

DIGITALIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DEL ECOSISTEMA AUDIOVISUAL

Amenazas y oportunidades para las lenguas y las culturas subalternas: del Broadcast y la TDT, al Broadband y el 5G

ENRIC MARÍN I OTTO

(Universitat Autònoma de Barcelona)

Jornada sobre **“Los medios audiovisuales y las lenguas no hegemónicas. Retos de futuro”**

Coppieters foundation – Ehugune – Ezkarraberri fundazioa

Bilbo, 4 de octubre del 2019

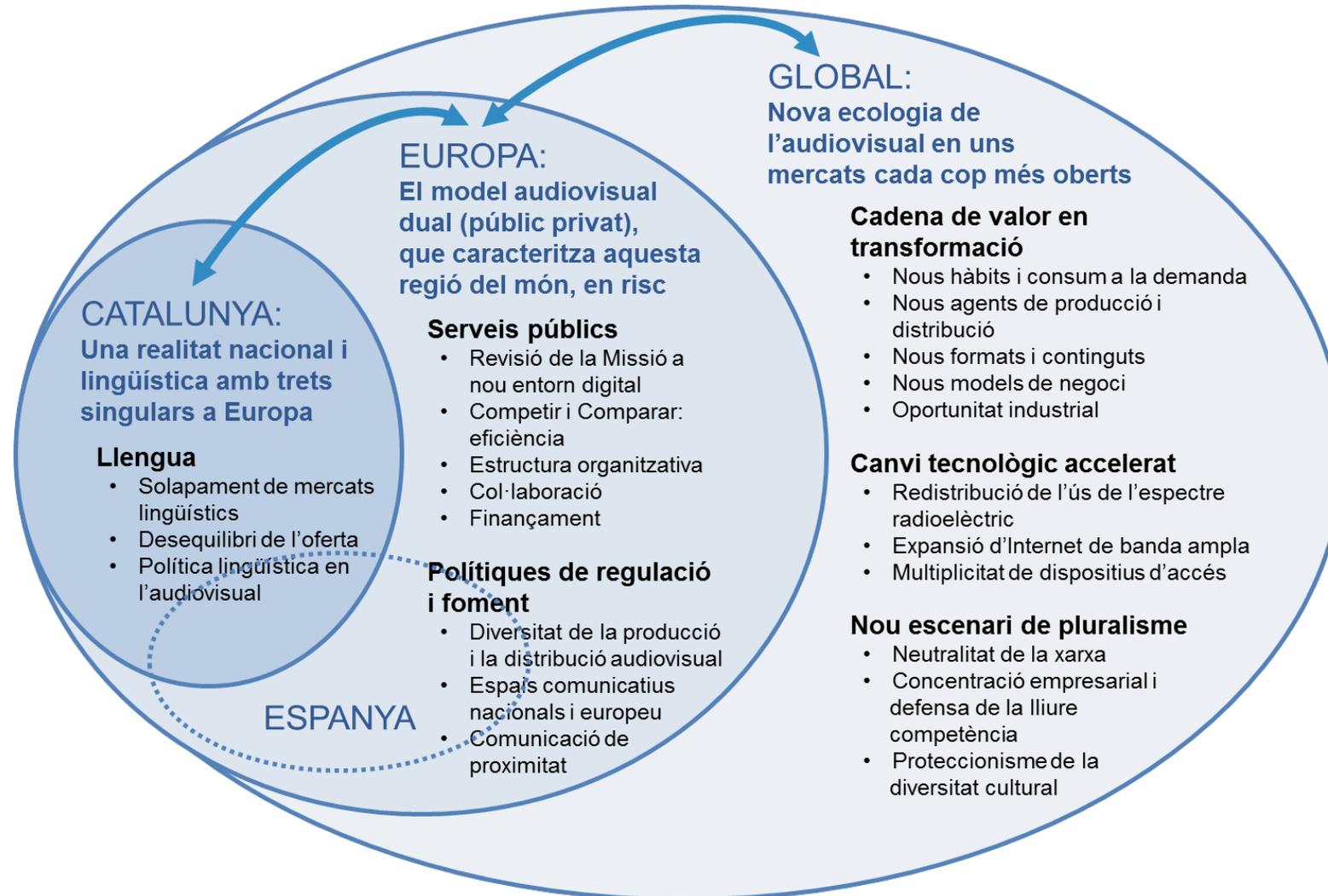
Fuerzas o factores concurrentes

1. **Digitalización:** metamorfosis tecnológica en el campo de las comunicaciones
2. **Aparición de actores globales en los procesos de producción y difusión de contenidos audiovisuales:** Google, Facebook, Amazon, Netflix...
3. **Alteración de los hábitos de consumo de productos audiovisuales por las audiencias**
4. **La iniciativa europea:** hacia el MUD (Mercado Único Digital) y el 5G.
5. **Reino de España:** la arquitectura de la regulación estatal de las telecomunicaciones y la gestión de el espectro radioeléctrico. Indefensión competencial de las entidades de autogobierno subestatales.

Efecto de la acción combinada de los cinco factores

- En el ámbito más general, preeminencia de las grandes corporaciones globales sobre los poderes públicos locales. Complementariamente, una priorización de la lógica empresarial y tecnológica sobre los principios de cohesión e inclusión social y defensa de la diversidad lingüística y cultural.
- En el contexto del estado español, se observa un reforzamiento de la posición e dominio de la lengua española en detrimento de la posición de las lenguas catalana, vasca o gallega. Aparentemente estamos ante una "tormenta perfecta".

Resumen gráfico del diagnóstico de situación del audiovisual de Catalunya en el contexto español europeo y global



(Fuente: "Llibre Blanc de l'audiovisual de Catalunya". CAC, 2017)

1. La metamorfosis tecnológica en el campo de las comunicaciones

La irrupción de Internet en los años 90 significó el inicio de un cambio de paradigma en los procesos de producción, circulación y apropiación de bienes simbólicos de todo tipo. Un cambio de época. Las lógicas emergentes las podemos resumir con los siguientes conceptos o procesos:

- Globalización de los ecosistemas comunicativos (desbordamiento parcial de los marcos estatales).
- Integración de todo tipo de contenidos (superación de la división tradicional de los medios analógicos) y hegemonía de los contenidos audiovisuales.
- Funcionamiento en red (superación de la lógica unidireccional del *Broadcast*).
- Compresión y fiabilidad de la señal, y multiplicación de la oferta de contenidos.
- Asincronía y ubicuidad de la recepción (*ATAWAD*: acrónimo de *Any Time, Anywhere, Any Device*).

1.1 El despliegue del 5G y la industria audiovisual

El 5G como red móvil de próxima generación. Características básicas:

1. Mejoras en la banda ancha móvil (*eMBB: enhanced Mobile Broadband*).
2. Alta fiabilidad y baja latencia (*URLLC: Ultra Reliable Low Latency Communications*).
3. Red de comunicaciones masivas entre máquinas (*MMTC: Massive Machine Type Communications*), que está en la base de la Inteligencia de las cosas o Inteligencia Artificial (AI).

1.2 El despliegue del 5G y la industria audiovisual

Las prestaciones de capacidad, fiabilidad y conectividad de las redes 5G podrán permitir nuevas aplicaciones como:

- Experiencias de realidad virtual (VR).
- Experiencias de realidad aumentada (AR) a demanda en producción televisiva o en vehículos sin conductor, seguimientos médicos a distancia, servicios avanzados de robotización y automatización industrial, etc.

1.3 El despliegue del 5G y la industria audiovisual

1. En el caso de Europa, el despliegue de de la tecnología asociada al 5G marcará la próxima década. El punto de inflexión se sitúa sobre el 2025.
2. Para hacer posible la red móvil de nueva generación se precisa se precisa redefinir la gestión del espectro radioeléctrico.
3. Precisamente por ello, la gestión del espectro radioeléctrico se sitúa como el elemento central de las políticas digitales. De ahora en adelante, en uno de los principales recursos estratégicos de cualquier país.
4. De hecho, sin el control del espectro radioeléctrico ya no será posible definir políticas lingüísticas o culturales de forma autónoma.

2. Aparición de actores globales en la producción y difusión de contenidos audiovisuales. La nueva economía audiovisual

Evolución desigual de la actividad audiovisual en Europa, mientras se configuran nuevos modelos de negocio:

- Consolidación de la integración horizontal de las empresas de producción a escala transnacional y debilitamiento relativo de las empresas de producción no integradas en grupos audiovisuales.
- Tendencia a la integración de actividades audiovisuales, culturales y creativas, como forma de organización industrial.
- Alteración de la distribución de ingresos de los servicios audiovisuales tradicionales (publicidad, pago de los usuarios y otras ventas).
- Localización en las grandes ciudades de las actividades clave de la cadena de valor del audiovisual.

2.1 Aparición de actores globales en la producción y difusión de contenidos audiovisuales. La nueva economía audiovisual

- Consolidación de las formas de empaquetamiento del audiovisual con otros servicios de telecomunicaciones.
- Desarrollo de nuevas formas de distribución y comercialización audiovisual (OTT: *Over The Top*), con diferentes modelos de negocio:
 1. Video y televisión a la carta: Filmin, Rakuten TV, Netflix, Amazon Prime Video, BeIN Connect, You Tube, Apple TV+...
 2. Música y radio a la carta: Spofity, Deezer, Apple Music, Google Play Music...
 3. Llamadas de voz por IP: Skype, Viber...
 4. Mensajería instantánea: WhatsApp, Google Hangouts...
 5. Aplicaciones Web y almacenamiento: Google, Dropbox, Amazon, OneDrive...

2.2 Aparición de actores globales en la producción y difusión de contenidos audiovisuales. La nueva economía audiovisual

Afectaciones locales y nuevas oportunidades:

- Importancia de las economías de escala en la prestación de servicios audiovisuales, especialmente donde se sobreponen mercados audiovisuales de dimensión diferente, como en Catalunya o Euskadi.
- Necesidad de recrear y potenciar el servicio público audiovisual.
- Aparición de nuevas oportunidades de actividad audiovisual a partir de los contenidos generados por los usuarios.
- Desarrollo de servicios que permiten la micro-financiación masiva (*crowdfunding*) de proyectos audiovisuales.
- Redefinición del espacio local de comunicación en radio y televisión mediante la oferta de estos servicios en *streaming*.

3. Alteración de los hábitos de consumo de productos audiovisuales

Tendencias:

- Reducción del consumo de televisión lineal e incremento del consumo en diferido, de forma desigual según el país y los diferentes segmentos de población .
- Mantenimiento de la televisión de pago en Europa, con protagonismo creciente de los operadores de telecomunicaciones.
- Descenso del consumo cinematográfico a través de sus ventanas tradicionales de difusión (vídeo / DVD y sala de exhibición) y aumento del uso de los servicios VOD (*Video on Demand: Servicios Audiovisuales bajo Demanda*).
- Apertura del consumo televisivo y audiovisual a nuevos servicios en Internet.
- Mantenimiento del consumo de radio sin cambios significativos.

3.1 Alteración de los hábitos de consumo de productos audiovisuales

Media mundial minutos al día dedicados al consumo de internet 2011-2020 (2019 y 2020 son previsiones)

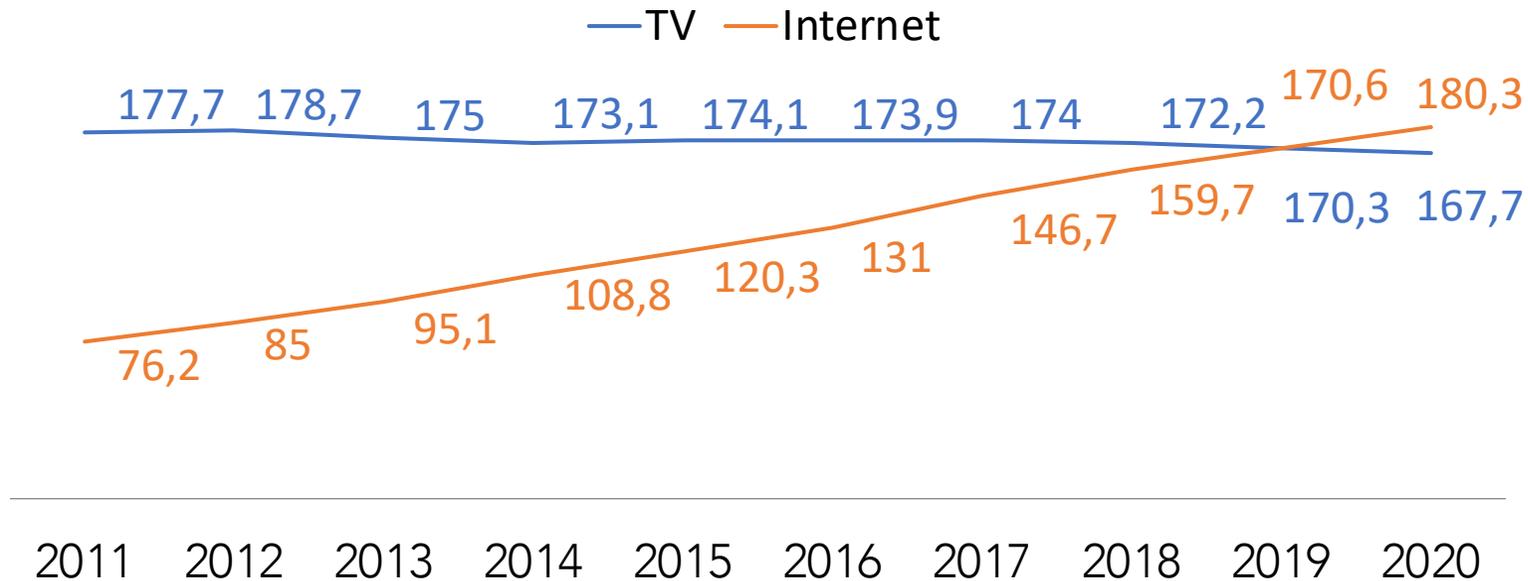


Gráfico 1: evolución de TV lineal (AVL) y TV por Internet (Fuente Zenith. Publicis Groupe)

3.2 Alteración de los hábitos de consumo de productos audiovisuales

Consumo audiovisual por internet en Catalunya por franjas de edad. 2017.

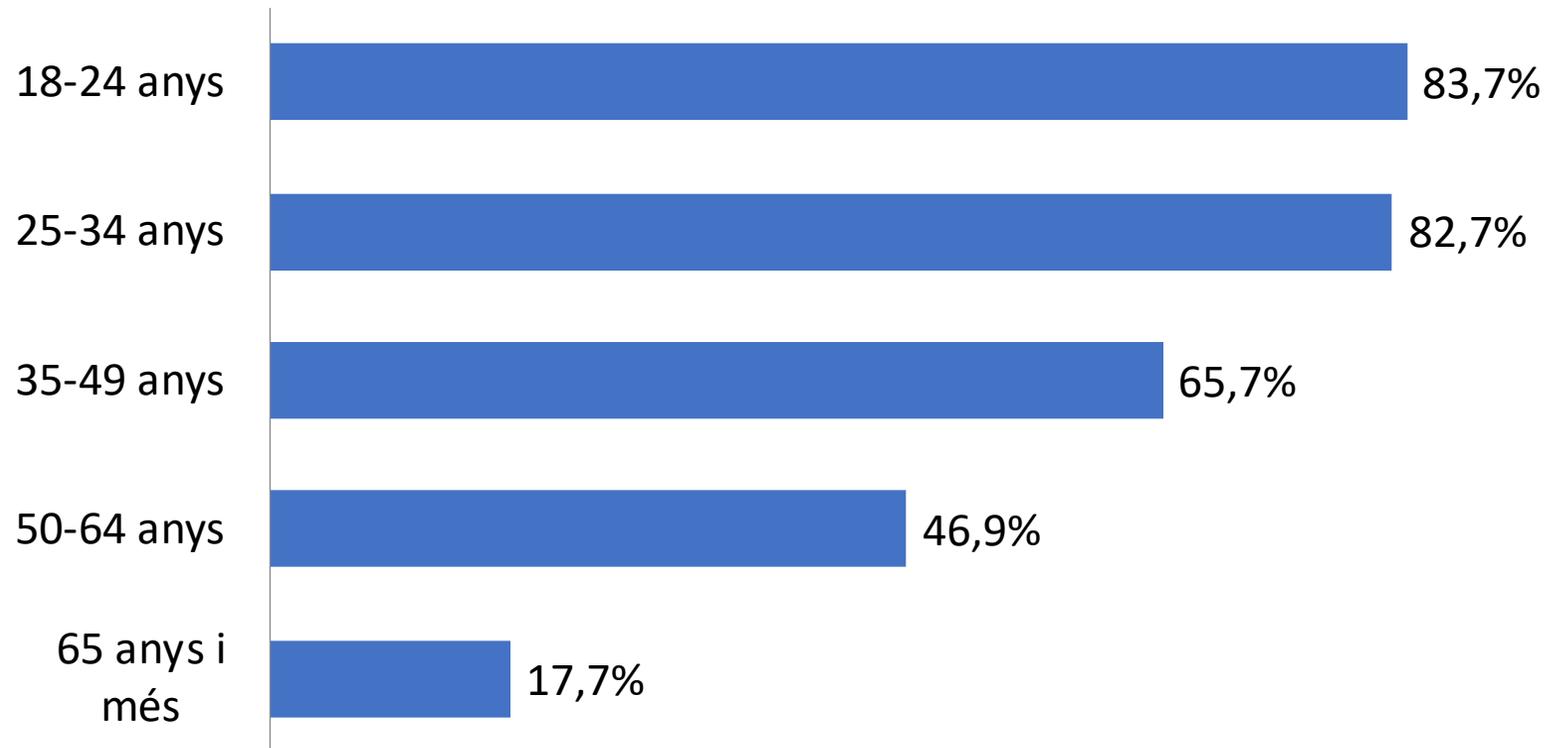


Gráfico 2: Una juventud hiperconectada (Fuente: Estudio omnibus de GdC, núm. 27)

3.3 Alteración de los hábitos de consumo de productos audiovisuales

Conclusiones:

- La confluencia de nuevas lógicas en la producción, distribución de productos audiovisuales, nuevos modelos de negocio y nuevos hábitos de consumo hace obsoletas las formas de regulación existentes en el sector audiovisual.
- Es preciso definir nuevas modalidades de regulación que protejan la diversidad cultural y limiten las prácticas oligopólicas impuestas por las grandes corporaciones globales.
- Pero, ¿qué tipo de regulación y desde qué marcos reguladores?

4. La iniciativa europea: hacia el MUD (Mercado Único Digital) y el 5G

Definición progresiva del proyecto europeo del MUD:

- 1993. *Informe Bangemann* (Comisión Europea) > Introducción del concepto de “sociedad de la información” en las políticas de la Comisión Europea. Política de liberalización.
- 2000. *Agenda de Lisboa*. (Consejo de Europa) > Apuesta por la economía basada en el conocimiento e introducción del concepto de cohesión social asociado a las políticas digitales. Fracaso parcial.
- 2005. *i2010: la sociedad de la información y los medios de comunicación al servicio del crecimiento y la ocupación* (Comisión Europea) > Consolidación del concepto de sostenibilidad en las políticas digitales.
- 2010. *Una Agenda Digital para Europa* (Comisión Europea) > Introducción del concepto Mercado Único Digital y centralidad de las infraestructuras y ancho de banda.
- 2015. Estrategia para el Mercado Único Digital (Comisión Europea) > Trasladar al mercado digital lo que ya existe en el mercado de los “productos físicos”.

4.1 La iniciativa europea: hacia el MUD (Mercado Único Digital) y el 5G

Definición de la política de la gestión del espectro radioeléctrico para el despliegue del 5G:

- 2014. "*Informe Lamy*" > recomendación de orientar la banda de 700 MHz hacia la banda ancha inalámbrica.
- 2015. Primer dividendo digital con afectación a la banda 800 MHz.
- 2016. Plan para el despliegue del 5G.
- 2017. Decisión del Consejo y del Parlamento Europeos para liberar la banda 700 MHz para el 5G.
- 2018. Adopción del nuevo código europeo de comunicaciones.

4.2 La iniciativa europea: hacia el MUD (Mercado Único Digital) y el 5G

Modelo y proyectos para definir el despliegue del 5G:

- Consorcio público privado 5G PPP (*5G Public Private Partnership*). Creado en el 2013, mediante un acuerdo firmado por la Comisión Europea y la Asociación de Infraestructura 5G (5GIA) en representación del sector privado (entre los que figuran compañías globales como Huawei o NEC).
- Elaboración del "*Libro Blanco sobre el 5G*", en el que se definen cinco ámbitos: fábricas del futuro, energía, automóvil, salud y medios de comunicación.
- Proyecto 5G MEDIA (5G PPP)> *Streaming* como servicio. 15 instituciones (RTVE...).
- Proyecto 5G-Xcast (5g PPP)> Difusión y multidifusión inalámbrica. 18 instituciones (BBC, UER...).
- Fechas clave. 2020> asignación de la banda 700 MHz en la mayoría de estados miembros, y ensayo en la EURO 2020. Y 2025> culminación del despliegue de la infraestructura.
- Estados europeos más atrasados en el proceso: Irlanda, Luxemburgo, España, Croacia y Letonia.

4.3 La iniciativa europea: hacia el MUD (Mercado Único Digital) y el 5G

El marco regulador europeo:

- El primer marco de normas comunes para la regulación europea de la radiodifusión televisiva lo encontramos en la Directiva TSF («televisión sin fronteras») de 1989.
- En 2010, esta normativa y sus posteriores enmiendas de 1997 y 2007 se refundieron en un único texto, la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual (DSCAV), que en la actualidad es la piedra angular de la regulación de los medios de comunicación en la UE.
- La DSCAV regula aspectos como las comunicaciones comerciales, la protección de los menores, la prohibición del discurso del odio, la promoción de obras europeas, la regulación de las plataformas de distribución de vídeos, la accesibilidad o los organismos reguladores.
- Entre los conceptos que incorpora la DSCAV, está el de “prominencia apropiada de servicios de medios audiovisuales de interés general” (considerando 38 y artículo 7, apartado a).

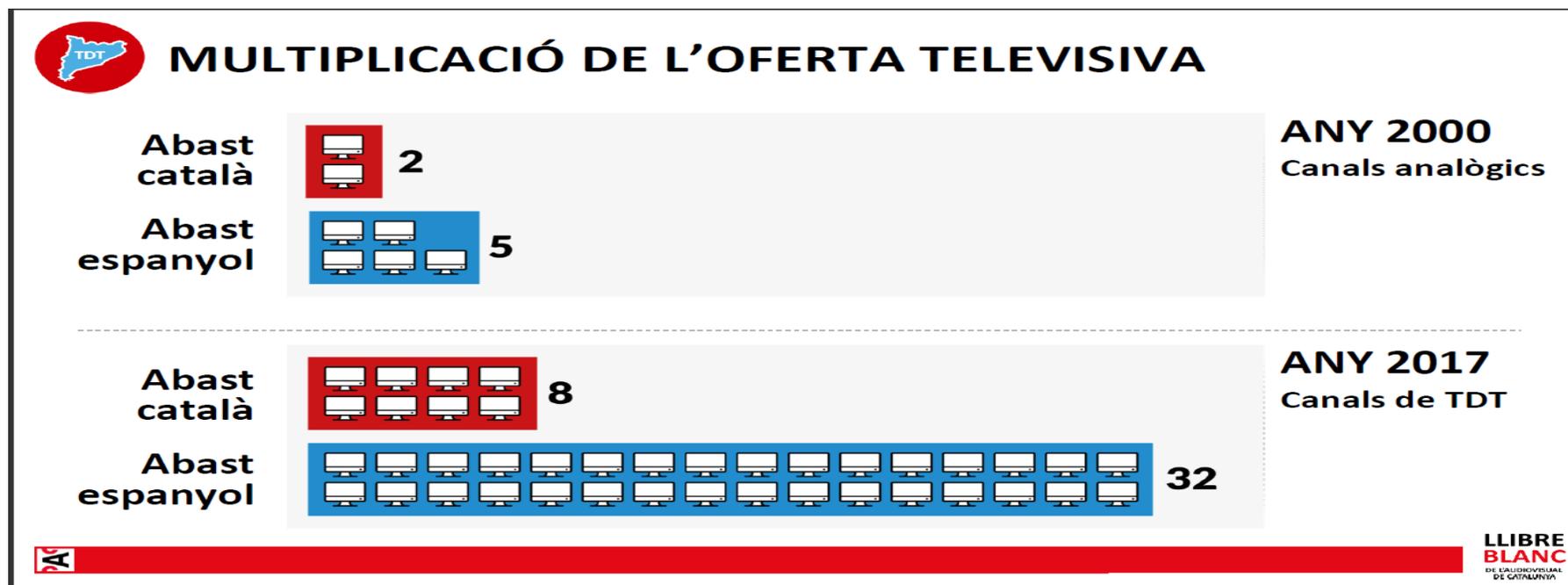
5. Arquitectura de la regulación estatal de las telecomunicaciones y gestión del espectro radioeléctrico

Base reguladora de la TV en España:

- Constitución Española, art. 149.1.27> El Estado planifica el espectro radioeléctrico, asigna las frecuencias y aprueba el “mapa” de las televisiones que emiten.
- Las Comunidades Autónomas regulan la franja del espectro asignada por el Estado.
- Consecuencias de este esquema de reparto de competencias en el contexto de la transición digital: devaluación del autogobierno autonómico en el ámbito de la cultura y la comunicación.

5.1 Arquitectura de la regulación estatal de las telecomunicaciones y gestión del espectro radioeléctrico

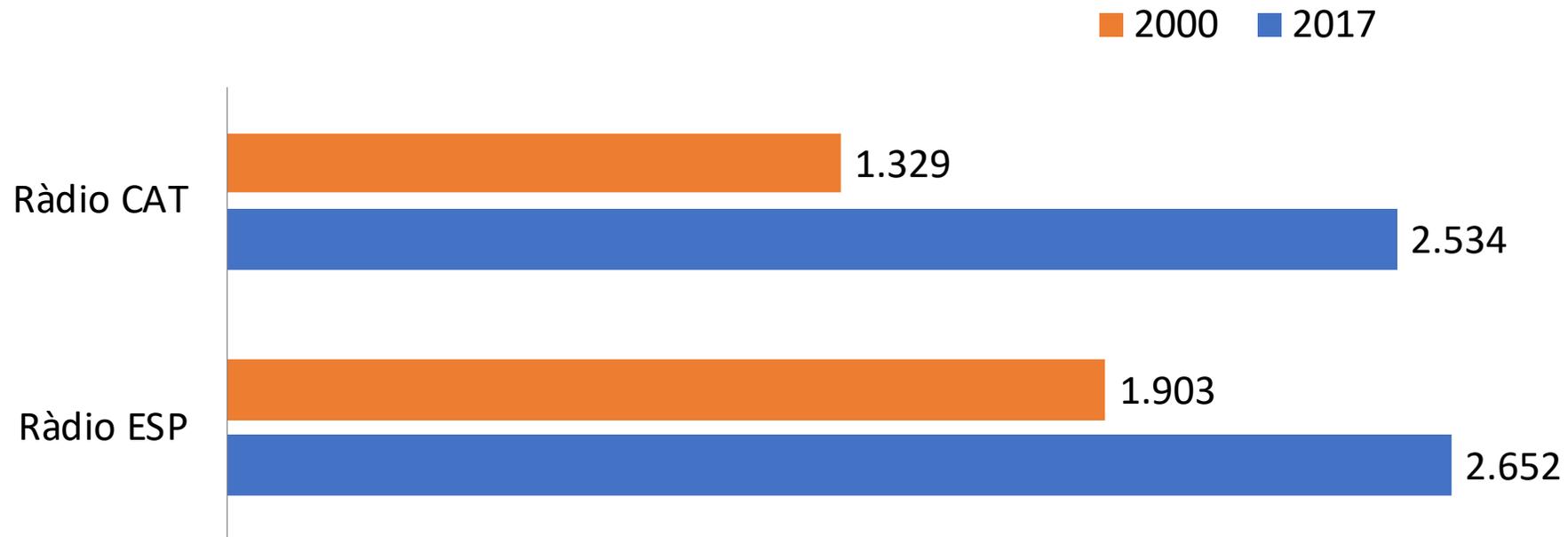
Impacto de la regulación española sobre la oferta televisiva en catalán



Fuente: "Llibre de l'audiovisual a Catalunya", CAC, 2017

5.2 Arquitectura de la regulación estatal de las telecomunicaciones y gestión del espectro radioeléctrico

Impacto de la regulación catalana sobre la oferta radiofónica en Catalunya:



5.3 Arquitectura de la regulación estatal de las telecomunicaciones y gestión del espectro radioeléctrico

¿Cual es la diferencia entre la oferta televisiva y la radiofónica? ¿Quizás la lengua catalana es apropiada para la radiodifusión pero no para el vídeo? La respuesta tiene que ver con el marco competencial:

- La radio todavía funciona de forma preferente con analogía analógica y local (FM).
- La radiodifusión es un sector de las comunicaciones sujeta a la legislación de Parlament (Ley 1/1998 de política lingüística y Ley 22/2005 de la Comunicación audiovisual de Catalunya).
- Complementariamente, la Generalitat tiene competencias plenas para otorgar las licencias a operadores mediante concursos para la explotación de los servicios de radio.
- Consecuencia: a diferencia de lo que pasa en el ámbito televisivo, en la radiodifusión la acción de los poderes públicos permite acercar la oferta a la demanda social.

6. Conclusiones y propuestas

Sea cual sea el estatus político de Catalunya y Eskadi, será preciso establecer como mínimo los siguientes objetivos competenciales y políticas culturales y comunicativas:

- La evolución tecnológica y el marco europeo van a favor. La regulación estatal no.
- Plantear la cuestión del control del espectro radioeléctrico como una prioridad política central.
- Redefinir la misión de las corporaciones públicas audiovisuales (y del servicio público audiovisual de forma más genérica). Actualizar la misión, el proyecto técnico, el modelo empresarial y de gestión en el contexto del MUD).
- Definir una política de colaboración entre el servicio público audiovisual (SPA) vasco y catalán para establecer alianzas europeas con otras corporaciones públicas.
- Fomentar un "Netflix europeo" impulsado por las corporaciones públicas europeas del audiovisual.
- Avanzar hacia una definición jurídica de cultura que incluya los contenidos audiovisuales en Internet.
- Ampliar la capacidad reguladora del CAC y los organismos reguladores del audiovisual.
- Desplegar el concepto de "prominencia apropiada de los servicios de medios audiovisuales de interés general" (DSCAV).
- Consideración de la LENGUA como criterio para establecer la prominencia en servicios audiovisuales bajo demanda.
- ...

Moltes gràcies!
Eskerrik asko!