

Prólogo

Todo parece indicar que la televisión del futuro será enteramente digital. En España, la digitalización generalizada de las señales está legalmente previsto que se culmine en el año 2012. Pero con bastante antelación a esa referencia cronológica, relativamente lejana, y a pesar de los pocos años transcurridos desde que echó a andar la televisión digital, esta modalidad, si bien aún no del todo consolidada, se ha configurado ya como un sector con cierta identidad e incidencia creciente no sólo en el ámbito audiovisual sino también en el amplio panorama de la comunicación social y, por tanto, en los campos de la información y el entretenimiento.

Como es sabido, gracias a la digitalización de las señales televisuales se ha favorecido el desarrollo y rápido aumento de numerosas ofertas de televisión de pago fragmentadas y con ello la creciente práctica de usos interactivos y la explotación de formas de comercialización que con la tecnología analógica eran escasamente viables o enteramente imposibles. Ciertamente, el avance de la televisión digital ha conseguido en poco tiempo un más que notable desarrollo, favorecido no sólo por factores de índole tecnológica, sino también por razones sociales, económicas y políticas y, entre otras, por la imparable liberalización de las comunicaciones.

Aunque las otras modalidades de televisión digital —por cable y terrestre— han dado ya también en nuestro país sus primeros

pasos, y alcanzan cuotas que representan respectivamente el 14,4 y el 7,8% del mercado televisual digital, no hay duda de que hoy por hoy la manifestación digital más importante sigue siendo la transmitida por satélite, modalidad ésta en la que principalmente, por razones de precedencia cronológica y de grado de implantación, se centra el contenido del presente libro.

Esa rápida evolución, explica el pronto interés suscitado en los más diversos sectores sociales por la televisión digital por satélite, lo que también justifica que haya merecido la atención de Gema Alcolea al elegirla como tema de su tesis doctoral —precedente inmediato del libro que ahora ve la luz— defendida en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense y calificada con la máxima calificación por unanimidad del tribunal que la juzgó.

El contenido fundamental de aquel trabajo de investigación se vierte ahora en este volumen, que constituye igualmente una documentada y espléndida aportación. Como el lector podrá apreciar, se trata de un estudio, principalmente descriptivo, acerca del origen y evolución de las plataformas digitales de televisión por satélite que iniciaron su andadura en España en 1997. De este modo, *La televisión digital en España* se centra especialmente en el análisis de las estrategias comerciales y de contenidos desplegadas por Canal Satélite Digital y Vía Digital, las dos plataformas que operaron inicialmente en nuestro país.

Uno de los aspectos quizá más destacables del libro es su clara sistematización —la difícil sencillez de su estructura— fruto de la atenta reflexión y la consideración pausada de la diversidad de elementos que era necesario tener en cuenta. Basta una simple ojeada al índice del libro para observar la adecuada delimitación y concreción del campo de estudio, así como el método del análisis que se acomete, principalmente centrado en los aspectos estratégicos empresariales y comerciales.

Dicho aquí de forma breve y escueta, en el primer capítulo se analizan los orígenes de la televisión digital desde la aparición de las iniciales alternativas a la televisión hertziana y la explicación de las características técnicas. En el segundo, se estudia la

constitución de los operadores desde la perspectiva legal, con fundamento tanto en la normativa española referida a la televisión digital como en las directrices de la Comisión Europea, al tiempo que se explican las primeras polémicas suscitadas a raíz de la tenencia de los derechos de retransmisión de encuentros de fútbol y en torno a la cuestión de la compatibilidad de los descodificadores, sin olvidar tampoco la referencia a ciertas confrontaciones ideológicas surgidas ya en los primeros momentos del funcionamiento de las plataformas.

Seguidamente, en el tercer capítulo, la doctora Alcolea amplía el análisis, que había introducido en páginas precedentes, sobre la titularidad del capital social y la distribución del accionariado de las sociedades mercantiles titulares de una y otra plataforma, al tiempo que estudia las modalidades de pago, la comercialización de descodificadores y antenas y la incidencia de las televisiones de pago en anunciantes y productoras y en el comportamiento del público, así como la competencia comercial entre las televisiones de pago y las generalistas que emiten en abierto. En el cuarto capítulo, se estudian las estrategias de promoción, las ofertas promocionales, la promoción de abonados, las nuevas modalidades publicitarias y los boletines de las plataformas como instrumento promocional de comunicación con sus abonados.

En el capítulo quinto se analizan las estrategias de producción audiovisual y de ofertas de contenidos. De este modo, se adentra el libro en el análisis del mercado de programas y en el de las producciones cinematográficas con respecto a la televisión. Al estudio de la estructura económica y financiera de las plataformas se orientan las páginas del capítulo sexto, para dedicar el séptimo a la respuesta de los destinatarios y las expectativas de futuro.

En las páginas de *La televisión digital en España* se desvelan, entre otras ricas consideraciones, las elevadas inversiones económicas requeridas para la puesta en funcionamiento de las plataformas debido a la complejidad de sus ofertas, lo que ha movilizó la concurrencia de poderosos grupos mediáticos y financieros, tanto en la estructura de ambas empresas como en la gestión audiovisual. Como señala la profesora Alcolea, si la multiplica-

ción de canales ha conducido a una televisión principalmente temática, con el consiguiente efecto en la fragmentación de las audiencias, no ha llegado a producirse, sin embargo, una verdadera segmentación de éstas. De manera análoga, el claro aumento del número de canales ha provocado una fuerte competencia en la disputa por la titularidad de los derechos de programas considerados estratégicos. Algunos de los canales de la televisión digital se han orientado primordialmente hacia un consumo de tipo familiar, mientras que otros —principalmente los canales de música— lo han hecho hacia usos individuales, pero sin que el crecimiento de este tipo de consumo llegase a hacer decaer aquél.

Sin el ánimo de pretender adelantar lo que el lector encontrará en las páginas del libro, pienso que se pueden esbozar aquí algunas de las conclusiones. Así, por ejemplo, parece oportuno resaltar que buena parte de la estrategia comercial de los operadores de la televisión digital se ha centrado en las diferentes modalidades de pago y en la oferta de servicios interactivos, elemento éste netamente competitivo. Conviene destacar también que la mayor parte de la oferta digital se realizó por paquetes de canales, correspondiendo a cada una de las ofertas una precisa acción de marketing. Otros elementos que influyeron en la comercialización de la oferta de las plataformas digitales fueron la explotación de la idea de su sencillez de uso, la ausencia de fuertes barreras económicas, la buena gestión y facilitación al abonado de los requisitos para recibir la señal (descodificadores y antenas) y los servicios de atención al cliente. Por otra parte, las plataformas mantuvieron prácticas de programación propias de la televisión generalista si bien combinadas con nuevos procedimientos.

Para la promoción de sus ventas, las actividades desplegadas por las plataformas han buscado sobre todo fomentar el abono al servicio básico, aumentar la contratación de programas en la modalidad de pago por visión y tratar de conseguir que los nuevos abonados y los clientes antiguos contratasen otros paquetes adicionales de la oferta. Mientras que Canal Satélite Digital era la oferta más cara de las dos plataformas, Vía Digital fue la que más

utilizó los incentivos económicos para conseguir abonados aun a costa de sacrificar el ingreso medio por cliente. En cuanto a la incidencia de los canales temáticos en el mercado de la producción independiente, queda bien reflejado en el libro que no fue tan acusada como se esperaba y no causó importante aumento del número de productores. En el mercado de producción para la televisión digital existe un elevado grado de concentración y las empresas que más se beneficiaron del aumento de esta demanda fueron las relacionadas con los socios que participaban en el capital social de las plataformas a las que vendían sus programas o sus canales.

Respecto a las cifras de audiencia, queda reflejada la lenta pero continua migración de espectadores desde las televisiones generalistas hacia otras televisiones no convencionales, entre ellas las plataformas digitales, siendo significativo el importante nivel de audiencia de los canales generalistas incluidos en la oferta de las plataformas. Canal Satélite Digital mantuvo una cuota de mercado muy superior a la de su competidora y próxima siempre a los dos tercios del total. No obstante, su ritmo de crecimiento era algo inferior cada año, con lo que la cuota de mercado de Vía Digital se iba incrementando paulatinamente.

Finalmente, debo resaltar que el interesante y polémico tema de la fusión de las dos plataformas españolas de televisión digital por satélite que dio lugar a la aparición de Digital+ también está aquí cabalmente estudiado, y no sólo en cuanto a la situación reciente, en el momento de dar el libro a la imprenta, sino también en los controvertidos intentos anteriores que, por razones que se explican, no llegaron a prosperar.

Estimo, en suma, que estamos ante un libro interesante, coherente y novedoso, que da cumplida cuenta de las vicisitudes por las que hasta ahora ha discurrido el ser y el hacer de nuestra televisión digital. Este detallado análisis de la génesis y desarrollo de los primeros años de la televisión digital en España constituye, a mi juicio, además de una oportuna contribución para conocer el presente y atisbar el futuro, una imprescindible referencia para cuando se haga la historia de la televisión digital en nuestro país.

Por todo esto, sólo me resta felicitar muy sinceramente a la doctora Gema Alcolea por el trabajo realizado y agradecerle su brillante aportación para el mejor conocimiento de este ámbito de la comunicación social.

Francisco Iglesias
Catedrático de la Universidad Complutense de Madrid