

## **Hacia la formulación de políticas de Televisión para el cambio digital**

*Arias Carbajal, Gerardo*

Después de varias postergaciones, el 28 de febrero de este año la Comisión Multisectorial encargada de recomendar al Ministerio de Transportes y Comunicaciones el estándar de Televisión Digital Terrestre que debe adoptar el país ha entregado su informe. El MTC ha iniciado la evaluación del mismo prometiendo que dará a conocer su decisión en el mes de junio próximo. La Ley de Acceso a la Información no permite a la Comisión divulgar por iniciativa propia el estándar recomendado, sin embargo, ya la Sociedad Nacional de Radio y Televisión y la Asociación de Radio y Televisión del Perú han publicado sendos avisos en diversos medios anunciando su preferencia por el estándar japonés-brasileño. ¿Real evaluación técnica o mero cálculo político previendo que ése sea el estándar que finalmente adopte el gobierno? Cualquiera sea la verdad, lo importante es que este año podría iniciarse el debate sobre el proceso de implementación, pues como ya señalamos en otra oportunidad, más importante que el estándar que se adopte es la discusión sobre para qué se quiere la televisión digital. (Arias, 2008:1)

Si el advenimiento de la televisión digital al país sólo va a servir para ver con mejor resolución los programas de siempre, habría que preguntarse entonces para qué estamos invirtiendo tanto tiempo en decidir por un estándar de televisión digital y, sobre todo, qué sentido tendría que el conjunto de agentes involucrados, Estado, empresas privadas y público, invierta tanto dinero en este cambio.

Porque si bien el cambio tecnológico hacia la tecnología digital es un devenir en todos los procesos de digitalización que han venido ocurriendo en diversos ámbitos -y que la industria televisiva de señal abierta en el mundo la considera como una manera de ser más competitiva ante el avance de la televisión de pago y de las múltiples plataformas de consumo audiovisual- no debería ser una oportunidad desperdiciada para propiciar el cambio en la estructura misma de la televisión peruana. Y es que se trata de dejar en claro que la simple migración hacia la televisión digital no producirá cambios fundamentales en una industria que estructuralmente no ha variado sustancialmente en las últimas décadas y que aún no acaba de recomponerse de la pauperización ética y de contenidos que alcanzó su cima en el régimen fujimontesinista de la década de los 90.

En efecto, tenemos por un lado, un espectador televisivo que se encuentra hoy frente a mayores opciones de entretenimiento e información, tales como el Internet, los dispositivos personales , la propia televisión de pago y los celulares. Plataformas desde las que se pueden acceder a diversos contenidos y que consumen una buena parte de las horas de ocio, especialmente del público juvenil, que, a nivel mundial, ha venido disminuyendo su consumo televisivo justamente por esta mayor oferta de entretenimiento, pero también porque la televisión no ha sabido encontrar las estrategias creativas y de contenido que mantengan el nivel de consumo de antaño y mucho menos su fidelidad. Más aún cuando este nuevo espectador es mucho más activo y desarrolla estrategias de desprogramación y anda a la búsqueda de ser también un productor de contenidos, que lo convierte en lo que se conoce como un prosumidor (productor-consumidor); allí está el caso de YouTube para graficar claramente estos procesos.

Y, de otro lado, tenemos una televisión nacional anquilosada en el tiempo pero que espera que se produzca el cambio tecnológico sin que cambie el statu quo, lo que no contribuiría con modificar los problemas estructurales de nuestra televisión: broadcasters mercantilistas; empresas débiles financiera y jurídicamente; escaso valor agregado de la pantalla televisiva y, por lo mismo, baja inversión publicitaria en comparación con índices de la región; marco legal permisivo; alto consumo de televisión, especialmente en los sectores populares; y escasa exigencia de una mejor televisión por el conjunto de los actores sociales. En buena cuenta, un buen caldo de cultivo para que la televisión se corrompa ante el poder político, como con gran evidencia se puso de manifiesto en la década del 90, y que, pese a ello o tal vez justamente por ello, ninguno de los sucesivos gobiernos de Paniagua, Toledo y García supieron o quisieron corregir. Y es que:

“...los políticos saben que en países como el Perú se requiere tener a la televisión como un aliado, que cumple diversas funciones de acuerdo al contexto y la conveniencia del momento: propaganda del régimen, desinformación, generación de “cortinas de humo”, minimización de los problemas sociales, ataque frontal a los enemigos, entre otros. Tenerlos como opositores supone correr el riesgo de que los canales de televisión hagan bien su tarea: informar, fiscalizar, formar opinión pública.” (Arias, 2008:2)

En este contexto, la introducción de la televisión digital al país, sin claras políticas públicas que propicien un cambio real en la televisión, no solo puede convertirse en un simple maquillaje, sino que también podría agravar algunos de los problemas estructurales y generar otros.

En este sentido, algunas de las principales líneas de políticas públicas de televisión que deberían discutirse en el proceso de implementación, posterior a la elección del estándar de TDT, serían las siguientes:

### **Ingreso de nuevos operadores**

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones a través de la Resolución Ministerial N° 645-2006-MTC establece que la Banda de 470-584 MHz (canales 14 al 32) queda reservada para el servicio de televisión digital terrestre. Son estas las nuevas licencias sobre las que deberá legislarse. ¿Se deberían dar estas licencias a los actuales operadores de televisión? ¿Se debería licitar estas nuevas licencias como si se tratará de un nuevo negocio? ¿Deberían los actuales operadores tener derecho de asignación automática una licencia en el campo digital? Son estas las preguntas que deben ser absueltas en el proceso de implementación y cuya respuesta puede variar el actual panorama televisivo. En todo caso, conviene tomar en cuenta las alternativas manejadas en la experiencia de otros países (Godoy, 2005):

- Licitación pública de las nuevas licencias. Las nuevas bandas de televisión digitales son consideradas un servicio nuevo que no tendría que asignarse directamente a los operadores de televisión analógica (Francia, Inglaterra).
- Régimen de licencias canal por canal en vez de entregar todo el ancho de banda (6MHz) en bloque a los concesionarios a efectos de que emitan varios contenidos (Suecia, Finlandia).
- Concesiones nacionales, regionales y locales por separado (España)

La apertura del sistema a nuevos operadores puede contribuir a democratizar e insuflar de una mayor pluralidad a la televisión peruana, a condición, claro está, de que se establezcan unas reglas claras y transparentes en esta asignación de licencias que debería ser entregada por una instancia independiente y no por el MTC.

Nuevos operadores que podrían tener fines comerciales, culturales, educativos, políticos, religiosos, entre otros. Y es que no se trata solamente de que la señal abierta sea tomada por empresarios que tienen intereses comerciales, sino también por organizaciones e instituciones que tienen algo que aportar al interés público, que es la esencia de la televisión de señal abierta.

## **Dinamizar la industria televisiva pero también la de contenidos**

Además, licitar las licencias para posibilitar el ingreso de nuevos operadores podría dinamizar la industria televisiva, tanto porque habría una mayor competencia como porque se requeriría de una mayor oferta de contenidos para atender las necesidades de programación de los nuevos canales. Y como consecuencia de ello, también se dinamizaría la industria de contenidos que, pese al crecimiento económico del país, ha venido trabajando con limitados presupuestos, por debajo de los costos de hace más de diez años, en gran medida porque en la práctica solo tres canales están en capacidad de acoger producciones independientes.

Con contados puertos de salida en el mercado local, con pocas posibilidades reales de exportación a los mercados más importantes, dado los escasos valores de producción por la baja inversión, la producción televisiva peruana se ve envuelta en un círculo vicioso del que no ha podido escapar. De allí la importancia de abrir el sistema y, siendo más audaces, generar un marco legal que propicie que los canales de televisión se dediquen solo a programar, seleccionando para ello los mejores contenidos locales e importados. De este modo, la producción independiente tendría más posibilidades de colocar sus productos en alguna de las pantallas televisivas, incrementando valores de producción por una mayor inversión presupuestal al reducirse el poder negociador de unos pocos canales. Todo ello con los objetivos de desarrollar unos contenidos que ofrezcan nuevas perspectivas e innovaciones en los diversos géneros, pero también de ir construyendo un estilo de hacer televisión reconocible y valorable en el mercado internacional.

## **Televisoras regionales y locales**

La televisión peruana es centralista, hecha por y desde los criterios y prioridades de Lima. Y aunque es verdad que en las diversas regiones del país van apareciendo empresas que pugnan por desarrollar una televisora local, más impulsados por intereses económicos y políticos antes que de aporte a su comunidad, lo que no contradice que tengan que dar cuenta de los elementos locales para interesar a su audiencia, no contamos con sólidos canales regionales o locales que contrarresten la hegemonía de las cadenas nacionales.

Si el país quiere tomar en serio el proceso de regionalización no puede dejar de lado que junto con el desarrollo económico de cada ciudad tiene que haber un mayor desarrollo cultural y comunicacional que acompañe todo el proceso.

Por este motivo, la cooperación económica y técnica que se obtenga del estándar de TDT elegido debería destinarse, en primer lugar, a posibilitar que efectivamente las televisoras regionales y locales puedan migrar a la televisión digital, a condición de presentar unos proyectos que hagan posible la consolidación de las mismas y su sostenibilidad en el tiempo. Éste es un tema fundamental detrás del cual estarán las cadenas nacionales, pero una clara política de lo que se debe hacer en este campo debería ser el freno para el habitual apetito voraz de las canales nacionales, que ya sabemos buscan generar ganancias privadas y deudas públicas, con el matiz en este caso de lograr inversión pública para el lucro privado.

### **Interactividad ¿para qué fines?**

Una de las posibilidades que trae consigo la televisión digital es la interactividad. Más allá de aspectos técnicos, que deberán cotejarse en su momento, como los decodificadores más convenientes para cumplir con esta función, habrá que interrogarse sobre qué servicios interactivos queremos que se implementen en la televisión. Librados a su suerte, los canales de televisión bien podrían generar servicios interactivos con fines estrictamente comerciales, que permitan al televidente participar de programas concurso o interactuar con algún mensaje publicitario que lo conduzca a una posible compra (pasaríamos rápidamente del ¡llame ya! al ¡compre ya! con solo el control remoto).

La interactividad en la televisión, sin embargo, puede cumplir funciones sociales, desde ofrecer verdaderamente más información sobre la noticia que se está viendo en directo hasta gestionar citas médicas o trámites gubernamentales, pasando por el voto electrónico en las diversas elecciones.

Claro que bien aprovechada la interactividad puede posibilitar el desarrollo de contenidos lúdicos y creativos y ciertamente lucrativos, pero no deberíamos desaprovechar esta posibilidad para reducir la brecha digital y, en suma, para contribuir con la inclusión social, tomando en cuenta las grandes poblaciones a las que no llega el Estado. Y esta posibilidad no debería estar librada al juego del mercado sino convertirse, con los afinamientos del caso, en una política pública de televisión.

## **Televisión móvil ¿gratis?**

El celular se ha convertido en el dispositivo personal de mayor desarrollo y penetración en los últimos años. A las funciones básicas de hacer llamadas y enviar mensajes de texto, se han incorporado una diversidad de opciones que hacen que este dispositivo se convierta en un verdadero centro de comunicación, información y entretenimiento. La posibilidad de ver televisión en algunos modelos de celulares ya se ha demostrado y puesto en práctica en diversos países.

Si bien nuestro parque de celulares no tiene la sofisticación que ostentan otros mercados más desarrollados, es importante notar el grado de penetración alcanzado (casi 70%) y la pronta migración hacia equipos multimedia. La gran población joven del país hace prever un cada vez más acelerado crecimiento, tanto de la tenencia de equipos como en los usos y servicios que se desplegarán con este dispositivo. De allí la importancia de contemplar a los celulares como un nuevo canal de distribución de televisión. Si la televisión estaba pasiva en los hogares esperando la llegada de sus miembros, hoy en día debe salir a su búsqueda y la más clara y eficaz alternativa es el celular.

Hasta hoy se había considerado que la televisión de señal abierta es gratuita, y así la recibimos en los hogares. Empresas de telecomunicaciones y canales de televisión ven en la transmisión televisiva a través de celular una oportunidad de negocio. Sin embargo, no deberíamos perder de vista, bajo ningún concepto, que la televisión de señal abierta debe ser gratuita, más allá del dispositivo en que se reciba. El negocio de los canales y operadores de telecomunicaciones tendría que desarrollarse en otra dirección, tanto por la publicidad inserta en los programas como por las posibilidades de más tráfico telefónico o de mensajes de texto a efectos de participar en ciertos programas televisivos, sin dejar de lado todas las posibilidades de crear contenidos audiovisuales específicos para celulares, como es el caso de los moviesodios. Otra cosa es que los operadores de telecomunicaciones lleguen a acuerdos comerciales con canales de pago para transmitir algunos de sus contenidos, en cuyo caso se entiende que sería un servicio pagado por el abonado de telefonía.

Finalmente, otro eje de discusión lo puede constituir la opción de televisión de alta definición versus la televisión digital estándar, opción esta última que posibilita que por un mismo ancho de banda se transmitan más contenidos.

La apuesta por la televisión de alta definición supone una mayor inversión en valores de producción, que tiene sentido en ciertas producciones especiales como las películas, musicales o programas deportivos. Lo que deberíamos evitar es que se utilice el argumento de la necesidad de hacer televisión de alta definición para evitar el ingreso de otros operadores que bien podrían compartir parte del ancho de banda con el que se opera en el país (6Mhz), si es que un canal no está en condiciones reales de desarrollar nuevos contenidos.

Como ha sido señalado en diversos estudios no existe una real dicotomía entre la modalidad de alta definición y la opción por el multicasting, puesto que uno de los atributos de los estándares es la flexibilidad, que permite que cada operador configure sus transmisiones de acuerdo a su plan de negocios. (CNTV y PUCP de Chile, 2006).

Por estos motivos, la entrega de licencias en el escenario digital debería estar acompañada de mínimas condiciones de explotación de acuerdo con los modelos de negocio que cada canal pretende poner en marcha. Si un canal espera desarrollar diversos contenidos para usar todo el ancho de banda, habría que cuidar que no nos pase lo que sucede hoy en la señal abierta, donde un canal dedica gran parte de su programación a repetir programas de hace más de veinte años y a emitir películas orientales de escaso interés e ínfimos valores de producción (imaginemos lo que haría este canal si tuviera todo el ancho de banda para desarrollar 4 o 5 contenidos). Del otro lado, aunque no podría legislarse al respecto, habría que estar vigilantes para que los canales no empiecen a transmitir en alta definición los mismos programas de humor, chisme, de tragedia informativa o conversación simple, sin que se haya invertido en mejorar la calidad de los mismos. De lo contrario estaríamos viendo la misma televisión pero más bonita. Todo un contrasentido.

## Bibliografía y fuentes

- Arias Carbajal Gerardo (2008:1), Televisión digital: cambio tecnológico o tecnología para el cambio”. En: Revista Contratexto Digital 6. Lima, Universidad de Lima, Febrero 2008
- Arias Carbajal Gerardo (2008:2) “Practically soap operas, practically series: Peruvians miniseries as an escape from tv fictionLa miniserie peruana como refugio de la ficción televisiva”. En: Global markets, local stories. Obitel Yearbook 2008. María Inmacolata Vassallo & Lorenzo Vilches (Coord.). Sao Paulo, Globo Universidade, Winter 2008
- Comisión Multisectorial Encargada de Recomendar el Estándar de Televisión Digital Terrestre a ser Adoptada por el país. Plan de trabajo, Julio 2007. En: [www.mtc.gob.pe/portal/inicio.html](http://www.mtc.gob.pe/portal/inicio.html).
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Especial sobre televisión digital. En: [www.concortv.gob.pe](http://www.concortv.gob.pe)
- Consejo Nacional de Televisión de Chile. Situación de la televisión digital en el mundo e implicancias para Chile. Abril 2006
- FELAFACS. Revista Diálogos 77. Agosto 2008. Especial sobre televisión digital.
- Godoy Etcheverry, Sergio “Desafíos regulatorios para la adopción de la televisión digital terrestre en Chile”. Documento elaborado para el Consejo Nacional de Televisión de Chile. Santiago, Noviembre 2005.
- Gómez Germano, Gustavo “La radio y la televisión en la era digital”. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Fiedrich Ebert Stiftung. Febrero 2007.
- Pontificia Universidad Católica de Chile. “Análisis de los estándares de transmisión de televisión digital terrestre y su aplicabilidad al medio nacional”. Escuela de Ingeniería, Octubre 2006.