



II CONGRESO  
INTERNACIONAL  
DE TEORÍA Y  
TÉCNICA DE  
LOS MEDIOS  
AUDIOVISUALES

TENDENCIAS DEL  
**periodismo**  
AUDIO  
VISUAL EN LA **era** DEL  
**espectáculo**

**actas**

Javier Marzal Felici, Andreu Casero Ripollés y Fco. Javier Gómez Tarín (editores)

## **Transformaciones contemporáneas en el medio televisivo: la irrupción de las tecnologías informáticas y la convergencia intermedial en la Televisión Digital Terrestre en España**

Roberto Arnau Roselló  
Universitat Jaume I  
roberto.arnau@com.uji.es

### **1. TDT: Un desafío de adaptación para el sector audiovisual y la audiencia**

La digitalización progresiva de los medios de comunicación tradicionales ha convertido el *statu quo* mediático en un auténtico rompecabezas que impulsa una profunda reestructuración del sistema audiovisual internacional, permanentemente en fase de re-definición y actualización. En este contexto, la introducción de las tecnologías digitales en el medio televisivo (con la implantación de la TDT, entre otras consecuencias) abre un abanico de transformaciones potenciales en la producción, la distribución y las pautas de consumo de los productos audiovisuales, en su cualidad de proceso de digitalización de las ondas hertzianas (Bustamante: 2008, 7), que no pretendemos analizar en toda su extensión aquí ya que su alcance excedería el cometido de este trabajo<sup>1</sup>.

No obstante, trataremos de contextualizar la pujante evolución de los modos informativos audiovisuales y evaluar el estado del actual proceso de transición digital, definiendo los caracteres básicos que presenta la TDT española. En definitiva, se trata de realizar una exploración de la problemática y especificidad de la Televisión Digital Terrestre en España así como un análisis de la evolución y perspectivas de la implantación del sistema digital, de cara al apagón analógico previsto para Abril de 2010 y al impredecible escenario televisivo posterior, como indicador de la variabilidad y complejidad de este momento particular que ya está transformando el medio televisivo y los medios de comunicación en general.

---

<sup>1</sup> Grupo de investigación ITACA-UJI. El presente trabajo ha sido realizado con la ayuda de los Proyectos de Investigación “Nuevas Tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales contemporáneos”, financiado por la convocatoria del Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación, para el periodo 2008-2011, con código CSO2008-00606/SOCI, bajo la dirección del Dr. Javier Marzal Felici, y “Discursos emergentes: repercusión teórico-práctica de las nuevas tecnologías en la construcción del discurso audiovisual y sus nuevos soportes”, financiado por la Generalitat Valenciana (DOCV nº 5.689, de 28-01-2008) para el periodo 2008, con expediente GVPRE/2008/159, bajo la dirección del Dr. Francisco Javier Gómez Tarín.

Si asumimos, pues, como punto de partida que la revolución de los medios informáticos afecta a todas las fases de la comunicación, y abarca la captación, la manipulación, el almacenamiento y la distribución, así como a los medios de todo tipo, ya sean textos, imágenes fijas y en movimiento, sonidos o construcciones espaciales (Manovich: 2005, 64), podemos vislumbrar el carácter radical de las transformaciones que dicho cambio de paradigma acarrea. No se trata simplemente de la actualización de ciertas rutinas productivas, de la reestructuración parcial de las empresas de comunicación, de la adaptación del lenguaje televisivo a las nuevas herramientas digitales, o del nuevo y fundamental papel del espectador en el proceso comunicativo, sino que estamos ante la configuración de un nuevo orden mediático de alcance global que determinará la organización de las futuras sociedades reticulares y el papel de la transmisión de la información en su seno.

Se puede intuir ya el desarrollo y progresiva instauración de un nuevo tipo de relato informativo, poderosamente interactivo, que abarca un espectro más amplio de modalidades de comunicación (imágenes, textos, videos, gráficos) incluida la escritura no-lineal -o hipermedia (esto es, los enlaces)- y brinda posibilidades para una extraordinaria personalización y una mayor participación de la audiencia (Pavlik, 2005, 21), lo cual augura a corto y medio plazo un panorama complejo, condicionado por la dialéctica entre las inercias de los modos caducos (de consumo, producción, distribución) y las potencialidades emergentes de las diferentes tecnologías.

La multiplicidad de factores, actores y elementos en juego, y el hecho de que nos encontremos en un momento dinámico (Franquet: 2008, 27) hacen que corramos el riesgo de diluir nuestra argumentación en cuestiones adyacentes, por ello, fijaremos nuestro objetivo en delimitar y acotar el estado de la transición a la TDT en España a fecha de Abril de 2009 y analizar las perspectivas, potencialidades y efectos de su implantación como herramienta con nuevos usos, como la interactividad, la convergencia entre medios diversos y el potencial acceso universal a los servicios de la Sociedad de la Información.

Para ello, habremos de realizar diferentes aproximaciones: en primer lugar, trataremos de descubrir la especificidad de la TDT en el marco de la televisión actual y contar con que su implantación estará condicionada por su proyección sobre la arquitectura de la televisión hertziana existente (Bustamante: 2008, 29) y fundamentada en el panorama del sistema televisivo analógico imperante desde los noventa; en segundo lugar, trataremos de realizar una tarea múltiple consistente en observar la evolución del proceso de extensión de la TDT hasta hoy (cuando nos encontramos exactamente a un año vista del “apagón analógico” previsto en la regulación estatal), por un lado; analizar el estado de la innovación en programas, contenidos y servicios interactivos, y también la oferta y las estructuras de las cadenas que operan desde 2006, por otro; y evaluar los datos oficiales, siempre voluntariosos y optimistas, para plantear un bosquejo de la situación que tenga cierta fiabilidad, aunque seamos conscientes de que el valor del análisis sea absolutamente contextual y marcadamente provisional (hasta el apagón previsto para 2010, la incertidumbre es creciente ante el visible anquilosamiento del conjunto del sistema).

## 2. Especificidad de la TDT y transformaciones en el nuevo escenario televisivo

Un punto de vista unánime entre los especialistas en la materia consiste en afirmar que la televisión se ha visto inmersa en una transformación radical en los últimos quince años (Marzal y Casero: 2007, XI) debido al desarrollo de las tecnologías audiovisuales y las telecomunicaciones. Los avances tecnológicos han propiciado el nacimiento de nuevos procedimientos, soportes y medios de comunicación (Micó: 2008, 102) y la tecnología ha sido siempre una parte inseparable de la información televisiva (Bandrés: 2000, 22), aunque incapaz de generar demanda por sí sola (Casero: 2007, 137). Pero a partir de la paulatina digitalización del medio televisivo (exponencial en el último decenio), se ha convertido en agente protagonista al extender su aplicación a todos los procesos de comunicación y abanderar la transición hacia la TDT, eso sí, más como un elemento de marketing, de arrastre comercial hacia una migración digital insustancial, que como la base técnica de nuevo universo televisivo posible, de acceso universal.

Como tecnología que trasciende tal denominación, la TDT supone la puesta en cuestión de las arquitecturas y equilibrios de la televisión analógica (Bustamante: 2008, 5) y responde a las aspiraciones de sustitución del anterior sistema en los próximos años, de modo que todo el interés de los operadores televisivos debiera estar centrado en las posibilidades de esta transición, situación que, de momento, no se ha producido.

En principio, la TDT supone el aumento del número de canales en la oferta televisiva, la mejora de la calidad de transmisión y recepción de la señal a través de la incorporación a la cadena de transmisión/recepción de un elemento más, el *set top box* (o descodificador de señal digital), y la posibilidad de introducción de servicios innovadores, lo cual resulta aparentemente atractivo para todos los actores implicados en este proceso (fabricantes de equipos electrónicos, televisiones y empresas de telecomunicaciones, antenizadores, espectadores y anunciantes, etc.). Sin embargo, parece que el mercado televisivo español orientado tradicionalmente hacia la captura de la audiencia, el entretenimiento y la publicidad, el mimetismo cultural con los modelos hegemónicos provenientes sobre todo de EEUU, la pérdida del sentido de servicio público y el mantenimiento de los canales de pago con ofertas audiovisuales de mayor calidad (Saperas: 2007, 191), no digiere tal evolución con naturalidad y mantiene sus señas de identidad en el nuevo escenario de la TDT. Precisamente, la multiplicidad de actores que se relacionan en este floreciente contexto hace presagiar un proceso de transición plagado de incertidumbres e indefiniciones, de intereses diversos y paradojas, que no culminará en Abril de 2010 y se extenderá tras el apagón, al menos durante algunos años, durante los que es probable que el sistema y el mercado se estabilicen y acomoden a la impredecible situación.

La segmentación de la oferta y la fragmentación de las audiencias son también consecuencias directas de la implantación del nuevo sistema, así como el impacto sobre el concepto de programación, que se ve profundamente subvertido en este nuevo orden digital. El ocaso de los grandes “shares” ocasionado por la diversificación de la programación y la fragmentación de públicos potenciales, configura un nuevo espacio

televisivo complejo, con múltiples ofertas en soportes variados, de hábitos y usos diversificados y de modelos de negocio híbridos (Bustamante: 2008, 9).

De otro lado, el acceso asíncrono a los contenidos y programas, y la convergencia de medios permiten la combinación de lenguajes y la experimentación con formatos inéditos, las redacciones modifican su estructura y el redactor/periodista dispone de nuevos instrumentos que convierten a la TDT en un soporte joven que cambia paulatinamente los modos de trabajo y genera nuevos lenguajes informativos en los que la interactividad juega un papel primordial (Micó: 2008, 106). Desgraciadamente, a pesar de tales expectativas, y a menos de un año del apagón analógico, los contenidos y programas del medio emergente son idénticos a los de la televisión hertziana y las experiencias diferenciadoras han sido escasas en el panorama mediático español.

### **3. Análisis del proceso de su implantación en España: Una transición en fase terminal**

Es necesario, una vez llegados a este punto, repasar detenidamente los diferentes estadios de esta progresiva migración hacia la Televisión Digital Terrestre que ha experimentado el espacio radioeléctrico español desde el inicio del proceso<sup>2</sup>, para comprender de un modo más completo el presente de dicha transición y las claves del futuro más inmediato en este contexto.

El panorama televisivo de los años noventa, basado en la convivencia de la cadena pública (antes monopolista) RTVE con las cadenas autonómicas agrupadas en torno a las siglas FORTA y las privadas Antena 3 y Telecinco, creadas a raíz de la Ley de Televisión Privada de 1988, es el escenario inicial en el que aparecen las primeras experiencias de televisión digital en España, con el inicio de las emisiones de las plataformas Canal Satélite Digital y Vía Digital en 1997. Podemos considerar la década de los 90 como el inicio del proceso de transformación del sistema comunicativo y el punto de partida de la mutación digital. Durante estos años, las televisiones locales experimentan una expansión considerable basada en la proliferación de modelos, las cadenas generalistas se adaptan a la competencia de los canales de pago y se comienza a trabajar en la regulación de la TDT a nivel internacional. Además el proceso de convergencia, inédito hasta entonces, entre medios de comunicación y empresas de telefonía y telecomunicaciones, alentadas por la tendencia ultraliberal de superación de mercados nacionales que fomentaba la incipiente globalización económica, y la consolidación de la liberalización de movimientos de capital abona el terreno hacia la

---

<sup>2</sup> Un estudio pormenorizado y en profundidad sobre el estado y la evolución de la implantación de la TDT en España se puede encontrar en: BUSTAMANTE, Enrique (2008) *“La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad”*. Documento de trabajo 129/2008, Madrid: Fundación Alternativas. [http://www.falternativas.org/base/download/52fe\\_26-03-08\\_doc\\_129.pdf](http://www.falternativas.org/base/download/52fe_26-03-08_doc_129.pdf).

uniformización de los mercados (Saperas: 2007, 190) que se irá imponiendo posteriormente con regular progresividad.

En España, en la línea de algunos países pioneros en la legislación acerca de la Televisión Digital, se aprueba el primer régimen jurídico (Reglamento técnico de la TDT) en 1998, bajo el gobierno del PP, en el que se prevé el cese de las emisiones en analógico para el año 2012. Poco después, en el año 2000, Quiero TV inicia su andadura en solitario en el espacio televisivo digital, con un estrepitoso fracaso que obligará a la entidad a interrumpir el servicio de pago, llegando incluso renunciar a su licencia de emisión. La aventura de dicha empresa parece haberse encontrado con la falta de motivación de un público todavía no preparado para demandar servicios específicos y avanzados de TDT y con los efectos devastadores de la política del gobierno de Aznar, con la concesión de dos licencias complementarias a dos grupos mediáticos afines Net TV y Veo TV, que iniciarán inmediatamente sus emisiones (2002) y que pasarán también desapercibidas, pese a emitir en abierto, a causa de la falta de penetración del nuevo sistema en la audiencia por la escasez de descodificadores.

El fracaso de las primeras tentativas de negocio en la TDT vinculadas a las fórmulas de *Pay TV*, y el anquilosamiento general del sector (que todavía no encuentra rendimientos económicos en el nuevo sistema) desembocan en un cambio de paradigma que apuesta por modelos diferentes tras una congelación de varios años. Ya en 2006, bajo el gobierno del PSOE, con la remodelación del ente RTVE a través de la creación de la Corporación RTVE, se abre un debate sobre la necesidad de ampliación de las concesiones analógicas (que han estado quince años intactas manteniendo prácticamente una situación de competencia duopolista, por el reparto del mercado sólo entre dos TV privadas), que culminará con la polémica decisión de autorizar las emisiones de un nuevo operador, La Sexta, y transformar la emisión de pago de Canal+ en un canal en abierto bajo el nombre de Cuatro. En este contexto, se promulga la Ley de medidas urgentes para la implantación de la TDT (2004) que modificará el plazo previsto para el apagón analógico, adelantándolo a Abril de 2010, y propondrá el lanzamiento de un plan de transición digital (en el que nos encontramos actualmente) que dinamice el proceso de cambio y adaptación a la nueva tecnología.

Poco a poco, el binomio abierto-gratuito se impone frente al condicionado-de pago, y se apuesta definitivamente por la TDT como un sistema multicanal, de flujo generalista y temático en la misma línea que el modelo televisivo analógico (Delgado: 2007, 128).

Así, tras la ampliación de la concesión por un total de tres canales a cada operador analógico tradicional (Antena 3 y Telecinco) y la concesión de dos canales a cada uno de los operadores recién llegados (La Sexta y Cuatro), además del multiplex de RTVE, la Ley 10/2005, fija las obligaciones explícitas de las cadenas que hasta hoy siguen incumplidas. Esta normativa obliga al compromiso a los operadores de que, al menos el segundo canal adicional concedido a los operadores privados, se nutra de programación novedosa e innovadora diferenciada de la analógica, pero ante la posibilidad real de innovar (con lo que la innovación conlleva en cuanto a la movilización de recursos económicos que garanticen una mínima inversión y falta de seguridad en la rentabilidad

del proceso), la posibilidad de encabezar la innovación en servicios televisivos, las empresas han retrocedido y traspasado el protagonismo a las TV públicas, que han invertido los mínimos esfuerzos y tampoco han realizado innovaciones de calado en este terreno (a pesar de contadas experiencias que han iniciado el camino con mayor o menor incidencia).

A día de hoy, el panorama de la TDT y el balance sobre la transición en la que nos encontramos no puede ser analizado sin contemplar el contexto de una dinámica compleja de múltiples agentes que interactúan en este proceso (Bustamante: 2008, 46), tras los que se ocultan intereses muy diversos, a veces contrapuestos. La lógica del nuevo sistema, que conlleva que la oferta de programas, contenidos y servicios sea un elemento determinante, supone también un cambio de óptica en el mercado televisivo que desplaza su interés del campo de la difusión al de la producción (Casero: 2007, 139).

Desde el inicio de la emisiones en digital, se observa que la oferta está compuesta por programas idénticos a los propios de la televisión analógica (aunque en régimen de re-difusión, lo que termina de agravar la situación), razón por la cual se detecta una tendencia crítica por la falta de servicios atractivos y de contenidos que no hayan sido emitidos en analógico, fundamentada en la escasa demanda de los radiodifusores pese al compromiso al que los obliga la legislación, como hemos visto. Así, en un escenario de más 20 canales en emisión en abierto (La 1, La 2, 24 horas, Clan Tve, Veo, Sony Tv, Intereconomía, Teledeporte, Cuatro, CNN+, 40 Latino, La Sexta, Telecinco, Telecinco 2, FDF, Disney Channel, Antena 3, Nova, Neox, Hogar 10, y algunos otros) entramos en el círculo vicioso actual, en el que se produce una absoluta desincentivación del espectador por la ausencia de contenidos específicos, innovadores y diferenciados que fomenten la migración a la TDT, como veremos a continuación.

#### **4. Innovación en la oferta, programas y servicios interactivos: entre el simulcast, la tematización, la redifusión y la portabilidad.**

Como decíamos, el interés de los operadores no se ha establecido en la innovación y adaptación de programas al nuevo sistema televisivo, más bien al contrario, la estrategia de las cadenas parece haber adquirido una orientación conservadora que no se siente capaz de asumir el protagonismo en la renovación de la televisión, dado el alto riesgo que conlleva un modelo de negocio que todavía está por concretar y que no consiste tan sólo en la transposición al nuevo sistema de difusión de las metodologías imperantes en el sector durante la etapa de emisiones analógicas.

Frente a esta indefinición, la opción adoptada mayoritariamente por los operadores televisivos ha sido la fórmula del *simulcast*, esto es, la repetición mimética de la programación analógica, aunque a través de la señal digital. Este hecho, de consecuencias directas sobre el desarrollo futuro de la diversidad de contenidos, programas y servicios interactivos consustanciales a la tecnología digital, junto con la realidad de la extensión de decodificadores de usos limitados entre la población española, y la falta de inversión publicitaria motivada por la inexistencia efectiva de audiencias, desembocan en un escenario actual paralizado, carente de motivación por el

desarrollo de formatos específicos dado el evidente contexto de bloqueo del mercado (Casero: 2007, 151).

Como resultado de ello, la programación ofrecida por los principales operadores se ha caracterizado sobre todo por la tematización y la redifusión de programas anteriormente explotados con éxito en la televisión analógica, reduciendo al mínimo la inversión específica y las potencialidades del sistema implantado. Un ejemplo de ello se encuentra en la programación de Antena 3, que convierte los canales secundarios de su multiplex Neox y Nova en un auténtico contenedor de productos caducos, reciclados y que muestran hasta qué punto el medio televisivo tradicional se resiste al cambio.

Por otro lado, resulta curioso comprobar como, a pesar de la proliferación y la multiplicación de canales que implica el sistema de TDT, dicho aumento no conlleve una mayor diversidad de la oferta televisiva y una mayor experimentación con una de sus principales herramientas: la interactividad. Estudios llevados a cabo por expertos en la materia<sup>3</sup> no apuntan hacia un horizonte muy diferente al de los programas, con una situación, si cabe, más grave, dado el protagonismo que este tipo de aplicaciones están llamadas a asumir en un futuro, teóricamente cercano.

La televisión interactiva (TVi), término que no debemos confundir con el de TDT, es una aspiración del medio que se remonta a sus inicios, pero que jamás ha cristalizado más allá de experiencias de un grado de interactividad reducido, aunque en algunos ocasiones efectivo, como en el caso del Teletexto de TVE iniciado en 1988, que perdura (sensiblemente mejorado) hasta hoy y se erige como uno de los servicios interactivos más atractivos de la nueva televisión digital (Prado y Fernández: 2007, 156). Es pertinente tener en cuenta que la interactividad no ha de ser asociada necesariamente a una tecnología, ni a un soporte específico, sino a contenidos interactivos (Franquet: 2008, 17), por lo que el desarrollo e innovación de programas específicos es un elemento imprescindible para la evolución de las herramientas y sus usos potenciales. Por su parte, en el caso de la TDT, la potenciación de dichos servicios se encuentra en un fase de letargo, que seguramente no tendrá consecuencias positivas sobre el conjunto de la transición. La base de la interactividad se encuentra sobre todo en los contenidos informativos, que implementan usos dinámicos de las aplicaciones y potencian sus elementos multimedia, aunque su escasa presencia se concreta más en servicios de información que en programas (Franquet: 2008, 26), en el contexto actual, el acceso a estos servicios es muy limitado.

La paradójica introducción en el mercado de sintonizadores digitales que no están equipados con la tecnología MHP (plataforma común para las aplicaciones interactivas de la TDT, que proporciona interoperabilidad entre diferentes aplicaciones y terminales) no deja que el desarrollo de estas aplicaciones se realice con normalidad, ya que sienta los principios efectivos que desembocan en el círculo vicioso por el que discurre esta tecnología actualmente. La falta de canal de retorno en la mayor parte de los dispositivos disponibles en el mercado (y de los que ya están en los hogares españoles), no beneficia la percepción de la interactividad por parte de los espectadores, lo que a su vez no motiva a los desarrolladores a invertir en la innovación de productos similares, y

---

<sup>3</sup> Consultar bibliografía.



provoca una situación contradictoria, pero comprensible desde la óptica conservadora de los grupos empresariales (ya que se está desperdiciando la oportunidad de aprovechar este momento de transición para el ensayo de posibles fórmulas futuras o desarrollos tecnológicos que podrían adelantarse a los incipientes nuevos hábitos, por un lado, mientras se mantiene una actitud de reducción al mínimo del gasto a corto plazo que puede acabar por volverse en contra de algunas televisiones).

En este contexto de estancamiento, algunas de las aspiraciones de la TDT, como la HDTV, o la portabilidad (con el desarrollo actual del standard DVB-H), han sido olvidadas, relegando su papel a posibles desarrollos futuros a corto y medio plazo. Las posibilidades de la tecnología (canal de datos, accesibilidad, interoperabilidad entre sistemas y plataformas) deberían ser más explotadas por los radiodifusores en busca de audiencia (Franquet: 2008, 26) con el objeto último de contribuir a la atribución de funciones/usos de la TDT no extendidos hoy en día. Así, la oferta de programas y servicios, como elemento clave de la expansión de la televisión digital, debe mostrar ciertas características esenciales relacionadas con la novedad (respecto a la oferta analógica), el grado de tematización, la creatividad aplicada a los programas televisivos, las riquezas y accesibilidad de los servicios interactivos, y a las potencialidades de administración electrónica y *e-gouvernement* (Bustamante: 2008, 46), para integrar nuevos usos que aún hoy no podemos anticipar.

## **5. Datos de penetración TDT en España (a Marzo 2009): estado de los indicadores analíticos del Observatorio de la TDT**

Tras el recorrido general que hemos realizado a través del repaso de los caracteres esenciales de la TDT, las problemáticas asociadas a su implantación, y de los avatares más relevantes de su progresiva implantación, conviene aportar elementos objetivables como conclusión que nos muestren la situación actual en el proceso de transición digital.

Desde la sustitución del Foro Técnico de la TDT, por la Asociación Impulsa TDT en el año 2005, el protagonismo de la transición ha estado vinculado a dicho organismo a través sobre todo de acciones publicitarias orientadas a la difusión de la TDT. Esta institución, compuesta tan sólo por los operadores televisivos y el operador de red, ha emitido desde 2006 informes periódicos sobre el proceso de transición (Observatorio de la TDT) atendiendo a una serie de indicadores que se consideran fundamentales para evaluar la extensión y el impacto de la televisión digital. El material publicado, en forma de documentos de análisis sectoriales y estadísticas, nos permite esbozar las líneas maestras del estado de la situación aproximativo, de los indicadores que delimitan el estado de la transición hasta la primavera de 2009, con los datos del último informe publicado hasta ahora. Con todo, somos plenamente conscientes del (inoslayable) punto de vista en base al que están redactados estos informes, y acudimos a otras fuentes de contrastada solvencia e independencia para corroborar las cifras.

De este modo, la situación a menos de un año para la ejecución efectiva del apagón analógico muestra una evolución de algunos de los indicadores de la transición. El indicador de cobertura refleja que hasta el primer trimestre de 2009 se ha registrado

un incremento de la cobertura de la TDT en España que alcanza la cifra del 93,58% (Fuente: Abertis Telecom), razón por la cual los compromisos adquiridos de implantación de la TDT en Fase V (fijados en el 93 % para el 31 de Julio de 2009) se han visto satisfechos y la autocomplacencia institucional se ha disparado en un discurso permanentemente alentador. La TDT llega efectivamente a 43.1 millones de personas residentes en España. En cuanto al indicador de equipamiento, con los sintonizadores, la cifras muestran una cifra global de 18 millones de dispositivos vendidos (Fuente: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información), mientras que otras fuentes indican la cifra de casi 17 millones de unidades vendidas entre Marzo de 2003 y Febrero de 2009 (Fuente: Sofres), más de la mitad de los cuales se han vendido este último año (dato que confirma la apresurada carrera que han emprendido los usuarios, espoleados por las campañas institucionales).

En cuanto a la penetración del sistema en los hogares, el indicador muestra que el 50,7% de los hogares ya han instalado la TDT (Fuente: Sofres) y adecuado sus dispositivos a la nueva señal, mientras que la cifra de individuos conectados se sitúa en el 47, 5% (Fuente: AIMC/EGM), con valores desiguales si desglosamos los datos por comunidades autónomas.

En lo que respecta a la audiencia, los últimos datos revelan incrementos sucesivos del tiempo empleado por la población a ver la TDT (Impulsa TDT: 2008, 10) estimado en unos 235 minutos por individuo/día (Fuente: Sofres), con una cuota de audiencia máxima para TVE con el 17% del share (Fuente: Sofres), frente al mínimo histórico de la cuota de pantalla del sistema televisivo analógico cifrada a Marzo de 2009 en un 51,8% (habiendo sufrido una reducción drástica en el ultimo año de cerca del 17%, Sofres). Este hecho, es primordial, ya que visibiliza la inversión realizada por Impulsa TDT en campañas de sensibilización popular hacia la transición.

Como hemos comprobado, los datos evolucionan hacia la implantación total de la TDT de un modo progresivo, aunque las dudas e incertidumbres acerca de las implicaciones del proceso y de las consecuencias de su deficiente extensión siguen en aumento, pese al voluntarismo oficialista. Hoy, cuando el gobierno del PSOE anuncia la supresión acelerada de la publicidad en los medios públicos<sup>4</sup> (más como una cesión a las presiones derivadas de las demandas repetidas en ese sentido de UTECA –órgano de las televisiones privadas-, que como una recuperación del sentido de servicio público inherente a la televisión estatal), el escenario no está más despejado de lo habitual, con profundos interrogantes y modelos diversos potencialmente instaurables, y permanecerá indefinido ante el aluvión de provisionalidades que deparan los primeros momentos de un sector transformado (que no adaptado) tras el definitivo apagón analógico.

---

<sup>4</sup> El País, 15 de abril de 2009, pág. 32.

### Referencias Bibliográficas:

- BANDRÉS, Elena; GARCIA AVILÉS, José; PEREZ, Gabriel; PEREZ, Javier (2000) *El periodismo en la televisión digital*, Barcelona: Paidós.
- BUSTAMANTE, Enrique (2008) “*La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad*”. Documento de trabajo 129/2008, Madrid: Fundación Alternativas. [http://www.falternativas.org/base/download/52fe\\_26-03-08\\_doc129.pdf](http://www.falternativas.org/base/download/52fe_26-03-08_doc129.pdf).
- BUSTAMANTE, Enrique “*Televisión: errores y frenos en el camino digital*”, en BUSTAMANTE, E. (ed.). *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa, 2004, p. 213-264.
- CABALLERO TRENADO, Laura *TDT*, Valencia: Tirant Lo Blanch/ Prosopopeya, 2007.
- CASERO, Andreu “*Escenarios de presente y futuro de los contenidos televisivos en el contexto de la TDT*”, en MARZAL, Javier; CASERO, Andreu (2007) *El desarrollo de la televisión digital en España*. A Coruña: Netbiblio SL.
- DELGADO, Matilde: “*Contenidos servicios de la Televisión Digital en España*”, en MARZAL, Javier; CASERO, Andreu (2007) *El desarrollo de la televisión digital en España*. A Coruña: Netbiblio SL.
- FRANQUET, Rosa; RIBES, Xavier; SOTO, Teresa; FERNANDEZ QUIJADA, David (2008) *La información en la TDT interactiva: una oferta incipiente para una prácticas periodísticas en transformación*, Barcelona: Trípodós, 23:15-29.
- IMPULSA TDT (2008), Anuario 2008. <http://www.impulsatdt.es>
- IMPULSA TDT (2009), Informe Abril 2009. <http://www.impulsatdt.es>
- LOPEZ VIDALES, Nereida (ed.) (2008) *Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento*, Barcelona: Laertes.
- MANOVICH, Lev (2005) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.
- MARZAL, Javier; CASERO, Andreu (2007) *El desarrollo de la televisión digital en España*. A Coruña: Netbiblio SL.
- MICÓ, Josep Lluís (2007) *Informar a la TDT*, Barcelona: Trípodós.
- MICÓ, Josep Lluís (2008) *Ciberperiodismo e información en TDT: similitudes y diferencias*, Barcelona: Trípodós, 22: 101-117.
- PAVLIK, John V. (2005) *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.
- PERALTA, Miquel (2005) *Teleinformatius*, Barcelona: Trípodós.
- PRADO, Emili [et al.] (2006) *Televisió interactiva: simbiosi tecnològica i sistemes d'interacció amb la televisió*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. [http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/TVi.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/TVi.pdf)
- PRADO, Emili (2005) “*El futuro de la televisión: la TDT*”, en GARCÍA, Juan; CASADO, Jose (eds.) *El servicio público de la televisión*, Granada: Universidad de Granada.
- PRADO, Emili; FERNANDEZ QUIJADA, David “*Servicios de televisión interactiva en España: una historia de claroscuros*”, en MARZAL, Javier; CASERO, Andreu (2007) *El desarrollo de la televisión digital en España*. A Coruña: Netbiblio SL.
- SAPERAS, E. “*La televisión digital y la configuración del escenario político*”, en MARZAL, Javier; CASERO, Andreu (2007) *El desarrollo de la televisión digital en España*. A Coruña: Netbiblio SL.