



Cuadernos de Información

ISSN: 0716-162x

dgrassau@uc.cl

Pontificia Universidad Católica de Chile
Chile

Godoy, Sergio

TV digital en Chile: regulación y modelos de negocio

Cuadernos de Información, núm. 21, 2007, pp. 74-81

Pontificia Universidad Católica de Chile

Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97117398007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



TV digital en Chile: Regulación y modelos de negocio

Digital TV in Chile: Regulation and Business Models

Sergio Godoy, Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile [sgodoye@uc.cl]

Recibido: 24 / 9 / 2007 / Aceptado: 9 / 11 / 2007

Resumen — La digitalización de la televisión implica cambiar profundamente las bases sobre las que se estructura esta industria, tradicionalmente basada en un puñado de operadores de libre recepción financiados por publicidad. Esto afectará también la TV de pago y a la distribución de videos por Internet y celulares. El artículo formula las principales preguntas regulativas que la sociedad chilena debiera enfrentar para lograr más producción local, una mejora en la calidad de los contenidos y la generación de nuevos modelos de negocio para el audiovisual en un marco de convergencia.

Palabras claves: Televisión digital, marco regulativo, televisión abierta, digitalización, convergencia.

Abstract — Digitalization of television is likely to transform deeply the basis of the industry, traditionally based in a handful of free-to-air, terrestrial broadcasters and funded by advertisers. It will also affect pay TV and video distribution through the internet and mobile phones. This article formulates the main regulatory questions Chilean society must face to secure local production, better quality of content and the generation of new business models within a framework of convergence.

Keywords: Digital television, broadcasting regulation, terrestrial digitalization, convergence.

Este artículo sintetiza las principales áreas de debate político, económico y regulatorio en torno a los posibles cambios que se avecinan en la industria televisiva chilena a raíz del cambio a la tecnología digital. La premisa es que, independientemente del estándar técnico que se escoja (ATSC «americano», DVB «europeo» o ISDB «japonés»¹), probablemente habrá cambios importantes en la manera como funciona la televisión y los modelos de negocio que la sustentan. Cabe señalar que incluso la palabra «televisión» está cambiando: ya no sólo denota a los tradicionales canales de TV abierta VHF, sino que involucra a la TV de pago e incluso a la distribución de video por Internet y por aparatos móviles.

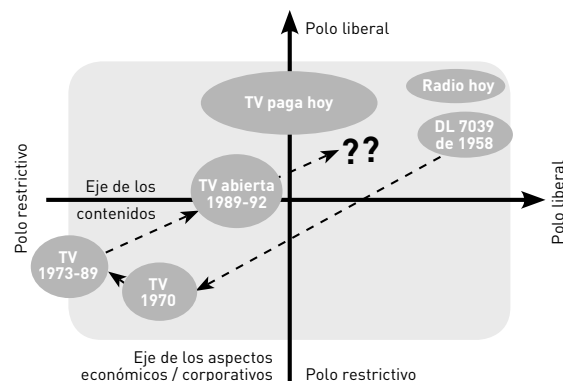
Independientemente de la norma que se escoja, desde la perspectiva de un país de desarrollo intermedio que no produce tecnología es importante que esta innovación permita tres grandes objetivos: (a) más y mejor televisión para los chilenos, (b) más y mejor producción local de contenidos en Chile y (c) generación de nuevos modelos de negocio para el audiovisual en un marco de convergencia. En este artículo invitamos a debatir las principales interrogantes que, con ese fin, debieran intentar responder los diferentes actores involucrados en este proceso de cambio: los políticos (incluyendo las entidades regulativas), los operadores televisivos, los anunciantes, los proveedores de tecnología, y los usuarios/ciudadanos. Centramos las preguntas en dos grandes temáticas: los aspectos regulatorios y los modelos de negocio.

EL ASPECTO REGULATORIO

La Figura 1 muestra la evolución de los marcos regulatorios de la televisión chilena desde sus orígenes en 1958 hasta nuestros días, en torno a dos ejes esenciales: los contenidos y los aspectos económico-corporativos. Ambos ejes van desde un polo restrictivo a uno liberal. El decreto ley N° 7039 de 1958 era liberal en ambas dimensiones: como en radio, la televisión sería un negocio de privados sin control especial de contenidos. Sin embargo, ello jamás ocurrió: sólo se autorizaron canales universitarios, que tenían prohibido vender avisaje². Después, la ley de 1970, que creó a Televisión Nacional de Chile (TVN) y al Consejo Nacional de Televisión (CNTV), imponía restricciones en ambas dimensiones, bajo el principio de «educar, informar y entretener», declarado en

1923 por la BBC. En los años posteriores, correspondientes al gobierno militar (1973-1989), hubo fuertes restricciones a los contenidos pero se desregularon algunos aspectos económico-empresariales específicos, como la venta de publicidad. Además, se permitió la entrada (tarde) de operadores privados al sistema.

FIGURA 1
Mapa de políticas de *broadcasting* en Chile
Basado en Curran & Seaton, 1997



El marco actual, que data de 1989 y que fue reformulado en 1992, persiste en controlar contenidos mediante la fiscalización del CNTV, la cual se aplica de manera más laxa a la TV de pago. Aunque los aspectos corporativos están menos regulados que en el pasado, las empresas de televisión tienen varias cortapisas en contraste con la radiodifusión: notablemente, un concesionario de TV abierta no puede operar más de un canal por área de servicio. Y es difícil arrendar o transferir la concesión a terceros.

Lo obsoleto del marco regulatorio actual se manifiesta, además, en que no distingue adecuadamente entre televisión abierta y de pago y jamás contempló la posibilidad de distribuir video por Internet. De igual forma, la legislación omite aspectos relativos al ancho de banda de cada canal de televisión³, no considera la convergencia de plataformas ni de contenidos y no hace ninguna mención para que la televisión pública pueda distribuir otros contenidos digitales derivados de su actividad televisiva (a través de Internet, redes celulares, DVD, CD-Rom, etc.). Por otro lado, las leyes vigentes tampoco reconocen adecuadamente los casos de televisión local de origen ciuda-

1 En rigor, sólo se identifica con un estándar en una región determinada. Los otros dos estándares, el europeo y el japonés, conforman estándares de televisión electrónica de mundo, y, por ende, son equivalentes a los tres antiguas normas de televisión analógica (estadounidense, europeo y francés). SECAM (francés).

2 El decreto 7039 de 1958, que las concesiones otorgaba el Presidente de la República, Ni Alessandri (izquierda de derecha) ni Frei (derecha) quisieron otorgar concesiones a privados.

3 Como los operadores de TV abierta tienen que emitir una señal en un espacio de 6MHz de ancho, claro si al cambio tienen derecho a (donde cabrían cinco señales de video) o a emitir una señal de 525 líneas (poco se requiere entrar a un cuarto de 6MHz de distinción no es porque en el futuro habrá mucha cobertura por ofrecer servicios de banda ancha inalámbrica, lo cual podría disminuir el espacio a la señal de TV.

dano o de barrios que han surgido en la última década gracias al bajo costo de los equipos (como la señal 3 de La Victoria, en Santiago, por ejemplo).

Por otra parte, con la llegada de la televisión digital, los principios en que se basan las actuales asignaciones de frecuencias de TV también se modifican, porque deja de haber escasez de canales disponibles. La SUBTEL, el organismo técnico a cargo de la administración del espectro electromagnético, ha reservado treinta canales de 6MHz de ancho en la banda UHF para emisiones digitales, entre los antiguos canales 22 y 52. En cada uno de esos canales de 6MHz cabe una sola señal de alta definición o bien cuatro o cinco de calidad estándar de 525 líneas. Algunos países otorgan los 6MHz completos (un «multiplex») a los operadores de TV digital abierta; otros países en que el espectro está saturado otorgan apenas un canal de 1/5 de ese ancho de banda para emisiones de resolución estándar. El caso es que aún si los ocho operadores actuales de TV abierta en Santiago recibirían concesiones digitales de 6MHz, «sobrarían» otros 22 multiplexes de 6MHz para concesionar. En este contexto, surgen las siguientes preguntas regulativas para el futuro digital, las cuales deben formularse independientemente del estándar técnico que se escoja:

1. **¿Conviene que la TV siga el ejemplo de la radio de regular al mínimo los contenidos y los aspectos económico-corporativos de la industria?** Como se indica en el diagrama anterior, la radiodifusión en Chile tiene libertad casi absoluta para operar. En el área de los contenidos, puede emitir lo que quiera: no es fiscalizada por el CNTV, no tiene horarios de emisión para adultos, no está obligada a proveer de franjas gratuitas a los candidatos políticos en tiempos de elecciones. En los aspectos económico-corporativos, se puede arrendar, vender, comprar, revender y concentrar concesiones radiales. En cambio, los operadores de televisión abierta sólo pueden operar una señal en la misma área de servicio, lo cual crea una diversidad artificial de operadores porque éstos tienen prohibido fusionarse, como sí ha sido la norma en radio y en televisión paga. A esta última, por lo demás, aunque sometida a las mismas leyes y normas que la televisión abierta, en la práctica se le permite emitir contenidos que probablemente serían sancionados si fuesen exhibidos por los canales tradicionales. Y como

está excluida de las restricciones a la concesión de propiedad porque no usa espectro, cerca del 70% de la televisión por cable está concentrada en una sola empresa.

Como sea, es probable que haya creciente presión por dismantlar el marco legal de la TV abierta, lo que parece cada vez más incongruente y restrictivo en comparación con los demás medios electrónicos.

2. **¿Tiene sentido un Consejo Nacional de Televisión, dadas las dificultades crecientes de fiscalizar los contenidos audiovisuales?** La propia constitución establece que la TV será fiscalizada por el CNTV, lo cual es especialmente la idea de eliminarlo, como ha sugerido algunos autores (Sierra, 2006). Sin embargo, los problemas de legitimidad y factibilidad de crear un CNTV en un contexto multicanal y de video bajo demanda por Internet: incluso en el dudoso caso de que hubiera consenso ciudadano por un vigilante de contenidos televisivos «correctos» (al menos según la acepción de las normas vigentes), se requeriría un verdadero ejército de funcionarios dispuestos a revisar millones de horas de contenidos televisuales disponibles por televisión abierta, por cable, por satélite, en videoclubes y por Internet. Sin embargo, hay apoyo ciudadano en Chile y en otros países a cierto control de los contenidos de TV libre y de pago, sobre todo para proteger a la infancia. En nuestro país, el 95% de las mujeres y el 91% de los hombres creen que la televisión abierta debe estar regulada (Sierra, 2005a, 2005b. Ver además Brown & Picard, 2005; Loeferle et al., 2005). El problema es definir hasta qué punto y cómo. Suponiendo que ello fuera posible, el problema adicional: separar a la televisión tradicional de las nuevas modalidades de consumo audiovisual: televisión abierta, satélite, celulares y web.

Un antecedente interesante es la nueva agencia reguladora «convergente» en Gran Bretaña, la Ofcom (Office of Communications), que desde 2003 sustituyó a los antiguos entes regulativos aislados para radio y televisión (pública, abierta vs. paga) y las telecomunicaciones. A diferencia de la FCC estadounidense, más preocupada por aspectos técnicos y de preservar el carácter público de los medios electrónicos, Ofcom se ha mantenido sino que ha actualizado los principios de la radiotelevisión de servicio público característica del sistema británico desde la década de 1920.

El escenario televisivo digital del futuro parece tan complejo y cambiante que será difícil regular todas las posibilidades de servicios, alianzas, usos y demás desarrollos que permite el cambio tecnológico.

3. **Si no es viable que el Estado regule en detalle el escenario digital, ¿es mejor «co-regular» que dejar que la industria se autorregule?** El escenario televisivo digital del futuro parece tan complejo y cambiante, que es difícil que el Estado pueda o deba regularlo por completo y en detalle. Incluso asumiendo una genuina preocupación por el bienestar colectivo por parte de los legisladores, es iluso pensar que ellos puedan ser capaces de anticipar, imaginar y normar todas las posibilidades de servicios, alianzas, usos y demás desarrollos que permite el cambio tecnológico.

Sin embargo, tampoco es claro que convenga dejar que la industria se autorregule por completo, sobre todo considerando un probable escenario de cartelización e incluso concentración de la propiedad a niveles monopólicos, como ya ocurre en ciertos sectores mediales de Chile y el resto del mundo. Co-regular, en cambio, consiste en dejar que la industria se autorregule la mayor parte del tiempo, dejando la posibilidad de que intervenga el Estado cuando se transgreden ciertos límites. Pero para que la co-regulación sea efectiva, las sanciones deben ser duras (pero justas y claras) para quienes las trasgreden.

4. **¿Qué incentivos jurídicos se requieren para lograr una transición exitosa hacia la plena digitalización?** Entre esos incentivos, quizás el más importante es definir un calendario claro y realista para el «apagón analógico» (día en que se terminen las emisiones analógicas), el cual sólo será posible si las personas adquieren receptores o decodificadores capaces de captar las nuevas señales digitales. Para ello deben examinarse y conciliarse los intereses de todos los actores involucrados: los actuales operadores de TV abierta, los nuevos entrantes, la TV paga, los anunciantes publicitarios, etc.

5. **¿Cuál es la mejor fórmula de asignación de las nuevas frecuencias digitales de televisión abierta?** Dentro de esta pregunta, hay varias más específicas:

- 5.1 ¿Quiénes tienen derecho a las nuevas concesiones digitales: nuevos entrantes, los existentes o ambos? Afortunadamente, hay espacio suficiente en el espectro UHF para asignar concesiones a todos los operadores de TV abierta y a los canales locales de cable que están pidiendo concesiones digitales en Chile. Ello permite concesiones de alta definición, como ha enfatizado la asociación de canales tradicionales de TV (ANATEL) así como más diversidad de operadores, como han pedido los canales locales de cable. No todos los países se han podido dar ese lujo.
- 5.2. ¿Cómo asignar las nuevas concesiones? ¿Por orden de llegada, por *beauty contests*, por licitación al mejor postor, por orden de llegada o de otra forma? Una vez decidido quiénes pueden postular a las concesiones digitales, viene la pregunta de bajo qué condiciones. Hay varios mecanismos: la tradición chilena ha privilegiado al operador establecido, pero existen otros mecanismos como la licitación al mejor postor (por ejemplo, para concesiones de telefonía celular de tercera generación en Europa, o para concesiones de radio en Chile cuando hay dos o más postulantes en igualdad de condiciones), los «concursos de belleza» (en que los postulantes prometen adicionales atractivos, tales como porcentajes más altos de informativos y/o programas elaborados en la región, como en los sistemas televisivos francés y británico) o combinación de los anteriores.
- 5.3. ¿Qué se va a concesionar: canales individuales de resolución estándar, o un bloque completo o multiplex de 6MHz? ¿Tienen derecho los actuales operadores de TV abierta a nuevas concesiones digitales de 6MHz de ancho? ¿Por qué? Como se dijo más atrás, hay confusiones en este punto. Afortunadamente hay disponibilidad suficiente de espectro en la banda UHF, por lo cual no es imprescindible fragmentar las nuevas con-

cesiones en señales de resolución estándar. Como hay una treintena de espacios de 6MHz disponibles, eso implica un mínimo de treinta señales digitales de alta definición y un máximo de unas 150 señales de definición estándar. Los siete operadores de TV abierta agrupados en ANATEL, que asumen un derecho automático a siete concesiones digitales de 6MHz para sus respectivos integrantes sin mediar concursos ni sorteos, tienen a su favor no sólo su experiencia acumulada en ofrecer servicios de televisión desde hace varios años (un argumento relevante en cualquier parte del mundo), sino que la disponibilidad efectiva de más de cuatro veces de espectro que el que ellos reclaman.

- 5.4. ¿Qué más deberán incluir las concesiones digitales: canales de pago, canales de retorno, servicios de telecoms, etc.? Las posibilidades que ofrece la convergencia y la cantidad enorme de servicios adicionales que podrían ofrecerse en el futuro implica superar la visión tradicional de que las concesiones televisivas y radiales consisten en una sola señal «tonta» de audio y/o video sin posibilidad de retorno desde el público, y que no consideran señales auxiliares más livianas con menús de programación, información adicional sobre los programas y otras posibilidades.
- 5.5. ¿A cambio de qué condiciones se otorgarían esas concesiones? ¿Tiene sentido imponer condiciones o conviene «propietarizar» el espectro? Tal como en obras públicas, que pueden concesionarse a privados para que las construyan y operen según principios de bien común, el espectro electromagnético es considerado un bien público concesionable y, por ende, pueden exigirse condiciones bastante exigentes como contraparte a otorgarlas. No obstante, también es discutible si el espectro, o porciones de él, podría convertirse definitivamente en propiedad privada como ocurre con el suelo y con los derechos de agua.
- 5.6. ¿Seguirá vigente el principio de «un operador, un canal»? ¿Será mejor permitir que un operador tenga varios, facilitando así que se formen *holdings* televisivos como en radio o prensa? Esta pregunta se vincula a la anterior, así como a lo señalado antes: el sistema de TV abierta en Chile es artificialmente diverso dado que los operadores tienen prohibido controlar más de una señal por área de servicio. En otras palabras, por

muy adinerado que sea un empresario televisivo no puede comprar señales adicionales para ampliar su oferta y hacer más rentable su negocio. Podría hacerlo en radio, TV paga, prensa, cable de video o supermercados. Si se permite pagar lo que se permite en todas estas otras industrias, el resultado será mejores posibilidades de desarrollo del negocio televisivo para el operador, a cambio de una mayor concentración de propiedad en este sector. Hay autores que recomiendan considerar la televisión digital más bien como un monopolio regulatorio, como una industria con decenas de operadores de tamaño y peso económico (ver Brown & Piller).

- 5.7. ¿Cuánto vale el espectro electromagnético? ¿Es posible que ese valor aumente? Nadie en Chile ha hecho este ejercicio, en circunstancias que la evaluación de proyectos es una técnica que existe y se aplica a proyectos mucho menores: puentes, aeropuertos o carreteras. Si consideramos que una señal FM en Santiago está valorizada en un monto de unos tres millones de dólares (ocupando un ancho de 0,4 MHz de ancho, es decir quince veces el ancho de una señal de TV de 6MHz), podemos empezar a comprender la magnitud económica de los intereses que están en juego. Ese espectro pertenece a todos los chilenos, quienes en su calidad de dueños deberían poder determinar la magnitud de lo que se está concesionando a operadores debidamente autorizados.
- 5.8. ¿Habrá concesiones para nuevos canales regionales? ¿Es necesario establecer incentivos económicos para nuevos entrantes? A partir de 2006, con fuerza en Chile la idea de favorecer el desarrollo de canales locales de TV, los cuales superan a los regionales pero dependen de la buena voluntad de los operadores para distribuir su señal dado que el espectro es limitado. En diversos foros, tales como los organizados por Aretel Bio Bio, estos pequeños canales han pedido condiciones especiales para concesiones de TV digital abierta, dada su raigambre en las poblaciones locales respectivas⁴.
- 5.9. ¿Conviene obligar a los sistemas de TV paga a incluir las señales de TV abierta? De ser así, ¿qué condiciones? ¿Qué pasa con el pago de derechos de propiedad intelectual?

⁴ Ver <http://www.aretelbiobio.cl/>

EL MODELO DE NEGOCIO

La TV avanza hacia lo que podría llamarse «convergencia», fenómeno que tiene al menos dos grandes vertientes. La primera es técnica y se debe a que el lenguaje digital es compartido por industrias que estaban tradicionalmente separadas: la informática (que la creó), las telecomunicaciones y los medios de comunicación (TV, radio, prensa, cine, discografía, industria editorial). En Internet se mezclan todas ellas, pero no está demostrado que la red las sustituya por completo. La segunda veta de la convergencia es corporativa: la tendencia de las empresas, cualesquiera sean sus rubros, a maximizar sus economías de alcance y de escala (y su poder de mercado) mediante fusiones y adquisiciones.

Lo anterior implica, en primer lugar, que desde hace tiempo la televisión es mucho más que los operadores de TV abierta. Desde inicios de la década de 2000, la TV paga en Chile recauda poco más que todos los canales abiertos juntos. Y eso era con apenas un 20% de los hogares nacionales abonados, cifra que ha ido subiendo recientemente⁵. El poder de mercado de este sector se incrementó aún más tras la fusión de VTR con Metrópolis, que concentraban el 81% de las suscripciones en 2005. Por lo demás, Chile presenta los más altos índices de usuarios de Internet y de telefonía en Latinoamérica (40 y 70%, respectivamente).

La Figura 2 refleja este mercado televisivo dual: por un lado, existe prácticamente un solo operador en TV paga que tiene decenas de señales de TV y recauda dinero ofreciendo además telefonía e internet. Al mismo tiempo, existe un puñado de operadores de TV abierta que compite ferozmente entre sí por el mismo trozo de torta publicitaria, armados cada uno sólo de una señal generalista.

En segundo lugar, pese a la tendencia a las fusiones y adquisiciones corporativas, el modelo de negocio se está volviendo más complejo y disgregado. Los canales actuales de TV abierta son muy parecidos a las radios AM de los años 40: producen gran parte de sus contenidos dentro de la casa, los cuales se orientan a una única señal destinada a un público generalista. Pero ese modelo puede estar quedando obsoleto. Expertos hablan, por ejemplo, del modelo de «producción en 360 grados» (ver Figura 3), en que los contenidos se explotan a través de vitrinan muy diversas, aprovechando ventanas complementarias

FIGURA 2

Los dos mercados de TV en Chile

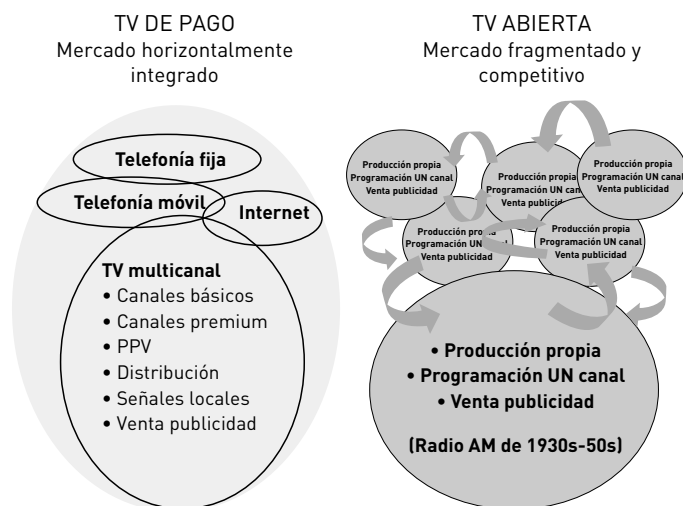
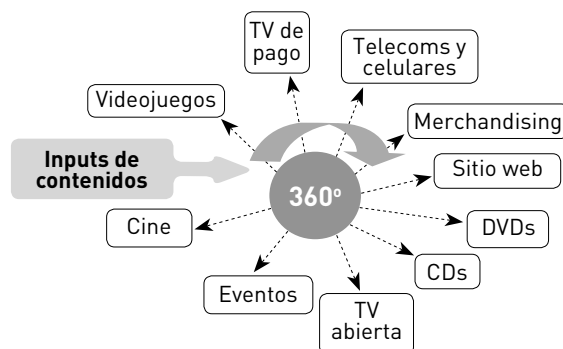


FIGURA 3

Nuevo paradigma: explotación en 360°

Fuente: Edgar Spielmann, BBC enterprises

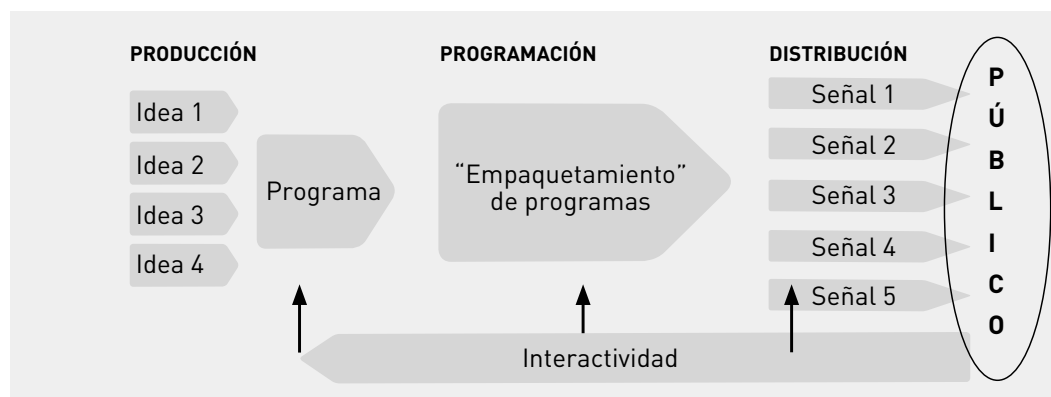


como cines, DVDs, señales *premium* de TV paga y señales generalistas de TV abierta, así como el apoyo de tecnologías con uso diferente como celulares e Internet.

Al mismo tiempo, la cadena de producción audiovisual no necesita quedar íntegramente alojada «dentro de la casa». Como indica la Figura 4, el aumento de las vitrinan de exhibición requiere multiplicar las fuentes creativas al inicio del flujo, pues estas nutren procesos de produc-

⁵ A inicios de 2006, el operador de TV paga anunció que preveía un aumento al 70% por ciento de los hogares en 2007.

FIGURA 4
Sistema de broadcasting: fases “verticales” o secuenciales



6. Estos países han aprovechado la oportunidad que representa su bajo costo comparativo respecto a Hollywood (pese a la competencia de Canadá o el Reino Unido) ya que ofrecen locaciones atrayentes, estudios, capacidad de producción, equipos y talento. En otras palabras, un sector audiovisual competente y confiable inserto en condiciones de trabajo favorables (confiabilidad, conectividad, infraestructura y disponibilidad de tecnología).

ción que se están volviendo más flexibles. Sobre todo en los sistemas de TV paga, producir programas es diferente a «empaquetarlos» en señales diferenciadas y con identidad propia: la producción se escinde de la programación. Y al final del proceso, los contenidos originados a lo largo de la cadena aprovechan diferentes modalidades de distribución. En todas estas fases es posible integrar más activamente a las audiencias mediante funciones interactivas, las cuales se facilitan con la digitalización.

Así, el crecimiento de la TV paga, de Internet y de la telefonía móvil incrementan la competencia, pero al mismo tiempo crean nuevas oportunidades de negocio. Por ahora, son los operadores de TV abierta quienes tienen la mayor *expertise* en crear contenidos de atracción masiva en Chile. Ante ello surgen las siguientes preguntas a debatir:

1. ¿Qué hacer para que en Chile haya más y mejor producción local de contenidos?
2. ¿Es sustentable el actual modelo de negocios de la TV abierta? ¿Puede compatibilizarse con el de las telecomunicaciones y el de la TV de pago?
3. ¿Es deseable que se formen consorcios multicanales como en radio y prensa, al terminar con el principio de «un operador, un canal»?
4. ¿Cuáles son las perspectivas para los productores independientes?
5. ¿Cuál es la demanda por interactividad televisiva en Chile?

6. ¿Habrá espacio para canales locales y regionales?
7. ¿Podrán sobrevivir en el futuro digital aquellos canales con fines sociales, como TVN o Canal 7?
8. ¿Podría Chile aprovechar este cambio tecnológico para potenciar su industria audiovisual? ¿Ya lo han hecho Australia, Nueva Zelandia y la República Checa?⁶
9. ¿Qué tipo de talentos y recursos se requieren para desarrollar nuevos modelos de negocios televisivos?

Todas estas preguntas se merecen un debate serio, racional y amplio, en que todas las posibles respuestas sean escuchadas y analizadas. La experiencia chilena es útil, pero sólo hasta cierto punto: el país debe desarrollar las suyas propias. Tampoco basta la opinión de algunos expertos, menos la del autor de este artículo: la sociedad en su conjunto debe decidir sobre cuánto mercado o regulación estatal desea, qué estándares de calidad televisiva va a exigir a los operadores, o los términos en que las concesiones televisivas deben ser otorgadas. En este debate deben participar los medios/ríos/ciudadanos, los legisladores/ideólogos, los actores actuales y posibles (canales de TV abierta nacional, canales locales, operadores de TV paga, otros interesados en las concesiones digitales), los profesionales de la industria (productores, periodistas, realizadores), los anunciantes y la publicidad, y los centros académicos (para analizar los recursos humanos que será necesario formar para el escenario digital).

BIBLIOGRAFÍA

- **Brown & Picard** (2005). *Digital Terrestrial Television in Europe*. London: Lawrence Erlbaum and Associates.
- **Consejo Nacional de Televisión (CNTV)**. (2006a, Septiembre). TV digital, ¿de qué estamos hablando? *Revista del CTNV*. Disponible en <http://www.cntv.cl/Revista/HTML/2006/Septiembre/index.htm>.
- **Consejo Nacional de Televisión (CNTV)**. (2006b). *Situación de la televisión digital en el mundo y su implicancia en Chile*, CNTV: Santiago. Disponible en <http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/TVDigitalmundo052006DEF.pdf>
- **Consejo Nacional de Televisión (CNTV)**. (2005a) *Encuesta Nacional de Televisión 2005. Resumen de principales resultados*, CNTV/Adimark Comunicaciones: Santiago.
- **Consejo Nacional de Televisión (CNTV)**. (2005b). *Estudios de audiencia y consumo televisivo. Quinta encuesta nacional de televisión 2005*. CNTV: Santiago.
- **Consejo Nacional de Televisión (CNTV)**. (2000). *Propuesta de un marco normativo para la introducción de la televisión digital terrestre en Chile*, Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones/Consejo Nacional de Televisión: Santiago.
- **Curran & Seaton** (1997). *Power without Responsibility. The Press and Broadcasting in Britain*, 5th Ed., Routledge: London & New York.
- **Godoy, Sergio**. (2006a). Políticas públicas para la televisión digital terrestre en Chile: los desafíos de la alta definición. *Cuadernos de Información*, 19, 80-88.
- **Godoy, Sergio**. (2006b, Mayo). 'Broadcasting' y convergencia: El Futuro, Digital e Individual. *Revista Universitaria*, 90, 48-52,
- **Godoy, Sergio** (Ed.). (2006c, Noviembre). *Monitoreando el futuro digital: resultados encuesta WIP-Chile 2006*, Facultad de Comunicaciones/ Instituto de Sociología/ Escuela de Ingeniería UC y Cámara de Comercio de Santiago: Santiago. Disponible en http://www.wip-chile.cl/estudios/WIP_Chile_2006___informe.pdf
- **Godoy, Sergio** (2005). *Desafíos Regulatorios Para La Adopción De La Televisión Digital Terrestre En Chile*, CNTV: Santiago. Disponible en http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/20060503/asocfile/20060503181838/ASOCFILE220060503181838.pdf
- **Godoy, Sergio** (2004). Propuesta UC, propuesta pública, *Cuadernos de Información* N°16-17, 135-140.
- **Godoy, Sergio** (2000). *¿Públicamente rentable? Evaluación de la TV pública orientada al mercado*, Ediciones Universidad Católica de Chile: Santiago.
- **Godoy, Sergio** (1999). *Gestión de Radio y TV*. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- **Iosifidis, Steemer & Wheeler** (2005). *European Television Industries*. British Film Institute, London.
- **Ofcom**. (2005). *Ofcom Review of Public Service Television Broadcasting, Phase 3. Competition for Quality*, Office of Communications: London.
- **Sierra, Lucas**. (2006). Hacia la televisión digital en Chile, historia y transición, *Estudios Públicos* 103, 111-154.
- **The Economist**. (2007a). A world of connections. A survey of Telecoms, 26/4/2007.
- (2007b): The future of television. What's on next, 8/2/2007
- (2005a): Digital convergence: TV on your phone, 13/01/2005
- (2005b): The media in Spain. Television wars, 18/08/2005
- (2005c): TV on your phone. Both fixed and mobile telecoms operators are getting into television, 13/01/2005
- (2003): Heave ho, TiVo!, 6/2/2003
- (2002): Power in your hand. A survey of television. The Economist, London, 13/4/ 2002.
- **Vergara, Enrique**. (2005). *El desarrollo de la industria de la televisión de pago en Chile 2004*, Centro de Investigaciones de Periodismo y Publicidad (CIPP) & Escuela de Publicidad UDP: Santiago de Chile.