

## **Presente y futuro de la TDT en España: Nuevas opciones tecno-mercantiles para disyuntivas sociopolíticas recurrentes**

***Dra. M<sup>a</sup> Trinidad García Leiva***

Universidad Carlos III de Madrid  
mtgleiva@hum.uc3m.es

### **Resumen**

El futuro de la TDT en España se enfrenta a dos tipos de desafíos diferentes: aquellos relacionados con su despliegue y adopción, consecuencia de las políticas públicas que han configurado el servicio, y los nuevos interrogantes que presentan el desarrollo tecnológico y la propia evolución del mercado audiovisual (televisión de pago, en movilidad y alta definición). Por ello el objetivo que se plantea es retratar los retos más urgentes y dilucidar los asuntos que se presentan como nuevos desafíos, puesto que se sostiene que los últimos están de hecho condicionando el correcto desarrollo de los primeros.

### **Palabras clave**

TDT. Apagón analógico. Políticas de comunicación.

### **Abstract**

The future of DTT in Spain faces two different types of challenges: those related to its deployment and adoption, consequence of the policies that have designed the architecture of the service, and the new uncertainties that the technological development and the evolution of the audiovisual market represent (high-definition, mobile and pay services). The aim of this article is to describe the most urgent difficulties that the service has to overcome as well as explain those issues that appear as new challenges, since it is here considered that the latter can influence negatively on the former.

## Key words

DTT. Analogue switch-off. Communication Policies.

## Introducción

A más de tres años del relanzamiento de la televisión digital terrestre (TDT) en España, de la mano del conjunto de decisiones normativas que configuraron la nueva arquitectura del servicio a partir de 2005, el camino de su desarrollo ha estado plagado de claroscuros. La relación de fuerzas entre los distintos agentes del sector audiovisual y su dispar relación con el gobierno ha dado lugar a consensos transitorios y, por tanto, inestables.

De la autorización a emitir en abierto a Canal+ y la creación de La Sexta, ligada al reparto de más frecuencias para el resto de las cadenas, al intento por acaparar los servicios en movilidad, truncado por el desacuerdo con los operadores de telecomunicaciones, y la exigencia de habilitación de la modalidad de pago bajo el argumento de ser indispensable para un modelo de negocio que en su forma actual supuestamente no permite mejorar los contenidos ni producir servicios añadidos. Todo ello sazonado, en paralelo, con peticiones públicas de reducción de las obligaciones de cobertura e incluso de retraso del apagón, e importantes tensiones añadidas generadas por la puja en torno a derechos de emisión, fundamentalmente relativos al fútbol.

Esta estrategia de negociación permanente, que no parece haber dado tan malos resultados a las cadenas estatales analógicas (García Leiva, 2008a), ha sido la responsable de que en los dos primeros años de relanzamiento del servicio su adopción no acompañara la buena marcha del despliegue. A finales de 2007, según Impulsa TDT, la cobertura podía alcanzar al 85% de la población pero sólo un 23,4% de los hogares tenía acceso al servicio, su *share* se ubicaba en el 9%, y poco menos de siete millones de descodificadores habían sido vendidos. A pesar de que las últimas cifras disponibles al cierre del escrito, reflejadas en la siguiente tabla, son más alentadoras, mucho trabajo queda aún por hacer.

Este artículo sostiene que el futuro de la TDT en España se enfrenta, pues, a dos tipos de desafíos diferentes. Por un lado, los emanados de

las políticas públicas hasta ahora definidas, y por otro, aquellos nuevos interrogantes que presentan el desarrollo tecnológico y la propia evolución del mercado audiovisual. Dentro del primer grupo encontramos el despliegue del servicio y su adopción social, condicionados por la marcha de las decisiones políticas en cada región y exacerbados a partir de la definición de un ambicioso plan de apagado de la señal analógica terrestre. Por otra parte, desarrollos nuevos (o no tanto), ponen sobre la mesa aspectos como la movilidad, la alta definición y las nuevas opciones para los servicios añadidos y la interactividad, en paralelo a una previsible evolución del mercado hacia la introducción de elementos de pago, producto de la arquitectura diseñada.

En función de lo anterior, el objetivo que plantea este análisis es retratar los retos más urgentes que debe enfrentar la TDT en España hoy para, en un segundo momento, dilucidar los asuntos que ya se presentan como nuevos desafíos para su evolución, puesto que se sostiene que los últimos están de hecho condicionando el correcto desarrollo de los primeros.

<b>Indicadores implantación TDT (2008)</b>					
<b>Cobertura</b> (Julio 08)	89,15% de la población (canales nacionales, fuente Abertis Telecom)			Fases de cobertura Diciembre 2008, 90% (MITyC)	
<b>Adaptación de antenas</b> (Octubre 08)	61,8% de los edificios con antena colectiva preparada (fuente FENITEL; de un total estimado de 1.252.767*)				
<b>Equipamiento</b> (Septiembre 08; fuente GfK)	174.762 decos externos	265.875 televisores integrados	81.366 DVDs con TDT	38,7 € coste medio deco externo	Total sintonizadores vendidos Marzo 03 - Sep 08: 12.938.172
	----- Total parque televisores: 32.100.000 (media por hogar: 2)				
<b>Penetración</b> (Octubre 08)	41% hogares conectados a la TDT**; las Comunidades con mayor penetración son Madrid y Cataluña (fuente Sofres)				
<b>Audiencias</b> (Octubre 08; fuente Sofres)	18,3% cuota de pantalla TDT			Consumo medio diario de TDT 104 minutos	
<b>Percepción de los usuarios</b> (Junio 08; fuente Random)	Mejora el nivel de conocimiento sobre el proceso de transición a la TDT en España, tanto en usuarios como en no usuarios: 6 de cada 10 españoles afirman haber oído hablar del "apagón de la televisión analógica". Además, crece la intención de compra de un sintonizador TDT: 4 de cada 10 no usuarios manifiestan su intención de adaptarse próximamente.				
* Edificios destinados a vivienda (sin Ceuta y Melilla).					
** Excluidos los hogares con descodificador de operadores de telecomunicaciones que incorporan sintonizador TDT. Fuente: Impulsa TDT (Informe Noviembre).					

## **El presente: retos actuales e incertidumbres importantes**

Un análisis detallado de los principales ámbitos de la transición a la TDT, sobre los que Impulsa<sup>1</sup> efectúa un seguimiento sistemático desde diciembre de 2006, permite señalar los inconvenientes a los que se enfrentan el despliegue y la adopción del servicio, así como caracterizarlos del siguiente modo: fallos de coordinación, desajustes y potencial confusión.

### ***El despliegue***

A pesar de que la cobertura del servicio, en manos de Abertis, ha ido alcanzando las sucesivas exigencias de ampliación existentes en la legislación para los canales nacionales, las siguientes cuestiones han ido ralentizando los avances<sup>2</sup>:

- Las tensiones entre el operador de red y las cadenas han sido una constante desde el lanzamiento de la TDT a finales de los noventa, dada la posición dominante que ejerce Abertis en los mercados de transporte y difusión de la señal audiovisual. Por ello, las obligaciones impuestas al operador en 2005 por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) no impidieron que varios operadores presentaran alegaciones ante el organismo (Veo TV, Net TV, Sogecable), ni posibilitaron que Axió o Telefónica Servicios Audiovisuales, segundos operadores de los mercados de difusión y transporte de la señal, se erigieran como alternativas viables.
- Al establecer el Plan Técnico Nacional que al momento del cese de las emisiones terrestres analógicas la cobertura de los múltiples digitales nacionales públicos tendrá que alcanzar al 98% de la población, el servicio televisivo universal quedó garantizado desde un punto de vista teórico pero no práctico. No sólo es un desafío técnico y logístico el salto a los aproximadamente tres mil centros emisores que necesitará RTVE (la comparación con los 200 centros necesarios para dar servicio al 85,38% de la población lo dice todo), sino que es un interrogante su financiación así como la disposición de los canales privados a asumir los costes de llegar al 95% de ciudadanos al que los obliga la legislación. Más aún, no ha sido sino hasta el año 2008 que se comenzó a asumir la pertinencia de atender al 2% restante de la población y a aquellos núcleos

urbanos con serios problemas de recepción, con la más razonable de las opciones existentes: la difusión satelital<sup>3</sup>.

- Como son las Comunidades Autónomas las que establecen la cobertura mínima para los canales locales en los respectivos concursos de concesión, el despliegue en este ámbito no sólo depende de los procedimientos administrativos seguidos en cada región sino, en última instancia, del acuerdo entre el adjudicatario y el operador de red por éste contratado. Situación que ha motivado a muchas corporaciones locales, en coordinación con sus respectivas Comunidades, a hacerse cargo de la ampliación de la cobertura en sus municipios tanto a través de la puesta en funcionamiento de reemisores como mediante el adelanto de los planes de encendido ya previstos<sup>4</sup>.
- De manera añadida, la problemática de las emisiones no autorizadas está aún lejos de resolverse satisfactoriamente. Junto a emisoras locales que tras años de alegalidad deberían abandonar el espectro al no haber sido escogidas en los concursos de frecuencias digitales, se mantienen e incluso proliferan emisiones absolutamente ilegales y oportunistas, de perfil meramente mercantil, que desafían la ausencia o significativo retraso en el inicio de las emisiones de aquellos operadores sí beneficiados por los concursos digitales.
- Finalmente, y agravado por esta superposición de emisiones ilegales, alegales y legales, el propio despliegue de la cobertura para cada área planificada está dando lugar a algunos problemas en la calidad de la recepción de la señal. Es ilustrativo el caso del término municipal de Marbella, donde la calidad es deficiente (igual que en la parte occidental de Cádiz) debido a la acumulación de hasta tres señales procedentes de otros focos emisores y su evidente falta de coordinación<sup>5</sup>.

En lo que respecta a las infraestructuras de recepción y adaptación de los hogares, aunque las cifras señalan una evolución positiva, las principales incertidumbres refieren tanto a la adaptación de antenas como a la evolución del equipamiento de TDT. En relación con lo primero es importante señalar que:

- A mediados de 2008 poco más de la mitad de los edificios con antena colectiva habían sido adaptados para recibir la señal de

TDT, pero aunque Impulsa ha verificado un “importante incremento en la intención de adaptación a la TDT entre el colectivo de no usuarios” (2008:16), los instaladores, que han mostrado su preocupación en numerosas ocasiones por la ralentización del ritmo de las adaptaciones<sup>6</sup> (significativa a partir del tercer trimestre de 2007) temen una estampida final y advierten que todavía quedan muchas actuaciones por llevar adelante (sobre todo en viviendas con instalaciones antiguas y/o deterioradas)<sup>7</sup>. A diferencia de la compra de descodificadores, que depende del usuario y puede efectuarse de forma casi inmediata, la adaptación de una antena colectiva no sólo depende del conjunto de la Comunidad de Vecinos sino que requiere de unos mecanismos más complicados y plazos superiores. Un factor adicional a tener en cuenta es el coste de la adaptación, que puede fluctuar de manera significativa dependiendo del estado de conservación de la instalación y el cableado existente.

- Al respecto, la necesidad de intervenciones ordenadas y progresivas es tan crucial que ha llevado a FENITEL, Federación de Instaladores de Telecomunicaciones, a celebrar junto con Impulsa TDT la realización de jornadas informativas para los Administradores de Fincas en toda España. En la misma dirección, y dado que el desorden en el despliegue afecta a la antenización, en octubre de 2008 Abertis y FENITEL firmaron un acuerdo para facilitarla<sup>8</sup>. A modo de ejemplo se señala que, si la adaptación de la antena se efectúa antes del inicio de las emisiones efectivas, el antenista deberá regresar una vez que éstas comiencen para llevar a cabo los ajustes necesarios, con el consiguiente perjuicio y desconfianza que se genera en el consumidor final.

En lo que se refiere a las ventas de equipos TDT cabe reseñar que:

- Las mismas han manifestado un crecimiento constante desde el relanzamiento del servicio, llegando incluso a cambiarse la tendencia de venta de descodificadores externos por modalidades integradas en 2007 (al tiempo que se producía una evolución de los precios a la baja; Impulsa TDT, 2007). Ello se encuentra en directa relación con el proceso de renovación tecnológica de televisores que encaran muchos hogares, proclives a adquirir unidades con

pantalla plana (plasma o LCD). A pesar de ello, el volumen de televisores vendidos sin TDT, con o sin tubo, sigue siendo elevado (casi la mitad de los comprados en el país en 2007; el 12% de los vendidos en agosto de 2008). Evidentemente, este equipamiento debería dejar de comercializarse.

- Basta, además, con visitar cualquier tienda de productos de electrónica de consumo masivo para constatar que la señalización de aquellos equipos que deberán ser adaptados no siempre se verifica, y que en numerosísimas ocasiones el personal no está adecuadamente formado para informar correctamente a los consumidores. La confusión, por tanto, es moneda corriente.
- Por otra parte, el reinado del equipamiento básico es manifiesto. Las ventas de descodificadores externos con MHP o disco duro son anecdóticas: 0,2% y 0,9%, respectivamente, entre septiembre de 2007 y agosto de 2008. Adicionalmente, como la mayoría de los aparatos descodificadores de señales televisivas de pago no integran sintonizadores de TDT, la interactividad y la interoperabilidad siguen siendo asignaturas pendientes.
- Finalmente, hay que recordar que más allá de la venta acumulada de sintonizadores de TDT, de casi trece millones de unidades a septiembre de 2008, es evidente que mucho equipamiento queda por vender a menos de 600 días del apagón, frente a un universo de 16,1 millones de hogares en los que dos es el número medio de televisores<sup>9</sup>.

### ***La adopción***

El conjunto de factores hasta aquí señalados, obviamente, ha repercutido de manera importante sobre la penetración que ha alcanzado el servicio (41% de los hogares a octubre de 2008, según TNS Audiencia de Medios). Sin embargo, existe relativo consenso en torno a la idea de que la adopción social ha estado influenciada de modo determinante por los contenidos y servicios (no) ofrecidos, así como por ciertas peculiaridades en las modalidades de consumo:

- En abierto incumplimiento de las obligaciones de programación establecidas en la normativa<sup>10</sup>, desde el relanzamiento del servicio y hasta finales del 2007, a nivel estatal las novedades se limitaron

fundamentalmente a la emisión en abierto de Canal+, la aparición de La Sexta y la experimentación y creación de canales por parte de RTVE. Desarrollos relacionados con la interactividad, la alta definición o la recepción en movilidad han sido casi en exclusiva apuntalados por el servicio público de televisión (RTVE y TVC en el ámbito regional).

- Los cambios verificados a partir de 2008 en el plano de la oferta de contenidos de la TDT, demuestran la estrechísima relación que existe entre su calidad y las audiencias. Si la cuota de pantalla de TDT no ha dejado de crecer en el último año, alcanzando hasta el 17,4% del consumo total de televisión en septiembre de 2008, eventos como los Juegos Olímpicos de Pekín y novedades como el inicio de las emisiones en abierto de Disney Channel podrían señalarse como contundentes impulsores del crecimiento (más allá del aumento en las ventas de equipamiento TDT; Impulsa TDT, 2008).
- Por el contrario, la persistencia de los canales de teletienda, cuya presencia se encuentra sorprendentemente autorizada a pesar de su dudosa legalidad, desalienta un consumo que así todo erosiona progresivamente la cuota de pantalla de la televisión analógica.
- Más allá del atractivo de los contenidos, no debe perderse de vista que, junto con la asequibilidad y accesibilidad de los aparatos de recepción, además de la calidad técnica de la señal, ciertos hábitos de consumo atentan contra la adopción social del servicio. Allí donde el equipamiento de recepción no es integrado, el doble mando desalienta el consumo digital de los canales “históricos” (existentes en *simulcast*).
- En la medida en que se acerca el momento en que la adopción de TDT dejará de ser voluntaria para convertirse en algo compulsivo, el conocimiento del apagado analógico entre la población, así como su propensión al cambio, se convierten en elementos clave para un proceso sin sobresaltos. El problema radica en que a pesar de que el primer semestre de 2008 supuso un gran salto en la cantidad de ciudadanos conscientes del apagón, que incluso señalan la fecha tope para el cambio (2010), pocos conocen el plazo establecido en su municipio (Impulsa TDT, 2008). Así pues, es evidente que las campañas informativas desarrolladas hasta el momento han sido insuficientes. La cuestión es que más de cinco millones de personas, engloba-



das en 32 proyectos de transición, se verán afectadas al final del primer semestre de 2009, aunque pocas de ellas perciben que dejarán de ver televisión terrestre por la modalidad analógica. De no invertirse esta tendencia, los inconvenientes pueden ser mayúsculos<sup>11</sup>.

### **Las políticas**

Pero si la arquitectura diseñada para el servicio y el plan de apagado de la señal analógica terrestre, calificable de ambicioso en función de los consensos alcanzados y los recursos hasta el momento desplegados para su exitosa implementación, pueden repercutir negativamente en una adopción progresiva, ordenada y coherente, todos y cada uno de los factores hasta aquí mencionados como retos pendientes acaban por ser agudizados por la propia dinámica de funcionamiento de los distintos niveles de la Administración (descoordinación, negociación obligada, tensiones políticas).

- Por una parte, el gobierno central, que no pudo resistirse a la tentación de representar el papel de “gran ingeniero” digital (Bustamante, 2008), todavía en el mundo analógico, configuró un apagón con planificación tardía. A pesar de adelantar la fecha del rebautizado encendido digital desde enero de 2012 a abril de 2010, y lanzar un nuevo plan técnico detallando obligaciones de cobertura en 2005, la planificación para la transición no se aprobó hasta septiembre de 2007 y hubo que esperar hasta octubre de 2008 para que se aprobara el acuerdo para las actuaciones complementarias de cobertura de los proyectos de la Fase I del Plan de Transición<sup>12</sup>.
- En lo que respecta a las Comunidades Autónomas, en tanto son responsables de implantar la TDT en sus ámbitos de actuación, destacan las tensiones surgidas en la delimitación de las demarcaciones y los problemas derivados de adaptar el calendario estatal de migración a cada Comunidad –diseñando calendarios sincrónicos– (Fernández Alonso y otros, 2007). Aunque probablemente las manifestaciones más regresivas se hayan ido plasmando en numerosas concesiones de ámbito autonómico y local cargadas de derivaciones políticas y empresariales preocupantes (*ibídem*; Badillo, 2007) –por no mencionar las prisas o dilaciones de muchos concursos públicos, o las heterogéneas condiciones de adjudicación–.

Los desajustes son hoy patentes en un proceso en el que el ámbito local debería haber asistido ya al apagón de las señales analógicas, numerosos concursos quedaron desiertos en primera convocatoria (como en Cantabria)<sup>13</sup>, muchas adjudicaciones se encuentran impugnadas sin que pueda determinarse el cierre del proceso (AUC, 2007), y es patente la heterogeneidad y fragmentación en la actuación de las distintas Comunidades Autónomas. La planificación y coordinación siguen siendo grandes ausentes.

### **El futuro: nuevos desafíos y potencialidades**

La existencia de la televisión de alta definición, los servicios añadidos e interactivos e incluso la movilidad, no son ni mucho menos novedades en el plano audiovisual, aunque fenómenos como la convergencia y la digitalización han permitido su relanzamiento con relucientes trajes nuevos. Desde luego la TDT no escapa a las tendencias y opciones que ensaya una y otra vez la industria, en estricta relación con su naturaleza económica, por lo que a poco de haberse puesto en marcha el servicio empezaron a configurarse las promesas técnicas y opciones económicas que se señalan a continuación que, como se pondrá de manifiesto, evidencian una importante distancia entre el discurso y los avances efectivamente alcanzados.

#### ***Promesas técnicas***

La apuesta por la interactividad y los servicios añadidos en España, a lo largo de la última década, ha sufrido considerables altibajos, condicionados fundamentalmente por la situación de mercado y el grado de competencia alcanzado, que derivó en una parada casi total durante el periodo 2002/05 (Prado y Fernández, 2007). Si *Quiero TV* nació, obligada por la diferenciación, de la mano de servicios añadidos y aplicaciones interactivas, convirtiendo al televisor en un “terminal multimedia que rompía con las características propias del contexto analógico” (Ribés, 2007: 176), el relanzamiento del servicio tras su quiebra ha redimensionado las opciones en función de las más realistas y escasas exigencias del mercado (Prado y Fernández, 2007: 163-165).

En síntesis, y siguiendo a Fernández Quijada (2007), es posible afirmar que el desarrollo de aplicaciones interactivas en España se ha producido bajo dos circunstancias: como consecuencia de una necesidad de diferenciación en un contexto competitivo, y como función propia del servicio público de televisión (destacando a tales efectos el caso de TVC). A pesar de las promesas, la oferta de TDT remite a servicios más o menos comunes como la guía electrónica de programación, el teletexto digital, la lanzadera y el denominado *ticker*. Si Televisió de Catalunya ha constituido en solitario la punta de lanza de la experimentación e innovación regional, en el plano estatal ha sido RTVE quien impulsara la oferta más novedosa (declaración de la renta, servicios de bolsa, tráfico y meteorología).

A diferencia de este tipo de servicios para los que el Plan Técnico reserva claramente hasta un 20% de la capacidad de cada múltiple, la referencia a la alta definición remite a la libertad de explotación que se reconoce a quien tuviera asignado un múltiple completo<sup>14</sup>, mientras que se indica que se planificará un múltiple digital con posibilidad de desconexión territorial de ámbito autonómico para la prestación del servicio en movilidad. Si esto último no ha tenido lugar, se sostiene aquí que ello se debe fundamentalmente a la puja por la explotación del servicio que parece haberse establecido entre los “dueños de los contenidos” (cadenas) y los “dueños de la red” (operadores de telecomunicaciones).

Si el interés de los últimos reside en este nuevo negocio (y las frecuencias que vendrán con él), las cadenas están dispuestas a no desaprovechar la posibilidad de conseguir otra ventana de explotación para sus contenidos. Así pues, desde que Abertis, Nokia y Telefónica presentaron los resultados de su primer piloto DVB-H en 2006, las pruebas se han multiplicado y realizado en todo el país (Linares, 2007). En el caso del sector audiovisual y desde el punto de vista de la experimentación, los ensayos han estado fundamentalmente ligados a la alta definición, en paralelo al impulso conseguido para la creación del Foro de la Televisión de Alta Definición en el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MITyC) en febrero de 2007.

La consulta pública sobre televisión en movilidad que lanzó el Ministerio en abril de 2007 acabó por definir el contorno de los dos grandes intereses en disputa que impidió, junto con el *impasse* de las elecciones generales de marzo de 2008, materializar el objetivo de regular el servi-

cio. El borrador del proyecto establecía la distinción entre aquellos que operarían la red, abierta a concurso público, y los proveedores de los contenidos, sujetos a autorización administrativa. La intención era dar lugar a un concurso al que los operadores de telecomunicaciones pudieran presentarse para, en un segundo momento, dar luz verde a la petición de las cadenas para operar servicios en movilidad.

Pero la batalla central reside en la determinación de los operadores audiovisuales por controlar este nuevo servicio para impedir la entrada de nuevos agentes al sector, y el interés de los operadores de telecomunicaciones por construir y controlar su propia red, decidiendo qué frecuencias utilizar para prestar el servicio y controlando el empaquetado de los contenidos. Su argumento es que la competencia debe residir en la construcción y uso de la red de DVB-H, por lo que amenazan con profundizar en la explotación de sus infraestructuras 3G/UMTS para distribuir contenidos en movilidad<sup>15</sup>.

En otras palabras, dos son los modelos fundamentalmente en competencia: el liderado por los operadores móviles y el controlado por los media (DigiTAG, 2007). Mientras que en el primer caso la compañía de comunicaciones móviles es responsable por todos los aspectos de la cadena de valor (transporte DVB-H, agregación de contenidos y propuesta integrada de servicio para el usuario final), los radiodifusores aspiran a un servicio diferenciado del consumo telefónico que por tanto se gestione de manera separada (control de la relación final con el espectador y la remuneración por el servicio –suscripciones, pago por consumo, publicidad–).

En este escenario, el Ministerio reconoció en febrero de 2008 que el lanzamiento de los servicios comerciales de TDT en movilidad probablemente no tendrá lugar hasta 2010, junto con el apagado de la televisión terrestre analógica. No sería de extrañar que lo mismo ocurra con la televisión en alta definición, puesto que las importantes inversiones que supone han reducido la oferta actual al inicio de las emisiones de TVC en pruebas a principios de 2007 (3HD), así como a los diversos proyectos piloto de RTVE. El desarrollo actual del estándar de compresión MPEG-4 AVC/H.264, permitiría a los emisores españoles que así lo desearan difundir televisión en alta definición utilizando la actual estructura de red, aunque haciendo uso como mínimo del doble ancho de banda que el utilizado para los servicios de definición estándar en MPEG-2.

Este es el camino iniciado por Francia, por ejemplo, que ha comenzado a desplegar servicios de TDT en alta definición en 2008. Distinta ha sido la actitud del Reino Unido: esperar y presionar para el desarrollo y aprobación del estándar DVB-T2<sup>16</sup>. Aunque esta opción, que permite un incremento del ancho de banda útil (de entre el 30% y el 50%) y una mejora en la protección de los contenidos, supondría incompatibilidad con el parque de receptores en plena adopción, España deberá también tomar una decisión al respecto. En el entorno europeo quienes no cuentan aún con servicios consolidados de TDT-HD consideran seriamente su lanzamiento bajo el estándar DVB-T2/ MPEG-4 dado que esta modalidad puede convivir perfectamente con las emisiones DVB-T.

### ***Opciones económicas***

En lo que respecta a la TDT de pago, los operadores comerciales estatales comenzaron a admitir abiertamente en septiembre de 2007 que consideraban tal posibilidad como una seria opción para cuadrar sus modelos de negocio, dependientes de una ya obsoleta ecuación basada en la combinación audiencias masivas/control del *share*/acceso a las inversiones publicitarias, que será sometida a una inminente y permanente presión a partir de la explosión prevista en el número de canales de TDT<sup>17</sup>.

Inicialmente y de modo comprensible, los operadores más interesados en introducir la modalidad del pago fueron las cadenas más jóvenes y “débiles” (Net, Veo y La Sexta), aunque para mediados de 2008 prácticamente todos se alinearon frente al gobierno para defender esta opción. Si bien la posición de Sogecable no ha estado siempre del todo clara, al menos hasta que se definieron sus intereses en el mercado de televisión satelital de pago (desinversión en Digital+), Telecinco también ha recedido de una situación que entiende puede favorecer especialmente a La Sexta (dado que como uno de sus accionistas, Mediapro, disfruta de una muy buena posición para ofrecer contenidos *premium* de pago, ello amenazaría el liderazgo de las cadenas tradicionales)<sup>18</sup>.

El gobierno, que ha recordado que debe actualizarse la normativa para permitir los servicios de pago, ha sido claro: ello es posible, pero las cadenas deben alcanzar un acuerdo sobre el modelo a implementar. Y aquí las opciones de algunos vecinos ilustran variadas posibilidades. Existen básicamente tres modalidades de TDT de pago. En una especie

de extensión del modelo de la televisión satelital, la plataforma francesa ofrece junto a los canales en abierto otros de pago, organizados por precio en distintos paquetes y acompañados del cobro de un montante en concepto de alquiler del descodificador. Por otra parte, existe la opción británica, dado que a la plataforma en abierto Freeview se han ido incorporando de modo progresivo canales de pago sin necesidad de suscripción a través de Top Up TV (aunque en la actualidad los servicios más avanzados sí están ligados a un descodificador propietario). Finalmente el ejemplo italiano, inspirado en el modelo de negocio pre-pago de la telefonía móvil, comenzó su andadura gracias a tarjetas que habilitaron el pago por visión.

Así pues, la TDT española deberá definirse por una modalidad de pago por visión, sustentada por ejemplo en tarjetas pre-pago, un modelo de suscripción o una solución mixta. Lo cual a su vez se vinculará, necesariamente, con una decisión a favor de un mercado abierto y horizontal de receptores o, por el contrario, un escenario de soluciones propietarias, comercializadas y controladas por cada operador. En otras palabras, la segunda piedra de toque para alcanzar el consenso se establece alrededor de las especificaciones técnicas con que se fabricará el equipamiento. Múltiples soluciones de acceso condicionado fragmentarían el mercado, convirtiendo probablemente al negocio en algo impracticable. Por ello parecería existir cierto acuerdo alrededor de una encriptación compartida que permitiera servicios *pay-per-view* en la plataforma TDT, tal y como ocurre en Italia. Aunque hasta que no exista un serio compromiso a favor de adoptar MHP como un estándar de recepción común, la interoperabilidad no estará asegurada.

Finalmente, es importante hacer una referencia a las prácticamente nulas repercusiones que la existencia de un dividendo digital podría acarrear para la TDT en España, ya que precisamente el Plan Técnico que permitió su relanzamiento establece, como escenario post-apagón, que el servicio se beneficiará recibiendo asignación de capacidad adicional para su prestación tanto en el ámbito estatal como autonómico. Tal es la política que ha llevado a Francisco Ros, el secretario de Estado de Telecomunicaciones, a admitir que el dividendo tendrá un escaso impacto en España:<sup>19</sup> no hay que discutir qué hacer con él ni preguntarse cómo afectará al futuro de los servicios televisivos puesto que podría decirse que ha sido repartido antes de nacer (García Leiva, 2008b).

## **A modo de conclusión**

A partir del análisis hasta aquí efectuado, es posible señalar que los desafíos de futuro y las potencialidades que se presentan ya en el horizonte de la TDT española se están constituyendo como retos e incluso incertidumbres adicionales a los ya existentes. En otras palabras, que la lenta marcha de las mejoras en el plano de los contenidos (servicios adicionales, interactivos y en alta definición) y las pujas en torno a la diversificación de las opciones empresariales (televisión en movilidad, opciones de pago), dificultan el despliegue y la adopción del servicio, pudiendo afectar incluso, en última instancia, al proceso de migración y apagado de la señal.

El momento actual es, por tanto, el de una nueva encrucijada. En la que además el contexto general de incertidumbre económica y financiera puede alterar en un sentido incierto el posicionamiento de los principales agentes audiovisuales, así como el funcionamiento de un sistema que sigue echando en falta una Ley General Audiovisual coherente e integral, que esté acompañada por una autoridad independiente que ejerza las funciones de control, seguimiento y, en su caso, sanción.

Claramente la introducción de servicios en alta definición, movilidad y bajo la modalidad de pago, puede suponer no sólo la oportunidad de revisar el modelo de negocio e incluso la arquitectura del servicio –si avances técnicos como el DVB-T2 y el MPEG-4 son considerados–, sino también ofrecer la posibilidad de potenciar la adopción de la TDT y, por ende, la migración, a través de una oferta atractiva y renovada.

Sin embargo, la TDT en alta definición, así como una oferta de pago que además sea posible en movilidad, requieren una importante renovación del equipamiento implicado. En la medida que en los dos últimos casos ello se reduce fundamentalmente a mejorar los equipos de recepción (terminales móviles DVB-H, descodificadores o televisores con módulo de acceso condicionado), como el gasto se traslada principalmente al usuario final el interés de la industria en su implementación es elevado. Por el contrario, una oferta de gran calidad, servicios añadidos e interactivos incluidos, que podría movilizar a los ciudadanos a invertir un poco más a cambio de un equipamiento de alta gama, al que desde luego también se debería acceder y/o renovar (MHP, HD-Ready), representa para el resto de la cadena valor un

cúmulo de inversiones sin retorno en el corto e incluso medio plazo que explica su desinterés<sup>20</sup>.

La cuestión por tanto remite al ámbito de la política pública y la configuración de equilibrios que desde allí se promueva: tal y como se encuentra el mercado de TDT en España no parece razonable acceder sin más, nuevamente, a las peticiones de los operadores audiovisuales. Probablemente tampoco lanzarse, en medio de la transición actual, a una migración hacia soluciones de alta definición que sería compleja y costosa. Pero en ningún caso, desde luego, desaprovechar oportunidades de progreso: los terminales MHP, basados en lo que se conoce como tarjetas inteligentes que permitan un acceso seguro y fácil a los servicios de la sociedad de la información (t-administración, por ejemplo), encierran un importante potencial democratizador. En síntesis, se sostiene aquí que los nuevos desafíos y potencialidades técnico-económicas para la TDT condicionan las decisiones de política ya adoptadas. Aunque al mismo tiempo suponen también nuevas oportunidades.

Por ello en este contexto, como ya señalaran Prado y Fernández en relación con los servicios interactivos en TDT (2007: 166), los sistemas públicos de radiodifusión están llamados a jugar un papel central en los desarrollos futuros de TDT en alta definición y, por qué no, en movilidad, en tanto y en cuanto los operadores privados actúan con cautela y recelo frente a mercados limitados y objetivos de retorno de inversión en el corto plazo. Que ello sea posible depende, al igual que en los orígenes del servicio a finales de los noventa, y de la misma manera que durante su relanzamiento en 2005, de una decisión que no es únicamente económica ni simplemente tecnológica, sino esencialmente política.

A modo de conclusión es posible afirmar pues que si la TDT en España se enfrenta a dos tipos de desafíos, presentes y futuros, en el caso de los segundos no se trata más que de nuevas (o no tanto) opciones tecno-mercantiles para disyuntivas sociales, políticas y culturales ya recurrentes.



## Bibliografía

- AUC (2007): *Las ofertas de televisión en España*. Notas AUC, diciembre (<http://www.auc.es/Documentos/Notas%20AUC/Notas2007/dic01.pdf>).
- BADILLO MATOS, A. (2007): “La nueva televisión de proximidad: Un (incompleto) mapa de la TDT local y autonómica”, en *El desarrollo de la televisión digital en España*. MARZAL, J. y CASERO, A. (eds.) La Coruña, Netbiblo.
- BUSTAMANTE, E. (2008): *La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad*. Documento de Trabajo 129/2008 del Laboratorio. Madrid, Fundación Alternativas.
- CMT (2006): *Proyecto de Medida relativa a la definición del mercado de transmisión de señales de televisión y radio, el análisis del mismo, la designación de operadores con poder significativo de mercado y la propuesta de obligaciones específicas*. Febrero.
- DIGITAG (2007): *Television on a handheld receiver – broadcasting with DVB-H*. Ginebra, DIGITAG.
- FERNÁNDEZ QUIJADA, D. (2007): “El apagón analógico... ¿y después qué? Estrategias de la TDT en España”. *Observatorio (OBS\*) Journal*, 2, Pp. 65-79.
- FERNÁNDEZ ALONSO, M. y otros (2007): “Políticas de implantación de la TDT local en España (2005-2006): los casos de las Comunidades Autónomas de Islas Baleares, Madrid, Región de Murcia, Comunidad Valenciana, Galicia, Cataluña y Aragón”. *Observatorio (OBS\*) Journal*, 1, Pp. 205-224.
- GARCÍA LEIVA, M. T. (2008a): “A new crossroads for digital terrestrial television in Spain: High definition, mobile and pay services”, ponencia presentada en la 2ª Conferencia Europea de Comunicación de la European Communication Research and Education Association, Barcelona, 25 al 28 de noviembre.
- GARCÍA LEIVA, M. T. (2008b): “El ‘dividendo digital’: desafíos, oportunidades y posiciones nacionales”, ponencia presentada en el II Congreso Nacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, Barcelona, 28 de noviembre.
- IMPULSA TDT (2007): *Anuario TDT 2007*. Madrid, Impulsa/ MITyC.
- IMPULSA TDT (2008): *Informe Mensual - Noviembre 2008*. Madrid, Impulsa.
- LINARES DÍAZ, P. (2007): “El operador de red y DVB-H”, ponencia presentada en el II Congreso Internacional de TDTD, Madrid, 13 de diciembre.
- PRADO PICÓ, E. y FERNÁNDEZ QUIJADA, D. (2007): “Servicios de televisión interactiva en España: una historia de claroscuros”, en *El desarrollo de la televisión digital en España*. MARZAL, J. y CASERO, A. (eds.) La Coruña, Netbiblo.
- RIBÉS ALEGRÍA, M. (2007): “Quiero TV: La primera experiencia de TDT en España”, en *El desarrollo de la televisión digital en España*. MARZAL, J. y CASERO, A. (eds.) La Coruña, Netbiblo.

## Notas

- 1 [www.impulsatdt.es](http://www.impulsatdt.es)
- 2 A las que deben sumarse las dificultades “preexistentes” de los operadores para extender la cobertura: condiciones orográficas, territorios insulares y elevada dispersión de la población.
- 3 Es interesante y significativo destacar que, para hacer realidad la cobertura universal a través del satélite, el gobierno considera como opciones a dos plataformas participadas por Abertis Telecom: Hispasat y Eutelsat. “Industria estudia usar satélites para garantizar la cobertura de la TDT”, *Expansión* (22/09/2008).
- 4 A modo de ejemplo es posible mencionar el Plan Maresme Digital en Cataluña, o el Plan de instalación de reemisores en Burgos, León, Palencia y Zamora en Castilla y León (Impulsa TDT, 2007: 72).
- 5 “La desincronización de las señales de TDT impide la correcta recepción en Marbella”, *Diario Sur* (04/10/2008).
- 6 <http://www.fenitel.es/documentos/NPANTENASTDT.pdf>
- 7 Del total de los 1.252.767 de edificios compuestos de tres ó más viviendas, según FENITEL a junio de 2008 estaban aún pendientes de adaptar, a menos de dos años del apagón, 523.500.
- 8 [http://www.abertis.com/dyndata/01102008\\_acuerdofenitel.pdf](http://www.abertis.com/dyndata/01102008_acuerdofenitel.pdf)
- 9 Datos de la segunda oleada de 2008 del Estudio General de Medios (AIMC).
- 10 Obligaciones de emisión de programación novedosa, innovadora y diferenciada respecto a la oferta analógica, además de impulsora del formato 16:9, los servicios de subtítulos y doblaje, y la introducción de servicios interactivos (Real Decreto 945/2005).
- 11 La experiencia piloto de apagón en Soria, en el verano de 2008, ha dejado de hecho algunas lecciones: los ciudadanos dilatan la adquisición del equipamiento de recepción hasta el último momento, el interés que despierta la TDT en el ámbito rural es limitado, y en aquellas experiencias con servicios interactivos algunos problemas generados en el retorno pueden desanimar al espectador.
- 12 El Consejo de Ministros aprobó el 17 de octubre de 2008 el modelo de colaboración entre el MITyC y las Comunidades Autónomas para las actuaciones complementarias de cobertura de los 32 proyectos de transición cuya fecha límite de cese de emisiones analógicas es el 30 de junio de 2009 (acuerdo definido en julio de 2008 por la Conferencia Sectorial de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, que supone destinar 8,72 millones de euros a digitalizar los Centros de Extensión de Cobertura).
- 13 Detalle de concursos autonómicos y locales en <http://www.impulsatdt.es/consumidores/contenidos-TDT/local/concursos.html> y <http://www.impulsatdt.es/consumidores/contenidos-TDT/autonomico/concursos.html>
- 14 Aunque las condiciones reglamentarias de emisión de señales de TDT en alta definición están todavía pendientes de ser establecidas.
- 15 Si bien es verdad que ello podría poner en peligro el desarrollo DVB-H, lo cierto es que ésta es la mejor opción para los operadores (Movistar –Telefónica–, Orange –France Telecom–, Yoigo –TeliaSonera– y Vodafone), dado que otras alternativas

- dependerían de importantes inversiones en sus redes 3G para realmente aprovechar todas las potencialidades de negocio. Los operadores de telecomunicaciones móviles ya ofrecen servicios audiovisuales, ya sea como vídeo bajo demanda o bajo la modalidad de televisión en directo, en ofertas *triple play* (para detalles ver Fernández Quijada, 2007).
- 16 <http://www.dvb.org/technology/dvbt2/>
  - 17 Silvio González, consejero delegado de Antena 3, declaró en la 3ª edición del Foro 50 de Tendencias Televisivas que tras el apagón ninguna cadena podrá aspirar a alcanzar ya el 30% de cuota de mercado que algunas han ostentado hasta ahora (“Las televisiones alertan que no hay mercado para 40 canales”, *El País* (11/09/2008)). Cabe señalar también que más allá de la viabilidad económica de un proyecto televisivo que pasará de ofrecer más de 30 canales estatales, es evidente la imposibilidad real de expandir la disponibilidad social y el tiempo de consumo televisivo al mismo ritmo.
  - 18 A partir del año 2007 Mediapro inició una agresiva estrategia de adquisición y explotación de derechos de emisión de partidos de fútbol de la Liga que supuso el inicio de una abierta competencia con Sogecable por el control de este mercado.
  - 19 “El gobierno no dará más frecuencias a las operadoras”, *Mundoplus.tv* (30/05/2008).
  - 20 Las inversiones remiten tanto a la producción de contenidos y servicios en estándar alta definición, como a la necesidad de introducir cambios en la actual red de distribución de TDT y, obviamente, renovar el equipamiento de recepción. Para detalles consultar los documentos *Aspectos relevantes del despliegue de servicios de TV en alta definición en sistemas de radiodifusión terrestre* y *Cuestiones técnicas relevantes aplicables a los distintos tipos de servicio*, elaborados por el Grupo Técnico del Foro de la Televisión de Alta Definición en España.

