

Portada

EL ECO DIGITAL, por Eduardo Pedreño

Boletín:

Suscríbete a nuestros boletines y recibe toda la actualidad:

Email:

html texto

Suscribir >>

Noticias y Análisis

- Cibersociedad
- Internet
- Informática
- Tecnología
- eBusiness
- Notas de Prensa

Columnas

- El Eco Digital
- La Tierra Prometida
- Marketing 2.0
- Persuasión.Net
- Open for Business

Secciones

- Titulares
- Software libre
- Guía de Webs
- Ciberley
- El Defensor
- Juegos
- Hardware

El futuro de la televisión

Eduardo Pedreño

17/10/2005, 12:38:14

enviar a un amigo

comentar (0)

imprimir



El lanzamiento por parte de Apple de un **iPod Video** ha venido acompañado de otro anuncio de bastante más calado, y es que **iTunes** (la exitosa tienda de música online de Apple) empieza a vender **vídeos y capítulos de series de televisión americanas** como "Perdidos" o "Mujeres desesperadas". Y lo hacen a través de un acuerdo con la **ABC**, que pondrá los capítulos a disposición de los internautas al día siguiente de su emisión. A efectos del mercado la oferta no tiene especial interés: el fichero estará protegido por DRM y el precio (dos dólares por capítulo) es bastante alto, así que muchos internautas seguirán descargando los capítulos del programa P2P de turno. Lo importante del anuncio es que por fin una cadena de televisión renuncia a parte de su queso publicitario a cambio de ingresar por un *pay-per-view* a través de Internet. Y esto es el comienzo del fin.

Porque seamos claros y directos: la televisión, tal y como la conocemos, se muere. No, no es un cambio que vaya a suceder de hoy a mañana, tenemos muchos años por delante de modelo televisivo actual. Pero eventualmente este modelo se morirá, por pura lógica de mercado. Analicemos el modelo actual: el televidente se sienta frente a la televisión y tiene una oferta limitada en múltiples dimensiones: limitada en cuanto a número de canales. Si quiere más canales tiene que abonarse a alguna solución de pago que le ofrezca mayor número de opciones, pero que adolecerá del resto de defectos de la televisión.

Limitada por el horizonte temporal de la "programación". ¿Qué es la programación? Lo que un puñado de expertos en cada cadena estiman que es el mínimo común denominador que va a aceptar un porcentaje mayor de la audiencia. Es decir, en la cadena de fulanito tienes un reality show a las 22.00. Si no te gusta vete a otro sitio. Si no te gusta lo de ningún sitio vete a la cama. Y si te gusta lo de fulanito pero tienes que darle un paseo al perro olvídate, no vas a ver ese programa jamás, porque es ahora o nunca. Y sí, ya sé que existen los vídeos, pero esos también se van a morir tal y como los conocemos. Y son un engorro.

También está limitada por la oferta. Como la programación se hace para el mínimo común denominador lo habitual es encontrar programas de una calidad más que discutible, y es difícil encontrar buenas series en buenos horarios, o que no sean sistemáticamente marginadas por la contraprogramación en aras a la mediocridad reinante.

Finalmente, está limitada por la publicidad (en las televisiones en abierto al menos), que para muchos televidentes son unas imágenes acompañadas de ruidos, muy molestas pero

Encuesta

¿Crees que es negativa la directiva de Patentes de Software aprobada en la UE?

- Sí.
- No.
- No sé qué significa.

Vota

Resultados | Otras encuestas

Últimos

El Eco Digital

El hombre desactualizado

por Eduardo Pedreño

Operadoras y fútbol

por Eduardo Pedreño

El "efecto" Jazztel

por Eduardo Pedreño

La encrucijada de Microsoft

por Eduardo Pedreño

El nuevo kiosco

por Eduardo Pedreño

Últimos Análisis

La Junta de Andalucía libera todo su software por Alfredo Romeo

Pues va ser que no por Jaime Cros

Por el Liderazgo por Horacio D. Mega

Pintados para la Guerra (II). Las vergüenzas de una ley por Alfredo Romeo

► Shareware

Weblogs ▾

► DiarioIP.com

► AboutMedia

Diariored ▾

► Quiénes somos

► Contactar

► Colabora

► Supcripciones

► Publicidad

perfectamente inútiles que las cadenas tienen a bien intercalar en los programas que vemos, haciéndonos perder un valioso tiempo. En países como Estados Unidos ver una película, programa o serie se convierte en un acto muy cercano al heroísmo.

Al final, como televidentes, acabamos viendo programas que no queremos ver, en horarios en que no queremos verlos (so pena de perdernos el programa), y bombardeados por publicidad que añade un 33% de tiempo a la visualización del programa. ¿Piensa alguien que este esquema tiene algún futuro? Lo sorprendente es haber llegado hasta aquí.

El caso es que del modelo broadcast estamos pasando paulatinamente a un modelo broadband (banda ancha), en el que la oferta de televisión no estará limitada por concesiones administrativas ni por costosas infraestructuras de emisión de señales analógicas o digitales. No. El futuro de la televisión pasa por la banda ancha, los protocolos IP, la imagen comprimida, y la oferta ilimitada.

Olvidemos la televisión de hoy e imaginemos. Ya hay ofertas de televisión IP ([Imagenio](#) de Telefónica, sin ir más lejos, a la que se van a sumar varios operadores de ADSL españoles), pero todas ellas reproducen los esquemas tradicionales (la dichosa programación), pese a que incorporan inventos interesantes como el vídeo bajo demanda. Son comienzos prometedores. Pero más adelante empieza lo interesante. Algunas ideas para hacer boca: nuestros patrones de consumo permitirán que a través de filtros sociales se creen televisiones a la carta. Toda la televisión será bajo demanda, aunque podremos optar por ver programas en directo. O no. El vídeo (no será vídeo, se llama *Personal Video Recorder* y es un disco duro con enorme capacidad de almacenamiento) será prescindible porque tendremos acceso a una ingente cantidad de programas de los últimos meses (o años), series, documentales o películas. Y no las películas de estreno limitadas que ofrecen ahora los operadores, sino las miles de películas que hoy podemos comprar en Amazon en DVD. Y sí, el DVD también se morirá porque los soportes ya no tienen sentido en la nueva era. Tras el CD veremos la muerte del DVD. La publicidad evolucionará. La televisión personalizada permitirá ofrecer publicidad de forma más certera. Y si no quieres publicidad simplemente pagarás un poco más por ver tu programa. Las plataformas serán eso, plataformas, así que en lugar de pedir una licencia administrativa para emitir tendrás que llegar a un simple acuerdo comercial con la plataforma que te proporcione la infraestructura de emisión digital. Nada que ver con las mal llamadas "plataformas" de hoy, que son de oferta cerrada a mayor gloria de grupos multimedia favorecidos por las concesiones administrativas.

Todo esto puede sonar a ciencia ficción a día de hoy. No lo es. Hay docenas de empresas trabajando con este concepto y dispuestas a revolucionar la televisión. Puede tardar todavía un buen número de años, pero este cambio llegará. El anuncio de Apple es un primer paso. La rudimentaria televisión IP que se oferta hoy, el segundo. La televisión digital terrestre, la televisión por satélite y todos los inventos encaminados a perpetuar la televisión del pasado son plataformas transitorias.

Las televisiones han vivido hasta ahora a una sorprendente distancia de las tecnologías IP, pero me pregunto si son conscientes de que el cambio, al igual que en los periódicos o las radios, llegará eventualmente a las televisiones. Y me pregunto si la estrategia, como casi todos los sectores abocados a una reconversión por el advenimiento de la Red, va a ser también defensiva y hostil. Me temo que sí.

 **ES DE SENTIDO COMUN** por Jaime Cros



Noticias


- [EfiX, una herramienta diferente para instalar Mac OS X en un PC genérico](#)
- [Firefox 3 llega con ánimos de dar guerra a Internet Explorer](#)
- [CEO de Palm habla sobre como será la próxima generación de Palm OS](#)
- [Sun dota a OpenOffice de capacidad para editar documentos PDF](#)
- [Google Earth, ahora en el navegador](#)

Titulares



Temática : Cibersociedad

- [Los internautas tienen más amigos y menos depresiones](#)
iKarro Noticias
Mie 22 Ago 2007 09:54
- [Piden la incorporación de las nuevas tecnologías en la forma de enseñar actual](#)
Ideal Digital Ed. Jaén - Local
Mie 22 Ago 2007 07:53
- [Unas jornadas analizan en la Casa do Mar de Raxó el uso del gallego en los medios de comunicación](#)
La Voz de Galicia Pontevedra
Mie 22 Ago 2007 06:59
- [Bruselas pide explicaciones a la CMT por las tarifas de Yoigo](#)
El Mundo Economía
Mie 22 Ago 2007 05:39
- [Brecha](#)
La Opinión de Tenerife Ed. Imp. - Opinión
Mie 22 Ago 2007 05:11

 enviar a un amigo

 imprimir

[◀ Anterior](#)

[🏠 Portada](#)

[Siguiente ▶](#)

Comentarios

▶ [Enviar comentario](#)

Nombre:

Correo electrónico:

URL:

Comentario:

Recordar tu información

[Borrador](#) [Enviar](#)

[Olvidar mi información personal](#)

[\[Política de moderación\]](#)

[Quiénes somos](#) | [Mapa del sitio](#) | [Contactar](#) | [Colaborar](#) | [Suscripciones](#) | [Publicidad](#)



Hosting



Programación