

# Tendencias de futuro en el audiovisual

## JOAN MAJÓ

Ingeniero industrial y ex ministro de Industria

jmajo@ictnet.es

### Resumen

*El artículo pretende, más que pronosticar el futuro, ayudar a hacer comprender el presente. Describe un conjunto de tendencias actuales que van a reforzarse en los próximos años y que condicionarán la evolución del audiovisual. Dichas tendencias se agrupan en tres ámbitos: tecnológico, hábitos de consumo y político-económico. Finaliza dibujando unas tendencias a la desaparición de los televisores, una transformación de las cadenas de televisión y un necesario replanteamiento del servicio público audiovisual que considera claramente amenazado por las tendencias descritas.*

### Palabras clave

*Futuro, red interactiva, asincronía, financiación, servicio público.*

### Abstract

*The aim of this article is not to foretell the future, but rather to help us understand the present. It describes a set of current trends that will become stronger in the upcoming years and that will shape the future of the audiovisual industry. Such trends are grouped into three main areas: technological developments, consumer habits and political and economic tendencies. In the final section, the article presents an overview of a number of trends that point to the disappearance of the television set, a transformation of today's television channels and a necessary reconsideration of the public broadcasting service, which is believed to be clearly vulnerable to these trends.*

### Key words

*Future, interactive network, asynchrony, financing, public service.*

## 1. Introducción

Lo que me ha solicitado la publicación del CAC es una descripción de las consecuencias del paso de analógico a digital en los medios audiovisuales y, más concretamente, en la televisión. Debería, entonces, realizar una prospectiva de cómo evolucionará y, por lo tanto, cómo será, la televisión del futuro.

Ya les anticipo que no voy a hacerlo. No me atrevo a explicar el futuro. Creo que quien se atreva a hacerlo es un imprudente. El futuro no está escrito. ¡Por suerte! Si estuviese escrito y alguien pudiera leerlo, no sé qué haríamos aquí...

El futuro no está escrito, pero está condicionado. Son posibles muchos futuros, pero no lo son todos los futuros imaginables. Las realidades del futuro serán el resultado de la capacidad de innovación de las personas y las organizaciones que trabajan en el marco de unas condiciones de entorno (tecnologías disponibles, regulaciones económicas o políticas, hábitos sociales o culturales...). Algunas de esas condiciones de entorno abren nuevas posibilidades, aumentan los grados de libertad de las personas y permiten realizar cosas que antes no eran posibles. Otros, por contra, ponen límites a la capacidad de creatividad y de cambio y, por lo tanto, impiden la materialización de algunas ideas. Es la diferencia entre la innovación y la utopía. Esas cosas imaginadas pero que no son posibles

son las utopías. Las cosas imaginadas, realizables y realizadas son las innovaciones.

Lo que voy a hacer es explicar algunos de esos elementos condicionantes sobre los que deberán edificarse los futuros modelos. Y, para explicarlos, intentaré identificarlos en lo que está sucediendo ahora, porque son las tendencias que ahora ya están presentes y que tienen profundidad las que marcarán el futuro. No todo lo que ahora sucede es importante ni tiene la misma capacidad de seguir a largo plazo. No todo lo que ahora parece importante lo es. Separar el grano de la paja, en ese sentido, puede resultar muy útil para poder mirar hacia delante.

En resumidas cuentas, más que pronosticar el futuro, mi intención es ayudarlos a entender el presente.

Con ese fin, voy a describir y explicar tres grupos de tendencias que ya estamos viviendo, que me parecen tendencias de fondo y que creo que seguirán, o incluso se reforzarán, en los próximos años.

Sin que pueda realizarse una separación clara entre unas y otras, porque sus influencias mutuas van en todas direcciones, las agruparé en tres ámbitos: tecnológico, político-económico y de hábitos sociales. Es una forma de explicarlo, ya que todo está muy vinculado.

De dicha descripción, surgirán, a buen seguro, orientaciones aplicables al conjunto del sector audiovisual. Pero no puedo

olvidar, ni quiero esconderlo, mi especial preocupación por el futuro del servicio público audiovisual y, por lo tanto, mi visión va a estar más centrada, tanto por interés como por conocimiento, en esa dirección.

## 2. Tendencias tecnológicas

**A. La digitalización.** Es decir, la utilización del código numérico para la transmisión, el almacenaje y el procesamiento de todo tipo de información.

Ésta es, de algún modo, la madre de casi todo el resto, ya que, tal como veremos, las tendencias que aparecen a continuación se refieren al progreso en la capacidad de trabajar con bits. La posibilidad de codificar toda la información en bits conlleva que lo que ha sido una revolución técnica en la informática se haya transformado en una revolución social en la comunicación y la información.

El código digital en esencia consiste en que en vez de almacenar o transmitir una información utilizando un fenómeno natural, se guarda o se transmite la medida numérica de dicho fenómeno. En vez de transmitir o almacenar una onda (sonora, luminosa, etc.) se transmite o se guarda la información numérica (frecuencia, amplitud, etc.) que describe la onda y permite identificarla y reproducirla. La digitalización ha convertido todo tipo de información en información numérica, expresada en bits.

El progreso tecnológico ha aumentado de una forma increíble la capacidad de guardar y transmitir bits. Dado que somos capaces de hacer, casi sin límites, todo lo que queramos con los números y, al mismo tiempo, sabemos poner cualquier tipo de información en forma de números, estamos en plena revolución de la información.

**B. Del cable a la fibra óptica.** El cable telefónico que llega a nuestros hogares ha tenido durante muchos años una capacidad de unas decenas de Kbits por segundo, suficiente para una conversación, pero —como todos hemos comprobado en los inicios de internet— incapaz de permitir otras utilidades con comodidad, sin perder la paciencia. La utilización de tecnologías de compresión (tipo ADSL) permite “hacer pasar bits a más presión por el mismo tubo”, pero incluso de este modo la capacidad se limita a pocos Mbits por segundo. En el momento en el que la fibra óptica, que ahora se utiliza para las conexiones troncales, llegue a casa, todos esos límites quedarán ampliamente superados.

**C. De la red de difusión a la red interconectada.** Durante las últimas décadas del siglo XX han coexistido, con distintas funciones, dos tipos de redes de comunicación con topologías y características contrarias.

La red “telefónica” en la que todos los usuarios pueden conectarse con cualquier otro usuario (multipunto), y todos los usuarios pueden recibir y enviar información (bidireccional) pe-

ro con una pequeña capacidad de transmisión (Kbits por segundo, banda estrecha).

La red “de televisión” en la que un solo punto de la red emite, todos los usuarios sólo pueden recibir, sin poderse conectar entre ellos, y la información sólo circula en un sentido (punto-multipunto y unidireccional), pero con gran capacidad de transmisión (Mbits por segundo; banda ancha).

La convergencia de estas dos redes ha creado la red “internet de banda ancha” que tiene las ventajas de ambas, es decir, todo el mundo puede conectarse con todo el mundo, todo el mundo puede recibir y enviar y la capacidad es lo suficiente grande como para enviar voz, texto, datos, gráficos, imágenes y vídeos. Ahora tenemos una red multipunto, bidireccional y de banda ancha.

**D. la memoria de silicio a los discos magnéticos y ópticos.** La capacidad de memorizar bits —y, por lo tanto, de almacenar información— crece de forma extraordinaria. A finales del siglo pasado, los chips de silicio nos llevaron de los Kbits a los Mbits. Ahora, los discos externos nos han hecho pasar a los Gbits y estamos llegando a los Tbits. Eso significa un crecimiento de mil millones de veces en unos 40 años...

Teniendo en cuenta, como referencia, que la capacidad de memoria del cerebro humano no llega a 1 Gbit, y de que en un disco de 1 Tbit podemos guardar el texto de un millón de libros o 500 horas de vídeo de buena calidad, podemos decir que hemos superado todos los límites de nuestras necesidades y que por un coste ridículo podemos situar en cualquier punto de la red un gran almacén de información.

**E. Del tubo catódico a las pantallas planas.** Hasta hace pocos años, todas las pantallas (televisor, ordenador) se han basado en la tecnología del tubo catódico. Esta tecnología tiene, al menos, tres grandes inconvenientes: el tubo es un elemento tridimensional y obliga a un contenedor de tipo cúbico, de forma que cuanto más crece la pantalla, más aumenta en profundidad; es un elemento muy pesado imposible de transportar; tiene unos límites de dimensiones, puesto que no es posible realizar pantallas demasiado grandes... ni demasiado pequeñas. Las distintas tecnologías de las pantallas planas hacen que no tengan profundidad, pesen poco, puedan ser desde muy pequeñas hasta cada vez más grandes y pronto puedan ser flexibles y enrollables.

Eso permitirá incorporar pantallas en todas partes, integrarlas, disimularlas, si es preciso, y transportarlas de un sitio a otro cómodamente.

**F. De las ondas al cable y viceversa.** Durante muchos años —toda la segunda mitad del siglo XX— la transmisión telefónica se ha hecho por cable y la de la televisión por ondas, algo bastante absurdo, puesto que el teléfono, que es un aparato “personal”, estaba ligado a la pared por un cable... ¡De ahí el gran éxito de los móviles a finales de siglo!

La situación es bastante diferente en varios países, pero con

distintos grados de intensidad, la transmisión de la televisión ha ido pasando de las ondas al cable, hasta el punto de que en algunas zonas de Europa no existe ahora una sola antena de TV en los tejados.

En sentido inverso, en los espacios pequeños de los inmuebles, las áreas comerciales o similares, han proliferado las zonas Wi-Fi, en las que las conexiones son todas por ondas, con lo que se ahorra una impresionante cantidad de cable y permiten una nueva movilidad.

Eso nos conduce a una nueva concepción de red mixta unificada, con un predominio del cable (y también del satélite, pero con algunos inconvenientes) para la transmisión a distancia y de las ondas para la distribución local.

### 3. Tendencias en los hábitos de consumo de productos audiovisuales

Todos esos desarrollos permiten, y a veces requieren, nuevas formas de consumir contenidos audiovisuales, y fomentan la aparición de unas tendencias que van acelerándose. Eso no significa que todas las personas las seguirán y cambiarán su forma de actuar; significa que tendrán un abanico más amplio de posibilidades para escoger cómo quieren hacerlo. Algunos van a seguir siendo consumidores tradicionales por inercia, desconocimiento o convencimiento, y otros se acogerán a las nuevas oportunidades. Sin duda, cuanto más jóvenes sean las personas, más fuerte será la inclinación al cambio y las tendencias acabarán convirtiéndose en muy mayoritarias, pero seguro que convivirán mucho tiempo costumbres diversas, hecho que obliga a prever una sociedad muy compleja e incluso fragmentada. Se ha convertido en algo habitual hablar de digitales “nativos” y de “digitales inmigrantes” para distinguir aquellos que han nacido en la era digital de los que han tenido que inmigrar, con dificultad, desde el analógico.

**A. De la recepción sincrónica al consumo asincrónico.** Las personas que vivían en las sociedades primitivas (antes de Babilonia) sólo podían traspasarse información por vía oral o por signos. En ambos casos, para hacerlo era necesario coincidir en el mismo lugar y en el mismo momento. El invento de la escritura rompió las barreras del tiempo y el espacio, gracias a la invención de un código (letras, ideogramas) y a la aparición de un almacén físico externo al cerebro (papiros, pergaminos, libros...). Gutenberg masificó el uso de la transmisión escrita al hacer los libros abundantes y baratos.

Ahora se repite el fenómeno en la transmisión audiovisual. El sistema corriente de televisión supone que el espectador debe ver un “programa” en el momento en el que se emite, es decir, deben coincidir con el emisor, no en el espacio, pero sí en el tiempo. De ahí la importancia de las “programaciones” de los distintos canales.

Pero esa exigencia se ha terminado en el momento en el que ha sido poco costoso introducir almacenes de bits en cualquier

punto de la red. Lo que significaron las letras hace cuarenta o cincuenta siglos, ahora son los bits y lo que fue el libro y los documentos escritos son ahora las memorias electrónicas y, sobre todo, los discos.

El consumo de productos audiovisuales puede seguir siendo *push* (recibir lo que te envían), pero cada vez más será *pull* (ver lo que tú quieres, cuando tú lo quieres).

**B. Del televisor a la recepción en múltiples pantallas.** El aparato que permite ver la televisión se ha convertido en un elemento integrante de nuestra cultura. Se ha identificado tanto con su función que mucha gente no dice “el televisor”, sino “la televisión”.

Pero esta etapa se ha terminado. Para recibir contenidos audiovisuales se necesitan una pantalla y unos altavoces. Tenemos pantallas y altavoces, en el ordenador, el teléfono, el GPS... Todos esos aparatos son televisores en potencia y, de hecho, ya están haciendo de receptores.

Por lo tanto, en el futuro recibiremos “la televisión” a través de múltiples pantallas, pequeñas, grandes, móviles, colgadas en la pared o que llevaremos en el bolsillo; y, al mismo tiempo, esas pantallas nos servirán para otras aplicaciones (hablar por el teléfono con contacto visual, ver fotografías, trabajar con el ordenador...).

Dentro de poco nadie comprará “un televisor” porque no se fabricará un aparato como tal.

**C. Del consumidor pasivo al usuario interactivo.** La red a la que estaremos conectados será una red interactiva y de banda ancha. Los consumidores serán, o podrán ser si lo quieren, receptores y emisores. Actualmente ya están en funcionamiento comunidades muy interactivas en internet que empiezan a permitir intuir hacia dónde irán las cosas. Esas redes funcionan a partir de usuarios que están conectados a través de un ordenador. Dicho ordenador a veces representa una barrera para muchas personas, pero a medida que los televisores sean digitales y vayan extendiéndose los PVR, estará al alcance de mucha más gente, sobre todo si los PVR son de fácil manejo y tienen incorporadas guías electrónicas de programación y de búsqueda de contenidos.

Visto desde el mundo de la televisión, lo que supondrá es un gran aumento de la participación de los “espectadores” en todos los contenidos a través de caminos muy distintos en función de sus características (llamadas telefónicas, correos electrónicos, SMS, chats en directo, envío de fotos, envío de noticias y vídeos, iniciativas no previstas, etc.).

**D. De la aparente gratuidad a la financiación transparente.** Todos los medios audiovisuales tienen un problema en relación con la financiación, que es consecuencia de un pecado original: la apariencia de gratuidad. Ni en todos los medios es igual, ni en todos los países pasa lo mismo, pero en general los usuarios están acostumbrados al hecho de que escuchar la radio, ver la televisión o descargar contenidos de internet es gratuito.

Un gran número de países han puesto en marcha una tasa especial por ver la televisión, pero en nuestro país lo pagamos a través del dinero público o del empache publicitario.

En estos últimos años han ido apareciendo nuevas formas de financiación: canales de abono, contenidos de pago por visión, cuotas comunitarias, tiendas de música o de vídeos en internet... Se trata de algo que irá extendiéndose a todos los medios, para reflejar mejor la realidad del mercado y para resolver los problemas de los costes de crear y producir contenidos.

Quedará una importante pregunta, de la que hablaré después: ¿es necesaria una financiación pública del servicio audiovisual, tal y como sucede en la sanidad o en la educación?

#### 4. Tendencias político-económicas

**A. Crecientes dificultades para financiar la producción.** El número de “canales” para acceder a contenidos audiovisuales se está multiplicando de una forma extraordinaria. Por un lado, está creciendo el número de cadenas de televisión y, con la llegada de la TDT, se ha cometido el error de utilizar el aumento de capacidad de transmisión para ampliar el número de canales de cada operador en vez de disponer de menos canales pero de mejor calidad técnica (HDTV). Por otro, el acceso a los contenidos pasa por otras plataformas (internet, operadores telefónicos, operadores de cable, etc.) que a menudo se suman a los anteriores.

Algunos de esos canales tienen una financiación propia, puesto que el usuario paga, de una forma u otra, lo que recibe. Pero, en general, seguimos instalados en la gratuidad, tanto en la televisión como en internet, y eso significa que toda la producción y la emisión deben financiarse por la publicidad o por el dinero público. Creo que ambas fuentes han llegado al límite. Después hablaré con más detalle de la segunda, pero ahora querría dejar escrito mi convencimiento de que la publicidad no será capaz de financiar la producción necesaria para llenar “satisfactoriamente” los miles y miles de horas de emisión de los centenares de canales que podremos tener los próximos años. Estoy convencido de ello desde hace algún tiempo, pero si ahora el estallido de la burbuja inmobiliaria, y sobre todo la financiera, reduce los niveles del actual consumo superfluo —provocado en parte por la publicidad— el efecto será todavía mayor.

Es evidente que eso tiene un remedio —un mal remedio— que ya se está aplicando desde hace algunos años: reducir el coste de la producción, reduciendo a la vez la calidad del producto. No es preciso ahondar en ello en este momento, pero todo el mundo puede suponer la gran diferencia de coste que existe entre una hora de una película o una serie de calidad, y una hora en la que dos invitados poco conocidos discuten, estimulados por una presentadora, si uno de ellos fue o no infiel al otro, y por qué, o si lo que un tercero dijo que uno había dicho, lo había dicho o no, y si lo había hecho, era verdad o era falso...

**B. Crecientes dificultades de financiación de las televisiones públicas.** En los próximos años, los presupuestos de todas las administraciones públicas tendrán serias dificultades. Una causa es estructural y actúa desde hace un par de décadas: la creciente imposibilidad de compatibilizar una progresiva reducción o eliminación de impuestos, con la lógica ampliación del alcance y la calidad de los servicios públicos. La segunda es el impacto de la actual situación económica en los ingresos públicos durante algunos años (esperemos que pocos).

En esas circunstancias, los gobiernos deberán ser muy selectivos en sus prioridades y muy exigentes en los análisis coste/beneficio de cada servicio que financian (sanidad, educación, atención social, búsqueda, seguridad, audiovisual...).

Siempre he sido un gran partidario del servicio público en el ámbito del audiovisual. Por eso quiero advertir de dos peligros muy claros que podrían ser decisivos y preocupantes en este análisis coste/beneficio, en el caso de las televisiones públicas.

Con respecto al coste de las cadenas, cabe reconocer que, en toda Europa, el modelo seguido para hacer televisión desde hace medio siglo no ha sido “un buen modelo de eficiencia”. Algunas cadenas pueden justificar en parte el coste por su calidad, pero hay muchas que, además de caras, también son malas. Ya hace tiempo que estamos viendo actuaciones por todas partes, a veces traumáticas, para enderezar la situación. Son imprescindibles y ya veremos si serán suficientes. No todo el mundo necesita un golpe traumático, pero todo el mundo necesita una reflexión y un convencimiento: para subsistir no bastará con hacer un buen producto, será preciso hacer un buen producto y demostrar que se hace al mejor precio posible.

#### C. Dificultades y contradicciones en la valoración del servicio.

La segunda parte de la ratio entre coste y beneficio tiene escondido un gran peligro. ¿Cuál es el servicio que presta una televisión pública a una comunidad? ¿Cómo se valora? Yo siempre he mantenido que, para hacerlo, deben tenerse en cuenta tres objetivos: que produzca una información rigurosa y una opinión plural, tanto políticamente como socialmente; que proporcione entretenimiento de calidad; y que ayude a la difusión de la cultura y de la lengua propia, en su caso. Parece que existe cierto consenso alrededor de esos tres puntos, aunque en el futuro sería necesario añadir un cuarto: utilizar la televisión como herramienta para la prestación de otros servicios públicos como por ejemplo la sanidad, la educación o las tramitaciones administrativas e incluso políticas.

Quien realiza la valoración para establecer prioridades en los presupuestos es el gobierno. A la hora de valorar las televisiones públicas, interviene un nuevo factor: el interés propio del gobierno para poder utilizarlas a su servicio. Respecto al beneficio del gobierno, todos hemos conocido y conocemos muchos casos de televisiones públicas que incumplen claramente esos tres objetivos, sobre todo el primero y a menudo también el segundo. Los gobiernos de distintos niveles que las han creado

buscan, sobre todo, una televisión a su servicio y al de sus intereses políticos. Se puede establecer, por lo tanto, una contradicción entre los objetivos de servicio público —sobre todo el que he puesto en primer lugar, la objetividad— y los intereses del gobierno.

¿Hacia dónde conducirán, en los próximos años, la combinación de las dificultades financieras de los gobiernos y la presión social y política hacia un mayor rigor informativo y una mayor pluralidad? Y, sobre todo, ¿cómo actuarán los gobiernos a la hora de realizar análisis de los beneficios del servicio público? ¿Irá disminuyendo el interés de los gobiernos a realizar un gran esfuerzo financiero a medida que vaya disminuyendo su posibilidad de intervención? ¿Puede llegar a pensarse que la absoluta desgubernamentalización sea un peligro para la subsistencia, en esos casos en los que los otros objetivos no tengan mucha fuerza? Algunos ejemplos no muy lejanos así lo harían pensar.

**D. Intensificación de las presiones políticas sobre los gobiernos.** El sector audiovisual es un sector en el que conviven operadores privados y operadores públicos. Eso sucede en otros ámbitos (sanidad, educación, transporte...) pero a diferencia de éstos, donde la convivencia está basada en una mezcla de competencia y colaboración (escuelas concertadas, hospitales concertados, etc.), en la radio y la televisión la relación es de pura competencia. Competencia por la audiencia y competencia por la publicidad, que en cierto modo es lo mismo, especialmente para los privados, cuyo objetivo es legítimamente el ingreso publicitario.

No debe extrañar que los operadores privados consideren que el recurso a la publicidad de las emisoras públicas es una cierta “competencia desleal” y hagan todo lo posible para conseguir, en primer término, una autolimitación, o mejor una supresión, de la publicidad en las cadenas públicas. En muchos casos, el objetivo, confesado o no, es la desaparición o privatización de las emisoras con argumentos que, en algunos casos, tienen una parte de razón a causa del comportamiento poco riguroso de algunos operadores públicos.

Vista la evidente importancia del papel de los medios de comunicación en los períodos electorales, y muy especialmente de las televisiones, no es de extrañar que los partidos políticos puedan ir adquiriendo compromisos de futuro con los operadores privados en la línea de sus demandas.

## 5. Respuestas provisionales a algunas preguntas

De todo lo retratado pueden desprenderse muchas conclusiones que podrían ayudar a las decisiones políticas y empresariales sobre el sector. Yo ahora no lo haré. En primer lugar, porque ya lo he anunciado al principio del artículo, pero sobre todo porque la extensión de éste no lo permite. No voy a eludir su realización en otro momento, aunque sea aceptando un riesgo, si así se me solicita.

Por esa misma razón de extensión dejo de hacer un repaso, por otra parte muy interesante, de cómo todas esas tendencias ya están dando lugar a actuaciones concretas tanto en el campo comercial como en el regulador en distintos países del entorno europeo y en la propia Unión Europea.

Me limito, entonces, para terminar, a formular y responder algunas preguntas algo provocadoras, preparadas para permitir configurar, de forma impresionista, un panorama del futuro, sin tener que analizar en profundidad, por ahora, todas sus implicaciones.

**A. ¿Desaparecerán los televisores de nuestros hogares?** Creo que sí. Como mínimo, ya no iremos a una tienda a comprar “un televisor”. Como ya he avanzado, un televisor es un electrodoméstico que integra en una sola caja una pantalla, unos altavoces, un sintonizador y algo de electrónica de descodificación, amplificación y control.

Puesto que durante muchas décadas la pantalla era un tubo de rayos catódicos, el televisor debía ser una caja grande y honda y allí cabían muchas cosas. Algunas de gran volumen relacionadas con el propio tubo, pero también altavoces, sintonizadores, electrónica... La aparición de las pantallas planas y las redes integradas interiores de la casa (con cables o sin hilo) lo cambian todo y nos llevan a una forma de construir nuestros receptores similar a la de las “cadenas de música”.

Compraremos “pantallas”, compraremos “altavoces”, compraremos “amplificadores, sintonizadores, descodificadores, discos para almacén”, etc. En cada una de las pantallas que tengamos instaladas, podremos ver la televisión, los contenidos que tengamos almacenados en el disco o los que nos lleguen por internet, o ver a la persona con la que hablamos por teléfono o escribir un texto con el ordenador. En resumidas cuentas, cuando compremos una pantalla no deberemos comprar altavoces, ni cuando compremos un ordenador será preciso que compremos una pantalla...

**B. ¿Desaparecerán las cadenas de televisión?** En gran parte, sí. Muchas desaparecerán, tanto privadas como públicas, porque no podrán subsistir debido al excesivo número de cadenas existentes. Pero no es eso lo que más me interesa explicar. Lo que quiero decir es que las que sigan existiendo deberán ser algo bastante distinto de lo que son ahora.

La existencia actual de una cadena está basada en dos pilares: la posesión de un canal para emitir y la configuración de una parrilla de programación. Sin eso no hay cadena. Necesitan tener asignado permanentemente y durante años un ancho de banda (una frecuencia fija) para que los espectadores puedan encontrarla sintonizando ese canal. Si no sabes cuál es, la antena y el televisor no la encontrarán. Por otro lado, es preciso que los posibles usuarios sepan qué programas emite en cada momento cada cadena y por eso es imprescindible una parrilla de programación. El espectador debe saber en qué momento y en qué cadena encontrará lo que puede interesarle. El espectador “pasivo” sólo puede hacer *zapping*, es decir,

escoger entre todo lo que se está emitiendo en ese horario.

Eso hace que hoy en día la cadena sea muy importante y es la que crea fidelidad. Es cierto que algunos espectadores dicen “yo veo cine americano de acción donde lo pongan”, pero una gran mayoría tiene la costumbre de ver preferentemente siempre la misma cadena.

Esa forma de “consumir” productos audiovisuales está cambiando, como ya he explicado, debido a las posibilidades de asincronía, almacenaje en el disco del ordenador o instalado en el propio televisor y de la utilización de nuevas plataformas. Para los proveedores de contenidos, tan importante como la audiencia en el momento de la emisión será que los espectadores sepan que un determinado programa está disponible en tal lugar y que lo pueden recibir en el momento que quieran. La importancia de la cadena estará ahora complementada —no del todo sustituida— por “la guía electrónica” y el PVR (“personal video recorder”) que, con una dificultad no muy superior al *zapping*, permitirá ver “lo que quieras, cuando quieras y en la pantalla que quieras”. Eso ya se está haciendo, y crece muy rápidamente, a través de internet. Tiene una gran utilización sobre todo en generaciones jóvenes. Tiene la dificultad que requiere un hábito de utilización del ordenador, algo poco extendido en una parte de la población adulta. Eso significa que en pocos años se irá convirtiendo en mayoritario.

Las estrategias comerciales de los operadores deberán cambiar. Deberán aprender a producir para emitir, pero también “contra almacén”, es decir, esperando que alguien las vaya a pedir. Y será preciso buscar las mejores estrategias para dar salida al almacén.

### **C. ¿Desaparecerán las televisiones públicas?** Probablemente.

Creo que algunas desaparecerán por las causas que antes he insinuado: algunas tendrán verdaderas dificultades para justificar el servicio que ahora realizan, si son sometidas a un análisis con algo de rigor; paralelamente al crecimiento de las dificultades presupuestarias puede que crezca el desinterés del gobierno o la administración que las financia para conservarlas; y, finalmente, que todo ello se combine con el éxito de las presiones del sector privado para impedir todo recurso, incluso parcial, a la financiación publicitaria.

Las otras desaparecerán en el sentido que acabo de explicar. Es decir, las que continúen activas deberán realizar la misma transformación que he explicado porque, de otro modo, desaparecerán por inadaptación a los cambios del mercado. Aquí el gran peligro es la posible lentitud de los entes públicos a adaptarse a las nuevas exigencias de los nuevos tiempos, y entonces será la competencia la que las convertirá en actores marginales.

Los operadores públicos sobrevivirán, si saben realizar ese cambio y adaptarse a los nuevos hábitos de consumo, pero, en cualquier caso, desaparecerán voluntariamente como simples cadenas de televisión.

Termino con la última pregunta.

**D. ¿Desaparecerá el servicio público audiovisual?** Espero que no. Soy de los que piensan que conllevará un claro empobrecimiento de nuestras sociedades europeas permitir que el consumo de productos audiovisuales quedara exclusivamente en manos del mercado y de su lógica exclusiva del beneficio. La equidad social, el progreso cultural y otros valores colectivos se verían perjudicados.

Ya he dicho que no tengo espacio para desarrollar ese tema, pero tengo claro que dependerá en gran medida de las actitudes y el convencimiento de los gobiernos, y, sobre todo, del acierto y la visión de los gestores de los actuales operadores públicos a la hora de imaginar un nuevo modelo de servicio público y, sobre todo, a la hora de implantarlo venciendo las resistencias que surgirán.