

**Congreso Internacional de Comunicación**

***Los desafíos de la televisión pública en Europa***

**"LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE Y SU INFLUENCIA EN LOS  
PLANTEAMIENTOS DE PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA"**

**Tatiana Millán Paredes y Soledad Ruano López**

tamillan@unex.es & solruano@unex.es

*Tatiana Millán Paredes es Doctora en Ciencias de la Información y Diplomada en Sociología, está especializada en el estudio de las nuevas tecnologías digitales aplicadas a la televisión, en sus consecuencias comunicativas y sociológicas, y en los procesos de convergencia multimedia. Autora de los libros: "Grandes espacios tecnológicos & Grandes vacíos televisivos" y "Del Jeroglífico al Emoticon: Formas de comunicación y escritura". Ha impartido cursos y conferencias sobre estos temas en distintas universidades españolas y europeas (Braga, Bolonia, París, Lisboa, Castelo Branco). Ha trabajado como periodista para distintos medios y en la actualidad es profesora titular interina del Área de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Extremadura en España.*

*Soledad Ruano López es Doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado durante años como profesional para distintos medios de comunicación. En la actualidad es Profesora del Área de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Extremadura en España, estando especializada en el estudio de comunicación y cultura en Televisión y habiendo impartido seminarios y conferencias sobre este tema en distintas universidades españolas y europeas (Braga, Aveiro, Bolonia, París, Lisboa).*

**Abstract:**

Las cadenas nacionales españolas están desde el año 2002 emitiendo simultáneamente en digital y analógico. Esto al espectador no le ha supuesto un gran cambio, la gran mayoría del público ni siquiera ha sido consciente de la transición que estaba experimentando su televisión. Se han lanzado además canales que sólo emiten en

digital como Veo TV y Net TV, que obligaban, dada la poca introducción de televisores digitales integrados, a incorporar al televisor un descodificador.

Las ventajas de la tecnología digital afectan a todos los tipos de televisión, cable, satélite, terrena, pero no a todas influye por igual ni marca cambios similares. Los conceptos claves son, un nuevo planteamiento de programación, una relación diferente con el usuario/espectador y un planteamiento de negocio diversificado donde los contenidos audiovisuales no son la única opción, liberando, relativamente, de la tiranía que supone el de la publicidad y de las audiencias mayoritarias. La gran ventaja de este nuevo sistema para los operadores consiste en la diversificación del negocio y la consiguiente reducción de su independencia respecto de los niveles de audiencia y de los ingresos publicitarios. El negocio televisivo se amplía, se diversifica, la televisión se convierte en un terminal, los procesos de digitalización traen la mercantilización de la pequeña pantalla. Se multiplica la oferta y paralelamente se segmentan las audiencias.

La televisión terrena pese a no ser la que mayor potencial de innovación tiene, dada las limitaciones a sus posibilidades de interactividad, ha sido planteada desde sus inicios como la mejor opción para impulsar la entrada en el mercado de las nuevas opciones, dando a conocer al usuario el nuevo tipo de televisión, de manera abierta, sin trabas ni grandes costes añadidos. El retraso que ha sufrido su introducción implica que este papel se pueda perder frente al *boom* inicial del satélite y el potencial del cable o del ADSL para desarrollar nuevos servicios.

La TDT implica la mayor calidad de audio y video que supone la digitalización, nuevos negocios y una mayor variedad de la oferta de contenidos. Los canales en abierto se plantean como una opción que no se puede obviar, pero otros productos y contenidos de pago diversificarán el panorama tradicional. Al multiplicar la opción de temas a tratar la nueva televisión temática ya no atiende de forma exclusiva al gusto de grupos amplios, lo que implica sin duda una opción de desarrollo de contenidos asociados a la información especializada, la educación y la cultura. Las posibilidades son infinitas, planteamientos que hubieran sido impensables desde el punto de vista de la rentabilidad en televisión analógica ahora tienen cabida.

Espectadores más activos dominan por primera vez "el mando" y participan eligiendo qué quieren ver, estableciendo su propia parrilla de programación. No sólo pueden decidir entre una mayor oferta, también se les motiva a participar. La interactividad necesita una respuesta. La televisión digital se presenta como un medio "absolutamente personal".

Con todo ello se observa un distanciamiento enorme del planteamiento de la televisión generalista que duda cual será su lugar a partir de ahora, su necesidad de adaptarse a los nuevos formatos. Por otra parte, ¿Cuál será el papel de la televisión pública?, ¿cómo le afectarán estos cambios?. La Televisión Digital Terrestre le ofrece una gran oportunidad, es una nueva opción de dar respuesta a las necesidades de pluralismo y de contenidos de calidad. Supone un desafío para todos los planteamientos televisivos y especialmente para las cadenas públicas.

### **Televisión, evolución y revolución**

La televisión no ha dejado de transformarse y de evolucionar a lo largo de su historia. En los últimos treinta años los cambios se han acelerado debido a los distintos soportes y modalidades que había en el mercado. En muchos de estos periodos, por ejemplo en la década de los ochenta, ya se especulaba con las nuevas tecnologías, en concreto con el cable y el satélite, como factores determinantes de la sociedad futura. La gran transformación que está viviendo la televisión incide tanto en aspectos tecnológicos como en su organización, dándole, a la vez, un papel determinante en el desarrollo de las telecomunicaciones.

Los cambios y avances que se están produciendo en el terreno de las telecomunicaciones (avances en el mundo de los satélites, las redes, la TV interactiva digital, la televisión por cable, etc.) están haciendo que no podamos entender, en los mismos términos en que hasta ahora lo hemos hecho, las distintas maneras de hacer televisión. Los planteamientos de programación generalista están dejando paso a la televisión especializada, en un proceso de cambio hacia la televisión temática, donde las audiencias se individualizan. Pero el proceso es lento, aunque desde 1996 el panorama está cambiando sustancialmente con la aparición de los canales de pago, la televisión

convencional generalista y en abierto, hoy por hoy, sigue siendo la que predomina en los hogares europeos.

Pese a todo ello comienzan a surgir modelos de negocio distintos de la televisión pública, financiada por publicidad y/o con la subvención del Estado, o de la televisión privada que existía hasta ahora, cuya programación se realiza en función de criterios de rentabilidad publicitaria. Las televisiones de pago suponen un soplo de aire fresco y permiten programar en función de diferentes criterios; sus fuentes de ingresos se pueden repartir de forma similar entre publicidad, cuotas de abono, *pay per view* y transacciones y servicios.

### **Televisión generalista en abierto y *telebasura***

Desde la liberalización del monopolio de la televisión pública española en la década de los noventa, la televisión en España se convirtió en una industria sujeta –en cierta medida- a las leyes del mercado, olvidando algunos de sus principios a la hora de programar, principios que nunca han existido en la televisión privada, “(...) haciendo estallar las barreras entre lo público y lo privado, entre lo político, lo económico y lo cultural”<sup>1</sup>. Debido a la desaforada carrera por alcanzar una audiencia lo más alta posible, ofreciendo a los telespectadores productos sin refinar, cuyo paradigma son los nuevos formatos surgidos como el *talk-show*, *reality show* o *lateshow*. Esta fuerte competitividad por conseguir las mayores cuotas de audiencia y mantener las cuotas de mercado, sobre todo en horarios de máxima audiencia, obliga a las televisiones públicas a bajar su nivel y defenderse con las mismas armas que las televisiones privadas, ofertando programas de características similares a los de ellas.

En la actualidad, las televisiones tradicionales han tocado fondo en cuanto al tipo de programas que emiten. Se suscitan constantes polémicas y debates que cuestionan la multiplicación de los llamados contenidos *telebasura*. En la televisión generalista ha terminado siendo una señal de identidad frente a formas diferentes de programar y

---

<sup>1</sup> TUDESQ, A., *Historia de la radio y la televisión*, Fondo de Cultura Económica, México, D.F., 2001, p.159.

seleccionar contenidos que caracterizan a la televisión temática. Se advierten duras críticas desde sectores políticos y sociales que pretenden limitar esta tendencia.

Las últimas temporadas televisivas en España se han caracterizado desde el punto de vista de la programación por el conservadurismo y el continuismo. La *telerealidad* continua triunfando, aunque cada temporada va perdiendo fuerza con respecto a las anteriores, al tiempo que se recupera la ficción (series españolas). En las parrillas de programación de nuestras televisiones existe una sobreexplotación de los *realities* y de espacios con contenidos banales, zafios y morbosos que degradan la condición humana, sobre todo en la franja de tarde donde se concentra la mayor parte de la audiencia infantil.

Este panorama ha obligado al gobierno durante la temporada 2004/2005 a reunirse con los máximos dirigentes de RTVE, Tele 5, Antena 3 y Sogecable para poner en marcha un "código de correulación" destinado a limitar los contenidos que se emiten, sobre todo, en horario de protección de menores (de 6:00 a 22:00). Código incumplido por Tele 5 y Antena 3. A este respecto hay que destacar que España es el único país comunitario, junto con Luxemburgo, que carece de un consejo regulador que vigile al sector y controle las emisiones. Esta temporada es un período que refleja lo que está sucediendo en los últimos años, debido al cambio que está sufriendo el paisaje televisivo español con la llegada de las plataformas digitales vía satélite y la cantidad ingente de canales temáticos, además de la proliferación considerable de televisiones locales, las cuales pertenecen en su mayoría a grandes grupos de comunicación.

El efecto más evidente de lo dicho es que la oferta televisiva de la última década se ha inclinado hacia los gustos e intereses, estadísticamente hablando, de los denominados grandes consumidores, compuestos por personas mayores, de clases bajas y zonas rurales. En el momento actual, el criterio básico consiste en programar lo que el público pretendidamente demanda y tiene más interés en consumir. Se trata de buscar en todos los casos el mayor número de audiencia (o, al menos, de crear un equilibrio entre lo que cuesta un programa y lo que recauda por los ingresos publicitarios) y así privilegiar en cada una de las bandas horarias los programas dirigidos a los grandes consumidores de televisión. Se abandona, por tanto, el deseo de crear una programación equilibrada para todos los segmentos sociales y se pretende llegar al máximo de público

disponible en cada franja horaria. Por este motivo han desaparecido de las parrillas, o han sido enviados a horarios marginales en los canales de segunda generación de las televisiones generalistas muchos formatos o programas parcialmente minoritarios como los culturales, divulgativos, documentales o los programas infantiles de la tarde.

Sin embargo, en la última década del pasado siglo se dio un fenómeno de doble dirección. Por un lado la competencia cada vez más encarnizada entre las televisiones generalistas, salvo contadas excepciones, hizo que se relegaran los programas culturales a espacios cada vez más marginales en la parrilla de programación y sin apenas autopromociones en parrilla de programación. Por otro, surgieron en distintos países canales temáticos dedicados a diversos aspectos de las culturas. Estas señales con vocación internacionalista llegan a todos los rincones del planeta a través de las plataformas digitales de televisión.

Estas reflexiones ponen de manifiesto que programar implica algo más que distribuir espacios televisivos y que de acuerdo al modo en que se articula la emisión se impulsan procesos que pueden afectar positiva y negativamente a la actividad televisiva. La nueva televisión digital viene asociada a planteamientos innovadores de programación que afectan a todas sus formas de distribución.

### **Televisión digital y formas de distribución. La TDT frente al Cable, satélite, ADSL y móviles de Tercera Generación**

Vivimos en una época de cambios permanentes en el sector audiovisual, los procesos de digitalización, la convergencia de medios, la introducción de Internet en todos los sectores, las nuevas formas de distribución de televisión, etc. marcan una nueva etapa no sólo tecnológica, también comunicativa y social.

Dentro de este panorama la Televisión Digital y sus repercusiones es para muchos uno de los puntos determinantes del desarrollo del sector. Pese a la capacidad de innovación que trae Internet, no cabe duda de que la "pequeña pantalla" goza de un mayor potencial de introducir cambios en la mentalidad de un usuario poco habituado al uso de la *Red* en nuestro país. No parece que el PC sea finalmente el terminal que

permita el acceso a la nueva sociedad digital, las trabas generacionales y de cultura tecnológica parecen pesar mucho.

“Nos encontramos en plena encrucijada entre el mundo analógico y el digital”<sup>2</sup>, para afrontar con éxito este proceso de digitalización la mayoría de los teóricos hacen referencia a varias cuestiones claves a analizar:

- La implantación de la TDT. Una transición rápida a la TDT, para que pueda competir con otras fórmulas de distribución que en muchos aspectos la aventajan pero que no tienen su gran capacidad de adaptación a la recepción digital ni su penetración en el mercado.
- La evolución de los operadores de cable y de satélite. El cable ha comenzado con grandes retrasos en nuestro país y con problemas legislativos de base que han mermado las iniciativas. Por su parte el satélite que entró con grandes expectativas en sus inicios obligó a una fusión a corto plazo fruto de las grandes inversiones en un mercado aún poco maduro y a la falta de contenidos y servicios verdaderamente diferenciados. Los abonados al satélite han ido descendiendo desde que en 2001 superaran los dos millones.
- El papel de la televisión en ADSL y redes IP, porque estas tecnologías pueden cambiar el planteamiento del resto.
- Los móviles de Tercera Generación. Para muchos el móvil es el terminal del futuro, pese a las limitaciones de tamaño de pantalla este tipo de receptores tienen aún mucho que decir, de su evolución depende en mucho la posición que adopten el resto de distribuciones en un panorama todavía por concluir.

A finales del 2004 el gobierno dió el visto bueno al "Plan de Impulso de la Televisión Digital Terrestre de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento

---

<sup>2</sup> BANEGAS NÚÑEZ, J., “La TDT en España: un reto superable” en *Telos*, octubre-noviembre, nº 57. 2003, (p.7)

de la Pluralidad"<sup>3</sup>. El objetivo era superar la falta de definición que hasta ese momento venía sufriendo el sector audiovisual español y que perjudicaba sin duda su desarrollo. Se pretendía crear un marco legal que diera la estabilidad necesaria y con ello fomentar el desarrollo de iniciativas. Por otra parte se adelanta el apagón analógico del 2012 al 2010, aunque los canales privados apuestan por adelantar aún más esa fecha.

Uno de los aspectos que se consideran claves en este Plan para el desarrollo del sector es la Televisión Digital Terrestre. Sus inicios en nuestro país han sufrido un continuo estancamiento, siempre rodeados de polémicas que de alguna manera han perjudicado al papel que se considera que ha de tener la TDT<sup>4</sup> frente al cable, el satélite o el ADSL: el impulsar la transición a la televisión digital, darla a conocer al usuario, que el público descubra sus ventajas y sus opciones añadidas muy distintas a la televisión analógica.

La TDT no puede competir con otras formas de distribución de televisión digital en opciones de interactividad o en la capacidad de integración de servicios por su capacidad de ancho de banda, especialmente comparada con el cable o el ADSL. Sin embargo dada su introducción en el mercado, la sencillez de adaptación de los terminales analógicos para recibir la señal y sobre todo, teniendo en cuenta la dificultad que está teniendo la televisión digital para ser conocida en profundidad<sup>5</sup>, la TDT podría dar respuesta a esta necesidad.

España es uno los países pioneros en la Unión Europea en lo que a Televisión Digital Terrestre (TDT) se refiere. Es uno de los pocos que ha puesto en marcha las emisiones de TDT en abierto, junto al Reino Unido, el país más avanzado en este tema, y Suecia. La primera licencia de TDT en España se concedió en 1999 a Retevisión, para

---

<sup>3</sup> [www.acutel.org/principal/home.asp](http://www.acutel.org/principal/home.asp)

<sup>4</sup> Ver informe GAPTEL (Grupo de Análisis y Prospectiva del Sector de las Telecomunicaciones), Marzo 2005, *Televisión Digital*, <http://observatorio.red.es/gaptel>

<sup>5</sup> "No sorprende que, en un principio, la mayoría se abonara a una plataforma digital por la promesa de mejor calidad de imagen y sonido, y por la cantidad de canales disponibles, ya que éstos eran los principales alicientes en las campañas de promoción. En cambio, resulta llamativo que un elevado número de usuarios todavía no se hubiera informado de los servicios interactivos disponibles, después de meses (o incluso años) desde que se suscribieron a la plataforma. LEÓN, B y GARCÍA AVILÉS, J.A., "Los retos de la implantación de la televisión interactiva a la luz de su propia historia", en *Zer*, número 13, 2002, p.105.

la explotación de Quiero TV. De esta forma en el 2000 empieza a emitir la que sería la primera plataforma de TDT en España y la tercera de Europa. Aunque el fracaso de Quiero TV fue un golpe al sector la TDT ya está en funcionamiento. El problema es que la mayor parte de los hogares no la puede recibir. A mediados de 2002 Net TV y Veo Televisión, plataformas privadas de televisión digital terrestre, inician sus emisiones sin que hubiera en el mercado receptores preparados para recibir la señal. Poco antes, obligadas por ley, habían comenzado su emisión en digital las cadenas TVE, Telecinco, Antena 3 y Canal Plus, sin dejar de ofrecer sus contenidos de forma analógica y al mismo tiempo sin tener una oferta diferenciada de contenidos para digital.

El panorama no es alentador pero sin duda las ventajas de introducción de la TDT frente a otras opciones de distribución existen. En España hay unos 50 millones de aparatos de televisión que son fácilmente adaptables a la recepción digital con un sencillo sintonizador que ya se está comercializando y que resulta bastante económico. Algunos aparatos de televisión ya traen añadidos estos descodificadores aunque el precio suele ser bastante superior. Lo previsible es que, como ocurre en general con las tecnologías, se abaraten a medida que el se extienda el mercado.

Por otra parte la TDT permite la mejora en la calidad de audio y vídeo, convertir la pantalla de televisión en una verdadera pantalla de cine con la posibilidad de conectarlo con un codificador a un *Home Cinema*, conectarse a Internet desde la pantalla del televisor y añadir todas las opciones interactivas de la *Red*, enviar y recibir correos electrónicos, la compra online, el comercio electrónico en general, jugar en red, la llamada "televisión a la carta", el voto electrónico, etc.

### **Nuevos planteamientos de programación**

Si la televisión digital inicia su andadura en nuestro país como televisión de pago con las primeras plataformas satélite, para la mayoría de los teóricos la TDT se ha de plantear básicamente como televisión en abierto y, como no, como televisión multicanal. En su financiación por tanto seguirán teniendo un peso importante los ingresos por publicidad y no tanto por cuotas de abonado, aunque el verdadero negocio

se prevé que esté en el pago de eventos o en la venta de servicios añadidos. Todo ello va a marcar una dirección a las formas de programar.

Una vez que se superen las deficiencias en la introducción de terminales digitales para TDT o se adapten los receptores analógicos, el “problema fundamental a la vista de todas las posibilidades que brinda la técnica es la incapacidad que se tiene a nivel de producción de seguir los pasos a los avances tecnológicos. Para que este sistema funcione es necesario una producción mucho mayor que la que requiere la televisión tradicional”<sup>6</sup>. La nueva televisión se caracteriza por la personalización que permite el mayor número de canales, por la especialización y por la multiplicación de contenidos. La TDT puede diferenciarse en este sentido mucho de la forma de programar de las televisiones en abierto generalistas y el planteamiento de los canales públicos podría establecer una forma de programar más acorde con su sentido de servicio. La nueva "televisión no busca llegar a la gran masa sino a un público segmentado, diverso, al que trata de forma individual”<sup>7</sup> y por lo tanto no ha de adaptarse a los gustos de las audiencias mayoritarias que indicábamos anteriormente.

Como conclusión decir que con la televisión digital "el estilo de programar ha perdido el generalismo vigente hasta el momento y se ha plegado a la fragmentación de públicos. Por otra parte, el equilibrio clásico de la programación televisiva original, que separaba en géneros y en franjas horarias bien delimitadas, se ha roto dando lugar a un sistema más sincrético y magmático de estilos y formatos”<sup>8</sup>. Esto va a incidir directamente en la situación de la televisión pública que desde la creación de las privadas ha vivido en una situación de competitividad constante que la ha obligado a adaptarse a los contenidos comerciales. La Televisión Digital Terrestre planteada como oferta en abierto le ofrece una gran oportunidad, su multiplicación de canales y su acceso gratuito es una nueva opción de dar respuesta a las necesidades de pluralismo y

---

<sup>6</sup> MILLAN PAREDES, T., *Grandes espacios tecnológicos & Grandes vacíos televisivos*, Badajoz, Marcipa, 2002, p. 94.

<sup>7</sup> MILLAN PAREDES, T., *Grandes espacios tecnológicos & Grandes vacíos televisivos*, Badajoz, Marcipa, 2002, p.183.

<sup>8</sup> PÉREZ TORNERO, J. M., “El desarrollo de la sociedad de la información: del paradigma de la cultura de masas al de la cultura multimedia” en *Comunicación y Educación en la sociedad de la información*. Paidós Papeles de Comunicación, Barcelona, 2002, (p. 28).

de contenidos de calidad. Sin duda un desafío a afrontar a corto plazo para no verse superada por otras opciones digitales.

### **Bibliografía**

- ÁLVAREZ MONZONCILLO, J.M., *Imágenes de pago*. Madrid, Fragua, 1997.
- ÁLVAREZ MONZONCILLO, J.M. e IWENS, J.L., *El futuro del audiovisual en España*, Madrid, Fundesco, 1992.
- ARNANZ, C. M., *Negocios de televisión. Transformaciones del valor en el modelo digital*. Gedisa, Barcelona, 2002.
- BANEGAS NÚÑEZ, J., “La TDT en España: un reto superable”, en *Telos*, octubre-noviembre, número 57, 2003.
- BUSTAMANTE, E , *Comunicación y cultura en la era digital*. Gedisa, Barcelona, 2002.
- BUSTAMANTE, E.. y ÁLVAREZ MONZONCILLO, J.M. (1999): *Presente y futuro de la televisión digital*. Madrid, Edipo, 1999.
- CALLEJO, J. (1995): *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas (CSI).
- LEÓN, B Y GARCÍA AVILÉS, J.A., Los retos de la implantación de la televisión interactiva a la luz de su propia historia, en *Zer*, número 13, 2002.
- MILLAN PAREDES, T., *Grandes espacios tecnológicos & Grandes vacíos televisivos*, Marcipa, Badajoz, 2002.
- PÉREZ TORNERO, J. M., “El desarrollo de la sociedad de la información: del paradigma de la cultura de masas al de la cultura multimedia” en *Comunicación y Educación en la sociedad de la información*. Paidós Papeles de Comunicación, Barcelona, 2002.
- PRADO, E.; HUERTAS, A. y PERONA, J.J., “España: nuevas modalidades de programación” en *Telos* nº 31, Septiembre-Noviembre, 1992.
- RODRÍGUEZ PASTORIZA, F., *Cultura y televisión: una relación de conflicto*. Barcelona, Gedisa, 2003.
- TUDESQ, A., *Historia de la radio y la televisión*, Fondo de Cultura Económica, México, D.F., 2001.

## **Páginas Web**

Unión Internacional de Telecomunicaciones: Informe sobre el desarrollo mundial de las Telecomunicaciones 2002. Reinención de las telecomunicaciones. Disponible en [www.uit.int/ITU-D/ict](http://www.uit.int/ITU-D/ict)

Informes Telefónica: La Sociedad de la información en España. Perspectiva 2001-2005. Disponible en <http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/>

Instituto Nacional de Estadística: Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares. Segundo Trimestre de 2004. Disponible en <http://www.ine.es>

Informe GAPTEL (Grupo de Análisis y Prospectiva del Sector de las Telecomunicaciones), Marzo 2005, *Televisión Digital*, <http://observatorio.red.es/gaptel>

[www.acutel.org/principal/home.asp](http://www.acutel.org/principal/home.asp)