

Digitalización, convergencia, multimedia. Claves del nuevo escenario audiovisual español

JOSÉ FERNÁNDEZ BEAUMONT*

¿Fatalismo tecnológico?

Conviene comenzar esta reflexión con una toma de posición: la digitalización no es fruto de un fatalismo tecnológico sino más bien de un importante avance del saber humano que afecta en especial a los usuarios y a las empresas del ámbito de la comunicación.

El mundo digital no es una simple copia del mundo analógico llamado a extinguirse. Con lo digital cambia casi todo. El protagonismo de la tecnología llega a su grado máximo,

precisamente porque todo lo iguala, pero en este punto se diluye su importancia directa y deja paso al imperio de los contenidos. Contenidos que, naturalmente, y ahí reside la novedad, se perciben a través de medios convergentes.

Bajo estos supuestos, el sector audiovisual español estrena nuevo milenio teniendo que hacer frente definitivamente al reto de la digitalización. Tanto la industria radiofónica como la televisiva comienzan una etapa que ha sido calificada por los expertos como la de mayor importancia de toda la escasa pero

* Director Audiovisual de la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT).

intensa historia de estos dos medios. Es más sobresaliente incluso que la que supuso en su día la generalización del transistor y de la frecuencia modulada —si hablamos de radio— o la adopción del color en la televisión. No cabe, por tanto, despreciar los nuevos avances tecnológicos a pesar del silencio y hasta rechazo activo de ciertos intelectuales. Una manera racional de acometer el análisis de esta sociedad de la comunicación es tratar de describir lo que pasa, sin sacar de quicio la instrumentación tecnológica que no es más que un vehículo para relacionarnos entre nosotros o para comprometernos con nuestra realidad circundante.

La digitalización y sus consecuencias —interactividad, convergencia, multimedia— no se producen por arte de magia. Es un proceso que se sustenta en varios niveles instrumentales: tecnológico, regulatorio, económico y de mercado. La adecuada combinación de todos ellos nos permitirá anticipar que, pese a las limitaciones en la legislación y en la definición de los nuevos medios que se derivan de este proceso, se está registrando un espectacular crecimiento de agentes y servicios.

Desde esta perspectiva el sector audiovisual español se presenta como la estación término de los antiguos servicios y a la vez como el punto de partida de una nueva situación. Es la encrucijada de casi todas las formas de comunicación que mantienen una presencia significativa en la industria de las imágenes, de la voz y de los datos.

Como porción del mercado global el audiovisual adquiere cada vez más importancia, entre otras razones porque ocupa en torno a un 20 por ciento de la tarta del hipersector de la información donde se instalan además las telecomunicaciones y los servicios telemáticos e interactivos-Internet.

Profundas transformaciones

Descendiendo al nivel de lo concreto puede afirmarse que el sector audiovisual español se encuentra probablemente en la fase de mayor transformación de toda su historia. El paso de la televisión y la radio analógicas a la digital, que se completará en un período máximo de doce años, está removiendo, si no los cimientos del mercado, al menos algunas de las estructuras legales, económicas y tecnológicas que lo conforman.

Al amparo de un paquete de medidas legislativas se está produciendo la entrada de nuevos agentes que van a operar en este mercado, en cobertura nacional y autonómica, y avanza la liberalización en un sector peculiar y diferenciado todavía, hoy por hoy, del estricto campo de las telecomunicaciones .

Coincide este paso que deben dar, obligados por la ley, los difusores públicos y privados, a la televisión digital con la renovación de las concesiones a los tres difusores privados de ámbito nacional (dos en abierto y uno de pago) que a los diez años de comenzar a operar han logrado una cómoda y rentable subsistencia. No ha sucedido lo mismo con las dos plataformas digitales de televisión por satélite, de pago, que, a los tres años de su creación, todavía no han salido de pérdidas y mantienen un fuerte endeudamiento pese a que aumenta el número de abonados.

En esta carrera hacia la transformación digital en el área de la televisión y la radio que acaba de comenzar se pueden identificar algunos puntos sin duda significativos.

Nuevas medidas legislativas

El Consejo de Ministros del 10 de marzo de 2000 aprobó la renovación por diez años de

las concesiones de televisión de cobertura nacional a Antena 3 Televisión, Gestevisión-Telecinco y Sogecable-Canal Plus, con la condición de que en el plazo de los próximos dos años comiencen a migrar hacia la televisión digital terrenal que deberán completar en los siguientes diez años.

En esa misma sesión, el Gobierno decidió convocar un concurso para la adjudicación de dos nuevas concesiones de televisión digital terrenal de ámbito nacional que se harán públicas durante el mes de octubre. En lo que se refiere a la radio, la Administración decidió en la misma sesión del Ejecutivo adjudicar diez concesiones de radio digital de cobertura nacional a otras tantas empresas y ampliar más adelante al menos a otras dos concesiones nacionales el elenco de nuevas emisoras.

Estas medidas se completaban con la publicación en el Boletín Oficial del estado del 15 de marzo de una Orden Ministerial que aprueba el Reglamento de Desarrollo de la Ley General de Telecomunicaciones en lo relativo al uso del dominio público radioeléctrico. En esta orden se especifican las condiciones en las que queda liberalizada la red de transporte y difusión de las señales de radiodifusión y televisión, cuya gestión y prestación de servicio residía hasta ahora en régimen de monopolio en Retevisión.

Operadores entrantes

Como consecuencia del proceso de adjudicaciones y nuevas convocatorias de concesiones, comienza a producirse la incorporación al mercado de la televisión y la radiodifusión de nuevos operadores, aunque la tónica dominante es que se hace sobre la consolidación de los ya existentes. Así, en la nueva televisión digital permanecen, incluso con nuevas posibilidades, las televisiones

públicas, tanto estatal como autonómicas (que pueden crear hasta dos canales cada una más los otros dos canales que pueden adjudicar al sector privado las Comunidades Autónomas).

También quedan bien situadas las televisiones privadas analógicas existentes que, de momento, tendrán que comenzar a emitir, en el plazo máximo de dos años, en digital y podrán mantener en los diez años siguientes el canal en analógico.

Respecto a la incorporación de nuevos operadores hay que destacar la de Onda Digital (que ha adoptado el nombre comercial de Quiero Televisión), que tiene previsto emitir 14 canales de pago y uno (promoción) en abierto. La adjudicación de la concesión de Onda Digital (después llamada Quiero Televisión), una empresa dominada por Retevisión, se hizo en 1999, al igual que las dos de ámbito autonómico que concedió el Gobierno de la Comunidad de Madrid a Onda Digital (Retevisión) y a Prensa Española, empresa editora del diario "ABC".

Recientemente el Gobierno de la Comunidad Foral de Navarra ha anunciado que se propone conceder la gestión indirecta por el sector privado de cuatro nuevos programas de televisión digital terrenal. Otras Comunidades autónomas también han hecho pública su intención de acometer el proceso de implantación de televisión digital.

Naturalmente, habrá que esperar todavía unos meses para saber quiénes serán los nuevos operadores de los dos canales de TDT cobertura nacional cuyo concurso público ha publicado el Gobierno.

En el ámbito de la radiodifusión digital, la entrada de nuevos operadores se produce en medio de una fuerte polémica, puesto que se habían presentado 15 candidaturas para 10

concesiones de cobertura nacional. Entre los operadores que ya existían en el mercado de la radiodifusión han obtenido una concesión Onda Cero (Telefónica), Cope (Radio Popular), SER (Grupo Prisa), Unión Ibérica (Radio España) y Sauzal 66 (Radio Intereconomía). Los nuevos entrantes son Unedisa (El Mundo), Recoletos (Grupo Recoletos), Onda Digital (Retevisión), Prensa Española de Radio por Ondas (ABC) y Sociedad de Radio Digital Terrenal (Planeta y Luis del Olmo). Han quedado fuera el Grupo Correo, Grupo Zeta, ONO, Europa FM (Francisco Gayá) y Radio Blanca (Blas Herrero).

Respecto a las inversiones que deberán acometer los operadores en el paso o el comienzo de la televisión digital terrenal, no han trascendido cifras fiables. Se carece de información sobre estos costes. Tan sólo se han aventurado previsiones para el sector de la radio. Según estimaciones del sector de radios privadas representado en el Foro de la Radio Digital, se necesitarán unas inversiones de entre 20.000 y 30.000 millones de pesetas para poner en marcha las diez concesiones. Según esta misma fuente, emitir en digital costará aproximadamente un 30% más de lo que cuesta hacerlo en analógico.

CONCESIONES DE TELEVISIÓN DIGITAL TERRENAL				
Operadores existentes	Cobertura	Número de Programas	Abierto	Pago
TVE	Nacional	2	2	---
Autonómicas	Autonómica	2 cada una	2 cada una	---
Sogecable (Canal Plus)	Nacional	1		1
Telecinco	Nacional	1	1	---
Antena 3	Nacional	1	1	---
Operadores entrantes				
Onda Digital (Quiero TV)	Nacional	14	1	13
Onda Digital (Quiero TV)	CA Madrid	1	1	---
Prensa Española	CA Madrid	1	1	---
Convocado el concurso	Nacional	1	1	---
Convocado el concurso	Nacional	1	1	---
“Otros”				

* La Comunidad Foral de Navarra ha anunciado la próxima convocatoria de un concurso para adjudicar el múltiplex con cuatro programas de TDT.

* La Generalidad Valenciana ha anunciado también su intención de adjudicar concesiones próximamente.

CONCESIONES DE RADIO DIGITAL				
Adjudicadas				Quedan fuera
Operadores existentes	Número de emisoras	Operadores entrantes	Número de emisoras	
Uniprex - Onda Cero (Telefónica)	1	Unedisa (El Mundo)	1	Grupo Correo
Unión Ibérica (Radio Española)	1	Recoletos (Grupo Recoletos)	1	Grupo Zeta
COPE	1	Onda Digital	1	ONO

(Radio Popular)		(Retevisión)		
SER (Grupo PRISA)	1	Prensa Española (ABC)	1	Europa FM (Francisco Goyá)
Sauzal 66 (Radio Interconomía)	1	Sociedad de Radio Digital Terrenal (Planeta-Luis del Olmo)	1	Radio Blanca (Blas Herrero)
* Otras				

* La Administración ha anunciado un próximo concurso para dos radios digitales de cobertura nacional.

Tecnología y problemas de compatibilidad

El proceso de migración hacia la televisión digital se encuentra en la práctica con un serio problema asociado al mercado de uso de la tecnología de recepción en acceso condicional (descodificadores) y en especial a los sistemas operativos necesarios para la recepción de los servicios interactivos (APIs o Interfaces de Programación de Aplicaciones y EPGs o Guías Electrónicas de programación que funcionan como navegadores o buscadores en la televisión interactiva).

Los operadores de acceso condicional inscritos en la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones incorporaron a lo largo de 1999 APIs propietarios a sus sistemas. También ha anunciado que lo hará la nueva plataforma de TDT Onda Digital-Quiero Televisión. El problema real de acceso al nuevo mercado se plantea debido a que el sistema que ha elegido Onda Digital, primera nueva plataforma de TDT en entrar a operar, al ser también propietario, condiciona al resto de los operadores.

En la línea con lo que ha sucedido con los sistemas de acceso condicional de las plataformas de televisión digital por satélite, cuya compatibilidad deriva de los acuerdos

entre operadores, con el advenimiento de los sistemas de los nuevos entrantes también están “obligados” a negociar y llegar a acuerdos.

En la práctica estos acuerdos todavía no se han conseguido. Bien es verdad que Quiero Televisión se ha comprometido a migrar hacia el estándar Multimedia Home Platform (MHP), que en sus aspectos técnicos aprobó el grupo de desarrollo europeo DVB a finales del pasado mes de febrero. Pero la industria no podrá poner en circulación televisores con dicho estándar incorporado hasta dentro de un año.

Pero, además de los elementos técnicos descritos asociados a los descodificadores y sistemas operativos de recepción, los operadores de TDT tienen que resolver cómo han de llevar a cabo la gestión del canal múltiplex (sistema asociado al servicio portador para nuevas prestaciones interactivas) sobre el que la ley no es nada explícita. Resulta más problemático definir la gestión del múltiplex para las cadenas privadas puesto que lo tienen que compartir con el Ente Público Radiotelevisión Española. Otro problema añadido es el de decidir si los operadores contratan a Retevisión como red de transporte y difusión de la señal o si, por el contrario, acuden a otra empresa para que les preste este servicio o si lo crean ellos mismos.

Servicios convergentes

De acuerdo con lo expuesto, el crecimiento tecnológico y material del sector audiovisual conlleva una serie de servicios convergentes

fruto de la digitalización y la interactividad. Las televisiones ya ofrecen servicios de acceso a Internet, banca electrónica, videojuegos, audio, comercio electrónico... No han dejado de ser lo que eran, pero ya no son lo mismo. Algo parecido podría decirse de la radio digital, que aunque se encuentra más atrasada, también podrá ofrecer servicios interactivos muy parecidos a los de la televisión.

Llegados a este punto conviene clarificar los distintos tipos y planos de la convergencia:

a. -Convergencia tecnológica. Es la derivada de la suma o relación de las tecnologías que soportan las telecomunicaciones, la informática y el audiovisual. Es un hecho y como tal comienza a implantarse en el mercado.

b. -Convergencia empresarial/Capital. Todas aquellas formas de absorciones, concentraciones verticales u horizontales, intrasectoriales o extrasectoriales, fusiones... de empresas de comunicación entre sí o de otros sectores que entran a operar en las comunicaciones, se incrementan y consolidan día a día.

c. -Convergencia de servicios o de mercados. Se trata del aspecto clave de la convergencia porque permitirá al usuario acceder desde una sola plataforma a los servicios de imágenes, voz y datos. Hoy por hoy es más un proyecto que una realidad.

d. -Convergencia de política pública. Es el conjunto de acciones que han emprendido los gobiernos para avanzar en el acceso a las infraestructuras y servicios de la "sociedad de la información". No se ha traducido todavía en un avance espectacular ni en un valor concreto de mercado.

e. -Convergencia regulatoria. ¿Es necesario para hacer frente a los servicios con-

-vergentes adoptar un sólo cuerpo de regulación para todas las situaciones hasta aquí descritas? En esta línea hasta ahora sólo hay preguntas pero no respuestas. Es decir, no se ha llegado a ningún acuerdo y se presentan argumentos a favor y en contra de una regulación conjunta. Ni siquiera la Comisión Europea ha encontrado una línea definitiva encaminada a resolver este problema.

Ya se ha dicho, pero quizás conviene repetirlo ahora de una forma más sistematizada, que la convergencia es posible porque se han desarrollado al menos dos nuevos fenómenos que son los motores causantes de la nueva situación:

— Por una parte la digitalización. Se trata de la presentación binaria de la información frente a la analógica. Lo cual permite el manejo único de toda clase de fuentes de información y la incorporación de nuevos servicios como el audio digital, la transmisión de datos, Internet e intranets, IP, telecompra, telejuegos y teleeducación. Todos estos servicios aparecen citados y definidos en el cuerpo regulatorio que facilita en España el traslado a la televisión digital terrenal.

— Por otra parte la interactividad. Lo que supone la posibilidad de intercambiar información en tiempo real con otras máquinas y con otros usuarios.

Regulación del audiovisual

Los avances tecnológicos, la aparición de nuevos servicios y, en definitiva, la convergencia hace necesario plantearse una nueva regulación del audiovisual. Se pueden señalar al menos tres formas de analizar la

actual situación del sector audiovisual español desde el punto de vista de la regulación:

— Desde una perspectiva jurídico/tecnológica. Es la que ha adoptado el legislador español al crear las normas según la naturaleza de los operadores (públicos, con el Estatuto de RTVE, Ley del Tercer Canal, Televisión Locales...) (privados, con la Ley de Televisión privada) o según el tipo de plataforma tecnológica que usan (normativa sobre televisión por satélite, cable, digital terrenal...).

— Desde una perspectiva de contenidos. Es la transposición de la Directiva Televisión sin Fronteras y que tiene como principales referentes las cargas impuestas a la producción (el 51% para obras europeas, el 5% de ingresos para el cine), las normas relativas a la publicidad (cuotas de emisión, cortes, televenta, patrocinio), la protección de derechos constitucionales (defensa del menor, contra el racismo y la violencia...) y la gestión de derechos exclusivos o contenidos clave como son determinadas retransmisiones deportivas y el cine.

— Desde una perspectiva de mercado. En este apartado cabría analizar por una parte la televisión en abierto y por otra la televisión de pago, independientemente de las bases o plataformas tecnológicas de una y otra.

Por lo demás, el sector audiovisual español se caracteriza :

— Por la dispersión normativa, con una serie de leyes concretas para la radiodifusión tanto analógica como digital y para la televisión, como ya se ha señalado.

— Por la existencia de un potente sector público que, al amparo de una regulación de

hace más de diez años, está condicionando el desarrollo de las fuerzas del mercado.

Con el fin de salir de este pequeño atolladero algunos proponen acudir a criterios regulatorios diferentes a los que imperan en la actualidad y que tengan en cuenta los nuevos servicios integrados. En la misma línea de renovación se impone consensuar un nuevo modelo para el espacio de servicio público audiovisual.

Multimedia: el paradigma de Internet

Hablar de convergencia es hablar de multimedia. La convergencia encuentra su máximo exponente en Internet. La “web televisión” o la “net televisión” es un hecho pese a que todavía no se ha generalizado ni muchísimo menos el uso de la banda ancha. En la actualidad se está procediendo, en los ámbitos más destacados que tienen algo que ver con la regulación y el mercado de los servicios telemáticos e interactivos, a un profundo análisis sobre la necesidad o no, sobre la conveniencia o no, de regular Internet, en especial en lo que a contenidos se refiere.

Nos enfrentamos en este tema a varias opciones. Hay países, como Canadá, que apoyan la ausencia de regulación. Otros, como Australia, se manifiestan a favor de la regulación. En algunos foros, como el de la Comisión de la Unión Europea, se apuesta por la corregulación (Directiva de Comercio Electrónico, por ejemplo). Finalmente también se tiene en cuenta la autorregulación.

El sentir general es que, sea cual sea la forma que se elija de regulación, deben aplicarse a Internet las reglas de la democracia y el derecho común “porque Internet es un

aspecto más del espacio público de la comunicación”.

No está resuelto aunque sí planteado el problema de la regulación del acceso a las infraestructuras y servicios de Internet en todo lo relacionado con las redes y la interconexión, los proveedores de acceso (ISPs) y el acceso al servicio universal de la información por dicho medio.

En relación con un posible marco regulatorio relacionado con los contenidos en Internet, se manifiestan en los foros internacionales (UIT, UNESCO, UE) varias líneas de análisis. Van desde la que sostiene que no existe urgencia para reglamentar hasta otra que defiende todo lo contrario, es decir, que hay que regular cuanto antes.

Quienes sostienen la primera opinión afirman que Internet no es una zona de “no derecho”, sino que debe regirse por el derecho común. Por otra parte, Internet no supone una amenaza a corto plazo para los medios tradicionales que aglutinan a las sociedades como la radio y la televisión. Tal amenaza no se vislumbra ni en el plano tecnológico ni en el de los contenidos.

Además, Internet todavía no está lo suficientemente extendida y por ello no pueden darse muchos abusos de posición de dominio. A todo esto habría que añadir que una intervención regulatoria precipitada sería peligrosa, puesto que de nada serviría encarar un mercado de mañana con una reglamentación de ayer.

Para los que se suman a la segunda opinión no se puede poner en duda la legitimidad de regular Internet, en caso de que se acometa, desde el audiovisual. Se piensa en este sentido que la regulación debe complementarse con la

autorregulación, para que obtengamos como resultado la corregulación.

Para algunos la corregulación (participación en la regulación de actores públicos y privados) se presenta como la solución más adecuada. En este sentido se dirigen los últimos pasos de la Comisión de la Unión Europea (como muy bien se ha puesto de manifiesto en la Directiva sobre Comercio Electrónico).

Aunque se ha asegurado que la radio y la televisión no se ven, al menos por ahora, seriamente amenazadas por Internet, se contempla con preocupación el tema de los derechos sobre los contenidos. En este sentido será necesario adaptar los derechos que ahora circulan por la radio y la televisión a la nueva situación de convergencia. Muchos de los derechos referidos a los contenidos que se difunden usando como vehículo el protocolo de Internet son similares a los del sector audiovisual.

No resulta extraño, por todas estas razones, que el derecho audiovisual se presenta como la base más adecuada para dar un marco legal a la comunicación pública vía Internet.

No hay que perder de vista, sin embargo, que no todo lo que circula por Internet tiene que estar sometido a la misma reglamentación (no se aplica el mismo régimen jurídico a las manzanas y a las aspirinas por el hecho de que lleguen al supermercado en el mismo vehículo de transporte).

Además, no se puede perder de vista que el audiovisual se distingue de otros sectores por sus funciones sociales (la llamada dimensión social) y se diferencia claramente del correo electrónico y de otras transacciones de marcada naturaleza comercial.

Desde esta perspectiva convendría pensar en un régimen jurídico intermedio menos coercitivo para los nuevos servicios que llegan por la red. No se pueden esquinar tampoco los problemas que crea la interactividad.

El ojo del huracán

En conclusión, la aparición de nuevos servicios multimedia o servicios convergentes plantea nuevos retos de regulación que según todos los indicios podrían acometerse desde el sector audiovisual.

Este sector, como plataforma adecuada para afrontar la realidad de la convergencia, se encuentra en el ojo del huracán de los cambios en el megasector de la comunicación.

A la hora de proponer una regulación de estos servicios (asociados al proceso tradicional de difusión de imágenes pero que no son televisión) hay que tener en cuenta los distintos planos de convergencia.

Como paso previo para acercarse desde el audiovisual a los servicios convergentes convendría unificar la actual legislación del audiovisual español, que se encuentra dispersa ya que ha sido concebida según criterios basados en conceptos estrictamente jurídicos o en plataformas tecnológicas.

Visto lo visto y analizado lo analizado, ¿qué puede pasar en los próximos diez años, o al menos qué se espera que suceda?

Está claro que toda la comunicación va a ser digital y por lo tanto desaparecerán, al menos en teoría, las fronteras entre lo audiovisual y las demás formas de comunicación.

El televisor y el ordenador serán ventanas indistintas para recibir y emitir datos y programas de audio y vídeo.

Internet, como nuevo entorno de comunicación estará presente en todos los medios pero no será necesariamente ese “gran hermano” omnipresente que resuelva todos los problemas.

Creo que nos encontramos ante la década de los contenidos. Pero esa es otra cuestión.