La TDT en la televisión de proximidad

POR **ROSA MARÍA SÁINZ PEÑA**

Editorial Editorial Netbiblo. Marcial Murciano Martinez (Director). Javier Marzal y Andreu Casero (Editores). *El desarrollo de la televisión digital en España*
Oleiros (La Coruña), 2007

Media década después del nacimiento de la televisión en España, el medio se encuentra inmerso en un profundo proceso de transformación, motivado fundamentalmente por el desarrollo de las telecomunicaciones y la progresiva digitalización de las tecnologías audiovisuales. Este proceso afecta tanto a la estructura empresarial como a los contenidos, audiencias y hábitos de consumo.

En el libro *El desarrollo de la televisión digital en España*, se recogen las aportaciones de las conferencias presentadas en los cursos de verano de la Universidad Jaume I de Castellón sobre El desarrollo de la televisión digital en España, y que son fruto de diferentes trabajos realizados dentro del proyecto de investigación *Análisis de la continuidad televisiva y radiofónica: los nuevos discursos publicitarios emergentes,* estudio dirigido por el profesor Javier Marzal Felici durante el período comprendido entre 2004-2007.

A lo largo de la historia de la televisión, se han ido produciendo acontecimientos que de un modo u otro han marcado hitos en su evolución, tanto desde el punto de vista tecnológico como de los contenidos y las audiencias. Si el nacimiento del segundo canal o el paso del blanco y negro al color marcaron una etapa, con la llegada de las televisiones autonómicas se amplió el espectro televisivo y con el nacimiento de la televisión privada se abrió la posibilidad de contar con más canales y contenidos, ahora el gran reto viene marcado por el llamado ?apagón analógico?, por el paso a la Televisión Digital Terrestre (TDT), con todo lo que significa la digitalización en cuanto a transformación radical del medio.

En la obra se analiza de forma minuciosa y analítica lo que significan estos cambios dentro del panorama televisivo español, en el ámbito local y autonómico y cómo afectan y transforman la

Fundación Telefónica
Telefónica

situación de los contenidos audiovisuales y los servicios interactivos que surgen como consecuencia de las nuevas posibilidades y ofertas que va a facilitar la TDT.

La digitalización es un largo proceso no concluido todavía y que cuenta con fases previas. Una primera en la que ha primado la implantación de fórmulas basadas en la televisión de pago para la transmisión de contenidos y servicios televisivos (satélite, cable o ADSL). Posteriormente, la TDT marca el segundo momento de expansión de la digitalización televisiva, con la multiplicación de la oferta de televisión en abierto, el desarrollo de un mayor número de contenidos y formatos. Todos estos cambios van a tener un impacto directo en la organización del mapa audiovisual, tanto en España como en el resto de los países.

Nueva cartografía del mapa audiovisual

El libro se articula en torno a tres grandes bloques: Estructuras, Contenidos y Servicios, y Audiencias y Consumos. En cada uno de ellos se analizan los escenarios y las problemáticas específicas.

En el primer apartado, las *Estructuras*, se estudian los cambios que se producen en la estructura del sistema televisivo español por la aparición de la TDT, analizando la cobertura autonómica y ofreciendo una visión de conjunto de los cambios que implica la digitalización en la organización del mercado televisivo en nuestro país; así se hace un recorrido por el mapa de la TDT local y autonómica.

Como trabajo de campo se incluyen estudios sobre la introducción de la Televisión Digital Terrestre en varias Comunidades Autónomas (Cataluña, Galicia, Madrid, Valencia). Para concluir esta parte se hace una aproximación histórica y un recorrido por la regulación digital terrestre, en el que se incluye el Plan Técnico Nacional de la TDT, la Ley General Audiovisual, El Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Local y un repaso por la regulación internacional de paises como Reino Unido, Italia, Francia o Alemania.

El segundo bloque hace referencia a los *Contenidos y Servicios.* Aquí se exponen las posibilidades que ofrece la multiplicación de la oferta de televisión en abierto, el desarrollo de muchos más contenidos y formatos de programas que ahora van a utilizar herramientas interactivas ofrecidas por la tecnología digital y que darán lugar a nuevos hábitos de consumo televisivo basados en la interactividad y que no necesariamente significan innovaciones en los géneros y formatos. Esta nueva forma de consumo televisivo va a alterar los sistemas de financiación de las empresas televisivas como consecuencia directa de la fragmentación de las audiencias, lo que implica cambios en la programación y transformaciones en la publicidad. En esta segunda parte se recoge la primera experiencia de TDT puesta en marcha en España con la plataforma de pago, *Quiero TV*, operativa entre los años 2000 a 2002.

Por último, la tercera parte, relativa a *Audiencias y Consumos* en la televisión digital, recoge estudios realizados por diversos investigadores en los que se abordan entre otros aspectos, los relativos a cómo la audiencia está viviendo la digitalización de la televisión, las expectativas

Fundación Telefónica
Telefónica

generadas, el estudio de la identidad corporativa de las cadenas televisivas en el nuevo proceso como elemento diferenciador y generador de marca frente a la multiplicación de canales.

En el libro se realiza un análisis fundamental y un interesante recorrido por las transformaciones experimentadas por la televisión digital en España, proceso que requiere de un seguimiento intenso por sus cambios constantes y por estar en plena expansión.

Esta visión analítica supone una guía que facilita el camino para entender la evolución y apuntar por dónde puede ir el devenir de un medio, que constituye nutriente básico en la *dieta mediática* de los españoles y que se encuentra inmerso en una realidad dinámica, compleja, en constante ebullición y cambio permanente.

Fundación Telefónica
Telefónica