



Televisión digital, un debate de espaldas al público

Descripción

¿Cuál es el argumento de esta telenovela? Por lo visto, la televisión digital es una muchacha agraciada, y sobre todo buen partido, que acaba de llegar a España y a la que rondan muchos y poderosos pretendientes. Andan todos tan enamorados de ella que le compran costosos regalos - como los derechos de retransmisión del fútbol- y discuten acaloradamente a través de los medios de comunicación que controlan. Algunos aspirantes, ante la perspectiva de no conseguir los favores de la bella joven, están dispuestos a compartirla. Si ella se deja, claro, y si el resto de los pretendientes consienten este *ménage a trois* más o menos escandaloso. También hay que contar con el beneplácito del tutor de la heroína. Responde al nombre de Gobierno de la nación y tiene el ojo puesto en algunos candidatos, a los que estimula para que se unan en una plataforma sólida y luchen por la mano de su ahijada. Ésta es la versión de los guionistas.

Como culebrón político-económico suena bien. Quizá demasiado bien. Sin embargo, faltan algunos elementos para que al principio de la emisión pueda colgarse el letrero de «esta historia está basada en hechos reales». Para empezar, hay que introducir algunas tramas paralelas y bastantes personajes secundarios. Pero, sobre todo, conviene emitir cuanto antes el capítulo final del culebrón y destapar así el gran secreto que oculta la protagonista: su nombre completo es «televisión digital por satélite».

A partir de esta sorprendente revelación, la serie da un giro de 180 grados. Los espectadores descubren entonces que la televisión digital por satélite pertenece a la gran familia de la televisión digital de pago y, por tanto, comparte su fortuna y belleza con varias hermanas. De hecho, la televisión por cable, la televisión a través de microondas e incluso la televisión por ondas terrestres son tan ricas y guapas como la televisión por satélite. O más. Pero el asunto no acaba aquí, pues varios personajes de la telenovela afirman que los guionistas pretenden ocultar esta información a los televidentes españoles...

La historia ya no suena tan bien. Hay demasiada confusión, demasiada pregunta sin respuesta, demasiada lectura entre líneas y, sobre todo, demasiada desconfianza hacia los autores del relato. El seguidor de la serie no puede menos que sentirse decepcionado y desorientado.

Quizá el problema radique en que éste sea un mal culebrón, un producto de poca calidad. O quizá es que, en esta ocasión, conviene buscar otro género narrativo más adecuado. El melodrama desafortunado por entregas puede resultar entretenido e incluso fascinante, pero no pretende ser un fiel reflejo de la realidad. Para eso, para captar la realidad y sus matices, ya están los reportajes de investigación, los documentales al estilo del *cinema vérité* o los largometrajes del neorrealismo italiano. En definitiva, se

impone la necesidad de adoptar un ángulo de visión menos interesado sobre la televisión digital, una perspectiva diferente que incluya todos los elementos significativos para los ciudadanos y/o consumidores.

Qué se le puede pedir a la televisión digital

El primer elemento que se echa en falta es una presentación de la familia digital al completo: cable, microondas, satélite y terrenal. Aunque el clan comparte varios rasgos genéticos básicos (o sea, la tecnología digital), todos los miembros tienen personalidad propia y constituyen infraestructuras de transmisión de la televisión claramente diferenciadas. A partir de la descripción de sus virtudes y defectos, el usuario español puede decidir qué sistema le resulta más conveniente. Si es que decide que le conviene alguno.

Vayamos por partes: ¿qué es la tecnología digital y qué aporta al mundo televisivo? La televisión digital supone una clara mejora con respecto a la televisión analógica que funciona hoy. Una mejora en calidad y especialmente en cantidad. El nuevo sistema digital permite transmitir las señales televisivas por *bits*, de manera que la imagen y el sonido llegan al espectador con la misma calidad que tenían originalmente. Nada se pierde por el camino. Es algo similar a lo que supuso en el terreno musical el paso del disco de vinilo al disco compacto.

Por otro lado, la tecnología digital reduce considerablemente el espacio que ocupan las señales televisivas en su transmisión. Es decir, por donde ahora pasa un único canal de televisión analógica, caben hasta diez canales digitalizados. Se multiplica el número de canales y se amplía la capacidad de elección del espectador dispuesto a pagar por todo lo que consuma, pues la televisión digital es siempre televisión de pago. Ahí está el negocio. Los promotores de la televisión digital agrupan en paquetes las llamadas programaciones temáticas o especializadas: canales de deportes en general o de un deporte en particular, canales con los últimos estrenos cinematográficos o de cine clásico, canales de películas del oeste o policíacas, canales de teleseries y telenovelas, canales infantiles, canales de noticias, canales con información meteorológica, canales de cocina y de bricolaje, canales de música, canales de documentales, canales de educación a distancia, etcétera. Los únicos límites son los de la imaginación y, por supuesto, los de la tarjeta de crédito.

Además del aumento de la calidad y la cantidad de la oferta audiovisual, la tecnología digital posee un tercer atractivo importante: la interactividad. En el sistema de televisión actual, el sistema analógico, el espectador recibe mensajes pero no puede emitirlos. En cambio, la televisión digital permite la comunicación de ida y vuelta, de manera que el usuario también puede remitir señales para ver un programa especial o para pagar un producto determinado. Por tanto, la interactividad constituye el rasgo verdaderamente diferenciador entre la televisión digital y las ofertas multicanal que funcionan desde años en buena parte del mundo y también en España.

Quién es quién en el universo digital

Sin embargo, no hay una única infraestructura para la transmisión y recepción de televisión, sea analógica o digital. Tal como se ha comentado, la familia está formada por cuatro miembros, dotados de manera desigual para cumplir su triple misión: mejor imagen y sonido, más cantidad e interactividad. Los expertos en el universo digital establecen una gradación entre los cuatro sistemas según sus posibilidades y su calidad: cable, microondas, satélite y terrenal.

Sin lugar a dudas, el cable digital merece ocupar el primer puesto en esta ronda de presentaciones tanto por su capacidad como por su altísimo nivel de interactividad. Las redes de banda ancha que ya se están construyendo en algunos puntos de España, y las que se construirán en el futuro, constituyen las verdaderas superautopistas de la información que tantos ríos de tinta hacen correr. La razón radica en el enorme potencial de la fibra óptica para integrar tres tipos de servicios que hasta ahora recorrían caminos diferentes: los servicios de voz (telefonía), los servicios de datos (Internet a alta velocidad, bases de datos) y los servicios de ocio o entretenimiento (decenas de canales de televisión, radio y videojuegos). Es decir, las redes de banda ancha significan para el usuario el acceso a nuevos servicios y a servicios ya en oferta pero en mejores condiciones o en competencia. El cable es como esas actrices sólidas y flexibles a la vez, que siempre están bien en escena, que dominan un amplio repertorio y que, por todo ello, merecen un papel estelar en el proceso de implantación de la televisión digital en España.

La única pega de las redes de fibra óptica en relación con otros sistemas, como el satélite, es que requieren un elevado volumen de inversiones y, en consecuencia, un periodo de amortización más largo hasta que el negocio produce beneficios. Por la misma razón, el alto coste de instalación de las redes, el cable resulta rentable cuando se extiende en áreas urbanas densamente pobladas y cuando puede ofrecer a sus abonados un abanico amplio de los servicios antes citados. La televisión actúa como banderín de enganche, pero no basta para alcanzar la rentabilidad.

Un apunte final sobre el cable: la regulación de este sector en España desencadenó hace solo año y medio un drama similar al que ahora protagoniza la televisión digital por satélite. De hecho, ambos culebrones cuentan casi casi con los mismos actores y guionistas, se desarrollan en parecidas claves de pugna político-empresarial y, desgraciadamente, se mantienen igualmente alejados del interés del usuario.

Las microondas ocupan el segundo lugar en el *ranking* de las vías de transmisión de televisión digital. Su nombre técnico responde a la sigla LMDS (Sistema de Distribución Multipunto Local), pero también se las conoce coloquialmente como el cable sin cable o cable inalámbrico. El sistema de microondas u ondas electromagnéticas de alta frecuencia se ha utilizado en Estados Unidos durante años como alternativa o precedente de las redes de cable, pero la idea de incorporar la tecnología digital procede de una empresa de telefonía celular de Manhattan. Aunque la versión digital de las microondas aún está en fase de pruebas, se calcula que tendrá capacidad para cerca de 150 canales y que permitirá un buen nivel de interactividad.

A continuación, en tercer lugar, se sitúa la televisión por satélite. El sistema analógico actual, las conocidas parabólicas, también va a ser sustituido por el satélite digital. De hecho, constituye un buen sistema de televisión, apto para transmitir unos 150 canales, de rápida implantación y capaz de competir con el cable en ciertas circunstancias. Otro punto a su favor es que, gracias a las empresas que promueven este negocio, en la opinión pública española ha calado el error de identificar televisión digital con televisión digital por satélite.

Sin embargo, pocas veces salen a la luz sus desventajas y es que, en comparación con el cable de fibra óptica, el satélite digital no es interactivo: puede serlo, pero con muchas limitaciones y normalmente por otras vías como el teléfono. Por otra parte, hay que tener en cuenta que la televisión digital por satélite se consume de manera muy individualizada, mientras que más de dos tercios de la población española vive en ciudades y en comunidades de vecinos: en este contexto la instalación

individual conlleva un problema de estética urbana, por la proliferación de antenas parabólicas, y un problema económico, pues el usuario no comparte con nadie el gasto que realiza para recibir las señales. Además, este sistema se adapta menos a los nuevos servicios que puedan ir apareciendo. Por eso, no tiene sentido afirmar que el futuro es la televisión digital por satélite que se dirige directamente al abonado. En todo caso, puede ser el presente o el futuro a muy corto plazo.

Por fin, y a cierta distancia de sus otras tres congéneres, aparece el último miembro de la familia digital: la televisión terrestre o por ondas de radio terrenales. *Grosso modo* se puede definir como la pariente pobre porque, según las pruebas que se están desarrollando también en nuestro país, solo tiene capacidad para transmitir una veintena de canales.

No hay nada escrito

Una vez presentadas las opciones de transmisión digital, cabría pensar que ya está todo dicho, que la mejor tecnología dominará necesariamente tanto en el mercado como en la arena política. Por el contrario, algunos ejemplos recientes recuerdan que el determinismo tecnológico no es una teoría aplicable siempre y en todo lugar. Sin ir más lejos, ahí está el mercado del vídeo doméstico en el que se ha impuesto el estándar de menor calidad tecnológica, el VHS, pero el más barato y accesible para el consumidor. En otras ocasiones, el factor que desequilibra la balanza a favor de una tecnología concreta es la adopción de una u otra política pública sobre el sector en cuestión. De todos modos, lo habitual es una mezcla de ingredientes tecnológicos, económicos y políticos, en proporciones diferentes según los casos.

Por estas razones y porque las empresas españolas se mueven aún en un entorno de incertidumbre jurídica y política, resulta difícil hacer previsiones a corto y medio plazo sobre el desarrollo de la televisión digital en España. Se han producido demasiados cambios de fortuna en poco tiempo como para descartar cualquier posibilidad. No obstante, entre los diferentes sectores empresariales implicados, sí hay coincidencia en el desenlace final de la historia. En el plazo de diez años, el cable de banda ancha será la verdadera estrella del mercado español, gracias a la revolución conceptual que significa la integración de los servicios de televisión en el mundo de los servicios de telecomunicaciones. El satélite digital también tendrá un hueco en el escenario, siempre que no establezca una relación de competencia con el cable para llegar directamente a los hogares. Es decir, siempre que se convierta en el complemento de las redes de cable, en el sistema utilizado por el cable para recibir las señales de televisión que luego distribuirá a sus abonados.

Más allá de la tecnología

El análisis de las opciones tecnológicas resulta imprescindible para reubicar la discusión que capitaliza buena parte de la agenda política y de la agenda mediática en España. Sin embargo, no basta superar el desconocimiento de las tecnologías disponibles para convertir en verdadero debate público lo que hasta ahora es un mero debate con público. Se puede decir que es condición necesaria, pero no suficiente. Si que quiere devolver al consumidor el papel protagonista que le corresponde, los análisis de tipo global deben ir acompañados de al menos dos elementos más: el debate sobre los contenidos y el debate político de fondo.

El debate sobre los contenidos de la televisión digital brilla por su ausencia. Un fenómeno sorprendente si se tiene en cuenta que los contenidos -la televisión, pero en el caso del cable también la telefonía y los servicios de datos- son los productos que va a comprar el usuario. Ni más ni menos

que el motor del negocio. De ahí que convenga recomendar a las empresas de comunicación algo obvio: en primer lugar, que pregunten al usuario español qué le interesa y a qué precio le interesa y, después, que elaboren su oferta multicanal y/o multiservicios a partir de esas demandas. Se buscan contenidos de calidad y en régimen de competencia.

Alguien puede objetar que sí se está hablando mucho de contenidos, en referencia al fútbol español televisado. Pero sucede más bien lo contrario, ya que la artificiosidad de la polémica sobre la televisión digital proviene en buena parte de la necesidad de rentabilizar los derechos de emisión del fútbol español. O sea, el más difícil todavía: montar una actividad comercial a partir de la oferta y de espaldas a la demanda.

En cuanto a la necesidad de abordar el desarrollo de la televisión digital desde el punto de vista político, también habrá quien afirme con cansancio que no se ha hecho otra cosa desde que comenzó la polémica. Sin embargo, la politización de la que ha sido objeto la televisión digital se ha centrado una vez más en cuestiones periféricas al interés los ciudadanos. En concreto, las repercusiones políticas de la batalla que sostienen los grupos multimedia para ocupar el escaso mercado español de la televisión de pago.

En todo caso, y por muy importante que se considere el interés económico de las empresas en liza, están quedando sin respuesta otras cuestiones de mayor calado político para la sociedad: ¿Resulta excesivo o insuficiente el nivel de intervención del Estado en este sector económico y cultural? ¿Tiene el Gobierno español una política coherente con respecto al mercado audiovisual y de las telecomunicaciones? ¿La tiene la oposición parlamentaria? ¿Qué papel desempeña el derecho a la información en la regulación de los nuevos desarrollos comunicativos? Ahí sí hay materia de debate.

Fecha de creación

29/05/1997

Autor

Teresa Domingo