

VISIÓN PERSONAL

La TDT posible

Guillermo Medina Ors y Santiago Rodríguez Bajón
Cremades & Calvo-Sotelo

En tan sólo quince meses España asistirá al apagón analógico en la televisión por ondas terrestres (aquella que llega a nuestros hogares por medio diferente del satélite, cable o ADSL). Así, el próximo 3 de abril de 2010 cesarán definitivamente sus emisiones en tecnología analógica, dando paso a la emisión exclusivamente mediante la tecnología digital. La televisión digital terrestre -TDT- va a transformar el modelo de negocio de los servicios audiovisuales, trayendo consigo importantes cambios para los espectadores y las empresas televisivas. La primera evidencia será la necesidad de adaptar la antena de televisión y de adquirir un equipo receptor de la señal digital. A cambio, podremos acceder, entre públicos y privados, a una media de entre veintiocho y treinta y ocho canales con distinta cobertura (nacional, autonómica y local), así como a nuevos servicios interactivos avanzados.

El paso a la TDT también supone un profundo cambio de escenario para las empresas. Estas afrontarán un nuevo modelo de mercado con un número de competidores considerablemente superior al del actual mercado analógico, que aumentará la oferta televisiva exponencialmente. Además, las principales cadenas pasarán a gestionar simultáneamente varios canales a los que deberán dotar de contenidos, requiriendo un considerable esfuerzo de planificación e inversión dirigido a la adquisición o producción de los mismos. Finalmente, la TDT se emitirá exclusivamente en abierto siguiendo el modelo la llamada televisión generalista, que se financia con los ingresos publicitarios, cuya disminución fruto del entorno económico actual se vería agravada por una nueva reducción al disponer los anunciantes de un mayor número de canales para difundir sus reclamos.

Tras tres años de encendido digital (las tecnologías analógica y digital conviven desde finales de 2005), la TDT española ha tenido un desarrollo limitado en comparación con otros países del entorno europeo. Así, el porcentaje de hogares españoles que dispone de TDT respecto al total de hogares se acerca al 38% y el número de equipos receptores vendidos en nuestro país ronda los 13,6 millones de unidades, frente al 65% y a los 32,3 millones en el Reino Unido (que, además, dispondrá hasta 2010 para apagar definitivamente). Estos datos muestran a un público reacio a adaptarse a este cambio tecnológico, que los expertos atribuyen a la falta de contenidos para tantos canales, a la baja calidad de los mismos y a la ausencia de servicios interactivos.

Así pues, el panorama es el de un mercado televisivo en proceso de cambio, con numerosos competidores, con una audiencia fragmentada y con serias dificultades para financiar tantos canales con los limitados ingresos de la publicidad. Por todo ello, los agentes implicados se cuestionan la sostenibilidad del modelo actual de TDT español y proponen medidas que proporcionen a los canales de más recursos para llevar a cabo modelos empresariales viables en el nuevo entorno tecnológico y de mercado. A nuestro juicio, un primer conjunto de medidas debe ir encaminado a reconfigurar el papel de las televisiones de titularidad pública en el marco del nuevo modelo de mercado: la reducción del número de canales públicos, el establecimiento de obligaciones de servicio público para los contenidos y la progresiva eliminación del acceso a la publicidad comercial por parte de aquellos -que ya se financian vía presupuestaria-. Un segundo conjunto de medidas debe estar orientado a facilitar a los operadores privados la implantación de nuevos modelos de negocio, principalmente posibilitando que emitan su programación en la modalidad de pago.

Esta modalidad -que ya cuenta con experiencias exitosas en Reino Unido, Francia, Italia, Países Bajos, Suecia y Finlandia- ofrece diversos beneficios. En primer lugar, ampliaría la oferta de contenidos y la libertad de elección entre programas gratuitos en abierto y programas de mayor calidad y atractivo a precios asequibles. En segundo lugar, posibilitaría el acceso de las operadoras de TDT a una fuente de financiación alternativa, contribuyendo a dinamizar el sector, a potenciar la inversión, a estimular la innovación y a generar empleo. Finalmente, coadyuvarían a la creación de una industria nacional que lidere el mercado global de contenidos audiovisuales en castellano, posiblemente nuestro activo cultural y económico más importante.

El vigente marco legal del sector audiovisual -obsoleto, disperso y, en ocasiones, confuso y discordante- carece de una respuesta clara a la cuestión de la TDT de pago. Resulta así una exigencia -conceptual y de seguridad jurídica- alumbrar un texto legal que aúne, actualice y sistematice la ordenación del sector. Sin embargo, sin esperar a dicho texto, resulta aún más urgente adoptar las medidas normativas que habiliten inequívocamente a las operadoras privadas a ofrecer televisión digital de pago. Queda el tiempo justo para transformar un modelo cuestionado en otro competitivo.