La batalla por la televisión digital está servida

POR **SUSANA BLÁZQUEZ**

El desembolso español en la TDT será de 10.000 millones de euros, que se sumarán a los 250 ya gastados por los operadores en red, hasta 2010. En ese año se producirá el apagón analógico, y a cada hogar llegarán de 28 a 32 programas digitales terrenales, con calidad digital de imagen y sonido, y aplicaciones interactivas. Los contenidos serán la clave del éxito de la TDT.

Octubre de 2005 es la fecha para el inicio de la emisión de las televisiones digitales. La industria quiere el acelerón en la televisión digital para alcanzar cuando antes una situación que justifique la compra de los nuevos televisores, y ha pedido que RTVE Digital lidere la nueva tecnología. Mientras tanto, los concursos para las concesiones de los programas digitales locales y autonómicos siguen su curso. Al final habrá más de 1.100 programas de TDT en toda España, una gran parte de ellos sostenidos económicamente por las administraciones locales.

Desde el pasado mes de enero se han empezado a poner en marcha los programas autonómicos, mientras que el Gobierno quiere el inicio de las emisiones nacionales para otoño, y de las locales entre agosto de 2005 y enero de 2008. «Con estas medidas se pretende que a finales de 2005 lleguen a cada hogar 22 programas en TDT en abierto y gratuitos», según Jesús Banegas, presidente de AETIC (www.aetic.es).

Para Jorge Pérez, coordinador del grupo de expertos GAPTEL, patrocinado por *Red.es* (www.red.es), «la TDT tiene una ventana de oportunidad que puede estimarse en un periodo de 6 años. Transcurrido este periodo, las mayores opciones de interactividad e integración de servicios que llegará a ofrecer la opción de televisión digital sobre banda ancha y la madurez de esta oferta harán perder atractivo a la oferta de TDT. Un mayor retraso en el lanzamiento de la TDT podría cuestionar su viabilidad».

Fundación Telefónica
Telefónica

Los estudios realizados por expertos coinciden en afirmar que la TDT española deberá seguir el modelo analógico, gratuito, en abierto y financiado por la publicidad, que llega a más del 95 por ciento de la geografía española. Todo apunta a que la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones recogerá este modelo para plasmarlo en el Plan Técnico Nacional de TDT que debe aprobarse antes del verano, y que modifica al de 1998. Jorge Pérez indica que «en el modelo de TDT no tienen cabida ofertas de pago con cuotas, pero sí deben tener cabida contenidos de pago y modelos de pago por eventos. La experiencia multicanal en abierto de la TDT debe consolidarse como un paso importante en la evolución del sector a nuevas formas de televisión».

Modificaciones legislativas, reasignación de frecuencias, resolución de concursos y fomento de la compra de equipos digitales son las asignaturas pendientes que el sector audiovisual debe realizar para que el apagón analógico sea una realidad en 2010. Por encima de todo, los contenidos serán los responsables del éxito de la TDT española, para que no se quede en una simple migración del modelo analógico.

La lluvia digital

En el nuevo Plan Técnico de TDT, que al cierre de esta edición aún no había sido aprobado, habrá una reordenación de frecuencias que permitirá a los programas nacionales dar imagen digital, sonido Dolby e interactividad. En el plan se recogería el deseo de que la televisión pública sea el motor de la televisión digital terrenal, por lo que se le asignarían ocho programas. Por su parte, *Tele 5, Antena 3* y *Canal+* obtendrían dos programas digitales, con lo que quedarían repartidos los 14 programas que *Quiero TV* dejó vacantes en su cierre.

Expertos e industria quieren que RTVE Digital sea el motor de la TDT. Jorge Pérez opina que «en el papel de agente impulsor de la TDT, España se debate entre la televisión pública, cuya elevada deuda limitaría su capacidad de invertir en nuevos contenidos, y los actuales concesionarios de canales privados, cuya cómoda posición de ingresos y cuenta de resultados, resta interés real en impulsar una opción tecnológica que permitirá la entrada a nuevos agentes. La asignación de los canales nacionales de *Quiero TV* debe asociarse con unos compromisos muy claros por parte de los concesionarios».

La televisión pública está dispuesta a tirar de la TDT. «Además de emitir en digital los dos programas de *TVE 1* y *La Dos*, producimos otros cinco programas digitales que se distribuyen por redes de cable de casi toda América, en Alemania, Francia, Gran Bretaña y otros países europeos. Con ellos podemos asegurar una programación de interés general no competitiva con los actores comerciales. En el mes de octubre queremos emitir estos siete canales digitales, más otro infantil/juvenil, lo que servirá de locomotora para la TDT. No hemos contemplado por ahora la publicidad ni hacer pago por visión porque queremos diferenciarnos con contenidos de servicio público», explica Eladio Gutiérrez, Director de RTVE Digital (www.rtve.es).

Maurizio Carlotti, presidente de *Antena 3* (www.antena3tv.com), está en contra de la concesión de ocho programas nacionales digitales a *RTVE Digital*, opinión compartida por *Tele 5*. Lo más

Fundación Telefónica
Telefónica

razonable es que el nuevo escenario digital ofrezca una oferta grande de programas libres gratuitos, tanto temáticos como generalistas, con contenidos que funcionarán en pago por visión. Tele 5 ha dicho que apostará por el pago por visión, y es razonable que Antena 3 también lo haga.

Veo TV y *NET TV* son los únicos programas digitales nacionales y sin desconexiones que emiten en España. Ambos han reducido la obligatoriedad de su cobertura de un 80 a un 25 por ciento de la población para aminorar sus pérdidas por la falta de ingresos publicitarios, mientras aumenta el parque de televisores digitales.

Entre los canales 57 y 65 se han dado los programas regionales que otorgan las comunidades autónomas, y que en el reparto de frecuencias pidieron en su día a la administración central. *Telemadrid, La Otra, Quiero* y *Onda Seis* son los canales madrileños. *Popular TV* y Vocento, los riojanos. Grupo Prisa y Canal 4, los navarros. Cataluña tiene cuatro programas para el Grupo Godó, y otros cuatro para la Corporación Catalana de Radio y Televisión, que los ocupa con *TV3* y *Canal 33*, programas que ya emite en analógico, y con las nuevas digitales, *K3* y *Canal Pilot*. La corporación catalana quiere tener la posibilidad de realizar desconexiones, y está en conversaciones con la administración central para ver si las desconexiones se realizarán en cada una de las cuatro provincias, o por veguerías como quiere la administración de la comunidad.

El resto de los catorce programas públicos analógicos que ahora se emiten en ocho comunidades autónomas tienen, por ley, los correspondientes programas digitales, con lo que quedará cerrada la oferta digital de programas de comunidades porque ninguna ha pedido nada más. En total habrá más de 1.100 programas de televisión en toda España, al sumar la oferta de las locales.

La distorsión analógica

En medio de este complicado panorama, Sogecable, *holding* audiovisual de Prisa, que ha pedido al Gobierno poder emitir en abierto las 24 horas/día, podría iniciar sus emisiones en pocos meses Sogecable ha decidido emitir los programas de Canal Plus solo por satélite, por lo que quedaría libre la red terrestre analógica que ahora utiliza. La autorización a *Canal* + de emitir en abierto podría ser complementada con la concesión de otro programa analógico nacional.

En la legislación aprobada sobre TDT se retiró el límite de tres cadenas analógicas nacionales en abierto, y el Presidente Rodríguez Zapatero ha dicho al Congreso que «si hay más posibilidades técnicas, puede haber nuevas licencias de televisión analógica».

La concesión de nuevos canales analógicos sería sin embargo contestada por *Veo TV* y *NET TV*, que tienen sendas concesiones de televisión digital y han pedido asimismo emitir en analógico.

Fundación Telefónica
Telefónica

Sin embargo, la industria de las telecomunicaciones y del multimedia no está a favor la posible concesión de programas analógicos, «porque confundiría al espectador, y mermaría su interés por pagar por los descodificadores o los televisores digitales», según Jesús Banegas.

Europa y el retraso español

A pesar de que España fue, junto con Gran Bretaña y Finlandia, uno de los creadores de la tecnología digital terrena, el fracaso de *Quiero TV* en junio de 2002 la ha llevado a la cola europea en cuanto a implantación de esta tecnología, porque no realizó la concesión inmediata de los 14 programas vacantes. Desde entonces se mantiene la oferta de *Veo TV* y *NET TV*, así como de algún programa digital en abierto regional con escasa audiencia e impacto.

La plataforma de pago británica fracasó en la misma época que la española, pero el gobierno realizó una inmediata concesión de la licencia a la plataforma Freeview. Se trata de una marca comercial creada para la explotación de la licencia de TDT formada por la *BBC, BskyB*, que es el operador privado más importante, y Crown Castle, operador de difusión de red. Esta marca ha realizado una oferta de contenidos, formado por canales gratuitos de radio y televisión, y una serie de servicios interactivos, que ha culminado en éxito. Gran Bretaña alcanzaba por esta vía 6,4 millones de hogares de hogares con TDT a fin de 2004, lo que representa el 35,6 por ciento de los hogares británicos, y en las pasadas navidades se vendieron 190.000 terminales digitales semanales, entre descodificadores y televisores.

El lanzamiento de la TDT en Italia ha respondido a la necesidad de solucionar el problema de concentración del sector audiovisual en manos del grupo Mediaset, para acallar las manifestaciones contrarias a este hecho por parte de la Comisión Europea. El modelo italiano es mixto, con canales en abierto, y contenidos de pago por visión. Tienen casi dos millones de descodificadores digitales, que permiten la realización de pago por visión con tarjetas similares a las de telefonía móvil, que se recargan en el estanco. Mediaset, la cadena de Berlusconi, y Telecom Italia, cada uno de los cuales tiene cuatro programas digitales, tienen pago por visión, opción no realizada por la RAI, que tiene ocho programas. El apagón analógico italiano está anunciado por ley para el 2006, pero no será posible para todo el país de modo simultáneo, y comenzará por zonas, como Cerdeña y el Valle de Aosta.

En Francia se ha seguido un modelo de plataforma mixta en abierto y de pago. La oferta en abierto se ha puesto en marcha en marzo de este año, mientras que la oferta de pago lo hará en el próximo mes de septiembre. En total sumarán 28 canales, y está previsto que alcancen el 65 por ciento de cobertura en septiembre.

Alemania ha partido de una escasa penetración de la televisión analógica terrestre. En agosto de 2003 se produjo la transición de esta tecnología a la digital en Berlín, comenzando con la emisión de 24 programas, y un apagón inmediato y total. Han identificado el modelo de negocio de TDT con la potente industria alemana asociada al sector del automóvil, explotando las posibilidades de recepción móvil y portátil que posibilita esta tecnología. Gracias a ello, la industria de automoción ha lanzado un importante catálogo de equipos de recepción para los coches.

Fundación Telefónica
Telefónica

En Finlandia hay 550.000 hogares con TDT, siendo el país europeo con una tasa de penetración porcentual más elevada. En Suecia hay 375.000 terminales TDT, operando con un modelo de pago denominado Boxer.

La tarta publicitaria

Los casi 2.700 millones de euros de la tarta publicitaria que asume la televisión se deberán repartir entre los nuevos canales. Ahora queda publicidad fuera de la televisión, dadas las limitaciones legales, pero será difícil que los 28 a 32 programas que haya en cada ciudad puedan vivir de la publicidad. Fernando Pardo, consultor de PriceWaterhouseCoopers (www.pwc.com), evalúa en ?seis euros por habitante y año?, los ingresos publicitarios que generarán las televisiones locales en los grandes núcleos de población. Durante los primeros años, los nuevos programas nacionales y autonómicos sólo vivirán de la tarta, mientras que los locales se nutrirán de una pequeña parte de la tarta y de los nuevos anunciantes locales.

Queda por despejar la incógnita de los ingresos procedentes de la interactividad y del pago por visión, aunque no serán muy abultados dada la resistencia española a pagar por ver televisión y bajarse contenidos de Internet. Fernando Pardo recomienda «no poner un céntimo de más en la interactividad hasta que no se clarifique el mercado».

La Ley de Televisión Local prohíbe a las locales realizar acuerdos para emitir en cadena, y las obliga a dar 32 horas de programación original referida a la localidad en *prime time*. «Ambas condiciones dificultan la viabilidad de las locales. Los valencianos han decidido unirse para comprar programas, con lo que sindicarán la programación y podrán ofrecer al mercado publicitario una oferta que tendrá mucho más público que el de su sola demarcación», explica Fernando Pardo.

El sector multimedia lucha por el nuevo negocio, que en muchos casos, se traducirá en poder y no en pesetas. Según Maurizio Carlotti, «*Antena 3* gasta un millón de euros al día. ¿Alguien se ha preguntado si más de 1.000 nuevas licencias tienen sentido? En seis meses estarán muertas o dependiendo de alguien con intereses». El futuro inmediato abrirá las puertas a una guerra cruenta, que puede terminar con una reordenación natural del sector, tal y como sucedió con las primeras oleadas de concesiones de la radio en FM.

Fundación Telefónica
Telefónica