

Crítica de libros

Lawrence Erlbaum Associated Publishers 2005

BROWN, A.; PICARD, R.

eds. *Digital Terrestrial Television in Europe*; 1a edición New Jersey: Lawrence Erlbaum Associated Publishers 2005.

ISBN 0-8058-5387-1

por Roberto Suárez Candell, profesor asociado del Departamento de Periodismo y de Comunicación Audiovisual de la Universidad Pompeu Fabra

La implantación de la televisión digital terrestre ha adquirido una relevancia notable en las políticas públicas de comunicación y de sociedad de la información de los países europeos. En este proceso intervienen varios elementos: tecnología, mercado, economía, servicio público y aspectos sociales. Digitalizar la televisión supone para el sector audiovisual una variable más a considerar en su ya larga trayectoria en busca de una identidad, de su razón de ser y de una estructura y modelo relacional que se ajusten a su naturaleza dual, entre la cultura y la industria.

Podríamos decir que la digitalización de la radiodifusión, en este caso de la terrestre, debe considerarse una fase más de los procesos evolutivos propios del medio, como han sido la apertura de los mercados monopolizados, el desarrollo de la oferta multicanal y de pago o bien la aparición de otras plataformas técnicas de distribución como el cable o el satélite.

Ante este proceso de cambio, lo que sí es necesario es la disponibilidad de herramientas de análisis que nos permitan: identificar los principales elementos y fases de la implantación de la televisión digital; acotar las funciones y las posibilidades de la plataforma terrestre (TDT) dentro del conjunto de opciones de difusión, y plantear el rol de varios agentes, públicos y privados, nacionales e internacionales,

que intervienen en esta evolución natural, aunque compleja, de la televisión tal como la conocemos.

Esto es precisamente lo que pretende y consigue este libro editado por Allan Brown y Robert Picard. Hemos encontrado un texto que supera los argumentos tecnológicos y mercantiles que hasta el momento han caracterizado muchos artículos, ponencias o comunicados de prensa que nos intentaban vender la televisión digital terrestre como un artefacto tecnológico fantástico ante el que no podríamos resistirnos. La calidad del texto radica en la tarea realizada por los editores, que han logrado aunar los esfuerzos de probablemente los mejores investigadores europeos en la materia. También hay norteamericanos y australianos, lo cual garantiza que el libro no sea una justificación, por parte de los europeos, de lo que pasa en Europa. Las aportaciones realizadas por los distintos autores quizá ya sean conocidas por aquellos que siguen con detalle la investigación en este ámbito. Sin embargo, encontraremos ideas nuevas y actualizadas, y la combinación de opiniones y puntos de vista proporciona al volumen un nivel de reflexión excepcional.

El libro se estructura en dos partes. En la primera se identifican y analizan los principales temas (*issues*) que dan identidad al proceso de digitalización de la televisión. Son seis capítulos que nos permiten tener una visión clara y precisa de la televisión digital terrestre. La segunda parte del libro nos ofrece los estudios de caso sobre la implantación de esta tecnología en varios países europeos. Cabe destacar, como una señal más de la calidad del texto, que por fin se ha superado la opción de tratar sólo los “grandes” mercados europeos (Reino Unido, España, Francia, Alemania e Italia), y se aportan las experiencias de los países nórdicos, que pueden ser verdaderos referentes en la cuestión de la digitalización (Dinamarca, Suecia y Finlandia). Ambas partes pueden leerse por separado, aunque

quizá sea más idóneo realizar un seguimiento cronológico de los capítulos. Eso irá aumentando nuestro bagaje sobre la realidad de la TDT y los conflictos asociados y nos permitirá obtener una perspectiva más rica de los casos nacionales analizados.

La digitalización se puede considerar un proceso de convergencia en que diferentes fuentes de información adquieren una misma naturaleza (código binario). Eso permite que se puedan combinar y, además, les proporciona independencia de los soportes físicos de almacenaje, distribución o difusión. Como consecuencia, el sector audiovisual supera su lógica de funcionamiento basada en los medios como soporte/canal físico de transmisión de información y evoluciona hacia la lógica de red de recursos con múltiples puntos de acceso a la información. Como fruto de este cambio, las cadenas de valor, las estructuras de los mercados y los ciclos de explotación de los productos audiovisuales evolucionan, cruzándose a menudo. Por otro lado, la digitalización estimula también la globalización de los medios.

Aunque estas ventajas son claras y se han identificado perfectamente y elogiado suficientemente, para Marsden y Ariño, autores del primer capítulo, la digitalización supone unos costes para la ciudadanía. No sólo económicos, sino también culturales. También supone riesgos, como un posible ritmo de digitalización diferente para varios grupos sociales, la llamada “división digital”. Por eso consideran necesaria la intervención pública en el proceso, con el objetivo de que la sociedad de la información no sea solamente un concepto atractivo sino una realidad para todos.

Planteados estos argumentos, Marsden y Ariño introducen los principales obstáculos y conflictos de la digitalización, y sitúan la televisión como elemento central: en primer lugar, se refieren a la percepción real que los ciudadanos tienen de este hecho, más cercana al deseo de acceder a un abanico más amplio de canales que a escoger la tecnología digital por sus cualidades. Además, constatan la asincronía y la asimetría que caracterizan la implantación de la televisión digital en las tres plataformas tecnológicas de distribución más habituales (cable, satélite y terrestre), a las cuales se añade ahora internet (IP-TV). Cada una de estas redes presenta características físicas, condicionantes empresariales y objetivos propios. Los autores sugieren

también prestar atención a cómo las dualidades que caracterizan el sector audiovisual afectan a la implantación de la TDT. Una es la naturaleza pública o privada de los agentes implicados, que determina sus objetivos y formas de proceder. Otra es la dualidad geográfica, con procesos de implantación nacionales y supranacionales al mismo tiempo, hecho que condiciona un avance constante y coordinado. A continuación, analizan con detalle las diferentes posibilidades y tendencias de intervención pública. Estos investigadores apuestan por la renovación de conceptos válidos en el ámbito analógico, pero insuficientes en el contexto digital, que exige medidas que combinen de forma más dinámica y flexible los parámetros técnicos, políticos, económicos y sociales.

El primer capítulo nos ha introducido en el debate que origina el proceso de la digitalización y cómo éste afecta a la televisión, tras lo cual el libro aborda uno de los principales puntos de conflicto o dificultad: las acciones de las instituciones públicas comunitarias. Pertti Näränen realiza un repaso histórico de los hitos de la política audiovisual europea que afectan a la implantación de la televisión digital. Destaca su análisis y crítica de la Directiva 95/47 sobre Normas Técnicas para la Difusión de Televisión. Para este investigador, que la Directiva no determinase con precisión la necesidad de utilizar estándares públicos y abiertos en el ámbito del *middleware* y del acceso condicional ha sido una de las principales causas de la fragmentación tecnológica del mercado europeo y del consiguiente retraso del proceso de implantación de la televisión digital.

Con una perspectiva más amplia, Näränen cuestiona la actitud de no intervención adoptada por las instituciones europeas como resultado del fracaso del proceso de implantación de un estándar para la televisión de alta definición (HDTV) a inicios de los años noventa. Ahora bien, también identifica como responsable de esta falta de interoperabilidad en el ámbito de los contenidos interactivos y del acceso a las ofertas de pago al consorcio DVB (*Digital Video Broadcasting*), que desarrolló su estándar MHP (*Multimedia Home Platform*) con cierto retraso respecto de la evolución del mercado.

Näränen considera que las políticas europeas han cambiado su justificación, que durante los años ochenta era “garantizar el enriquecimiento del bienestar de los

ciudadanos”, por “aumentar la libre elección de los consumidores”. Este hecho condiciona totalmente el desarrollo de la intervención pública sobre la implantación de la TVD, que se produce inicialmente sólo como un salto tecnológico y comercial y olvida la vertiente social.

Siguiendo esta perspectiva pública encontramos la aportación del profesor Hujanen. Su capítulo analiza el papel que debe ejercer el servicio público de televisión en el contexto digital. Es interesante ver cómo introduce este investigador la cuestión desde una perspectiva muy diferente a las voces que anuncian que afrontamos un proceso de cambio total que comportará el fin del servicio público. Para Hujanen, que se cuestiona la validez y las funciones del servicio público es algo propio de su naturaleza. Al menos hay que tener en cuenta que así ha sucedido siempre que el sector audiovisual ha encarado un salto tecnológico o una transformación importante de su estructura o modelo relacional. Por eso sugiere un análisis pormenorizado de la situación, considerando la premisa de que quizá estemos ante la evolución natural del servicio público tal como lo conocemos.

Ante todo, Hujanen recuerda la necesidad de que las instituciones públicas actúen con neutralidad tecnológica. De este modo, no sólo se evitará que se cuestione el papel de la radiodifusión pública terrestre en un mercado digital multiplataforma de libre competencia, sino que quizá también se abrirá las puertas de otros sistemas de distribución al servicio público. Por eso, lo más importante es centrarse en la verdadera esencia del sistema público de televisión: el concepto de servicio (*remit*). Así pues, deben reformularse los objetivos y las funciones del servicio público para adecuarlo a lo que queremos obtener de él. La intervención pública debería estar dirigida a garantizar el acceso universal a las infraestructuras, los contenidos y los servicios en los dos sentidos de la cadena de valor del medio. Para Hujanen, la televisión digital terrestre debe ser, al menos, una inversión pública que asegure continuidad para los ciudadanos. A partir de aquí se puede empezar a pensar en otros objetivos más ambiciosos.

En cuanto a los operadores privados, Allan Brown se encarga de introducirnos en sus problemáticas particulares detallando las dificultades y exigencias que la TDT les plantea. Entre otros, destaca su argumento sobre el aumento de canales que posibilita la digitalización: pese a

ser una oportunidad de acceso al mercado para nuevos operadores, también se puede convertir en un elemento que reduzca notablemente la efectividad de cada canal en lo que se refiere a los niveles de audiencia y de ingresos por publicidad. Eso obliga a replantear los fundamentos económicos del sector. De aquí se puede deducir el escaso interés o falta de acción de los operadores analógicos por migrar al formato digital. Brown realiza un repaso interesante a las coyunturas de cada una de las plataformas tecnológicas de difusión y también reflexiona sobre cuál debe ser la intervención de las instituciones públicas y los gobiernos en cada caso. Destaca su papel como planificadores de la migración y como condicionadores de la actividad privada. El editor cree que la gestión y la concesión de las licencias de emisión es un punto clave para la implantación de la TDT. En Europa no se ha cuestionado su incremento en número, pero en Australia, el país de Brown, la digitalización se ha planteado como una migración meramente tecnológica y no ha supuesto un aumento del número de operadores.

Para Brown, instituciones públicas y operadores privados deben convencerse de que la digitalización de la televisión es algo más que lo que les afecta de manera directa, ya sea en sus tareas de organización y control o de actividad económica. Al digitalizarse, la televisión, como ya había indicado Hujanen, pierde su particularidad tecnológica y pasa a ser un elemento más del “torrente binario”. Por eso, quizá es el momento, no sólo de cuestionar el servicio público, sino la propia entidad social y cultural del medio. Eso sí, más que una revolución o un resultado catastrófico, Brown considera que los parámetros que rigen la actividad del sector no cambiarán drásticamente.

En cuanto a los contenidos y a la interactividad, Jensen revisa los argumentos que, en estos ámbitos, se han asociado a la digitalización. Cuestiona un incremento automático de la actividad del espectador ante la pantalla, ya sea motivado por lo que los contenidos o servicios puedan tener de atractivo o por algún incentivo material. Además, también analiza el proceso de migración de una oferta basada en la programación de flujo hacia un escenario de autoprogramación por parte del usuario.

Con acierto, y por si era necesario, Jensen desmiente una vinculación estrecha y exclusiva entre digitalización e interactividad. Aunque la digitalización incrementa les po-

sibilidades de interacción del medio televisivo, estas posibilidades ya existían en la versión analógica del servicio y en otros medios. Además, destaca el siguiente argumento: la interactividad estará supeditada a las capacidades personales de la persona usuaria más que al propio medio. Aquél que está preparado para utilizar los servicios interactivos los utiliza de forma inconsciente. Aquéllos que no los utilizan porque no tienen las competencias necesarias pueden caer en el desinterés. Indica que el modelo de interacción de internet puede ser un referente para tomar ejemplo, eso sí, siendo conscientes de las notables diferencias entre los usos de la red y de la televisión.

Jensen se cuestiona cuál es el verdadero interés de la interactividad: ¿sus posibilidades creativas? ¿Las sociales? ¿Quizá las económicas? Afirma que es fácil racionalizar los argumentos y, por tanto, hacer las preguntas sobre este tema en ambos sentidos, sólo así podremos averiguar hacia dónde se dirige el proceso de implantación.

Profundizando en esta vertiente social hallamos la aportación de Robert Picard, que cierra la primera parte del libro. El reconocido investigador inspecciona, sin dejar de lado la perspectiva de la economía de los medios en la cual está especializado, cuáles son los principales asuntos sociales a considerar cuando hablamos de televisión digital terrestre. Su objetivo es establecer vínculos entre estas áreas de investigación, que a menudo se presentan bastante distanciadas tanto en lo que se refiere a objetos de estudio como a metodologías. Para Picard, la digitalización obliga a incluir los aspectos sociales en la estrategia económica y empresarial, ya que son los ciudadanos, en calidad de espectadores, de usuarios o de clientes, según la ocasión, los que validan los esfuerzos realizados a lo largo de toda la cadena de valor del sector audiovisual.

Introduce y desarrolla el concepto de los costes que la digitalización exige a la ciudadanía; no sólo económicos, sino, como habíamos dicho, también temporales y educativos. Además, destaca la importancia de conocer las aspiraciones y necesidades que los espectadores intentan satisfacer a través de la televisión. Debe valorarse en qué medida estaban ya cubiertas por la oferta analógica, cómo se pueden ofrecer opciones más enriquecedoras con la oferta digital o bien cómo crear también necesidades nuevas. Picard cree indispensable tener muy claros cuáles

son los elementos que condicionan la demanda de televisión digital, de la difusión terrestre en este caso: la relación calidad/cantidad/precio de la oferta, las inversiones en infraestructuras y equipamientos domésticos, la sencillez de los aparatos electrónicos y sus interfaces, etc. En definitiva, el investigador propone un análisis que permita situar la TDT de manera diferenciada del resto de plataformas tecnológicas y con unos argumentos propios para llegar a ser una opción útil para el usuario.

Picard considera que hasta el momento han sido los gobiernos y los agentes del sector (fabricantes, operadores, etc.) los que han promovido la implantación de la televisión digital en Europa. Quizá ha llegado el momento de que estos agentes se den cuenta de que el éxito social y económico del proceso radica en invertir esta tendencia y conseguir que sean los ciudadanos quienes pidan la televisión digital. Por este motivo, cree que hay que continuar o quizá iniciar líneas de investigación que identifiquen los verdaderos motivos de la migración hacia lo digital desde las diferentes perspectivas del proceso (social, económica, política y tecnológica).

Estos seis capítulos constituyen la primera parte del libro que, como habíamos indicado, tiene el objetivo de ofrecer una radiografía sistemática de las principales cuestiones y problemáticas que caracterizan y conforman el proceso de implantación de la televisión digital terrestre. En la segunda parte del libro encontramos el estudio de caso de ocho mercados europeos.

Para cada estado los autores ofrecen una amplia descripción histórica que nos permite ver cómo se ha llegado a la coyuntura actual y entender las características de su mercado de televisión digital, con especial atención para la difusión terrestre. Se recogen tanto las acciones públicas como los movimientos y las estrategias empresariales. Por eso, esta parte del libro se constituye como una herramienta muy valiosa para quien quiera tener una perspectiva general de lo que ocurre en Europa o bien para los interesados en entender la situación particular de los estados miembros analizados. En estos capítulos se identifican cuáles han sido los principales obstáculos, errores o aciertos de los procesos nacionales de migración. También se apuntan los problemas y los retos de futuro más importantes para cada caso. El libro acaba con unas conclusiones generales compiladas por los editores.