



Expansion.com

Las televisiones abren su ventana de oportunidad

Publicado el **31/03/2008**, por **Javier Montalvo**

Las cadenas de televisión, los proveedores de contenidos y los operadores de telecomunicaciones miran de reojo a sus rivales mientras preparan sus estrategias para dominar el negocio del entretenimiento audiovisual, una actividad que mueve más de nueve mil millones de euros en España.

Con una penetración del acceso a Internet de banda ancha superior al 40%, los hogares españoles han variado significativamente su modo de consumir ocio audiovisual en los últimos años. Las descargas de contenidos de Internet, que permiten disfrutar de una película, un vídeo musical o cualquier otro programa en cualquier momento y, en la mayoría de los casos, gracias al intercambio de archivos P2P gratis amenazan el futuro de la televisión tradicional.

Limitadas por la necesidad de emitir de forma masiva, sin posibilidad de personalizar los contenidos ni interactura con los televidentes, y acuciadas ahora por la multiplicación de las cadenas que proporciona la tecnología digital, las grandes cadenas de televisión debería estar viendo ya las orejas al lobo. Sin embargo, no parece que sea así.

Y es que los grupos de comunicación han encontrado en los operadores de telecomunicaciones unos aliados inesperados. Telefónica y gran parte de las compañías de referencia del sector en Europa comienzan a plantearse la necesidad de cobrar a los usuarios de Internet por la descarga de contenidos. Justifican este cobro en la saturación que el peso de estos archivos causan a la red de telecomunicaciones, y que perjudicaría a los usuarios menos intensivos en consumo, es decir, los que usan Internet para navegar o para comunicarse con el messenger. La amenaza de una desbandada masiva de usuarios ha aconsejado, por el momento, a las operadoras paralizar estos planes.

Pero hay otros factores hasta ahora no detectados que también juegan a favor de las cadenas. Según un reciente estudio elaborado por la consultora The Cocktail Analysis, con más de 13.000 encuestas entre internautas, "la televisión convencional sigue siendo la principal fuente de la que se alimenta el consumo de contenidos audiovisuales en Internet". Según las conclusiones del estudio, "con frecuencia, se ve

televisión en Internet en función de lo que se consume en la televisión convencional, aquello que no pude seguir cuando lo emitieron, aquello que quiero ver antes de que lo pongan...”.

Con los operadores preocupados por su cuenta de resultados y las cadenas confiadas en su omnipresencia, el negocio puede quedar en manos de los proveedores de contenidos, que en España todavía se parecen más a un grupo de voluntariosos emprendedores que a una industria. Algo tiene que cambiar.

¿ ‘Apagón’ en 2010?

Ya no son sólo rumores de pasillo en las grandes cadenas de televisión españolas. Analistas y expertos del sector comienzan a dudar seriamente del cumplimiento del apagón analógico en abril de 2010. Pocos ven posible, además del Gobierno, que las cadenas emitan sólo con tecnología digital a partir de esa fecha, tal como está previsto. En un reciente estudio sobre la televisión digital, impulsado por la Fundación Alternativas, el catedrático Enrique Bustamante concluye que “pese al esfuerzo llevado a cabo por el Gobierno socialista, parece muy improbable que se puede producir el apagón analógico en 2010”.

Recuerda Bustamante que las televisiones locales analógica deberían estar apagadas este año, tal y como prevé la ley, para poder seguir con el proceso a nivel nacional, “algo que resulta del todo imposible”. En este sentido, el catedrático observa que “ningún gobierno sin vocación política suicida podría apagar la televisión analógica para altos porcentajes de población”. Y faltan dos años.