad, sino que la experiencia ha demostrado que las reconversiones masivas se producen como fruto de la combinación de cierta mejora en los contenidos –aunque más no sea cuantitativa– con la obligatoriedad del apagado de la señal analógica.

En escenarios de múltiples ofertas y ecuaciones pérdida/beneficio complejas, los consumidores privilegian los comportamientos existentes y esperan lo más posible para reducir la incertidumbre. Las preocupaciones sobre el uso y utilidad de los receptores han desalentado inicialmente y luego confundido a muchos ciudadanos que no acaban de entender niveles de complejidad crecientes y superpuestos. Al respecto es difícil no sentirse preso de las permanentes innovaciones y promesas técnicas que parecen obligar a los hogares a una renovación sin fin del equipamiento, con el consecuente desembolso que ello acarrea y las sucesivas migraciones que supone.

Es responsabilidad de la Administración, y no de la industria, marcar el *tempo* de este proceso, así como es su obligación asegurar la existencia de información oportuna y relevante para la toma de decisiones. Sobre todo porque la interoperabilidad entre sistemas de recepción, descifrado y (en su caso) descriptado de televisión digital brillan por su ausencia. En el caso concreto de España, la aprobación de los servicios de TDT de pago a menos de un año de finalizar el proceso de apagado de la señal analógica, en un mercado dominado por equipamiento de tipo básico (*zappers*), es un ejemplo revelador de lo hasta aquí dicho.

2.2. La batalla por el dividendo digital

En lo que respecta al espectro a liberar tras el cese de las emisiones analógicas de radiodifusión, que supone a su vez otra migración dado que hay que cambiar la frecuencia de emisión de los canales digitales existentes y recolocarlos en la banda, la otra cara de la mayor eficiencia que la televisión digital trae consigo es la batalla por la apropiación del denominado dividendo digital. Los operadores de telecomunicaciones vienen demandando desde la liberalización del sector en los años ochenta mayores y mejores porciones del espectro radioeléctrico para brindar sus servicios, fundamentalmente en movilidad. Y de hecho han conseguido sistemáticamente nuevas atribuciones desde principios de los noventa. La cuestión es que esta expansión ha acabado por demandar acceso a las frecuencias más codiciadas, las utilizadas por la radiodifusión, contribuyendo por tanto con ello a empujar su migración definitiva a la tecnología digital.

Dado que las estimaciones de las necesidades futuras de espectro que dieran satisfacción al tráfico de servicios móviles para 2015 casi duplicarían el ancho de banda existente actualmente repartido en distintas sub-bandas, que se persigue que las bandas sean total o parcialmente coincidentes entre países o regiones para facilitar el futuro *roaming* con el mismo terminal, y que se han aprobado tecnologías adicionales para ser empleadas por las telecomunicaciones móviles (como WiMAX; Kustra, 2009), la batalla está servida.

En cualquier caso, si el fin de la radio y la televisión analógicas, que en su modalidad digital necesitarán menos espectro para difundir la misma señal, liberará una porción de espectro radioeléctrico que puede ser utilizado para una variedad de propósitos, no existen al respecto de qué hacer con este dividendo criterios unificados. Mientras que en los Estados Unidos la FCC estimó que el montante de espectro a liberar sería de 108 MHz, y de hecho algunas subastas ya habían tenido lugar antes del apagón efectuado a mediados de 2009, y en Japón se fijó dicho total en 118 MHz, en Europa se sabe que el Reino Unido, por ejemplo, ha detectado que hasta 112 MHz de dividendo en la Banda UHF se liberarán para nuevos usos adicionales y distintos de la TDT. En Suecia serán unos 72 MHz, mientras que en España podría decirse que el dividendo se ha repartido antes siquiera de nacer. Se estima que el dividendo digital en Latinoamérica podría estar conformado por una media de aproximadamente 108 MHz.

3. Innovación y estética (o cómo la rentabilidad a corto plazo fagocita la calidad)

Sin lugar a dudas una de las promesas y aportes más visibles y espectaculares de la digitalización de la televisión por ondas ha sido el incremento exponencial en el número de canales disponibles que ha cambiado cuantitativa y cualitativamente el estatuto de su oferta. Si el mejor aprovechamiento del espectro derivado de la difusión digital de la señal puede conducir, de modo resumido, a esa misma

transmisión pero en alta definición o a la posibilidad de difundir cinco veces más canales en definición estándar –sin mencionar la posibilidad de incorporar servicios adicionales–, en ninguno de los territorios decantados por lo uno (América del Norte, Australia, Japón) o lo otro (Europa) ello ha repercutido en una verdadera mejora de la calidad de lo ofertado.

La TDT no ha supuesto un enriquecimiento de la experiencia televisiva más que en sus escalones más elementales (sonido multicanal y multipista, formato panorámico, señal de mayor calidad), ya que no se verifica aún una apuesta por los servicios más avanzados, y mucho menos una renovación estética, que requerirían riesgos e inversiones difícilmente rentables en el corto plazo. Por lo que de momento la calidad se disfraza de cantidad y mira, para sobrevivir, hacia el pasado de los archivos y el presente de las franquicias de señales internacionales.

3.1. De la experimentación al archivo

La TDT no es una excepción y por ello no basta un descodificador para hacer una televisión: lenguaje y estética representan el principal desafío. Sin embargo lo que se ofrece hoy no son más que desarrollos intensivos y extensivos de viejas referencias televisuales. En líneas generales, si el aumento en la capacidad de transmisión que supone la TDT ha sido utilizado en América del Norte –al menos en *prime time*– para transmitir en alta definición, y en Europa se ha privilegiado la multiplicación del número de canales sobre la calidad de la emisión, con la honrosa excepción de aquellas corporaciones de servicio público que se lo pueden permitir, los contenidos de dichos canales y los servicios asociados a ellos no aportan nada realmente novedoso (sobre todo en comparación con la televisión digital por cable y satélite). Si en Europa la cantidad ha fagocitado la calidad, en Estados Unidos la alta definición se ha convertido en el salvavidas que mantiene a flote a las *networks* en un competitivo entorno multicanal y multiplataforma.

En el caso concreto de España la oferta ha estado completamente abandonada, dominada por el reciclaje y las redifusiones (Marzal y Casero, 2009), así como por programaciones de teletienda de dudosa legitimidad. Dedicar espacio a programaciones franquiciadas a grandes grupos de comunicación ha sido otra de las salidas. No han corrido mejor suerte aquellas posibilidades y servicios que pueden agregar valor al consumo de TDT (Prado y Fernández, 2007; Franquet *et ál.*, 2008): el teletexto enriquecido es el rey porque incluso las EPG siguen proporcionando información incorrecta/incompleta; aunque la situación mejoró en 2009, no todas las series y películas se ofrecen con la opción de seleccionar su audio original; la interactividad se encuentra subdesarrollada, aunque alentada por los reseñables esfuerzos de algunos emisores públicos (TVE, TV3); y los servicios accesibles como el subtítulo, la lengua de signos y la audiodescripción son anecdóticos.

3.2. Esperando la alta definición, la movilidad, las tres dimensiones...

Las opciones técnicas más recientes que se han ido poniendo a disposición de la posibilidad de renovar la oferta tampoco están siendo aprovechadas. Más allá de la primera disyuntiva definición estándar/alta definición, y las limitaciones a la interactividad impuestas por las características inherentes a la red terrestre, los servicios en movilidad y la producción en 3D no parecen generar mucho entusiasmo. La introducción de estas mejoras, seguramente bajo la modalidad de pago, podría suponer no sólo la oportunidad de visitar el modelo de negocio e incluso la arquitectura del servicio si avances técnicos como DVB-T2 y MPEG-4 son considerados, sino que puede también dar lugar a la experimentación y renovación en el plano de los contenidos. Sin embargo, dado que requieren una importante renovación del equipamiento implicado, sólo convocan el interés de los operadores aquellos que ofrecen una menor inversión y mayor rentabilidad en el corto plazo.

Es decir, que en la medida en que la existencia de una oferta de pago que además sea posible en movilidad se reduce fundamentalmente a mejorar los equipos de recepción, el interés de los radiodifusores en su implementación es elevado dado que la principal inversión recae en el usuario final; mientras que una oferta de gran calidad, con servicios añadidos, interactivos y contenidos en HD/3D incluidos, que también movilizaría a los ciudadanos a invertir en equipamiento, representaría para el resto de los agentes un cúmulo de inversiones sin retorno en el corto e incluso medio plazo que explica su desinterés.

Ello es precisamente lo que ocurre en España donde los operadores de TDT presionaron hasta conseguir autorización para emitir contenidos de pago pero, a mediados de 2010, sólo algunos canales de antes de servicio público emitían en alta definición en pruebas, los servicios interactivos seguían a la espera y los contenidos en movilidad se limitaban a la televisión en el móvil.

4. Inyección económica: ¿coartada para pasar de la gratuidad al pago?

Tanto en Estados Unidos como en Europa el lanzamiento y financiación inicial de la TDT se confió al mercado ya que gobiernos y empresas asumieron que existiría una fuerte demanda y una rápida y amplia adopción. Los fabricantes de equipamiento colocarían rápidamente su producción, la nueva plataforma incidiría positivamente en la producción audiovisual independiente y, a la manera de efecto cascada, el despegue del segmento influenciaría positivamente al conjunto del audiovisual. Pero tal acercamiento condujo a que los primeros modelos europeos, fuertemente basados en la opción de pago, fracasaran (Reino Unido, España, Suecia). De hecho, y con muy pocas excepciones como la holandesa, en todo el mundo el despliegue de la TDT empezó a ser posible de la mano del tradicional modelo de difusión en abierto y “gratuito”.

Sin embargo pronto se hizo evidente que las clásicas vías de financiación de la televisión merciana (publicidad y dinero público), ya sujetas a una importante presión por parte de los servicios existentes, no tendrían capacidad para financiar una expansión/migración centrada ni en la calidad (alta definición las 24 horas; Estados Unidos) ni mucho menos en la multiplicación de canales (Europa). De esta manera, el pago directo por parte del consumidor, lenta pero sistemáticamente, ha acabado por entrar en escena.

4.1. Avance de la mercantilización

El modelo de negocio de la TDT no está saldado y es un interrogante la forma en la que acabará financiándose el servicio. Difícilmente ello se logre de modo exclusivo a través de una publicidad que cada vez ambicionan mayor cantidad de soportes, al tiempo que no encuentra cómo materializar las supuestas ganancias que le brindaría la interactividad. Problemáticamente podría concretarse a través de un mayor impulso al modelo público de financiamiento en tiempos económica y políticamente difíciles para las cuentas públicas. Lo único cierto, de momento, es que la diversificación hacia los segmentos de pago es una realidad y se consolidan los modelos de financiación mixtos. Aunque, desafortunadamente, lo que las experiencias existentes parecen ir ya dejando claro es que el disfrute de los contenidos y servicios añadidos *premium* se establece de modo condicionado al pago por suscripción y/o evento, segmentando a los ciudadanos por poder adquisitivo y relegando el acceso universal e igualitario a los servicios audiovisuales de nueva generación al territorio de las promesas que la próxima innovación tecnológica aplicable al mundo de la comunicación social seguramente nos presentará.

Así pues, la televisión de pago, esencial en la expansión de la televisión multicanal por cable y satélite, ha llegado a la red terrestre de la mano de la TDT. La televisión por ondas, la primera de las formas conocidas de difusión continua de una señal audiovisual que dio lugar a un servicio de comunicación social asequible y accesible de modo universal, ha sido alcanzada también, en palabras de Lacroix y Tremblay (1997), por la expansión de la “lógica del club”. Es evidente que la medida en que ello evolucione dependerá de las peculiaridades de los mercados nacionales. Si en Finlandia e Italia la TDT de pago sirvió de incentivo para que los hogares migraran a la televisión digital, y en Holanda, Dinamarca o el Reino Unido acabó satisfaciendo un nicho muy concreto (el de los que están dispuesto a pagar pero no mucho por ver televisión), en España es difícil prever qué va a ocurrir dada la inelasticidad de una demanda que ya ha conducido a casi monopolios en el cable y el satélite.

4.2. Dudoso impacto en el eslabón de la producción

Además de este avance de la modalidad de pago sobre la oferta audiovisual digital, la otra consecuencia preocupante de las dificultades de financiar el crecimiento exponencial del número y/o tipo de canales disponibles reside, además de en la posibilidad de espolear la concentración en función de quiebras, fusiones y absorciones, en el impacto que ello está provocando en el ámbito de la producción. Poco duró la esperanza de que el desarrollo de la TDT repercutiera positivamente en la demanda de más y mejores contenidos y servicios a los productores, sobre todo independientes. Por el contrario, las dificultades de los emisores para articular modelos de negocio viables condujeron rápidamente a buscar reducir los costes de producción, lo que inevitablemente llevó, por ejemplo, a encargar menos ficción y programar redifusiones, conduciendo a la ya mencionada mengua de la calidad.

A falta de estudios longitudinales y comparados que respalden conclusiones más contundentes, buenos son los indicios aportados por los casos nacionales que primero han migrado hacia la TDT. Sólo se reflejan efectos positivos en aquellos países como el Reino Unido donde existe un servicio público de televisión potente y/o la regulación establece estrictas cuotas para la difusión de producción externa. Por el contrario, allí donde la iniciativa recae fundamentalmente en el interés o buena voluntad del sector privado comercial, como en España, los resultados inicialmente alentadores deben confirmarse además de discutirse en relación con su verdadero perfil “independiente” (CM, 2010; aunque para algunos puedan incluso empeorar en función de los cambios legislativos aprobados junto con la nueva Ley General de la Comunicación Audiovisual, Pérez, 2009).

5. Diversidad de voces (o cómo disfrazar el *statu quo* de pluralismo)

La distribución de poder que dibujaba la televisión digital cuando la TDT empezó a dar sus primeros pasos evidenciaba que el negocio estaba quedando ya entonces en manos de pocos que lo controlaban a nivel trasnacional, tanto en la televisión por cable como en la satelital (Bustamante, 2003). A pesar de ello, la TDT se lanzó en la segunda mitad de los noventa, en medio de optimistas planes oficiales de implantación asociados al cese definitivo de las emisiones analógicas para fechas tan tempranas como 2006, olvidando la obvia competencia entre soportes que en los pioneros europeos pasaría tan abultadas facturas.

Los equilibrios existentes condicionaron sin lugar a dudas el número y perfil de los primeros operadores de TDT; pero las decisiones políticas subsiguientes establecieron las posibilidades de aparición y desarrollo de agentes nuevos y alternativos. En los casos más extremos, incluso, el discurso del pluralismo y la competencia fue utilizado o bien para apuntalar la continuidad de las relaciones de fuerza existentes (de Estados Unidos a Brasil; Galperin, 2004; Siqueira y Cruz, 2007), o bien para promover reconfiguraciones del audiovisual (del Reino

Unido a Rusia; Freedman, 2008; Richter 2010). En cualquier caso, el resultado de esta concepción del servicio como moneda de cambio ha acabado por debilitar o limitar las posibilidades de crecimiento tanto del servicio público de televisión como de aquellas experiencias vinculadas al tercer sector.

5.1. Arquitecturas políticas

En palabras de Bustamante (2008a:16), el envite de mayor alcance comunicativo y social se da cuando el plan de lanzamiento de la TDT se revela como un momento culminante para determinar el sistema televisivo entero del futuro, porque “en la arquitectura diseñada por muchos gobiernos para la puesta en marcha de la TDT, para la transición y el escenario final tras el apagón analógico, se plasman modelos muy diferentes, que evidencian lógicas políticas claras y, tras ellas, modelos de sociedad prefigurados, aunque muchas veces se disfracen de dinámicas puramente técnicas”.

Las manifestaciones más regresivas de estos procesos se traducen en el otorgamiento de concesiones teñidas de intervencionismo político e incluso sospechosas de amiguismo; añadiendo un importante lastre al hecho de que, inexorablemente, en todos los mercados nacionales la propia historia de la televisión por ondas y la penetración alcanzada por el resto de los servicios audiovisuales condicionan las posibilidades de democratización del servicio. El caso español ha sido subrayado como especialmente grave dadas las decisiones adoptadas a partir del 2009 (Bustamante, 2010; Zallo, 2010).

5.2. Incertidumbre para la comunicación de servicio público

Desafortunadamente parece que no ha habido espacio en el seno de los equilibrios existentes –o más bien ha faltado voluntad política– para aprovechar la introducción de la TDT como un elemento catalizador tanto del reforzamiento de los servicios públicos de radiodifusión como del reconocimiento del tercer sector como agente de la comunicación legítimo pero históricamente olvidado/ ignorado. La TDT no ha alterado en tal sentido los papeles secundarios allí donde ya se verificaban (Bustamante, 2008b) y, tal y como se plantean los escenarios fuera de los países más desarrollados, difícilmente pueda aprovecharse para revertir tendencias (García Leiva y Starks, 2009; García Leiva, 2010).

La migración de la televisión por ondas no está sirviendo para mejorar ni el acceso ni la participación ya que el centro de las políticas no es el ciudadano ni la superación de la concepción economicista del receptor como mero espectador-consumidor (Bernardo; Perales, 2009). En España, sin ir más lejos, muchas son las voces que alertan de que el futuro del servicio público se encuentra realmente comprometido y que los medios comunitarios serán consentidos siempre y cuando continúen siendo marginales (Francés i Domènec coord., 2009)

6. Sociedad de la información: del acceso universal convergente a la mera sustitución técnica

Finalmente, es importante llamar la atención sobre el hecho de que en tanto y en cuanto la televisión herciana analógica ha sido desde su aparición la modalidad televisiva más extendida entre la población, hace una década no era descabellado apoyar la tesis de que lograr su migración al sistema digital era la forma más rápida y económica de universalizar el acceso a los bienes y servicios derivados de la digitalización. La “misión” de la TDT podía plasmarse en la asunción de la prestación del servicio universal de televisión herciana de forma más eficiente, habilitando una plataforma digital tendencialmente convergente que pudiera vehiculizar al mismo tiempo los servicios de la sociedad de la información a toda la sociedad. Sin embargo, como los motivos que suscitaron el interés de los países y convirtieron a la TDT en destinataria de políticas poco tenían que ver con esta meta, las estrategias de la mayoría de los gobiernos no establecieron ese puente democratizador entre la conformación de una sociedad de la información inclusiva y las potencialidades de la TDT.

En verdad, tres fueron las fuerzas interrelacionadas que crearon los incentivos necesarios para el accionar de los gobiernos (Galperin, 2004), con la notable excepción de China cuyas motivaciones políticas e industriales marcaron desde el vamos una senda diferente (Starks, 2010). A lo largo de finales de los ochenta, la transición era vista como una oportunidad única para revitalizar la industria electrónica de consumo doméstica y para promover los sectores de alta tecnología relacionados con ella. A principios de los noventa la transición se convirtió en parte de una agenda mucho mayor de desarrollo para las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como una forma de asegurar el crecimiento económico a largo plazo y promover la inclusión social. Para mediados de la década se había convertido en la solución no sólo a la demanda de espectro para otros servicios nuevos de crecimiento exponencial, sino también en el elemento para combatir el déficit público gracias a los ingresos potenciales que generaría su asignación al mejor postor.

De esta manera, el discurso que acompañó la introducción del servicio fue sufriendo una importante metamorfosis que pasó de presentar la TDT como puerta preferente, universal y democrática a los servicios de la sociedad de la información, a convertirla en peldaño añadido que conduciría a la escalera de la convergencia y, de allí, finalmente, a que sólo esté resultando una mera tecnología de sustitución. Además de España, experiencias en su día esperanzadoras como la de Brasil han acabado por recorrer este camino.

7. A modo de balance: notas sobre los retos de futuro

¿Qué retos de futuro se plantean entonces a partir de las promesas iniciales presentadas por la TDT y la realidad palpable de los resultados alcanzados? A

pesar de que no puede haber ni respuestas ni recetas genéricas, y las posibilidades de desarrollo del servicio serán el producto del camino ya transcurrido por cada experiencia y su imbricación con las decisiones a adoptar, es posible presentar un conjunto de elementos interrelacionados que, a la manera de desafíos, atraviesan los casos nacionales y configuran el horizonte de posibilidades de la economía política de la TDT.

En primer lugar, el servicio debe encontrar un modo racional y sostenible de financiación acorde con el tamaño y características de su mercado. A estas alturas ya está claro que la plataforma debe construir un modelo mixto que le permita competir con otras opciones. Para ello deberá resolver cómo incorporar a su financiación además del pago, que le permitiría en parte superar las limitaciones de los ingresos publicitarios y las subvenciones, otras actividades más crucialmente generadoras de recursos como la venta de derechos de programas en mercados regionales e internacionales, el *merchandising* de productos relacionados con los contenidos o la comercialización de la “participación” de los espectadores (llamadas, mensajes). Adicionalmente, allí donde la capacidad y la regulación lo permitan, alquilar a terceros una porción del ancho de banda asignado puede convertirse en una fuente de ingresos, aunque desde luego podría señalarse también como un traspaso de concesión encubierto.

Lo anterior sólo será posible si la TDT define completamente su perfil al interior del conjunto de la oferta audiovisual; lo que la obliga a decantarse tecnológica y socialmente por un nítido rol en relación con qué necesidad satisfacer y qué ofrecer de modo distintivo y mejor que el resto de las opciones. A partir de allí pueden consolidarse arquitecturas alternativas, complementarias o convergentes con lo existente pero, en cualquier caso, explotando su ventaja competitiva indiscutible que reside en retener su condición de red universal y asequible.

En prácticamente todo el mundo TDT es sinónimo de televisión gratuita. Es necesario que también lo sea de televisión de calidad si se quiere evitar que se agigante la distancia (económica, generacional, cultural...) que ya se manifiesta entre la población que paga por los dispositivos y el acceso de banda ancha al audiovisual “avanzado” y la que no. No puede tener aceptación aquello que no interesa y no ofrece nada diferenciador y ello sólo puede ser alcanzado si, a su vez, calidad es sinónimo de diversidad. En un contexto de irremediable fragmentación, diversas deben ser las parrillas, los tipos de programas, los géneros y formatos, los estilos... Pero diversos deben ser también los agentes que los generen, en suma, para que sean posibles.

En definitiva, se trata de asumir que si la TDT, como sustituta de la televisión hertziana, seguirá siendo el medio audiovisual con la cobertura efectiva más amplia en prácticamente todo el mundo, difícilmente será también la plataforma de mayor consumo audiovisual diario. Porque aunque éste no ha dejado de aumentar (CM, 2010), las audiencias se han fragmentado y polarizado definitivamente entre pantallas, contenidos y servicios segmentados en función de variables

clásicas como la temática, la edad y la renta, pero también nuevas disecciones como la alfabetización digital y los propios usos de los sujetos que han hecho estallar la tradicional concepción de la experiencia televisiva como flujo (Richeri, 2009; Majó, 2009).

Si en primera instancia ello parece empujar a la TDT hacia la disyuntiva contenidos generalistas versus segmentados, este es precisamente el falso dilema del que hay que escapar para encontrar la combinación de oferta adecuada que le permita enfrentar el deterioro de la cuota de pantalla. La era de las grandes audiencias repartidas entre un puñado de canales generalistas ciertamente ha acabado, pero la publicidad seguirá orientándose por mucho tiempo hacia las masas de GRP y las programaciones generalistas seguirán existiendo. Internet no ha engullido a la televisión (Prado, 2009) y la televisión está lejos de desaparecer (Tay y Turner, 2010); pero será un medio complejo “compuesto de múltiples ofertas en soportes variados, de hábitos y usos diversificados, de modelos de negocio y financiación cada vez más mestizos” (Bustamante, 2008a: 9). La TDT no sólo no escapa a estas tendencias sino que se sostiene que sus mejores posibilidades siguen estando ligadas a su capacidad para integrarse en la oferta general de servicios de banda ancha de la sociedad de la información para los ciudadanos (Prado, 2003)

Y dado que se ha demostrado la incapacidad o desinterés de trabajar en tal sentido por parte de quienes han conseguido dominar comercialmente los eslabones fundamentales del servicio, el reto es más que nunca político para establecer mecanismos de compensación orientados al fortalecimiento de la dimensión pública de la plataforma. Si hasta ahora digitalización ha sido sinónimo de presión hacia una mayor eficacia en los costes y por tanto reducción continua en el financiamiento promedio por hora de programa, repercutiendo ello sobre la calidad de lo ofertado, la persecución de objetivos distintos al mero lucro que encarnan la televisión de raíz comunitaria y de tradición de servicio público ofrecen al respecto un bagaje que no se debería ignorar.

El momento es ahora. Las opciones, democratizar o convertirse en un mero contenedor adicional que certifique la pérdida de peso relativo de la televisión por ondas en el conjunto del audiovisual. El gran desafío, reequilibrar agentes y objetivos para preservar la prestación del servicio público audiovisual de difusión universal, acceso igualitario, perfil incluyente y de calidad que la televisión como tal ha desempeñado desde su configuración como medio de comunicación social.

8. Referencias

AUC (2010). *Balance de la Asociación de Usuarios de la Comunicación sobre la TDT tras el apagón analógico*. Madrid: AUC.

Bernardo, José María (2009). De “consumidor” a “ciudadano”. Crítica de la construcción del receptor en la producción mediática. En: Francés i Domènec, Miquel, coord. *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital*. Barcelona: Gedisa.

Bustamante, Enrique (2003). Televisión digital: globalización de procesos muy nacionales. En: Bustamante, E., coord. *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*. Barcelona: Gedisa

Bustamante, Enrique (2008a). *La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad*. Documento de Trabajo nº 129 del Laboratorio de Alternativas. Madrid: Fundación Alternativas.

Bustamante, Enrique (2008b). Public Service in the Digital Age: Opportunities and Threats in a Diverse Europe. En: Fernández Alonso, I. y de Moragas, M., eds. *Communication and Cultural Policies in Europe*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Bustamante, Enrique (2010). La contrarreforma audiovisual socialista. En: *Le Monde Diplomatique*, nº 172. Madrid: Cybermonde, 4.

Corporación Multimedia (CM) (2010). *La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital*. Madrid: Fundación EOI.

Francés i Domènec, Miquel, coord. (2009). *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital*. Barcelona: Gedisa.

Franquet, R., Ribes, X., Soto, M. y Fernández, D. (2008). La información en la TDT interactiva: una oferta incipiente para unas prácticas periodísticas en transformación. En: *Trípodos*, nº 23. Barcelona: Universitat Ramon Llull, 15-29.

Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity Press.

Galperin, H. (2004). *New Television Old Politics. The transition to Digital TV in the United States and Britain*. Cambridge: Cambridge University Press.

García Leiva, M. T. y Starks, M. (2009). Digital switchover across the globe: the emergence of complex regional patterns. En: *Media, Culture & Society*, Vol. 31, nº 5. Londres: Sage, 787-806.

García Leiva, M. T. (2010). The introduction of DTT in Latin America: politics and policies. En: *International Journal of Digital Television*, Vol. 1, nº 3. Bristol: Intellect, 327-344.

Kustra, R. (2009). *El espectro en las comunicaciones móviles*. Unidad 3 del Curso Tecnología 3G-4G impartido online a través de la plataforma <http://academy.itu.int/moodle>

Lacroix, J. y Tremblay, G. (1997). The ‘Information Society’ and Cultural Industries Theory. En: *Current Sociology*, Vol. 45, nº 4. The Hague: Mouton, 1-154.

Majó, Joan (2009). La televisión pública: financiación y contenidos. En: Francés i Domènec, Miquel, coord. *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital*. Barcelona: Gedisa.

Marzal, J. y Casero, A. (2009). Las políticas de comunicación ante la implantación de la TDT en España. Balance crítico y retos pendientes. En: *Sphera Pública*, nº 9. Murcia: UCAM, 95-113.

Perales, Alejandro (2009). Los derechos de la ciudadanía en el nuevo entorno digital. En: Francés i Domènec, Miquel, coord. *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital*. Barcelona: Gedisa.

Pérez, Ximo (2009). Nuevos retos para los productores de contenidos audiovisuales. En: Francés i Domènec, Miquel, coord. *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital*. Barcelona: Gedisa.

Prado, Emili (2003). Virtudes, funciones y futuro de la TDT en la Sociedad de la Información. En: *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, nº 57, Segunda Época. Madrid: Fundación Telefónica, 38-40.

Prado, Emili (2009). Reptes de la convergència digital per la televisió. En: *Quaderns del CAC*, nº 31-32. Barcelona: CAC, 31-42.

Prado Picó, E. y Fernández Quijada, D. (2007). Servicios de televisión interactiva en España: una historia de claroscuros. En: Marzal, J. y Casero, A., eds. *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.

Richeri, Giuseppe (2009). Nuevos horizontes para la televisión. El ciclo de la fragmentación. En: *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, nº 81, Nueva Época. Madrid: Fundación Telefónica, 83-85.

Richter, Andrei (2010). The Russian approach to the line-up of digital TV channels. En: *International Journal of Digital Television*, Vol. 1, nº 2. Bristol: Intellect, 235-238.

Siqueira Bolaño, C. y Cruz Brittos, V. (2007). Políticas de comunicação, governo Lula e TV digital. En: *Liinc em Revista*, Vol. 3, nº 2. Río de Janeiro: Laboratório Interdisciplinar em Informação e Conhecimento, 91-101.

Starks, M. (2010). Digital Television Switchover: China Goes Its Own Way. En: *Westminster Papers in Communication and Culture*, Vol. 7, nº 1. Londres: University of Westminster, 27-42.

Tay, Jinna y Turner, Graeme (2010). Not the apocalypse: television futures in the digital age. En: *International Journal of Digital Television*, Vol. 1, nº 1. Bristol: Intellect, 31-50.

Zallo, Ramón (2010). La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 65. La Laguna: Universidad de La Laguna, 14-29.

Referencia de este artículo

García Leiva, M^a Trinidad (2011). Entre las promesas y los resultados: notas sobre los retos de futuro de la TDT. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n^o 1. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 33-48.