

Francisco Rui Cádima Director d'Obercom
i Catedràtic del Departament de Ciències
de la Comunicació de la Universidade Nova de Lisboa

■ Portugal ante la televisión digital terrestre

La introducción de la televisión digital terrestre en Portugal tiene algunas cuestiones pendientes todavía de legislación. Se espera que este año se convoque un concurso para conceder el derecho de explotación a tres redes terrestres digitales con cuatro canales cada una. Se prevé que a finales del año 2000 será posible ver la televisión digital terrestre.

■ Portugal and digital terrestrial television

The introduction of digital terrestrial television in Portugal has raised a number of issues that are still awaiting legislation. It is expected that a bidding process will be set up for the rights to operate the three digital terrestrial networks, each of which has four channels. It is forecast that it will be possible to watch digital terrestrial television by the end of the year 2000.

■ Le Portugal face à la télévision digitale terrestre

L'introduction de la télévision digitale terrestre au Portugal pose encore quelques questions de législation non résolues. On espère que cette année sera convoqué un concours pour attribuer le droit d'exploitation à trois réseaux digitaux terrestres avec quatre canaux chacun. Il est prévu qu'à la fin de l'année 2000 il soit possible de voir la télévision digitale terrestre.

Portugal davant de la televisió digital terrestre

La introducció de la televisió digital terrestre (DVB-T) a Portugal permetrà superar algunes de les restriccions pròpies dels sistemes analògics, concretament l'escassetat d'espectre i les exigències que actualment es troben en matèria de protecció contra interferències, i proporcionarà, a més, una plataforma d'evolució tecnològica per a sistemes interactius, dins del marc de la inevitable convergència multimèdia(1).

Mentrestant, hi ha algunes qüestions pendents de legislació específica per a aquest sector i enguany encara s'espera que es convoqui un concurs per a tres xarxes terrestres digitals, en què es preveu que cadascuna tingui quatre canals, la qual cosa fa pensar en l'existència, en una primera fase, de dotze canals digitals, i en la integració dels quatre canals analògics actuals (RTP1 i RTP2, SIC i TVI) i els nous canals de pagament (pay per view). S'espera, doncs, que a finals de l'any 2000 ja serà possible veure televisió digital terrestre a Portugal.

Encara queden, llavors, algunes qüestions per resoldre. Per exemple, la identificació de manera precisa de la conjugació més racional entre les cobertures possibles i les evolucions tecnològiques previsibles, a més de les seves aplicacions. I també la qüestió de la gestió i l'operació de les infraestructures, tot i que és probable que les concessions de les noves xarxes digitals siguin adjudicades a més d'un dels diversos operadors de telecomunicacions del mercat, dels quals destaquen PT, E3G i Reti. Una altra qüestió fonamental és la referent als continguts. Quant a la qüestió de la transició o coexistència que haurà de tenir lloc entre l'actual sistema analògic i la televisió digital terrestre (DVB-T), queda clar que és absolutament prematur intentar preveure quan acabaran les emissions analògiques. És més, com molt bé indica Fernando Pereira, el que cal preguntar és: «fins a quin nivell de penetració podran suportar-se

els costos polítics d'acabar amb un servei tan bàsic?»(2).

Podríem dir que més que una nova oportunitat per a Portugal en el pla dels continguts i de les infraestructures, seria del tot desitjable que la televisió digital terrestre (DVB-T) esdevingués no només un factor d'optimització del panorama audiovisual portuguès i dels seus continguts, sinó també –i sobretot– que també esdevingués un factor d'equilibri dels participants de cara a les seves pràctiques i dels seus projectes, corregint estratègies i polítiques, potser poc encertades, assumides sobretot durant la primera meitat de la dècada (concretament l'abolició de la taxa de televisió, la venda del distribuïdor de senyal, l'atorgament de llicències de televisió sense exigir quaderns de compromisos a les entitats privades, etc.). Cal ponderar amb especial prioritat els efectes històrics d'aquesta fixació innecessària en la tecnologia i en la infraestructura en detriment dels continguts i dels serveis.

D'una cosa no hi ha cap mena de dubte: aquest serà certament el suport «natural» per a l'evolució de l'actual televisió analògica, sobretot perquè és a DVB-T on coincideixen les dades de cobertura i de penetració.

Entre els problemes principals que sorgeixen de l'actual marc de transició, hem de considerar la complexa situació econòmica a la qual va arribar l'operador públic, RTP, que va impedir el compliment en la seva plenitud de la seva missió de servei públic. A més, cal considerar la situació de mancances tècniques de TVI, el fet que SIC, tot i dominar el mercat de la televisió, no generi producció d'estoc de forma significativa i també, finalment, l'incompliment de les quotes previstes a la Directiva TSF de 1989/97.

Per tant, des d'un punt de vista global, i fins i tot diria estratègic, la introducció de la televisió digital terrestre a Portugal hauria de corregir progressivament algunes de les asimetries esmentades anteriorment. Com a mínim, podria tenir parcialment continguts de «servei públic», o tan sols una activitat de titularitat pública que atorgués les concessions normals, com es defineix per al cas espanyol(3) (i com, d'alguna manera, és el cas dels exemples de Suècia i Finlàndia, en què el paper central l'assumeix l'estat i per les empreses privades queda un espai menor

i complementari (4)). Si ho fa de forma consistent i equilibrada, serà positiva, tindrà un bon funcionament. Si no ho fa així, agreujarà la situació ja existent i no funcionarà bé, almenys per a les entitats que hi participin. Dins d'aquest procés no s'ha d'oblidar la filosofia bàsica que hauria de presidir el desenvolupament de DVB-T a Portugal: trobar l'equilibri just entre les forces del mercat i l'interès públic (partint del principi que aquest interès no es mesura segons el mercat o els «ratings» d'audiència), i –per què no?– també cal plantejar-se l'entrada de l'administració pública en els serveis interactius de la comunicació digital terrestre? La qual cosa significa que una decisió política dins d'un marc estrictament de mercat podria no ser la millor solució(5), fins i tot mitjançant el sistema de «pay per view», és a dir, sense participació pública amb valor afegit en el nou marc.

En termes de «timing», en un primer moment (2000/2001) queda justificat, per tant, que els quatre canals generals que hi ha actualment evolucionin «automàticament» del sistema analògic cap al digital i vagin ocupant espai estratègic, amb la possibilitat posterior d'alliberar freqüències analògiques que poden arribar a beneficiar i a donar suport a inversions de les empreses –o del públic– encara desplaçats cap a les tecnologies digitals (finançaments que provenen, per exemple, de l'arribada de la telefonia mòbil de tercera generació a les freqüències de les quals es disposa en aquest moment).

Des del nostre punt de vista, l'ideal seria que s'atribuís un segon multiplexor, no només en funció dels interessos del mercat, sinó també en funció d'un interès públic estricte, de la promoció de continguts europeus de qualitat, i amb finalitats lucratives limitades. A més d'aquest multiplexor, haurien de participar els operadors públics i privats –en cooperació o sense–, els operadors del cable i altres, preferentment associats a institucions i empreses vinculades a aquests sectors. Per exemple: un canal per a la ciència i la societat d'informació, un canal de notícies, un canal infantil-juvenil educatiu, un canal multimèdia i/o dades, nous serveis, etc.

Llavors sortiria a concurs un multiplexor per a les regions. Finalment, i si el mercat ho exigís així,

es posaria a disposició un nou multiplexor per a nous projectes comercials, de tipus «gateway» o, fins i tot, tradicionals si aquesta evolució, que pot dependre de la xarxa, esdevingués amb més o menys rapidesa un «mitjà de masses». La cobertura d'àrees locals ampliades, previstes en el document de l'Instituto de Comunicações de Portugal per al 2006-2010, podrà deixar de tenir sentit, sobretot quan se sap que cada vegada és més fàcil crear una televisió local mitjançant Internet que mitjançant les ones hertzianes.

Cal preguntar-se si en aquest petit mercat pot existir, amb èxit, un sol operador per a gestionar tota la línia de multiplexatge i de distribució. És evident que no. Una de les possibilitats podria consistir en l'aparició de més d'un gestor de xarxa. Una hipòtesi més remota seria l'aparició d'una plataforma d'entitats públiques i privades, d'infraestructura i de continguts, per a explorar els nous serveis digitals a Portugal.

La qüestió del servei públic respecte a DVB-T

Els desafiaments del sistema digital terrestre per al servei públic de televisió són extremadament importants. Se sap que en els nous contextos de les indústries de convergència, el concepte de servei universal guanyarà progressivament una importància creixent, renovarà d'alguna manera el concepte i intentarà minimitzar els efectes de la info-exclusió.

Però pot tenir efectes diversos. Sobretot mitjançant una homogeneïtzació dels continguts, dictada sobretot amb els Estats Units com a referència, i actualment de manera més evident, com ha estat sempre el cas en el passat amb altres temes. És aquí on apareix la qüestió de la diversitat, la qüestió central pels operadors públics europeus a l'hora d'adoptar una determinada postura.

D'una banda, la qüestió de la diversitat i, de l'altra, la qüestió de la proximitat cultural, són aquí decisives, en la mesura que actualment se sap, millor que mai, que el públic s'identifica cada vegada més amb els continguts «culturalment reconeixibles».

Com molt bé diu A. Pilati, cal comptar sempre amb una certa resistència del públic a l'hora de canviar ràpidament els hàbits adquirits al llarg de dècades. Els perfils de despesa domèstica són, en certa

manera, estables. Alguns suports nous fracassaran, la qual cosa vol dir que la volatilitat de la recerca va sovint paral·lela a l'acceleració de la tecnologia. Per això, en ocasions, es corre el risc d'estar condicionat a aplicacions i formats en lloc d'obtenir desenvolupaments ràpids en una àrea de fort potencial. Cal veure que el punt d'inflexió de la televisió «fragmentada» europea –però encara clàssica i general–, es troba precisament en el retrobament amb la producció pròpia en detriment de la producció brasilera i nord-americana (vegeu els casos de Portugal i d'Espanya).

Finalment, en el cas portuguès, cal tenir en compte que DVB-T no és gaire ben vista pel gran operador portuguès de telecomunicacions, Internet i televisió per cable: Portugal Telecom. Aquesta empresa, que passarà a competir en l'àmbit de la telefonia fixa a partir del gener del 2000, ja està diversificant els seus negocis, associant-se fins i tot a Microsoft, l'empresa de Bill Gates, per a les àrees de «webcasting», i, mitjançant la fibra òptica del cable, vol dominar el negoci de la televisió digital, en què DVB-T és una clara competidora.

Els daus ja s'han tirat. Ara només queda saber quin serà el comportament de l'estat portuguès en tot aquest negoci. Sobretot perquè es tracta d'un mercat molt reduït, sense grans possibilitats d'expansió. Com diu, amb certa raó, Francisco Pinto Balsemão, «l'estat és un dels interessats en la televisió digital terrestre. Per això ha d'ajudar els operadors a pagar la seva introducció a Portugal(6)». Per la seva part, el secretari d'estat per a la comunicació social, Arons de Carvalho, respon: «el govern està estudiant la possible oferta dels aparells descodificadors(7)». Això significa que ja s'han establert les bases per a l'enteniment i que DVB-T serà una realitat a Portugal d'aquí dos o tres anys. **F.R.C.**

Notes:

(1) Introdução em Portugal da Televisão Digital (Introducció a Portugal de la televisió digital) –Consulta pública, Instituto de Comunicações de Portugal, Lisboa, 1998. Sobre la televisió digital a Portugal, vegeu també l'article Development of Digital tv in Portugal –1999 report (Desenvolupament de la tv digital a Portugal– Informe de 1999), Idate, 1998.

- (2) Fernando Pereira, «Televisão Digital: a Revolução já Começou!», O Mercado das Telecomunicações –Portugal 1999 («Televisió digital: la revolució ja ha començat!», El mercat de les telecomunicacions– Portugal 1999), Maxitel, Lisboa, 1999
- (3) Javier Cremades, «Marco regulatorio de la televisión digital en España», Presente de la Televisión Digital, Enrique Bustamante i J.M.Monzoncillo (edits.), Madrid, 1999.
- (4) Antonio Pilati, «El mercado televisivo frente a la revolución digital», Presente de la Televisión Digital, Enrique Bustamante i J.M.Monzoncillo (edits.), Madrid, 1999.
- (5) Precisament quan el mateix govern portuguès reconeix que no hi

- ha «viabilitat econòmica» a Portugal per a l'escenari del qual la tecnologia ja disposa: «Si els canals no es financen mitjançant la publicitat, es finançaran mitjançant els abonaments». Vegeu l'entrevista a la secretària d'estat per a les comunicacions, Leonor Coutinho, al Expresso de 29 de maig de 1999.
- (6) «Televisão-Novos desafios» («Televisió-Nous desafiaments»), entrevista a F. Pinto Balsemão a la revista Meios e Publicidade del 18 de juny de 1999.
- (7) «Portugal Digital», entrevista a Arons de Carvalho a la revista Meios e Publicidade del 18 de juny de 1999.

Estudis i informes

E3/1999 La imatge de les minories a la televisió

Estudi quantitatiu i qualitatiu de la representació de tres minories presents al nostre país (gitana, negra, magribí), que ofereix una anàlisi del tractament que de les persones d'aquestes ètnies es dona a les set grans televisions generalistes que es reben a Catalunya. Els estudis qualitius, coordinats des dels serveis tècnics del CAC, han estat elaborats per grups d'experts aliats: el Centre d'Estudis Africans

(Àfrica negra), la Unió Romaní (poble Rom) i un equip dirigit pel senyor Alfonso Bolado (Magrib).

E4/1999 La representació de la dona a la publicitat

Investigació sobre la imatge que la publicitat a televisió ofereix de la dona. L'estudi analitza més de 300 espots diferents emesos el dia 8 de març, Dia Internacional de la Dona, des de diferents paràmetres d'anàlisi (formal de l'anunci, conductual de la

dona i de l'home, etc.), i estableix les diferències i les semblances entre el tractament d'ambdós gèneres.

E5/1999 L'oferta digital a Catalunya. Cable i satèl·lit.

Anàlisi comparativa entre les tres ofertes de televisió digital (dues per satèl·lit, una per cable) existents a Catalunya. S'estableix una comparació a nivell d'oferta (paquet bàsic i preferencial de cada plataforma), de continguts i de preus dels diferents serveis.

E6/1999 Els clubs infantils a la televisió. Anàlisi dels continguts i de la publicitat.

Estudi de la programació i de la publicitat emesos en el marc dels clubs infantils de les diferents cadenes de televisió que es reben a Catalunya (Con mucha marcha a La 2, Club Súper 3 a TVC i Club Disney a Tele 5). S'analitza el contingut en valors i contravalors de les telesèries infantils i de la publicitat, així com les formes publicitàries emprades per cada cadena.