



Análisis prospectivo acerca del futuro de la reforma audiovisual

Amplio consenso sobre la transición digital

DURANTE EL AÑO 2005, SE HA MODIFICADO sustancialmente el marco normativo que regulaba el sector audiovisual teniendo en cuenta las distintas tecnologías y formas de difusión de la señal. El denominado Plan de Reforma del Sector Audiovisual pretende establecer las condiciones óptimas para abordar el reto de la transición de la tecnología analógica a la digital. Por tanto, su contenido describe la forma en que tendrá lugar el periodo previo a la obligada emisión en formato digital. Asimismo, incluye medidas que afectan al periodo posterior al cese de las señales analógicas.

El año 2010 es la fecha prevista para que finalice el periodo de transición hacia la televisión digital. Hasta la llegada de esa fecha, hay previsto un calendario que marca la adaptación de los operadores a la nueva tecnología. De este modo, sería muy oportuno evaluar las posibles consecuencias y acontecimientos que derivarán de la aplicación de la reforma y realizar un análisis prospectivo que permita el diseño del escenario del audiovisual en la fecha del apagón analógico.

Este propósito es el que justifica la elaboración de un estudio prospectivo a incluir en el presente informe, *Medios de Comunicación/Tendencias 2006*. Los datos que serán expuestos en este capítulo resultan de una investigación diseñada según la metodología Delphi.¹ Si bien el objetivo principal consiste en reducir el nivel de incertidumbre sobre la evolución del audiovisual tras el cambio normativo, en la relación de temas a tratar se ha incluido una breve evaluación del pasado más reciente

del sector en España. De esta forma, iniciamos la exposición de los principales resultados del estudio con un diagnóstico de la evolución del medio televisivo hasta el periodo desde el que se desea considerar su futuro desarrollo.

Evolución histórica de la televisión

En el año 1956, comienzan a emitirse los primeros programas de televisión en España. La evolución histórica experimentada desde entonces ha estado marcada por distintos acontecimientos y cambios de diversa naturaleza que han influido tanto positiva como negativamente para la configuración del escenario actual. En este sentido, los miembros del panel de expertos han sido consultados sobre los acontecimientos que mejor explican la situación a la que llega el medio televisivo al año 2005.²

En primer lugar, es preciso diferenciar los cambios exógenos al sector, y cuya influencia supera la definición del audiovisual, de aquellos cambios específicos del medio televisivo. Así, los cambios políticos, económicos y culturales que experimenta nuestro país durante la transición democrática han sido señalados como causas facilitadoras de una modernización del medio en España. Si bien a nivel político la transición democrática garantiza la libertad de prensa y la pluralidad de la información, a nivel cultural el país experimenta una transformación que propicia la renovación de contenidos y la oferta televisiva. Por otra parte, la mejora de la capacidad

El objetivo central de este análisis es contribuir a la reducción de la incertidumbre sobre el futuro del audiovisual en España tras el cambio normativo previsto.

adquisitiva y la distribución de la renta han posibilitado la consolidación de un mercado publicitario que supone la principal fuente de financiación de la televisión.

¹ La metodología aplicada ha consistido en un proceso de interacción con un grupo de 65 expertos. Los miembros del panel han sido consultados en dos ocasiones. En la primera ronda de consultas, se han planteado diversas cuestiones relacionadas con la previsible evolución que experimentará el medio audiovisual en los próximos años. La segunda ronda de consultas ha tenido la finalidad de incrementar la homogeneidad de las respuestas que presentaban menor consenso en el grupo. Las preguntas han estado orientadas a conocer el nivel de probabilidad que estiman los expertos consultados sobre la ocurrencia de algunos acontecimientos, o bien la importancia que tendrán determinadas variables en el futuro mapa audiovisual.

² De manera específica, se ha preguntado por los tres acontecimientos cuyo impacto considera más positivo y aquellos tres cuyo impacto considera más negativo. Las preguntas se han formulado de manera abierta. Es decir, no se ha facilitado ninguna relación de respuestas sobre las que elegir.

El ingreso en la Unión Europea es fundamental para explicar la transformación sociocultural y económica que ha experimentado nuestro país. Además, y de manera específica, la normativa europea de televisión ha proporcionado un marco de referencia para la adaptación de las políticas audiovisuales.

Por otra parte, existen acontecimientos de la historia propia de la televisión que han sido considerados especialmente positivos para el medio. En este sentido, las respuestas han estado muy concentradas en torno a la creación de la televisión privada, la oferta autonómica y la evolución tecnológica que experimenta la televisión (tabla 1).

En el año 1988, se reguló la posibilidad de gestionar de manera indirecta el servicio público esencial de la televisión a través de la Ley 10/98, de 3 de mayo. Este hito histórico ha sido el hecho considerado más favorable, por el efecto dinamizador del sector, el aumento del pluralismo y su influencia sobre la profesionalización del medio.

La competencia generada con la introducción de operadores privados complementa el mapa audiovisual de la televisión analógica del que forman parte los canales autonómicos. Precisamente, la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión es referida como uno de los cambios normativos más beneficiosos

para la televisión en España. La citada norma reguló la aparición de los respectivos programas autonómicos que desarrollan la descentralización de la gestión del servicio público de televisión dando respuesta a la diversidad cultural e informativa del país.

Además de los cambios legislativos que han favorecido la aparición de una oferta diversa de televisión analógica, la evolución tecnológica del medio ha supuesto una auténtica transformación de la oferta audiovisual. La digitalización de la señal ha posibilitado multiplicar la capacidad del espacio radioeléctrico, la mejora de la imagen que recibe el usuario, la aparición de la televisión de pago y las distintas fórmulas de comercialización que ha utilizado, y convertir al televisor en un terminal que facilita el acceso a servicios interactivos.

Asimismo, la irrupción de la tecnología digital ha diversificado los sistemas de transmisión disponibles. A lo largo de la década de los noventa, han aparecido ofertas de televisión vía satélite, cable y ondas terrestres. Además, la televisión vía ADSL y tecnología móvil está comenzando a llegar a los primeros usuarios.

Los cambios tecnológicos también han influido en la producción de los contenidos. La inmediatez del medio y la mejora de la calidad del resultado suponen claros ejemplos de ello.

Existen otros acontecimientos señalados por parte de los expertos que merecen ser destacados en un segundo grupo de respuestas que con mayor frecuencia han sido elegidas. En primer lugar, el nivel profesional característico de la televisión. En este sentido, la creación de los estudios universitarios de Comunicación Audiovisual ha sido señalada como uno de los factores críticos para explicar el nivel de capacitación de los profesionales empleados en el sector audiovisual.

Por último, existen dos hechos muy recientes que han sido considerados muy positivos, aunque sus efectos se deben de producir en un marco temporal futuro. Uno de ellos ha sido la constitución del Comité de Expertos para la Reforma de los Medios Públicos y las posteriores reformas elaboradas con el objetivo de modificar el actual modelo de televisión pública. El segundo consiste en la regulación que permitirá disponer de un Consejo Audiovisual de carácter estatal que suponga una autoridad independiente que vigile el cumplimiento de la normativa audiovisual y procure la adecuación de los contenidos.

Los dos últimos motivos señalados significan una respuesta reciente a algunos de los problemas estructurales considerados por los expertos como aspectos más negativos que han resultado de la evolución de la televisión en España (tabla 2).

En este sentido, las personas consultadas han destacado la indefinición del modelo de televisión pública como uno de los hechos más negativos del panorama audiovisual. Tal circunstancia tiene que ver sobre todo con la acusada falta de independencia de los medios de titularidad estatal y el endémico sistema de financiación. La intervención política en la televisión pública ha supuesto una situación característica de la evolución histórica de los medios de comunicación en España. Existe un elevado nivel de consenso al afirmar que el control gubernamental ha condicionado la obligación de servicio público. Por otra parte, el modelo de financiación mixta ha generado malos resultados económicos cuantificados en la cifra que corresponde al déficit acumulado. Además, ha sido señalado como un factor de distorsión del mercado publicitario denunciado por los operadores privados.

La visión de la televisión pública explica el nivel de aprobación que ha recibido la reforma iniciada con los trabajos del Comi-

1. Acontecimientos destacados de manera positiva en la evolución de la televisión

Los acontecimientos históricos cuyo impacto se considera más positivo

1. Concesión del servicio público a operadores privados
2. La evolución tecnológica del medio
3. La aparición de las televisiones autonómicas

Otros acontecimientos señalados de manera significativa

1. El nivel profesional alcanzado y la creación de los estudios universitarios en Comunicación Audiovisual
2. La reforma de los medios de titularidad estatal
3. La creación de un Consejo Audiovisual estatal

2. Acontecimientos cuyo impacto se considera más negativo en la evolución de la televisión

1. Un marco normativo fraccionado y confuso
2. La calidad de las ofertas de contenidos
3. El modelo de televisión pública y su falta de independencia
4. La situación normativa de la televisión local
5. Ausencia de una autoridad independiente
6. Ritmo de la implantación de la televisión digital terrestre

té de Expertos para la Reforma de los Medios Públicos y plasmada en el Proyecto de la Ley del Servicio Público de Radio y Televisión de Titularidad Estatal (tabla 1).

Por otra parte, existe un alto nivel de acuerdo a la hora de señalar la inexistencia de un Consejo Audiovisual como una de las carencias más acusadas del sector. Este hecho es considerado como una de las principales causas de la difusión de contenidos no conformes con la misión de servicio público y el incumplimiento de normas que afectan al tiempo destinado a la publicidad o a la protección de grupos minoritarios. Esta opinión justifica la valoración positiva que recibe el Proyecto de Ley de Creación del Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales.

De las características negativas del panorama audiovisual señaladas por el grupo de expertos, destaca de manera sobresaliente la crítica realizada al marco normativo que se ha ido configurando conforme han aparecido nuevos soportes y formas de distribución de la televisión. El marco normativo ha estado caracterizado por la atomización de la legislación y la diferenciación entre el servicio de televisión y el resto de los servicios de telecomunicaciones. El resultado ha sido una legislación confusa y formada por regulaciones diferentes para el servicio de tele-

Gran parte de la oferta diseñada en el ámbito local se ha desarrollado en situación de ilegalidad, consecuencia de las lagunas normativas existentes.

visión. Así, el medio ha acusado el retraso de la aparición de una normativa homogénea y uniforme que se adapte a las nuevas condiciones que corresponden a un escenario de convergencia entre los medios de comunicación y las telecomunicaciones.

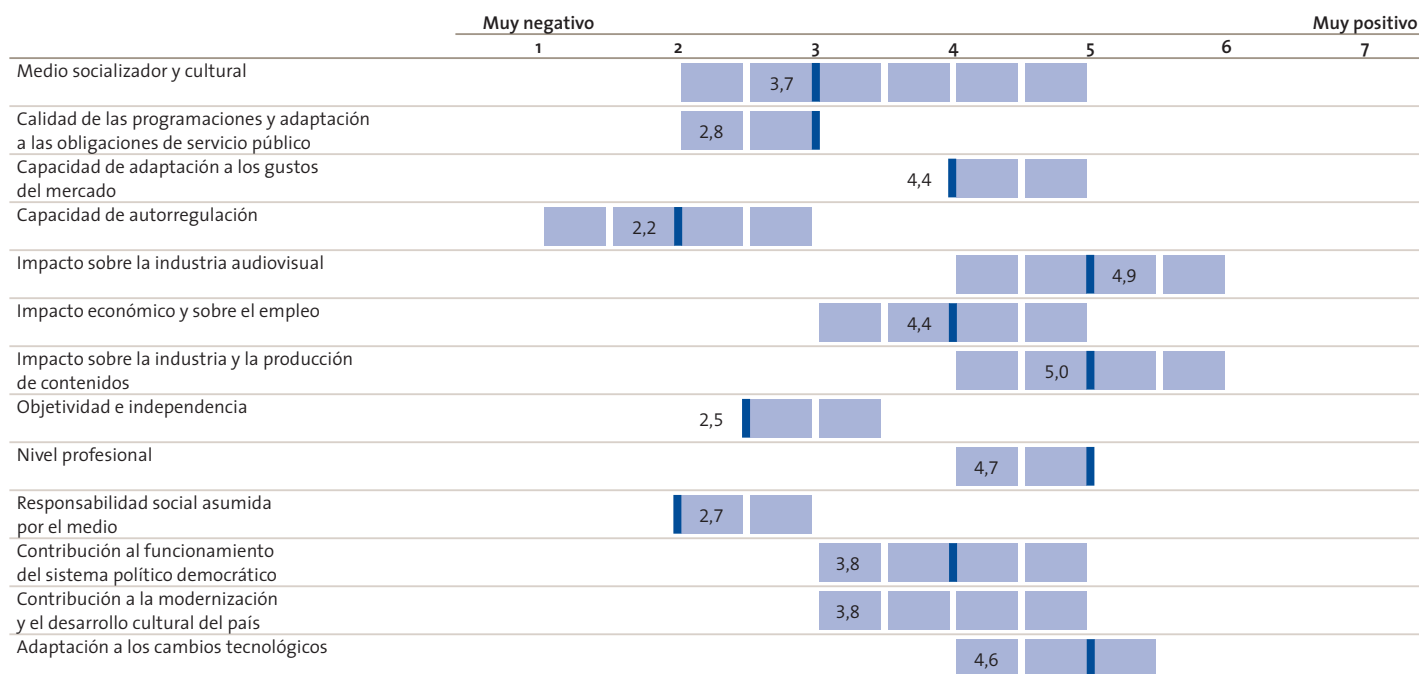
En el plano normativo, es necesario destacar el efecto negativo que ha tenido la regulación del sector en el desarrollo de la televisión local. Gran parte de la oferta diseñada en el ámbito local se ha desarrollado en situación de ilegalidad debido a las lagunas normativas que han existido.

El grupo de expertos considera que la calidad de los contenidos de la televisión puede considerarse uno de los mayores fra-

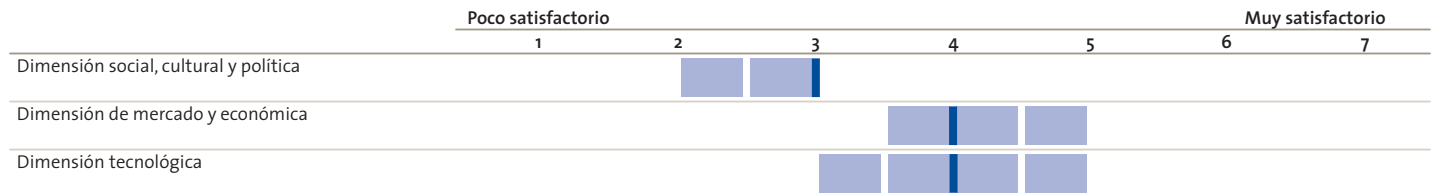
casos que ha protagonizado el medio. El aspecto más negativo de la concesión del servicio público de televisión a operadores privados ha sido la escasa aportación a la mejora de la calidad de los programas y la aparición de la denominada “televisión basura”. De manera relacionada con la baja calidad de los contenidos y el incumplimiento de la normativa que afecta a los mismos, es preciso señalar el escaso resultado del acuerdo para el Fomento de la Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia.

Por último, el ritmo de implantación de la televisión digital terrestre ha sido lento. Si bien la normativa española de la TDT fue pionera, siendo España el tercer país de la Unión Europea en abordar su regulación, los resultados de su aplicación han sido poco satisfactorios. En 1998, se elabora el Plan Tecnológico Nacional para la Televisión Digital Terrestre, que establece las pautas para la repartición del espectro y los plazos para la implantación de la TDT a nivel nacional, regional y local. La primera licencia de TDT en España se concedió en 1999 a Retevisión, para la explotación de 14 canales bajo la marca comercial de Quiero TV. Sin embargo, su actividad únicamente se prolongó hasta el año 2002. El freno de la televisión digital terrestre ha precedido a un periodo de escasa actividad en el que ha estado

3. Valoración de la evolución histórica de la televisión



4. Nivel de satisfacción con la reciente evolución del sector audiovisual



infrautilizado el espacio radioeléctrico otorgado a Quiero TV y han fracasado los modelos de negocio elaborados por la industria de equipos receptores para los hogares.

Las conclusiones comentadas se confirman con las respuestas recogidas en la tabla 3. En la misma, se recoge el análisis de algunos aspectos característicos de la televisión, pudiéndose apreciar dos grupos de aspectos que se distinguen por su valoración positiva o negativa.³

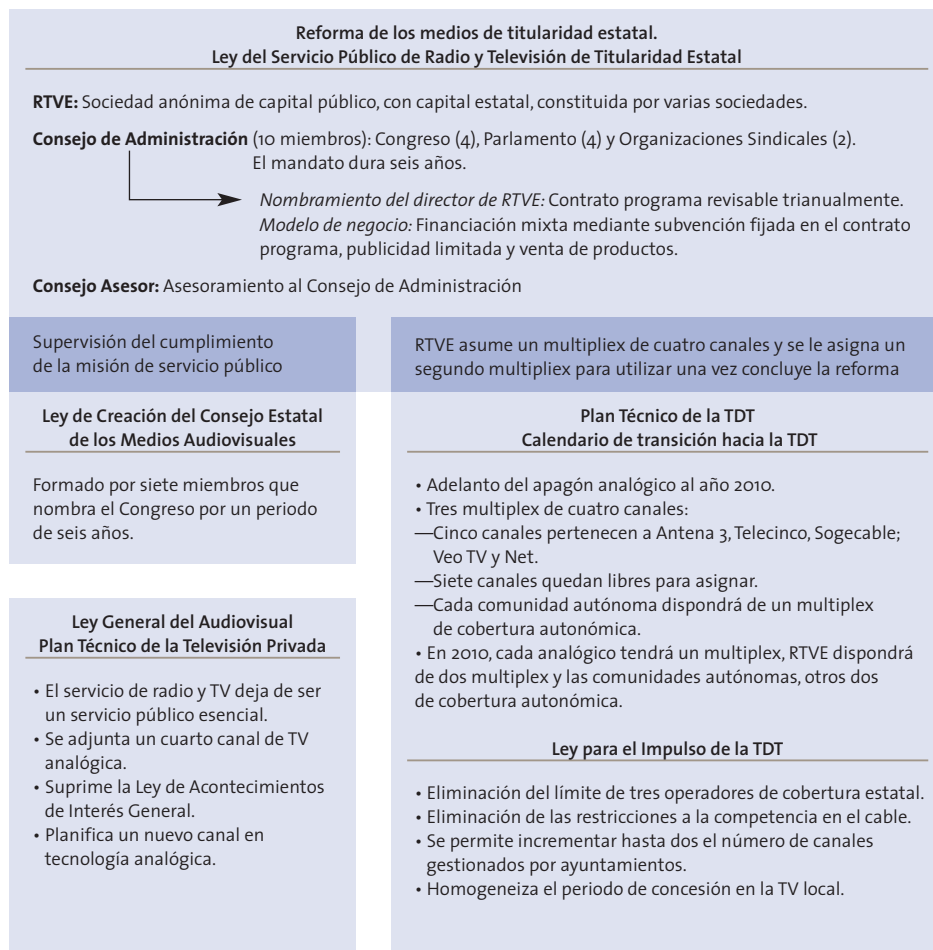
Existe un juicio claramente negativo referido a los aspectos evaluados que tienen que ver con la oferta de contenidos de la televisión y el cumplimiento de la misión de servicio público que asume. De esta forma, existe insatisfacción con respecto al rol que ha desempeñado la televisión como medio socializador y cultural, y la responsabilidad social asumida por el medio. Igualmente, los contenidos que han caracterizado las programaciones de las distin-

tas ofertas es un motivo de insatisfacción para los expertos consultados que acusan la escasa objetividad e independencia de los medios.

En sentido contrario, existe un juicio favorable en cuanto a los resultados obtenidos en los aspectos de carácter técnico y económico. La televisión ha ejercido un impacto satisfactorio sobre la industria audiovisual y ha supuesto un factor de desarrollo de las productoras de contenidos de nuestro país. Igualmente, el auge de la competencia en el mapa del audiovisual ha significado un efecto beneficioso para la mejora del nivel profesional existente en el medio. Por último, se destaca la capacidad que tienen los operadores para adaptarse a los cambios tecnológicos que han condicionado la evolución del medio televisivo.

En definitiva, existe un nivel de satisfacción con respecto a los resultados referidos a la dimensión económica y tecnológica de la televisión que mejora la opinión que merecen los logros en materia socio-cultural y política (gráfico 4).

5. Proyecto de reforma del sector audiovisual



El marco normativo de la reforma audiovisual

El diagnóstico realizado sobre la evolución de la televisión en España explica la existencia de algunos problemas estructurales del sector tales como el posicionamiento de la televisión pública o el atraso en el proceso de transición previo al apagón analógico. Estos motivos han propiciado una reforma del audiovisual que tuvo su punto de arranque en 2004 y que se define a lo largo de 2005 con la aprobación de una ley y dos

³ La información recogida en la tabla 3 y similares, se refiere tanto al valor que coincide con la mediana (señalizado mediante una línea vertical) y el valor medio (representado numéricamente), como el recorrido intercuartil que expresa el nivel de dispersión en las respuestas (representado por la trama de color).

reglamentos técnicos (gráfico 5) y el envío a las Cortes de tres proyectos de ley. Aspectos acerca de los cuales se da amplia información y valoración en otros apartados de este informe.

El 29 de diciembre de 2004 es aprobado el Plan de Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y del Fomento de la Pluralidad de Contenidos. Este plan incluye un proyecto de Ley de Medidas Urgentes con el objetivo de disponer de un marco legal que facilite el impulso de la TDT, así como modificar las restricciones que afectan a la competencia en el servicio de televisión por cable y la eliminación de las existentes para la difusión en analógico. El proyecto fue aprobado en el mes de junio de 2005, entrando en vigor la Ley para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, Liberalización de la Televisión por Cable, y Fomento del Pluralismo.⁴

Además, el Plan elaborado por el Gobierno contempla la necesidad de modificar el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital, asignar nuevos programas de televisión digital terrestre de cobertura estatal, adelantar el apagón analógico e introducir cambios en la Ley de Televisión Privada.

En definitiva, la reforma del audiovisual ha significado una renovación del marco normativo, que modifica las condiciones en que actúan operadores privados y públicos, analógicos y digitales, ha establecido el calendario que marcará la transición a la digitalización definitiva del medio y propicia la creación de un Consejo Audiovisual de ámbito estatal.

El futuro escenario del sector audiovisual

La lectura del gráfico 5 muestra la revisión de toda la normativa aprobada durante el año 2005 dentro del marco de la reforma del audiovisual y ofrece una visión de la importante transformación prevista para el sector en nuestro país. En este sentido, nos disponemos a presentar los resultados de la prospección realizada, al objeto de analizar cuáles serán los principales cambios que acontecerán en los próximos años y que condicionarán los distintos escenarios posibles para el año 2010, fecha del apagón analógico.

En primer lugar, es necesario destacar algunas características del contexto en que se desarrollará la aplicación de la reforma audiovisual. En este sentido, el medio televisivo abordará el periodo de transición a la televisión digital en un contexto de crecimiento del gasto de los hogares españoles en productos audiovisuales (equipamientos, suscripciones, pagos por visión, etcétera) y el nivel de penetración de la banda ancha (gráfico 6).

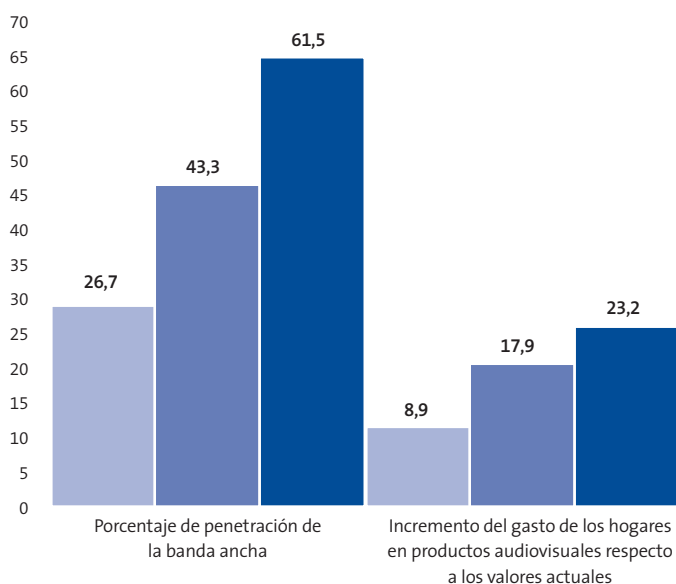
Según la consulta realizada al grupo de expertos que conforman el panel, el gasto de los hogares en productos audiovisua-

La televisión abordará la transición digital en un contexto de crecimiento del gasto de los hogares en productos audiovisuales y de progresiva penetración de la banda ancha.

les experimentará un crecimiento continuado durante los próximos años.⁵ La cantidad empleada para la contratación o compra de productos audiovisuales en 2010 será un 17,3 por ciento mayor que la actual, y continuará una tendencia creciente en los años siguientes al apagón analógico.

Por otra parte, la banda ancha estará en casi la mitad de los hogares españoles una vez alcanzado el año 2010 (43 por ciento). A medio plazo, en el periodo temporal 2006-08, la cuarta parte de las viviendas tendrá conexión de calidad. Si bien el porcentaje de penetración de la banda ancha en España a finales de 2004 era el 20 por

6. Estimación del gasto en productos audiovisuales y nivel de penetración de la banda ancha



4 La nueva norma modifica la Ley 41/1995 de 22 de diciembre de la Televisión Local por Ondas Terrestres, que limitaba a uno el máximo de programas de televisión pública local en cada una de las demarcaciones, y pasa a dejar en manos de las comunidades autónomas la decisión de fijar el número de televisiones locales públicas que estimen oportuno en cada demarcación, y se pueda excepcionalmente aumentar hasta dos el número de programas gestionados garantizándose al menos una. También modifica la Ley 32/2003 General de Telecomunicaciones, que fija el 31 de diciembre como fecha para la liberalización de los servicios de difusión de radio y televisión por cable, restringiendo a dos los operadores por demarcación, y el proyecto dice que se hará efectiva la liberalización de este servicio cuando se apruebe el reglamento de difusión de radio y televisión por cable. Además, se elimina la restricción a tres operadores que fija el texto de la Ley 10/1998, de 3 de enero, de Televisión Privada.

5 Una valoración de este incremento lo representa la media grupal que se obtiene de las estimaciones formuladas por los expertos que han sido consultados en el trabajo.

ciento, es previsible un lento crecimiento del número de titulares de accesos de líneas de banda ancha en los años inmediatos, seguido de un nuevo impulso de la demanda de este tipo de conexiones.⁶

En el contexto económico definido, los acontecimientos que tendrán lugar en el sector audiovisual a medio y largo plazo vienen explicados tanto por cambios normativos como por cambios tecnológicos. Las modificaciones de las leyes que afectan al servicio de televisión van a tener como consecuencia la transformación de los medios públicos de titularidad estatal, la creación de un Consejo Audiovisual y la multiplicación de la oferta de televisión como re-

sultado de la transición digital. Por su parte, el desarrollo tecnológico va a propiciar la aparición o la consolidación de nuevos sistemas de difusión y cambios en las formas de uso y consumo de los servicios de televisión que se caracterizarán por un mayor nivel de interactividad. El desarrollo de los cambios previstos será gradual y éstos se irán sucediendo a lo largo de todo el periodo previo al apagón analógico.

Para analizar la transformación que se producirá en los próximos años, diferenciamos un primer periodo temporal que dura desde 2006 hasta 2008 y un segundo cuya duración se prolonga hasta 2010. Así, los expertos han sido consultados de manera ex-

plicita por los cambios más importantes que se producirán en el sector audiovisual en cada uno de los dos periodos temporales. El resultado de esta consulta identifica los acontecimientos representados en el gráfico 7. A continuación, vamos a considerar cómo tendrán lugar esos acontecimientos.

Reforma de la televisión pública y creación del Consejo Audiovisual

Según los expertos consultados para el presente estudio, durante los primeros años posteriores a la reforma del audiovisual, acontecerá la reforma de RTVE según el Proyecto de Ley del Servicio Público de Radio y Televisión de Titularidad Estatal. La transformación del ente público planificada debería cambiar distintos aspectos de la televisión pública relacionados con el modelo de dirección, programación de contenidos, sistema de financiación y forma jurídica.

El nivel de éxito en la transformación de los distintos aspectos de la televisión pública no va a ser el mismo. En este sentido, los expertos han sido consultados por la probabilidad de que acontezcan cambios positivos y relacionados con distintas características de la actividad propia de RTVE (tabla 8). Si bien el nivel de optimismo sobre la efectividad de la reforma no es homogéneo, y podemos diferenciar claramente dos grupos de opinión, lo que impide adoptar unas conclusiones definitivas sobre el nivel de éxito del nuevo marco de referencia para RTVE, sí que es posible apreciar un consenso en relación a cuáles serán los cambios que tienen más probabilidad de acontecer.

De esta forma, los cambios más probables son los que tienen que ver con el nivel de cumplimiento de la misión de servicio público y diferenciación de la oferta de los operadores privados. De igual forma, se confía en la capacidad de la corporación para liderar la transición del medio televisi-

7. Acontecimientos previsibles en el escenario temporal 2006-10

Escenario 2006-08

Reforma de la televisión pública. Modelo de gobierno, forma jurídica y sistema de financiación.

Creación del Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales.

Incremento significativo de la oferta de televisión:

- Emisión en abierto de la concesión en analógico de Sogecable (Cuatro).
- Concesión de un cuarto canal analógico (La Sexta).
- Inicio de la televisión digital terrestre, concesión de canales autonómicos y locales.
- Consolidación de la oferta de televisión de pago existente.
- Aparición de nuevas formas de televisión de pago vía ADSL (Imagenio) y tecnología móvil.

Escenario 2009-10

Apagón analógico. Definitiva configuración de la oferta de la televisión digital terrestre.

Modificación de los modos de consumo de la televisión:

- Usuario activo frente a una televisión a la carta. Autoprogramación de los contenidos.
- Relativización del poder mediático de la televisión.
- Cambios en los sistemas de medición de audiencias.
- Fragmentación de la audiencia y el mercado publicitario.

Convergencia con otros medios:

- Televisión más interactiva.
- Consolidación de la oferta comercializada por internet y tecnología móvil.

8. Aspectos de RTVE relacionados con el Proyecto de Ley de Servicio Público de Radio y Televisión de Titularidad Estatal

1. Nivel de pluralidad e independencia de RTVE
2. La calidad de los contenidos
3. El cumplimiento de la misión de servicio público
4. El nivel de eficiencia económica
5. Pluralismo informativo
6. Diferenciación de la oferta privada
7. Adaptación al rol de liderazgo en el desarrollo de la televisión digital terrestre
8. Fuentes de financiación

⁶ Esta estimación es similar a las previsiones realizadas por la consultora Forrester Research que pronostica un crecimiento lento del número de conexiones de banda ancha hasta el año 2008 para pasar a un nuevo periodo de expansión del mercado a partir de esa fecha. La misma consultora realiza una previsión del nivel de penetración de la banda ancha en nuestro país del 38 por ciento para el año 2010, cifra próxima a la obtenida mediante la metodología empleada en nuestro estudio (43 por ciento). Así mismo, cifra esta estimación en el 62 por ciento para el caso de los hogares a nivel europeo. Este nivel de penetración es el que estimamos que existirá en nuestro país al finalizar el periodo 2011-12.

vo hacia la nueva televisión digital terrestre. En sentido contrario, el mayor escepticismo reside en las posibilidades del nuevo modelo de financiación para sanear y sostener la situación financiera del ente público, así como la valoración negativa que se tiene sobre el nivel de eficiencia económica que alcanzará RTVE con el nuevo modelo de organización. Por otra parte, el hecho de que se considere altamente probable que la televisión pública mejore el nivel de cumplimiento de su misión de servicio público, coincide con una opinión desfavorable sobre el hecho de que se mejore el nivel de pluralismo informativo. Por tanto, deducimos que los resultados positivos se pueden centrar en la programación de contenidos que no sean los puramente informativos.

Igualmente, es previsible que, en el escenario temporal 2006-08 se cree el Consejo Audiovisual conforme a lo previsto en el Proyecto de Ley de Creación del Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales. La citada norma establece de manera explícita las funciones que le serán propias al nuevo órgano de control del sector audiovisual. Desde un enfoque prospectivo, es interesante indagar en qué tipo de atribuciones se empleará de manera más eficaz el futuro consejo.

Los resultados de la consulta efectuada a los miembros del panel de expertos (tabla 9) denotan un elevado nivel de consenso a la hora de indicar las funciones que con mayor probabilidad ejecutará de manera satisfactoria el Consejo de Medios Audiovisuales. Éstas tienen que ver con las acciones relacionadas con las competencias en materia de arbitraje y mediación, y la elaboración de informes y promoción de la autorregulación.⁷ Por otra parte, se supone un nivel alto de eficacia en el seguimiento de la aplicación de la legislación de Televisión sin Fronteras, normativa referida a los contenidos de publicidad, protección de menores y fomento de la producción nacional y europea. Por último, aunque sin que exista un nivel de consenso elevado en es-

ta cuestión, el Consejo de Medios Audiovisuales se presenta como un organismo que puede favorecer el cumplimiento de la misión de servicio público de RTVE.

En sentido contrario, es destacable la valoración negativa que realizan los expertos sobre la posibilidad de que el consejo desarrolle de manera satisfactoria las funciones normativas y sancionadoras.

El incremento de la oferta audiovisual

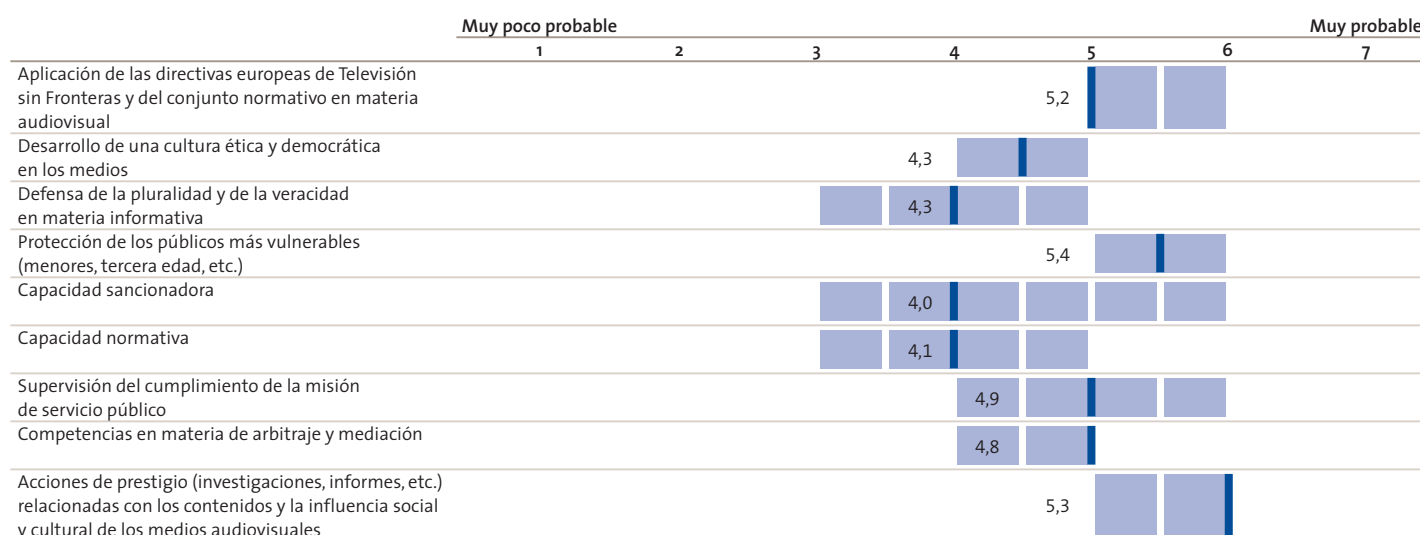
En los próximos años, la oferta audiovisual incluirá los distintos sistemas de televisión: analógico, por cable, satélite, ondas terrestres y la incipiente televisión sobre ADSL y vía móvil. Esta circunstancia va a suponer un incremento significativo sobre la cantidad de contenidos accesibles actualmente para el usuario de los servicios de televisión. La creación de un cuarto canal analógico, la difusión en abierto de la concesión de Sogecable, la liberalización de la televisión por cable, la asignación de los canales de televisión digital terrestre y las ofertas vinculadas a nuevos medios evidencian el próximo crecimiento de la oferta televisiva.

La aparición de los nuevos canales televisivos se realizará gradualmente. El Plan Técnico de la Televisión Digital Terrestre establece un calendario para la implantación del nuevo estándar, al que tendríamos que añadir las fechas en las que presumiblemente aparecerán las ofertas televisivas que utilicen otros medios de difusión. La

Es destacable la escasa confianza que los expertos muestran sobre la eficacia del futuro Consejo del Audiovisual, pese al consenso generalizado sobre la necesidad de su creación.

7 Se utiliza la descripción de la función tal y como aparece en el texto legislativo finalmente aprobado, si bien en el cuestionario utilizado esta función queda dividida en la que significa el nivel de competencia en materia de arbitraje y mediación, y la de realización de informes e investigaciones.

9. Probabilidad de éxito del futuro Consejo Audiovisual en las distintas funciones previstas



10. Estimación de fechas vinculadas al incremento de la oferta audiovisual

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Más adelante o no ocurrirá
	1	2	3	4	5	6	7
La emisión de los cuatro canales de TDT públicos a nivel nacional	■	■	■	■			
La puesta en marcha del segundo multiplex (cuatro nuevos canales) a conceder a la televisión pública		■	■	■			
La concesión de los siete nuevos canales de televisión digital terrestre de carácter nacional a conceder		■	■	■			
Disposición y uso de un multiplex para cada uno de los actuales canales analógicos		■	■	■			
Aparición de nuevos operadores de cable tras la liberalización del medio			■	■	■	■	
Fusión entre las ofertas actuales de cable	■	■	■	■			
Aparición de nuevas ofertas de televisión sobre ADSL	■	■	■	■			
Aparición de una demanda significativa de televisión vía móvil			■	■	■	■	

consideración de los expertos sobre cómo sucederá el incremento de la oferta audiovisual en los próximos años se encuentra representada en la tabla 10.

En este sentido, un aspecto destacable es el pronóstico sobre el adelanto de la disposición y uso de un multiplex para cada uno de los actuales concesionarios analógicos y el segundo multiplex de cobertura estatal para RTVE. Si bien la fecha estimada del apagón analógico se sitúa en el año 2010, la disponibilidad de los canales de televisión digital terrestre tendría lugar en una fecha previa. La probabilidad de que ocurra en 2009, que se deduce de la opinión grupal de los expertos consultados, significa una transición más rápida hacia la televisión digital terrestre que la planificada por el Plan de Impulso de la TDT.

La televisión digital terrestre va a iniciar su actividad en un contexto de competencia con otros sistemas de difusión de los servicios de televisión. En los próximos años, es presumible que la cuota de mercado de cada una de las alternativas se vea modificada (gráfico 11).⁸ La televisión de pago finalizará el 2008 con un nivel de penetración algo superior al 30 por ciento de los hogares. A partir de esa cifra, el incremento de la televisión de pago se deberá al crecimiento de los nuevos medios de soporte de la televisión, como las conexiones ADSL y la tecnología móvil. La televisión digital

terrestre, aunque experimenta una rápida implantación, va a acusar una situación de partida que se representa con un índice de penetración del uno por ciento de los hogares en 2004 y la necesidad de adaptación de los equipos de los hogares.

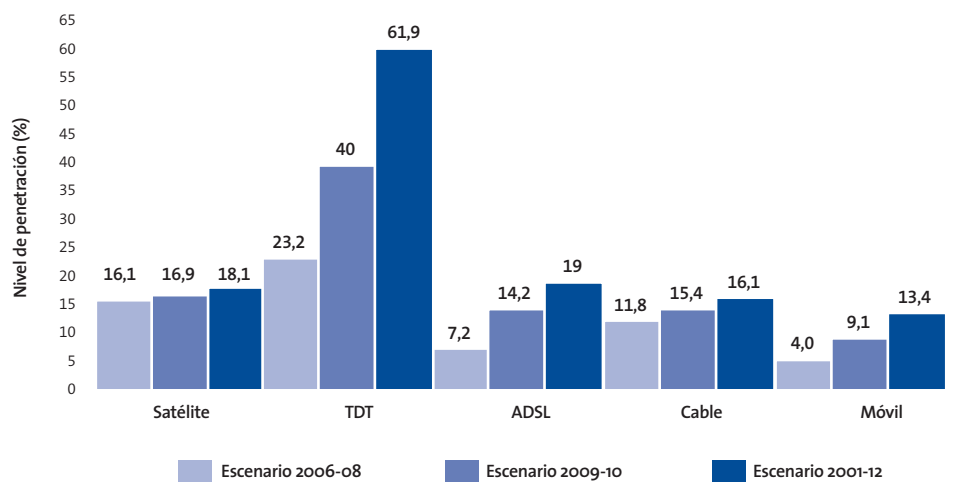
No obstante, las estimaciones formuladas dependen de un conjunto de variables muy diverso. La configuración del escenario digital previsible para el año 2010 dependerá de la importancia que cobren una serie de características que diferencian los distintos sistemas de difusión (tabla 12).

A juicio del grupo de expertos consultado, hay tres factores que van a ser críticos para explicar la cuota de mercado que alcanzarán los distintos sistemas de difu-

sión: los contenidos ofrecidos, la posibilidad de combinar el servicio de televisión con el servicio de telefonía y acceso a internet y el precio de la oferta comercial. En sentido inverso, se estima de menor importancia la cartera de clientes que pudiera tener alguna plataforma debido a la volatilidad del abonado y su escasa fidelidad a los servicios de televisión contratado.

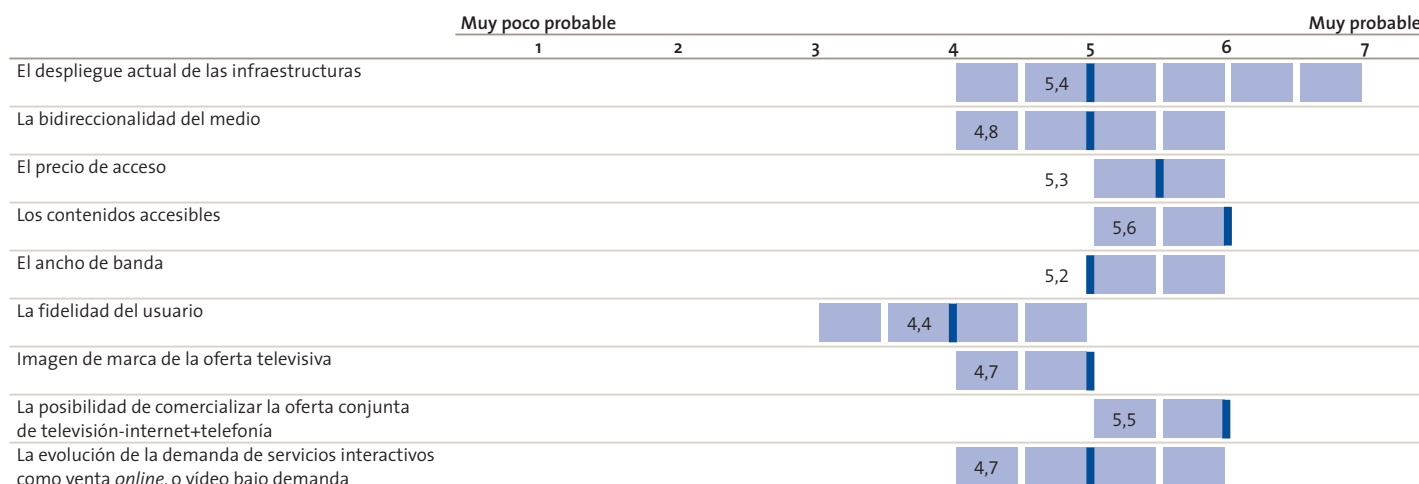
La posibilidad de comercializar la triple oferta de servicios de telecomunicaciones es uno de los aspectos que explican la capacidad competitiva de los operadores de cable y aquellos que se sumen a la iniciativa Imagenio de Telefónica comercializando servicios de televisión sobre ADSL. La denominada "paquetización" o empa-

11. Estimación del nivel de penetración de cada uno de los sistemas de difusión



⁸ Las cifras expuestas son una estimación basada en los valores medios que representan las valoraciones de los miembros del panel de expertos y ofrece una aproximación del nivel de penetración de las distintas tecnologías.

12. Importancia de distintos factores en la configuración del mapa audiovisual del año 2010



quetado de servicios es una de las alternativas más creíbles para superar el techo de la televisión de pago en España, cuya principal barrera es la percepción entre la población de que no aporta un valor añadido suficiente sobre la televisión en abierto. De igual manera, es una vía factible de utilizar por parte de los operadores de telecomunicaciones para evitar competir en el terreno de las telecomunicaciones de voz y datos con un producto que tenga las características de una commodity, difícil de diferenciar en el mercado. Así, se deduce la necesidad de la televisión digital por saté-

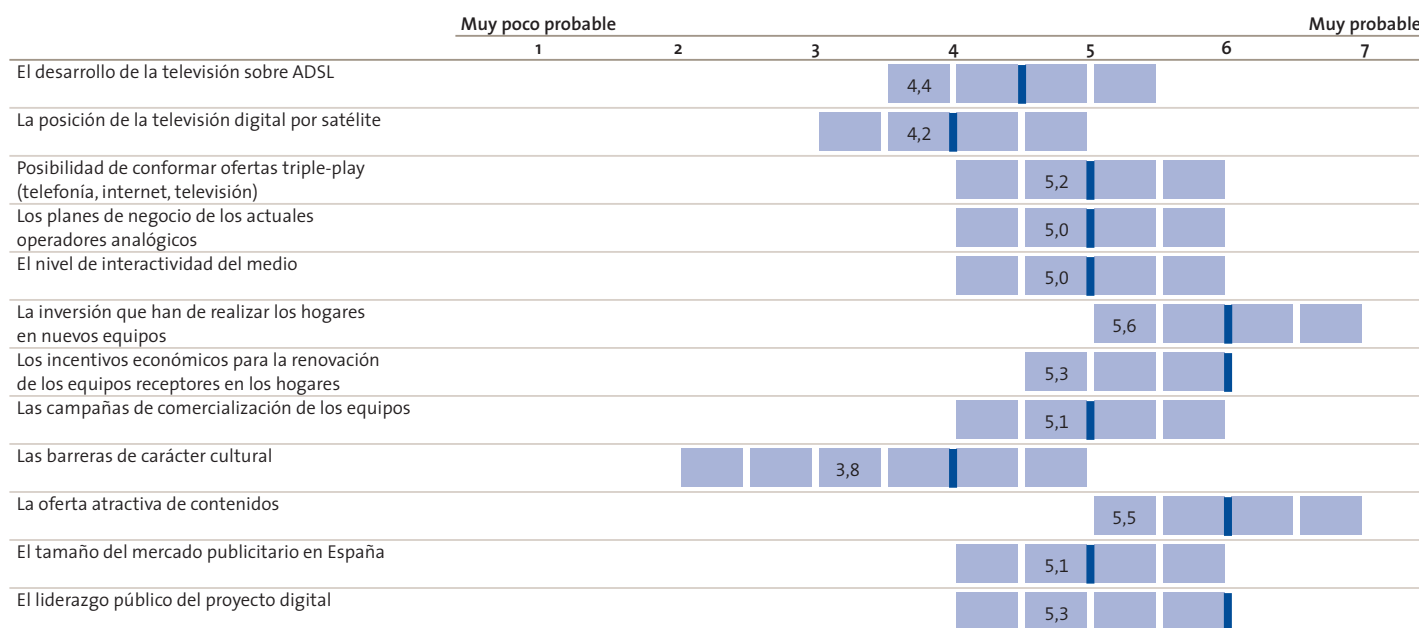
te o por ondas terrestres y de los operadores de telecomunicaciones de participar de acuerdos que permitan comercializar paquetes de servicios que signifiquen algo más que televisión.

La televisión digital por satélite disfruta de un posicionamiento que se explica por su aparición temprana. Esta situación actual de predominio le confiere una imagen comercial reconocida en el mercado, una cartera de clientes consolidada y unos derechos adquiridos sobre los principales contenidos. No obstante, de la lectura de los resultados recogidos en la tabla 8, la cuota de

mercado que mantenga en el futuro próximo dependerá de su capacidad para mantener una situación privilegiada en cuanto a los contenidos contratados.

Por su parte, la televisión digital terrestre se comercializará en abierto, por lo que su capacidad de acceder a contenidos atractivos va a suponer uno de los factores que en mayor medida expliquen su presencia en el mercado audiovisual. El desarrollo de la TDT va a estar también condicionado por un conjunto de factores específicos que podemos clasificar según estén relacionados con la renovación de los equipos en los hoga-

13. Importancia de las distintas variables que influyen en la evolución de la TDT



res, el posicionamiento de los operadores digitales de televisión de pago y el rol asumido por la televisión pública en el impulso de este sistema de televisión.

La valoración que realizan los expertos consultados respecto al peso que van a tener cada una de las variables que hemos considerado en la evolución de la televisión digital terrestre permite concluir que el factor que va a condicionar en mayor medida el nivel de desarrollo del medio serán las condiciones de acceso a los nuevos equipos que han de adquirir los hogares para poder recibir la señal digital (tabla 13). De esta forma, tanto la importancia de la inversión a realizar por los hogares como los incentivos económicos que se diseñen para facilitar la compra de los receptores se consideran muy importantes para la rápida implantación de la nueva televisión. Por tanto, el precio de los equipos necesarios para la recepción de la señal va a ser una variable significativa en el ritmo de implantación de la televisión digital terrestre. Igualmente, las características de los equipos comercializados van a condicionar las posibilidades de la televisión digital terrestre para comercializar servicios interactivos. La inexistencia de un parque de televisores preparados para recibir la señal ha supuesto una limitación al desarrollo de los planes de negocio de los operadores Net TV y Veo TV.

Por otra parte, la capacidad de los operadores para conformar una oferta atractiva de contenidos es el segundo factor considerado más importante. Tal mejora de la oferta debe considerar igualmente un incremento de la calidad y la diversidad de los contenidos y la comercialización de éstos de manera conjunta con otros servicios como telefonía e internet, y fórmulas de acceso a la televisión como el vídeo bajo demanda.

La televisión pública tiene asignado un rol de liderazgo en el desarrollo de la televisión digital terrestre. El reparto del espacio radioeléctrico y la asignación de canales otorga a RTVE la posibilidad de explotar ocho canales de cobertura estatal, y a las comunidades autónomas un multiplex de cobertura limitada a su territorio. Esta presencia en el mapa de la TDT explica el papel crítico que se les supone a los agentes públicos en el periodo que resta hasta el apagón analógico.

Los planes de negocio que diseñen los operadores analógicos explicarán la evolución del calendario de la implantación de

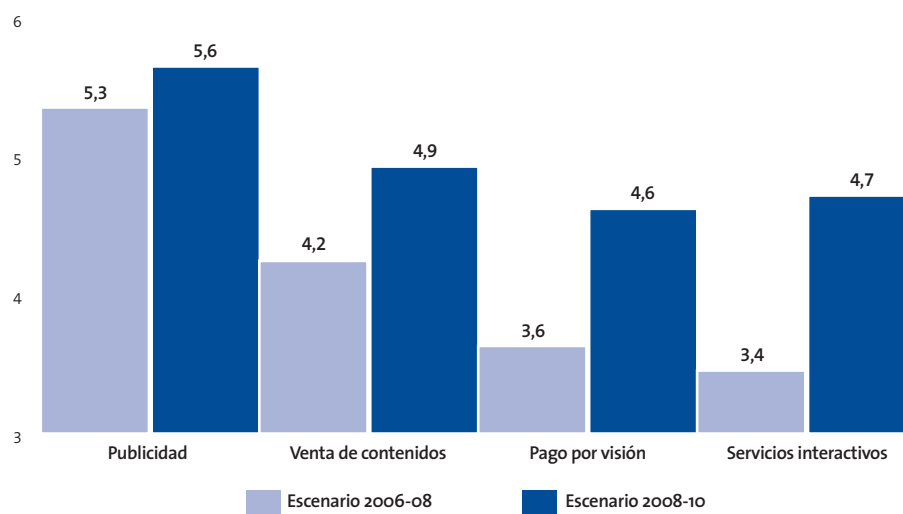
la televisión digital terrestre. Durante los primeros años, los modelos de negocio de la televisión digital terrestre estarán definidos en función de la capacidad del sector para obtener ingresos publicitarios (gráfico 14). Por tanto, la dimensión del mercado publicitario va a ser clave en los primeros años. El fracaso de Quiero TV se traduce en un fracaso del modelo de televisión digital terrestre de pago. En Inglaterra, país que fue pionero junto al nuestro en la regulación de la modalidad televisiva, el operador Freeview ha conseguido un resultado po-

sitivo con el recurso a un modelo de televisión en abierto.

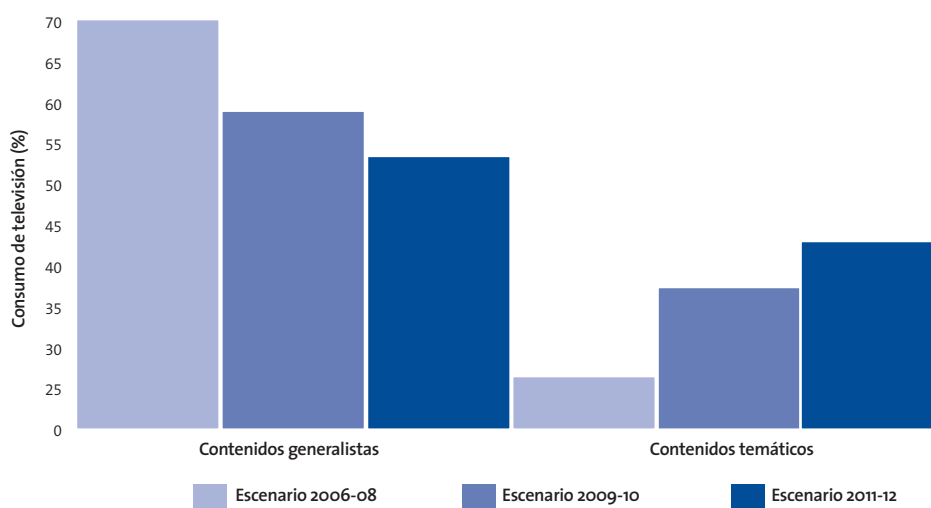
La importancia de la suficiencia del mercado publicitario también señala la relevancia que tendrá la limitación que se imponga a la televisión pública en el recurso a la vía publicitaria como fuente de financiación. Además, el reparto de los canales de TDT que aún quedan por asignar implicará un mayor o menor nivel de fragmentación de los ingresos publicitarios.

No obstante, en el largo plazo, el éxito de la televisión digital terrestre dependerá

14. Importancia de las fuentes de ingreso en los modelos de negocio de la TDT



15. Evolución del consumo de contenidos generalistas y temáticos



de su capacidad futura para generar ingresos procedentes de la venta de derechos sobre contenidos, el recurso a fórmulas de acceso a contenidos de pago y el desarrollo de servicios interactivos. Según estiman los expertos consultados, los ingresos no publicitarios adoptarán una importancia similar a los ingresos publicitarios en el año 2010. En la actualidad, y aun haciendo uso de la señal analógica, los ingresos que perciben los operadores por los mensajes SMS recibidos suponen una fuente complementaria de financiación. Precisamente, ese nivel de interactividad indica las tendencias que existen en la forma de uso y consumo de la televisión.

Consumo y formas de uso de la televisión

Es previsible que el incremento de la oferta audiovisual y la interactividad del medio televisivo impliquen cambios en el comportamiento de los usuarios y en la forma de acceder a los contenidos. Además, éstos se producirán en un contexto de incremento del gasto de los hogares en servicios de televisión.

Durante los próximos años, se va producir un aumento de las cantidades empleadas en la contratación de servicios de televisión y adquisición de equipos audiovisuales. Si bien ya han sido comentadas las

estimaciones que cuantifican el incremento de esta cantidad, esta tendencia es un aspecto clave para comprender los cambios en el comportamiento del consumidor que van a tener lugar hasta el año 2010 (tabla 16).

La modificación del gasto no será únicamente de carácter cuantitativo. En los próximos años, va a haber un desplazamiento del gasto desde el pago por el acceso al medio hacia el pago por el acceso a los contenidos. También el usuario va a distribuir su tiempo de consumo y su esfuerzo económico entre los servicios de televisión y otros servicios de carácter interactivo. El medio permitirá una mayor interactividad sea cual sea la modalidad de televisión que reciba el usuario. La televisión digital terrestre y la vía satélite ofrecen la posibilidad de utilizar servicios de baja interactividad como el correo electrónico o las compras *online*, mientras que las alternativas de televisión sobre ADSL o cable tienen la capacidad de soportar servicios de máxima interactividad. De esta forma, tal como recoge la información contenida en el gráfico 16, existe una alta probabilidad de que la televisión se convierta en un medio de acceso a la sociedad de la información para los hogares españoles en el año 2010.

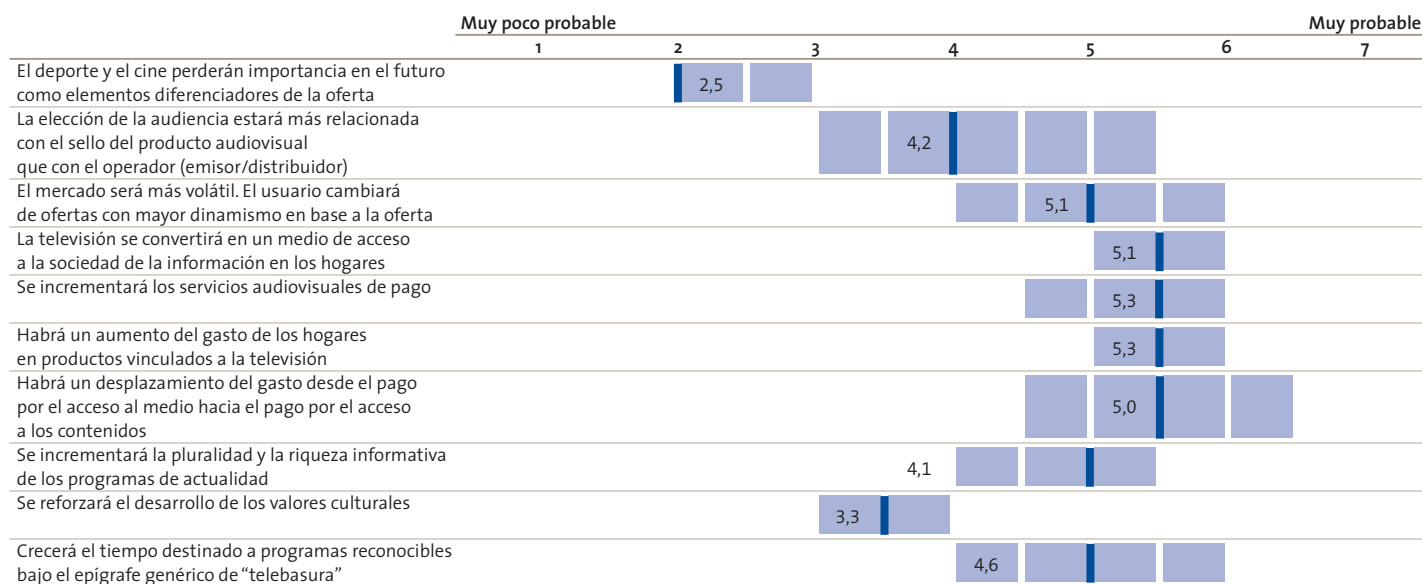
El comportamiento del usuario tenderá a ser más activo en los próximos años. El recurso a la autoprogramación y la baja fidelidad a la oferta de un mismo operador suponen tendencias características de los

La distribución del tiempo dedicado a la televisión, a finales de 2008, será de un 70 por ciento a los canales generalistas y un 30 por ciento a los temáticos.

próximos años. No obstante, la importancia de los cambios en el comportamiento del consumidor estará condicionada por variables culturales y económicas que explicarán la dimensión de las variaciones y la aparición de perfiles diferentes.

En cuanto a los contenidos que caracterizarán las preferencias de los usuarios, evolucionarán de tal manera que los contenidos específicos van a tener cada vez mayor importancia frente a los contenidos generalistas. La distribución del tiempo dedicado al consumo de televisión a la finalización de 2008 significará que un 70 por ciento del tiempo se dedique al consumo

16. Probabilidad de ocurrencia de posibles acontecimientos en el años 2010



de contenidos generalistas, siendo el tiempo restante el que ocupe el consumo de contenidos dirigidos a un determinado segmento del mercado o temáticos. La estimación que se realiza a partir de la opinión de los expertos consultados determina que la relación 70/30 anteriormente comentada pasará a ser 55/45 en el año 2012.

Por último, la lectura de los datos que recoge el gráfico 16 permite deducir que el cine y el deporte seguirán siendo los contenidos críticos en la oferta de los operadores. Los expertos no creen probable que se reduzca la importancia que tienen para diferenciar los distintos programas y condicionar la elección de los usuarios. Además, consideran que los nuevos canales que aparecerán con la nueva televisión digital terrestre estarán muy vinculados a estos tipos de contenidos (gráfico 17). La televisión digital terrestre, además de los canales generalistas, se va a centrar en la difusión de canales temáticos de deportes y cine. La presencia de canales informativos, infantiles o culturales va a tener un carácter secundario.

Conclusiones

El sector audiovisual inicia un periodo durante el cual experimentará importantes cambios en el plano tecnológico, empresarial y de contenidos. Las propuestas para la reforma audiovisual de 2005 y la fecha del apagón analógico fijada en 2010 delimitan un periodo de transición hacia la televisión digital en el que se producirá la transformación del sector. En este sentido, el análisis prospectivo de la presumible evolución del medio en los próximos años pretende disminuir el nivel de incertidumbre que está asociado al periodo de cambio.

El periodo que consideramos va a ser el escenario temporal en el que van a tener lugar acontecimientos provocados tanto por cambios normativos como tecnológicos. En el gráfico 18, se encuentran representados, de acuerdo a la previsible fecha en la que tendrán lugar, según el estudio prospectivo realizado. La presentación de las conclusiones del estudio considera la definición de un escenario único. Si bien se ha analizado la posibilidad de que hubiera diferentes escenarios correspondientes a distintos grupos de expertos con diferente visión sobre el futuro de la televisión, este

La televisión de pago tiene un techo que se aproxima al 30 por ciento de los hogares y el mayor crecimiento dependerá de su nivel de penetración sobre ADSL, tecnología móvil, etcétera.

hecho no se deduce de los resultados de las consultas a los expertos.⁹

El futuro de la televisión va a acontecer en un contexto de crecimiento del gasto de los hogares españoles en productos audiovisuales (equipamientos, suscripciones, pagos por visión, etcétera) y el nivel de penetración de banda ancha. Es previsible que la cantidad empleada por los hogares españoles en la compra de equipos y la contratación de servicios audiovisuales sea un 17,3 por ciento superior a la actual en el año 2010. De igual forma, cerca de la mitad de los hogares tendrá una conexión de banda ancha en la misma fecha señalada.

La prevista modificación de la normativa que afecta al servicio de televisión va a significar la transformación de los medios públicos de titularidad estatal, la creación de un Consejo Audiovisual y la multiplicación de la oferta de televisión en abierto. Por su parte, el desarrollo tecnológico va a propiciar la aparición o la consolidación de nuevos sistemas de difusión y cambios en las formas de uso y consumo de los servicios de televisión que se caracterizan por un mayor nivel de interactividad. El desarrollo de los cambios será gradual y se irá sucediendo a lo largo de todo el periodo previo al apagón analógico.

La reforma de Radiotelevisión Española queda enunciada en el Proyecto de Ley de Servicio Público de Radio y Televisión de Titularidad Estatal. Según los expertos consultados, la futura ley va a tener un nivel de efectividad satisfactorio en lo referido a la mejora del nivel de cumplimiento de la misión de servicio público y la diferenciación de la oferta de los operadores privados. De igual forma, se confía en la capacidad

del ente para liderar el impulso de la televisión digital terrestre. Sin embargo, existe un notable escepticismo en cuanto a las posibilidades del nuevo modelo de financiación para corregir una situación financiera endémica.

La creación de un Consejo Audiovisual de ámbito estatal trata de atender una de las demandas más repetidas por parte de los agentes del sector. El proyecto de ley establece de manera explícita las funciones que le serán atribuidas al futuro organismo. En este sentido, una estimación del nivel de éxito del Consejo Audiovisual señala la que obtendrá los mejores resultados en materia de mediación y arbitraje, en la protección de los públicos más vulnerables en el fomento de la producción nacional y europea. Sin embargo, es cuestionable el resultado del ejercicio que haga de su capacidad normativa y sancionadora.

La creación de un cuarto canal analógico, la difusión en abierto de la concesión que posee Sogecable, la liberalización de la televisión por cable, la asignación de los canales de televisión digital terrestre y las ofertas vinculadas a nuevos medios evidencian el próximo crecimiento de la oferta televisiva.

En los próximos años, la cuota de mercado de cada uno de los diferentes sistemas de difusión de las señales de televisión se va a ver modificada. La televisión de pago tiene un techo que se aproxima al 30 por ciento de los hogares y cuyo crecimiento posterior será equivalente al nivel de penetración que alcancen los nuevos medios, como la televisión sobre ADSL y tecnología móvil. La televisión digital terrestre, aunque experimenta una rápida implantación, va a acusar una situación de partida que se representa con un índice de penetración del uno por ciento de los hogares en 2004 y la necesidad de adaptación de los equipos de los hogares.

De cualquier forma, la configuración del escenario digital previsible para el año 2010 dependerá de la importancia que cobren una serie de características que diferencian a los distintos sistemas de difusión. La cuota de mercado que alcance cada uno de ellos va a depender fundamentalmente de los conte-

9 El hecho de haber sometido a una segunda ronda de consultas aquellas preguntas que presentaban menor consenso puede justificar el nivel de homogeneidad en las respuestas. Aunque se pueden diferenciar dos grupos de expertos según crean que los cambios van a ser más o menos importantes, existe consenso sobre los acontecimientos que mayor probabilidad tienen de ocurrir.

nidos ofrecidos, la posibilidad de combinar el servicio de televisión con el servicio de telefonía y acceso a internet, y el precio de la oferta comercial. En sentido inverso, la cartera de clientes que pudiera tener alguna plataforma en la actualidad será un factor de menor importancia, debido a la escasa fidelidad que caracteriza el comportamiento de los abonados a servicios de televisión.

La televisión digital terrestre, por el hecho de comercializarse en abierto, está afectada por unos factores de desarrollo específicos. Su próxima evolución estará condicionada principalmente por la necesidad de renovación de los equipos en los hogares. Tanto la importancia de la inversión a realizar por los hogares como los incentivos económicos que se diseñen para facilitar la compra de los receptores son considerados aspectos críticos para la rápida implantación de la nueva televisión.

De la misma manera, el rol asumido por la televisión pública en el desarrollo de

En los próximos años, se va a producir el desplazamiento del gasto desde el pago por el acceso al medio al pago por el acceso a los contenidos.

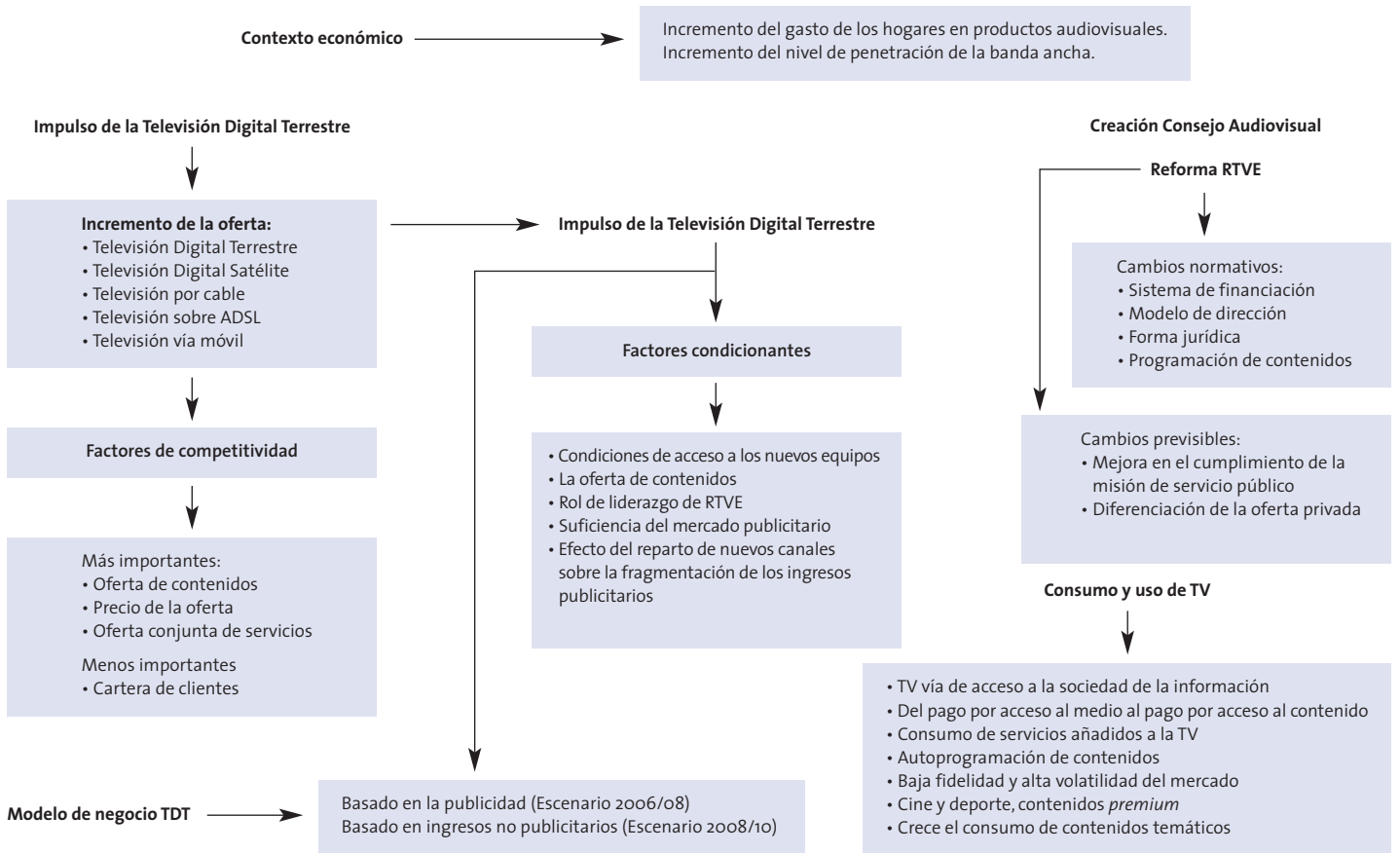
la TDT condicionará el ritmo de su implantación. El número de canales asignados a RTVE y a las cadenas autonómicas explican la necesidad de que asuman el liderazgo hasta el momento del apagón analógico.

El modelo de negocio de la televisión

digital terrestre va a depender de su capacidad para captar ingresos publicitarios en el corto plazo. Por tanto, la dimensión del mercado publicitario va a ser clave en los primeros años de emisión. La importancia de la suficiencia del mercado publicitario también señala la relevancia que tendrá la limitación que se imponga a la televisión pública en el recurso a la vía publicitaria como fuente de financiación. Además, el reparto de los canales de televisión digital terrestre que aún quedan por asignar explicará un mayor o menor nivel de fragmentación de los ingresos publicitarios.

No obstante, el éxito de la televisión digital terrestre en el largo plazo dependerá de su capacidad futura para generar ingresos de la venta de derechos de contenidos, el recurso a las fórmulas de acceso a contenidos de pago y el desarrollo de servicios interactivos. En el año 2010, los ingresos no publicitarios tendrán una importancia similar a los ingresos publicitarios.

17. Evolución del sector audiovisual. Periodo 2005-10



Es previsible que el incremento de la oferta audiovisual que se ha pronosticado implique cambios en el comportamiento de los usuarios y en la forma de acceder a los contenidos. En los próximos años, se va a producir un desplazamiento del gasto desde el pago por el acceso al medio hacia el pago por el acceso

a contenidos. Igualmente, el tiempo de consumo y el esfuerzo económico se van a distribuir entre los servicios de televisión y otros servicios accesibles desde el terminal de televisión, que se convertirá en un medio de acceso a la sociedad de la información para los hogares españoles en el año 2010.

En cuanto a las preferencias del usuario, los contenidos de carácter temático van a tener cada vez mayor importancia frente a los contenidos generalistas. Además, el cine y los deportes seguirán siendo los contenidos con mayor capacidad para diferenciar las distintas ofertas. ■

18. Relación de integrantes del panel de expertos

- 1 Alarcón Arévalo, José Carlos, consejero delegado de Sandetel
- 2 Almunia Fernández, Celso, catedrático de la Universidad de Valladolid
- 3 Arnedo Gil, Ángel, director del diario *El Correo* (Bilbao)
- 3 Ayuso, Ignacio, secretario general de Antena 3
- 5 Ballesta Pagán, J., profesor de la Universidad de Murcia
- 6 Bango, Mario, periodista
- 7 Barreiro, Xosé Luis, catedrático de la Universidad de Santiago
- 8 Bayón, Félix, periodista
- 9 Bergareche, José María, consejero delegado del grupo Vocento
- 10 Bezunartea, Ofa, catedrática de la Universidad de Sevilla
- 11 Blanco, Elena, consejera de la RTVA y profesora de la Universidad de Málaga
- 12 Blecua, José Manuel, catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona y académico de la Lengua
- 13 Brunet i Mauri, Joan, decano Col.legi de Periodistes de Catalunya
- 14 Bultó Llevat, Ramón, presidente del Consejo Audiovisual de Navarra
- 15 Camacho, Rafael, director general de la RTVA
- 16 Cantalapiedra, María José, profesora titular de la Universidad del País Vasco
- 17 Carcedo, Diego, periodista y consejero de RTVE
- 18 Castelló, Fernando, periodista y presidente de Reporteros sin Fronteras
- 19 Castro, José Ángel, periodista y profesor de la Universidad Complutense de Madrid
- 20 Cebrián, Juan Luis, académico de la Lengua y consejero delegado del grupo Prisa
- 21 De Blas, Andrés, catedrático de la UNED
- 22 De Moragas, Miquel, catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona
- 23 Del Corral, Jorge, periodista y vicepresidente de la FAPE
- 24 Fernández Beaumont, José, profesor de la Universidad Carlos III de Madrid
- 25 Fidalgo, José María, secretario general de Comisiones Obreras
- 26 García Díaz, Francisco J., director de rel. institucionales de Alcatel y prof. de la ETSI de Telecom. de Madrid
- 27 Garitaonandia, Carmelo, catedrático de la Universidad del País Vasco
- 28 González Martín, Pedro, director de relaciones internacionales de RTVE
- 29 González Mateos, Carlos, presidente de la FITCE
- 30 González Urbaneja, Fernando, presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid
- 31 González Ballesteros, Teodoro, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid
- 32 Gutiérrez del Álamo, Francisco, defensor del espectador y del oyente de Canal Sur
- 33 Gutiérrez Montes, Eladio, director de RTVE Digital
- 34 Ledo, Margarita, catedrática de la Universidad de Santiago
- 35 Lejarza, Mikel, socio consejero del grupo Árbol
- 36 López, Xosé, profesor de la Universidad de Santiago
- 37 Madinavietia, Eduardo, director general técnico del grupo Zenith-Optimedia en España
- 38 Manfredi Mayoral, Juan Luis, profesor de la Universidad de Sevilla
- 39 Martín González, Aurelio, presidente de la Asociación Española de Televisión Locales
- 40 Martínez Eder, María Isabel, miembro del Consejo Audiovisual de Navarra
- 41 Morán, Próspero, profesor de la Universidad Carlos III de Madrid
- 42 Murciano, Marcial, profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona
- 43 Navarro de Luján, Vicente, director general del Libro y Bibliotecas de la Generalitat Valenciana
- 44 Núñez Encabo, Manuel, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid
- 45 Perales Albert, Alejandro, presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación
- 46 Portbella Ràfols, Pere, presidente de la Fundación Alternativas
- 47 Román del Río, Carlos, director del Instituto de Desarrollo Regional de Andalucía
- 48 Romera Lubias, Felipe, ingeniero de telecomunicaciones y director del Parque Tecnológico de Andalucía
- 49 Ruiz Trueba, José María, director de la Comisión de Comunicación de la Concapa
- 50 Sánchez Tabernero, Alfonso, vicerrector de Comunicación Institucional de la Universidad de Navarra
- 51 Seseña Navarro, Julián, director ejecutivo de Teledesic Communications Spain
- 52 Sevillano Romero, José Luis, director general de la AIE
- 53 Sierra, Francisco, decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla
- 54 Timoteo Álvarez, Jesús, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid
- 55 Toharia, Manuel, director del Museo Príncipe Felipe de Valencia
- 56 Tresserras i Gaju, Josep Manuel, miembro del Consejo del Audiovisual de Cataluña
- 57 Vega Gómez, Xosé Manuel, decano del Colegio Profesional de Xornalistas de Galicia
- 58 Zarzalejos, José Antonio, director del diario *Abc*
- 59 a 65 Seis expertos, identificados como tales en el panel, han emitido las respuestas con el expreso deseo de que sus nombres no aparezcan en esta relación.

Ficha técnica del Estudio

La información utilizada en el presente estudio prospectivo ha resultado de una investigación basada en la metodología Delphi. El desarrollo de la investigación ha consistido en un proceso de interacción con un grupo formado por 65 expertos de reconocido prestigio que desarrollan su labor profesional en el ámbito de los medios de comunicación, en el mundo académico y en el campo de la investigación, así como otros pertenecientes a instituciones y organizaciones directa e indirectamente relacionadas con el objeto de estudio. La tabla 18 recoge la relación de miembros del panel de expertos que han participado en la investigación.

El trabajo se ha desarrollado en varias fases: primera ronda de consultas, tabulación y análisis de los primeros resultados, segunda ronda de consultas y redacción de conclusiones.

En la primera etapa de la investigación se ha procedido a una ronda de consultas a los expertos, solicitando la respuesta a un cuestionario de 24 preguntas. Alguna de las cuestiones planteadas significaba la solicitud de más de una respuesta. Así, el cuestionario proponía atender a 141 consultas formuladas.

Las preguntas contenidas en el cuestionario han sido tanto de carácter abierto como cerrado. Éstas últimas han sido planteadas a partir de una escala de *likert* definida desde el valor uno hasta el valor 7, o bien mediante una escala de porcentajes desde el valor cero hasta el valor 100.

El cuestionario utilizado tiene dos partes diferenciadas. Una primera en la que se pretende conocer la valoración de la evolución del medio televisivo hasta el momento actual, y una segunda parte en la que se pretende conocer las estimaciones de los expertos sobre la probabilidad de ocurrencia de posibles acontecimientos futuros.

El proceso de consulta se inició el día 28 de julio de 2005 y se extendió hasta el 10 de septiembre, procediéndose a la tabulación y análisis de los resultados.

La siguiente fase de la investigación tuvo su inicio el día 19 de septiembre y ha consistido en una nueva ronda de consultas. En este caso, el cuestionario utilizado contenía únicamente aquellas preguntas que reunían menor nivel de consenso en las respuestas formuladas por los miembros del panel. Así, el cuestionario recogía ocho preguntas que significaba la solicitud de 66 respuestas. Al objeto de reducir la dispersión de la respuesta, el cuestionario tenía un carácter personalizado, recogiendo en cada caso la respuesta emitida por el experto en la anterior ronda de consultas, la respuesta que mejor representaba la opinión grupal y un espacio que permitía la rectificación de la respuesta original en base al conocimiento de la respuesta grupal. La segunda ronda de consultas ha permitido incrementar la homogeneidad de las respuestas ofreciendo unos resultados que alcanzan un alto nivel de consenso.

La finalización del periodo de consultas, el día 7 de octubre, da paso a la última fase de la investigación que consiste en el análisis de los resultados y la redacción de las conclusiones.

La metodología aplicada ha consistido en un proceso de interacción con un grupo de 65 expertos. Los miembros del panel han sido consultados en dos ocasiones. En la primera ronda de consultas, se han planteado diversas cuestiones relacionadas con la previsible evolución que experimentará el medio audiovisual en los próximos años. La segunda ronda de consultas ha tenido la finalidad de incrementar la homogeneidad de las respuestas que presentaban menor consenso en el grupo. Las preguntas han estado orientadas a conocer el nivel de probabilidad que estiman los expertos consultados sobre la ocurrencia de algunos acontecimientos, o bien la importancia que tendrán determinadas variables en el futuro mapa audiovisual.

