

Quo Vadis, TV? Nuevos modelos televisivos en el panorama contemporáneo: una introducción

Andreu Casero Ripollés
Universitat Jaume I

La televisión ha sido el medio hegemónico durante la segunda mitad del siglo XX. No obstante, actualmente, se encuentra sometida a fuertes procesos de transformación que están modificando sus bases y lógicas tradicionales. La digitalización la ha situado en el centro de una compleja trama de cambios en forma de una espiral que parece no tener fin. La aparición de nuevos soportes para la señal televisiva, como los dispositivos móviles o la IPTV, la multiplicación del número de canales, especialmente gracias a la llegada de la televisión digital terrestre (TDT), la consecuente fragmentación de la audiencia que está cada vez más segmentada, la emergencia de las redes sociales y la web 2.0, la promesa de la interactividad y el desempaquetamiento de los contenidos televisivos que, desagregados, circulan por múltiples plataformas siguiendo una dinámica *cross-media* nos hablan de un nueva generación de televisión que se va abriendo paso irremisiblemente.

Una televisión más flexible y personalizada que está empezando a certificar el fin de la era del flujo. El paradigma del *broadcasting*, dónde el medio era abierto y masivo, y su posterior evolución hacia la difusión de pago (*narrowcasting*), está virando hacia una televisión organizada en torno al individuo y basada en un consumo en cualquier lugar y cualquier momento que responde a la lógica del *always on* (siempre conectado). En este contexto, la televisión se adentra por la senda de la redefinición, poniendo en cuestión y reformulando aspectos que, hasta ahora, estaban plenamente asentados. El futuro de la televisión terrestre, tras el tránsito a la TDT, el surgimiento de nuevos modelos de negocio, la regulación técnica y la gestión del espectro o las transformaciones derivadas del

impacto de la convergencia digital son una muestra de algunos de los debates abiertos.

Partiendo de estas coordenadas, el primer número monográfico de la revista *adComunica* invita a reflexionar sobre los caminos de futuro de la televisión y sus nuevos modelos en el panorama actual. Para ello, cuenta con cinco aportaciones de gran interés. En la primera, Trinidad García Leiva (Universidad Carlos III de Madrid) ofrece una visión de conjunto de la introducción de la TDT y de sus retos de futuro con especial referencia al contexto español, aunque sin renunciar a una perspectiva global. El artículo analiza, críticamente, las vertientes tecnológica, económica, política y sociocultural de esta modalidad televisiva. Se identifican, así, los principales ejes que subyacen a la transición digital en la televisión terrestre: el afán de la industria electrónica de consumo masivo por rentabilizar sus productos, la imposición de una lógica basada en la renovación perpetua del equipamiento audiovisual (HD, 3D,...), la concentración de la financiación del cambio sobre los ciudadanos, el predominio de la reducción de costes y del axioma “cantidad es igual a calidad” que ha provocado que la TDT no suponga un enriquecimiento de la oferta televisiva, la indefinición del modelo de negocio o la escasa mejora del acceso y la participación ciudadana en el medio televisivo. Un diagnóstico que revela que la concepción actual de la TDT limita seriamente sus posibilidades y la reduce a una mera tecnología de sustitución. Calidad, democratización y una financiación sostenible son, a juicio de la autora, los ingredientes para revertir esta tendencia.

Por su parte, Juan Luís Manfredi (IE University) se ocupa de repasar el escenario actual por el que atraviesa la televisión pública en España sin olvidar sus retos de futuro. El artículo analiza el contexto legal en el que, hoy en día, se ve inmersa RTVE y su estrategia ante los nuevos soportes como la TDT o Internet. La conclusión sostiene que, pese a que el proceso de modernización del ente público es un hecho, todavía prevalece un modelo continuista antes que innovador en la era digital con numerosas cuestiones pendientes. Entre ellas, Manfredi destaca la necesidad de consolidar el marco legal establecido, de definir un modelo viable de financiación que ofrezca estabilidad, de apostar por el talento y la innovación (tanto aprovechando los dispositivos móviles como liderando una programación de calidad) y de reforzar los perfiles de servicio público, desarrollando una audimetría capaz de medir la rentabilidad social de los contenidos.

Ángel Badillo (Universidad de Salamanca) centra su interés en el análisis del tránsito digital de la televisión local y autonómica. Como punto de partida, propone el concepto de “televisión subnacional” para referirse a estas realidades. Posteriormente, lleva a cabo un repaso histórico de los principales hitos de la descentralización audiovisual en España entre 1981 y 2010. Seguidamente, ofrece una exhaustiva panorámica de cómo se ha desarrollado y cuál es el estado actual de la introducción de la TDT en cada una de las comunidades autónomas del Estado, marcada por la disparidad. Tras ello, Badillo, tomando como referencia el eje público/privado, propone cuatro modelos para catalogar las dife-

rentes apuestas que han surgido en el escenario de la “televisión subnacional”. Finalmente, concluye que, en general, se refuerza el peso del sector privado en este ámbito, que los grandes grupos han desaparecido de este mercado, que se ha mitigado la tendencia a formar cadenas nacionales desde el ámbito local y que los operadores sin ánimo de lucro han quedado barridos del sector.

La aportación de Cristina Cullell (Universitat Internacional de Catalunya) se orienta hacia el análisis de una problemática emergente en el ámbito televisivo: el dividendo digital. El artículo se ocupa de indagar en su naturaleza, de definir este concepto desde una perspectiva teleológica y, especialmente, de examinar los dos grandes candidatos a beneficiarse del mismo: los servicios audiovisuales derivados de la radiodifusión y las comunicaciones electrónicas (como las conexiones móviles de banda ancha). Tras una detallada revisión documental y legal, Cullell vaticina un futuro poco alentador para los servicios audiovisuales, en cuanto al dividendo digital se refiere, tanto en España como en la Unión Europea. Ante ello, advierte de la necesidad de preservar el pluralismo y el servicio público en la gestión del espectro en la era digital.

El monográfico se cierra con la aportación de Eulalia Adelantado (Universidad Politécnica de Valencia) y José Martí (Universitat de València) sobre el mercado español de contenidos televisivos para dispositivos móviles. El artículo analiza las posibilidades de la telefonía móvil como plataforma de difusión televisiva, repasa los contenidos, especialmente de ficción, que se han producido específicamente para este tipo de soportes (*moviseries*, etc.), examina la oferta actual en España de esta modalidad televisiva, llegando a la conclusión que está insuficientemente desarrollada, y, por último, se aproxima a los modelos de negocio posibles. Con todo, Adelantado y Martí certifican, que pese a los retos pendientes, el protagonismo de los dispositivos móviles en el panorama televisivo en el contexto de la convergencia digital es creciente y presenta buenas perspectivas.

En suma, cinco aportaciones para empezar a comprender el alcance y la trascendencia de los nuevos contextos y procesos llamados a transformar el panorama televisivo. Un medio hegemónico que transita por un escenario convulso, navegando por un mar de interrogantes e incógnitas. Múltiples preguntas que se concretan en una: Quo Vadis, TV?

Referencia de este artículo

Casero Ripollés, Andreu (2011). Quo Vadis, TV? Nuevos modelos televisivos en el panorama contemporáneo: una introducción. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº 1. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 29-31.