

Crítica de llibres

Digital Terrestrial Television in Europe

BROWN, A.; PICARD, R.eds.

1a edició New Jersey: Lawrence Erlbaum Associated Publishers 2005.

ISBN 0-8058-5387-1

per Roberto Suárez Candel, professor associat del Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra

La implantació de la televisió digital terrestre ha adquirit una rellevància notable en les polítiques públiques de comunicació i de societat de la informació dels països europeus. En aquest procés intervenen diversos elements: tecnologia, mercat, economia, servei públic i aspectes socials. Digitalitzar la televisió suposa per al sector audiovisual una variable més a considerar en la seva ja llarga trajectòria a la recerca d'una identitat, de la seva raó de ser i d'una estructura i model relacional que s'ajustin a la seva naturalesa dual, entre la cultura i la indústria.

Podríem dir que la digitalització de la radiodifusió, en aquest cas de la terrestre, s'ha de considerar una fase més dels processos evolutius propis del mitjà, com han estat l'obertura dels mercats monopolitzats, el desenvolupament de l'oferta multicanal i de pagament o bé l'aparició d'altres plataformes tècniques de distribució com ara el cable o el satèl·lit.

Davant d'aquest procés de canvi, allò que sí que esdevé necessari és la disponibilitat d'eines d'anàlisi que ens permetin: identificar els principals elements i fases de la implantació de la televisió digital; acotar les funcions i les possibilitats de la plataforma terrestre (TDT) dintre del conjunt d'opcions de difusió; i plantejar el rol dels diversos agents, públics i privats, nacionals i internacionals, que in-

tervenen en aquesta evolució natural, encara que complexa, de la televisió tal com la coneixem.

Precisament això és el que pretén i aconsegueix aquest llibre editat per Allan Brown i Robert Picard. Podem dir que hem trobat un text que supera els arguments merament tecnològics i mercantils que fins ara han caracteritzat molts articles, ponències o comunicats de premsa que ens intentaven vendre la televisió digital terrestre com un enginy tecnològic fantàstic davant del qual no ens podríem resistir. La qualitat del text rau en la feina feta pels editors, que han aconseguit combinar els esforços de probablement els millors investigadors europeus en aquesta matèria. També n'hi ha de nord-americans i d'australians, fet que garanteix que el llibre no sigui una justificació, per part dels europeus, del que passa a Europa. Les aportacions realitzades pels diversos autors potser ja seran conegudes per aquells que segueixen amb detall la recerca en aquest àmbit. Malgrat això, val a dir que hi trobarem idees noves i actualitzades i que la combinació de parers i punts de vista proporciona al volum un nivell de reflexió excepcional.

El llibre s'estructura en dues parts. A la primera s'identifiquen i analitzen els principals temes (*issues*) que donen identitat al procés de digitalització de la televisió. Són sis capítols que ens permeten tenir una visió clara i precisa de la televisió digital terrestre. La segona part del llibre ens ofereix els estudis de cas sobre la implantació d'aquesta tecnologia en diversos països europeus. Cal destacar, com un senyal més de la qualitat del text, que per fi s'ha superat l'opció de tractar només els "grans" mercats europeus (Regne Unit, Espanya, França, Alemanya i Itàlia), i s'aporten les experiències dels països nòrdics, els quals poden ser veritables referents en la qüestió de la digitalització (Dinamarca, Suècia i Finlàndia). Ambdues parts poden ser de lectura independent, encara que potser resulta més idoni fer un seguiment cronològic dels capítols.

Això anirà augmentant el nostre bagatge sobre la realitat de la TDT i els conflictes associats i ens permetrà obtenir una perspectiva més rica dels casos nacionals analitzats.

La digitalització es pot considerar un procés de convergència en què diferents fonts d'informació adquireixen una mateixa naturalesa (codi binari). Això permet que es puguin combinar i, a més, els proporciona independència dels suports físics d'emmagatzematge, distribució o difusió. Una conseqüència d'aquest fet és que el sector audiovisual supera la seva lògica de funcionament basada en els mitjans com a suport/canal físic de transmissió d'informació i evoluciona cap a la lògica de xarxa de recursos amb múltiples punts d'accés a la informació. Com a fruit d'aquest canvi, les cadenes de valor, les estructures dels mercats i els cicles d'explotació dels productes audiovisuals evolucionen, sovint creuant-se. D'altra banda, la digitalització estimula també la globalització dels mitjans.

Encara que aquests avantatges són clars i han estat perfectament identificats i suficientment elogiats, per Marsden i Ariño, autors del primer capítol, la digitalització suposa uns costos per a la ciutadania. No només econòmics, sinó també culturals. També suposa riscos, com un possible ritme de digitalització diferent per a diversos grups socials, l'anomenada "divisió digital". És per això que consideren necessària la intervenció pública en el procés, amb l'objectiu de fer que la societat de la informació no sigui només un concepte atractiu sinó una realitat per a tots.

Un cop plantejats aquests arguments, Marsden i Ariño introdueixen els principals obstacles i conflictes de la digitalització, i situen la televisió com a element central: en primer lloc, es refereixen a la percepció real que els ciutadans tenen d'aquest fet, més propera al desig d'accedir a un ventall més ampli de canals que a escollir la tecnologia digital per les seves qualitats. A més, constaten l'asincronia i l'asimetria que caracteritzen la implantació de la televisió digital a les tres plataformes tecnològiques de distribució més habituals (cable, satèl·lit i terrestre), a les quals s'afegeix ara internet (IP-Tv). Cadascuna d'aquestes xarxes presenta característiques físiques, condicionants empresarials i objectius propis. Els autors suggereixen també parar atenció a com les dualitats que caracteritzen el sector audiovisual afecten la implantació de la TDT. Una és la naturalesa pública o privada dels agents implicats, que determina els seus objectius i formes de procedir. Una altra

és la dualitat geogràfica, amb processos d'implantació nacionals i supranacionals alhora, fet que condiona un avanç constant i coordinat. A continuació, analitzen amb detall les diferents possibilitats i tendències d'intervenció pública. Aquests investigadors aposten per la renovació de conceptes vàlids en l'àmbit analògic però insuficients en el context digital, el qual exigeix mesures que combinin de forma més dinàmica i flexible els paràmetres tècnics, polítics, econòmics i socials.

Un cop el primer capítol ens ha introduït en el debat que origina el procés de la digitalització i com aquest afecta la televisió, el llibre aborda un dels principals punts de conflicte o dificultat: les accions de les institucions públiques comunitàries. Pertti Näränen fa un repàs històric de les fites de la política audiovisual europea que afecten la implantació de la televisió digital. Destaca la seva anàlisi i crítica de la Directiva 95/47 sobre normes tècniques per a la difusió de televisió. Per aquest investigador, el fet que la directiva no determinés amb precisió la necessitat d'utilitzar estàndards públics i oberts en l'àmbit del *middleware* i de l'accés condicional ha estat una de les principals causes de la fragmentació tecnològica del mercat europeu i del conseqüent endarreriment del procés d'implantació de la televisió digital.

Amb una perspectiva més àmplia, Näränen qüestiona l'actitud de no intervenció adoptada per les institucions europees com a resultat del fracàs del procés d'implantació d'un estàndard per a la televisió d'alta definició (HDTV) a inicis dels anys 90. Ara bé, també identifica com a responsable d'aquesta manca d'interoperabilitat en l'àmbit dels continguts interactius i de l'accés a les ofertes de pagament el consorci DVB (*Digital Video Broadcasting*), que va desenvolupar el seu estàndard MHP (*Multimedia Home Platform*) amb cert retard respecte l'evolució del mercat.

Näränen considera que les polítiques europees han canviat la seva justificació, que durant els anys 80 era "garantir l'enriquiment del benestar dels ciutadans", per "augmentar la lliure elecció dels consumidors". Aquest fet condiona totalment el desenvolupament de la intervenció pública sobre la implantació de la TVD, que es produeix inicialment només com un salt tecnològic i comercial i oblida la vessant social.

Seguint aquesta perspectiva pública trobem l'aportació del professor Hujanen. El seu capítol analitza quin ha de ser el

paper del servei públic de televisió en el context digital. Resulta interessant veure com aquest investigador introdueix la qüestió des d'una perspectiva molt diferent a les veus que anuncien que afrontem un procés de canvi total que comportarà la fi del servei públic. Per Hujanen, que es qüestioni la validesa i les funcions del servei públic és quelcom propi de la seva naturalesa. Almenys cal tenir en compte que així ha succeït sempre que el sector audiovisual ha encarat un salt tecnològic o una transformació important de la seva estructura o model relacional. Així doncs, suggereix una anàlisi acurada de la situació, considerant la premissa que potser som davant de l'evolució natural del servei públic tal com el coneixem.

Primer de tot, Hujanen recorda la necessitat que les institucions públiques actuïn amb neutralitat tecnològica. D'aquesta manera, no només s'evitarà que es qüestioni el paper de la radiodifusió pública terrestre en un mercat digital multiplataforma de lliure competència, sinó que potser també obrirà les portes d'altres sistemes de distribució al servei públic. Per això, el més important és centrar-se en la veritable essència del sistema públic de televisió: el concepte de servei (*remit*). Així doncs, cal reformular els objectius i les funcions del servei públic per adequar-lo a allò que en volem obtenir. La intervenció pública hauria d'estar dirigida a garantir l'accés universal a les infraestructures, els continguts i els serveis en els dos sentits de la cadena de valor del mitjà. Per a Hujanen, la televisió digital terrestre ha de ser, almenys, una inversió pública que assegurï continuïtat per als ciutadans i ciutadanes. A partir d'aquí es pot començar a pensar en altres objectius més ambiciosos.

Pel que fa als operadors privats, és Allan Brown l'encarregat d'introduir-nos en les seves problemàtiques particulars tot detallant les dificultats i exigències que la TDT els suposa. Entre altres, destaca el seu argument sobre l'augment de canals que possibilita la digitalització: malgrat que és una oportunitat d'accés al mercat per a nous operadors, també es pot convertir en un element que redueixi notablement l'efectivitat de cada canal pel que fa a nivells d'audiència i d'ingressos per publicitat. Això obliga a replantejar els fonaments econòmics del sector. D'aquí es pot deduir l'escàs interès o manca d'acció dels operadors analògics per migrar al format digital. Brown fa un repàs interessant a les conjuntures de cadascuna de les pla-

taformes tecnològiques de difusió i també reflexiona sobre quina ha de ser la intervenció de les institucions públiques i els governs en cada cas. Remarca el seu paper com a planificadors de la migració i com a condicionadors de l'activitat privada. L'editor creu que la gestió i l'atorgament de les llicències d'emissió és un punt clau per a la implantació de la TDT. A Europa no s'ha qüestionat el seu increment en nombre, en canvi, a Austràlia, d'on Brown prové, la digitalització s'ha plantejat com una migració merament tecnològica i no ha suposat un augment del nombre d'operadors.

Per Brown, institucions públiques i operadors privats s'han de convèncer que la digitalització de la televisió és quelcom més que allò que els afecta de manera directa, ja sigui en les seves tasques d'organització i control o d'activitat econòmica. En digitalitzar-se, la televisió, com ja havia indicat Hujanen, perd la seva particularitat tecnològica i passa a ser un element més del "torrent binari". Per això, potser és el moment, no només de qüestionar el servei públic, sinó la pròpia entitat social i cultural del mitjà. Això sí, més que una revolució o un resultat catastròfic, Brown considera que els paràmetres que regeixen l'activitat del sector no canviaran dràsticament.

Pel que fa als continguts i a la interactivitat, Jensen revisa els arguments que, en aquests àmbits, han estat associats a la digitalització. Qüestiona un increment automàtic de l'activitat de l'espectador davant de la pantalla, ja sigui motivat per allò que els continguts o serveis puguin tenir d'atractiu o per algun incentiu material. A més, també analitza el procés de migració d'una oferta basada en la programació de flux cap a un escenari d'autoprogramació per part de l'usuari.

Amb encert, i per si era necessari, Jensen desmenteix una vinculació estreta i exclusiva entre digitalització i interactivitat. Encara que la digitalització incrementa les possibilitats d'interacció del mitjà televisiu, aquestes possibilitats ja existien en la versió analògica del servei i en altres mitjans. A més, destaca el següent argument: la interactivitat estarà supeditada a les capacitats personals de la persona usuària més que al mitjà mateix. Qui està preparat per utilitzar els serveis interactius els fa servir de forma inconscient. Aquells que no els fan servir perquè no tenen les competències necessàries poden caure en el desinterès. Indica que el model d'interacció d'internet pot

ser un referent del qual prendre exemple, això sí, sent conscients de les notables diferències entre els usos de la xarxa i de la televisió.

Jensen es qüestiona quin és el veritable interès de la interactivitat: Les seves possibilitats creatives? Les socials? Potser les econòmiques? Afirmar que és fàcil racionalitzar els arguments i per tant cal fer les preguntes sobre aquest tema en ambdós sentits, només així podrem esbrinar cap a on es dirigeix el procés d'implantació.

Aprofundint en aquesta vessant social trobem l'aportació de Robert Picard, que tanca la primera part del llibre. El reconegut investigador inspecciona, sense deixar de banda la perspectiva de l'economia dels mitjans en la qual està especialitzat, quins són els principals assumptes socials a considerar quan parlem de televisió digital terrestre. El seu objectiu és establir lligams entre aquestes àrees de recerca, que sovint es presenten força distanciades tant pel que fa a objectes d'estudi com a metodologies. Per a Picard, la digitalització obliga a incloure els aspectes socials a l'estratègia econòmica i empresarial, ja que són els ciutadans, en qualitat d'espectadors, d'usuaris o de clients, segons l'ocasió, els que validen els esforços realitzats al llarg de tota la cadena de valor del sector audiovisual.

Introdueix i desenvolupa el concepte dels costos que la digitalització exigeix a la ciutadania; no només econòmics, sinó, com havíem mencionat, també temporals i educatius. A més, remarca la importància de conèixer les aspiracions i necessitats que els espectadors intenten satisfer a través de la televisió. S'ha de valorar en quina mesura estaven ja cobertes per l'oferta analògica, com es poden oferir opcions més enriquidores amb l'oferta digital o bé com crear també necessitats noves. Picard creu indispensable tenir molt clars quins són els elements que condicionen la demanda de televisió digital, de la difusió terrestre en aquest cas: la relació qualitat/quantitat/preu de l'oferta, les inversions en infraestructures i equipaments domèstics, la senzillesa dels aparells electrònics i les seves interfícies, etc. En definitiva, l'investigador proposa una anàlisi que permeti situar la TDT de manera diferenciada a la resta de plataformes tecnològiques i amb uns arguments propis per esdevenir una opció útil per a l'usuari.

Picard considera que fins ara han estat els governs i els agents del sector (fabricants, operadors, etc.) els qui han promogut la implantació de la televisió digital a Europa.

Potser és el moment perquè aquests agents s'adonin que l'èxit social i econòmic del procés rau a invertir aquesta tendència i aconseguir que siguin els ciutadans i ciutadanes els qui demandin la televisió digital. Per aquest motiu, creu que cal continuar o potser iniciar línies de recerca que identifiquin els veritables motius de la migració cap al digital des de les diferents perspectives del procés (social, econòmica, política i tecnològica).

Aquests sis capítols constitueixen la primera part del llibre que, com havíem indicat, té l'objectiu d'oferir una radiografia sistemàtica de quines són les principals qüestions i problemàtiques que caracteritzen i conformen el procés d'implantació de la televisió digital terrestre. A la segona part del llibre trobem l'estudi de cas de vuit mercats europeus.

Per a cada estat els autors ofereixen una àmplia descripció històrica que ens permet veure com s'ha arribat a la conjuntura actual i entendre les característiques del seu mercat de televisió digital, amb especial atenció per a la difusió terrestre. S'hi recullen tant les accions públiques com els moviments i les estratègies empresarials. És per això que aquesta part del llibre es constitueix com una eina molt valuosa per a qui vulgui tenir una perspectiva general d'allò que ocorre a Europa o bé per als interessats a entendre la situació particular dels estats membres analitzats. En aquests capítols s'identifiquen quins han estat els principals obstacles, errors o encerts dels processos nacionals de migració. També s'apunten els problemes i reptes de futur més importants per a cada cas. El llibre acaba amb unes conclusions generals compilades pels editors.

Així doncs, aquest llibre és una referència completament indispensable per a aquells investigadors que estiguin interessats en la recerca en l'àmbit de la televisió. Per als professionals del sector també serà un document útil: aclaridor de conceptes i punt de partida de reflexions sobre seu àmbit de treball i en relació al fenomen de la digitalització. El text en anglès pot resultar una mica difícil si no es té un bon nivell. Per acabar, cal dir que és fins i tot difícil trobar-lo a les llibreries especialitzades; per això es recomana recórrer a internet, on potser també es trobarà un preu millor.