

# El incierto futuro de la TDT

## II JORNADA DEL SECTOR AUDIOVISUAL



De izquierda a derecha: Jaume Montané, Jaume Roures, Antoni Esteve, Juan Ruiz de Gauna y Silvio González.

«La TDT no me excita intelectualmente», declaró en el IESE el presidente de **Lavinia**, Antoni Esteve. «Es una tecnología obsoleta que llega diez años tarde, y no hay negocio para tantos», insistió el empresario en la última sesión de la II Jornada del Sector Audiovisual, que organizó el Centro Sector Público - Sector Privado (SP-SP) del IESE y que tuvo lugar el 27 de noviembre en la sede del IESE en Barcelona. A Esteve le acompañaban en la mesa redonda primeros espadas del negocio televisivo como Juan Ruiz de Gauna, director general de **La Sexta**, Silvio González, consejero delegado del **Grupo Antena 3**, y Jaume Roures, presidente de **Mediapro**.

En relación a la TDT, el vicepresidente del Centro SP-SP, Joaquim Triadú, y el director general de **TIME Consultants**, Jaume Montané, presentaron también en la Jornada el "Estudio de tendencias del sector audiovisual en 2008", realizado por **TIME Consultants** para el IESE. La conclusión principal del informe es que el 60% de los líderes del sector audiovisual considera que España está "poco o nada preparada para el apagón analógico de 2010". La opinión es especialmente crítica entre los operadores de TV privada (74,1%) y las entidades de carácter local (83,1%), mientras que la opinión parece más "optimista" entre las empresas de tecnología (60%) y los operadores de TV pública (57,7%).

Montané apuntó en la presentación que, en definitiva, «el sector no ve nada claro el cambio a la TDT», y destacó que la televisión pública no debería suponer

una competencia a la televisión privada, que no recibe ingresos del Estado.

### Financiación de la TV pública

Matteo Maggiore, Controller EU & Internacional Policy de la **BBC**, criticó que la televisión pública incorpore publicidad. Teresa Farré, de la **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals**, destacó el papel de **TV3** como televisión pública dentro del marco español, una de las públicas con menos publicidad del Estado. «La razón de ser de la televisión pública es ofrecer un servicio público. Debe ser fuerte», declaró además Elisenda Malaret, catedrática de Derecho administrativo de la Universidad de Barcelona, para quien «cabe la financiación de la publicidad en la TV pública, pero mucho más limitada».

### TDT y valor añadido

Por su parte, Eladio Gutiérrez, presidente de **Impulsa TDT**, criticó la desorganización imperante en España frente a los cambios que se aproximan, y destacó que «todavía no sabemos las frecuencias donde vamos a operar». También analizó los nuevos formatos de televisión como: por Internet, la no-lineal, vía teléfono móvil, etc., que suponen un reto en cuanto a la viabilidad para sostener este escenario. «Se puede apagar, no es imposible», declaró Alberto Sigsimondi, director de relaciones institucionales de **Mediaset**. Aun así, advirtió de lo difícil de esta transición, pues ante un cambio tan drástico «todos están desorientados:

público, cadenas, Gobierno e inversores». Tobías Martínez, director general de **Abertis Telecom**, se sorprendió de que todavía se vendan televisiones analógicas. «Es absurdo vender un producto que se va a quedar obsoleto en dos años», y pidió que la Administración despeje cuanto antes este marco de incertidumbre. Finalmente, Lieven Vermaele, director del Departamento técnico de la **European Broadcasting Union**, destacó que la TDT es «el método más eficiente y barato de llevar los medios al público».

### Nuevos formatos

El consejero delegado de **RBA Audiovisual**, Ferran Mascarell, explicó el proceso que ha de seguir una empresa que se dedica al papel y que quiere introducirse en el negocio audiovisual, resumido en «no ser renovadores, sino cualificadores» de contenidos. A continuación, la presidenta de **Microsoft España**, María Garaña, describió las más recientes innovaciones audiovisuales en la televisión (la IPTV), Internet (que ya está adaptándose para la distribución de vídeo) y la telefonía móvil (todavía en su infancia), e insistió en la gran demanda de interactividad existente. Por su parte, los directores generales de **Dixi Media** y **Bestv** presentaron sus proyectos más recientes, el blog 233grados.com y la innovadora TV *on-line* a la carta **Bestv**.

**Publicidad**

**61**