

La oferta televisiva

POR JULIO CÉSAR CALISTRO

La oferta de programas por ondas hertzianas se enfrenta al problema de la escasez de ondas, pero la televisión vía satélite y de cable por compresión digital permitirá muy pronto contar con servicios multiprogramas.

Durante la década pasada en el mercado de los medios empiezan a utilizarse numerosas innovaciones tecnológicas (televisión vía satélite, conexiones on line, banco de datos, ordenadores personales, teletexto, videotexto, fax, vídeo, compact-disc, etc.) a la par que se desarrolla la eficacia y la amplitud de las conexiones. Es el comienzo de la era de la tecnología de las comunicaciones.

La evolución de los años 90 apunta, precisamente, hacia un aumento de la interconexión gracias a las crecientes posibilidades de distribución. Las superautopistas de la comunicación serán el medio más eficaz para su concreción.

La digitalización en las comunicaciones conlleva la convergencia técnica de distintos servicios y su integración potencial en una misma red. Esto significa no sólo -por ejemplo, en el caso de la televisión- que el programa televisivo viaja en el mismo soporte que se utiliza para la transmisión de datos entre ordenadores, sino también que la transmisión televisiva digital puede ser recibida, además de en el televisor y en el ordenador a la vez que se puede tratar como otros tipos de imágenes, textos, sonidos, etc.

Televisión por satélite, televisión por cable, tecnología digital, televisión interactiva, son ya hoy, el futuro. La televisión a la carta, es decir, con un menú hecho al gusto del propio consumidor previo pago de la programación y servicios escogidos, no tardará mucho tiempo en ser una realidad para los hogares europeos.

Claro que el aumento y la diversificación del consumo harán crecer las dimensiones económicas de la comunicación. Las redes de televisión tendrán tres niveles de funciones bien diferenciadas: por una parte la infraestructura que proporciona el medio físico de transmisión y las funciones de conmutación asociadas; luego, un nivel intermedio constituido por el soporte que posibilita la diferenciación de los servicios comerciales (en el caso de la televisión de previo-pago, preseleccionar los televisores que han comprado el programa y transmitirsele); y, por último, los servicios comerciales que se venden al consumidor final.

La norma europea de Alta Definición (AD) envejeció antes de nacer, ya que, al igual que la japonesa, ha sido desarrollada mediante la transmisión analógica (HDMAC), frente a la digital de los americanos. La diferencia es esencial: en la analógica las imágenes se forman por variaciones en la frecuencia de las ondas. En cambio, la tecnología digital por satélite significa un salto cualitativo incomparable.

LAS POSIBILIDADES DEL SATÉLITE

Ante el peligro real de que aquel sistema de transmisión quedara desfasado respecto al americano, se constituyó el DVB, un consorcio conformado por 120 operadores de red, fabricantes, radiodifusores y Administraciones europeas, quienes a finales del año último firmaron en Francfort las especificaciones para la transmisión por satélite. Pesa electrónica, Alcatel, Retevisión, Hispasat, TV3 y Sogecable (propietaria de Canal Plus), son los socios españoles del proyecto de televisión digital europea.

Esto permitirá que en el segundo trimestre del próximo año se puedan iniciar las emisiones vía satélite mediante el sistema conocido como compresión digital. A partir de ese momento será posible explotar ofertas (vía redes de cable o antenas parabólicas individuales de tamaño reducido) de 100 programaciones distintas en los servicios multiprograma en televisión de pago.

La operadora alemana de telecomunicaciones Deutsche Bundespost Telekom (DKT), y la Sociedad Europea de Satélites (SES), titular del sistema de satélites Astra, han decidido crear una empresa conjunta para promover el desarrollo de tecnología de transmisión digital en el área de distribución de programas de televisión y radio por satélite y por cable, así como de servicios interactivos. Ambas sociedades están ultimando un acuerdo para colaborar en la introducción de normas de transmisión digital en Europa, cuya comercialización podría comenzar en el verano de 1995.

La tecnología digital, que en poco tiempo más promete dejar definitivamente en el olvido por anacrónica, a la analógica, hará que la televisión por satélite y cable sea más atractiva en el futuro. La mayor ventaja que asignan los expertos a la televisión de alta definición digital es que permite transmitir más información en menos espacio. En resumidas cuentas: se podrán transferir 100 canales de televisión por donde ahora van cinco.

Según los últimos datos, cerca de 1.500.000 hogares españoles tienen acceso ya a la televisión por satélite a través de algo más de 300.000 instalaciones y equipos receptores. Los expertos predicen que este mercado se triplicará en los próximos tres años como consecuencia de la aparición de nuevos canales en idioma español, gracias a los satélites Astra e Hispasat. Tanto Astra como Deutsche Bundespost son miembros fundadores del Proyecto Europeo para la Retransmisión de Video Digital, y su objetivo es contribuir en los planes europeos de estandarización con el propósito de garantizar una planificación segura de las empresas que integran el mercado.

Las investigaciones que se están llevando a cabo conjuntamente permitirán el desarrollo de equipos de recepción homogéneos, económicos y pensados para el futuro tanto para la recepción vía satélite como para el cable. El modelo de televisión digital vía satélite ha sido concebido para que todos los países de Europa adopten la misma norma y no ocurra lo que sucedió años atrás con el lanzamiento de la televisión en color, en el que se adoptaron diferentes modelos (Secam, Pal-M/Pal-N/Pal-B). En ese sentido se pretende que el estándar sea compatible con las antenas y redes de cable que existen en la actualidad, aunque será necesario cambiar el receptor del aparato de televisión para poder acceder a una oferta superior al centenar de canales.

De este modo, los telespectadores recibirán nuevos y variados servicios que le permitirán pagar únicamente las opciones elegidas y en otros casos efectuar directamente sus solicitudes. Un dato obvio: con ello poco a poco se ha de dejar atrás el concepto de televisión gratuita y de emisión de aire (ondas hertzianas), por el de televisión de pago, a través de decodificadores que permitan la lectura de la señal enviada y del menú escogido.

En Estados Unidos, con la puesta en operaciones a partir de abril de este año del satélite de difusión directa DBS-1, los norteamericanos recibirán en sus hogares un menú de 150 canales, en los que podrán escoger programaciones temáticas de cine, deportes, música, entretenimientos, educación, documentales, ofertas de trabajo, varias cadenas por cable, etc., para lo cual sólo necesitarán de una antena parabólica de 45 centímetros.

José Luis Tejerina, director de Tecnología de Retevisión y miembro del comité de dirección de DVB, afirma que, al contrario de lo ocurrido con la norma europea de televisión de alta definición, HDMAC, cuyo proyecto descuidó los impulsos del mercado y de la competencia frente a japoneses y americanos, ahora en cambio se ha puesto el acento en llegar de manera rápida y eficaz al público consumidor con una oferta atractiva a la par de la calidad tecnológica. Fruto de esta idea ha sido el consorcio DVB que coordina distintos proyectos como el Eureka, Race, Divine, HD-TV o el Vadis. De momento, en España los más interesados en la llegada de la nueva era de televisión, son la propia Retevisión, como operador de red, y Sogecable, en la explotación de los servicios multiprograma. Tejerina puntualiza que el interés de Retevisión incluye su participación en los programas Vadis de compresión de señal; DTTB, de transmisión, y Flash, de servicios de distribución de señales.

Una prueba evidente de su importancia es la premura con que la Unión Europea ha regulado los derechos de autor en las emisiones transfronterizas por cable y satélite, anticipando así cualquier eventual conflicto al respecto.

LA EXPANSIÓN DEL CABLE

En España la implantación de las redes de cable es prácticamente inexistente. En otros países la televisión por cable ha tenido un desarrollo vertiginoso. En el caso de EE.UU., la expansión más emblemática ha sido el grupo Turner con CNN a la cabeza; la Time Warner a través del canal de cine HBO; y también las deportivas (ESPN) y musicales (MTV). En el resto de América, Argentina con más de tres millones de abonados a la televisión por cable, ocupa el segundo lugar del continente después de Estados Unidos. Desde hace algo más de un década Cablevisión y VCC han impulsado con éxito esta modalidad en la Capital Federal y en las áreas más ricas del Gran Buenos Aires, pero en los últimos tres años la proliferación de TV por cable se ha generalizado al resto del país de manera explosiva.



PEDRO ARJONA

En Brasil, en cambio, el desarrollo ha sido algo tardío y mucho más lento. No obstante, emisoras del interior del Estado de San Pablo, como el caso de TVCabo Oeste Paulista (Marília), han sido las pioneras en un camino cuya potencialidad comercial ahora intenta conquistar la poderosa O Globo.

En España, a pesar de la inexistencia de una ley que reglamente la actividad, operan más de ochenta empresas dedicadas a la distribución de señal de televisión por cable, de las cuales las de mayor presencia están situadas en Sevilla, Córdoba, Elche, Málaga, Murcia y algunas localidades de Madrid, además de cuatro islotes cableados en Barcelona, aunque muchos de ellos conservan las características de vídeos comunitarios. Se calcula que el total de abonados apenas supera el medio millón.

En la última semana de 1992 entró en vigencia la Ley de Televisión por Satélite, que en un poco más de un año ha posibilitado una oferta de doce canales de lengua hispana una vez que las posibilidades del Hispasat sean aprovechadas plenamente. El mejor ejemplo lo constituye Canal Plus, con cuatro canales temáticos independientes de la programación general de la cadena. Muy pronto también lo hará TVE con un canal cultural y otro de deportes, según confirmó el Director de Relaciones Externas de Hispasat, José Díaz Argüelles.

Pero la oferta de programas por ondas hertzianas se enfrenta al problema de la escasez de ondas, en especial frente a la competencia de la telefonía móvil. En cambio, la potencialidad de combinar satélite y cable es enorme.

Por lo que se conoce, el proyecto de ley de transmisión de televisión por cable prohíbe a las futuras empresas operadoras constituir redes propias, por lo que deberán contratar los servicios de aquellas compañías que ya posean la infraestructura adecuada, esto es, Telefónica, Retevisión y Correos. Además, hasta que no se permita lo contrario, las empresas estarán impedidas de prestar comunicaciones interactivas entre los abonados a la red de cable, bien sea en tiempo real o mediante sistemas de almacenamiento y retransmisión. Con esto, las compañías eléctricas prácticamente quedan descartadas de actuar como operadoras de cable. La expectativa en España es muy grande entre los promotores de la televisión por cable habida cuenta de que los últimos estudios en la materia sitúan a los españoles como los segundos teleadictos de Europa, después de los británicos. Eugenio Galdón, presidente de Cable Europa, considera que el mejor ejemplo de ese interés es el de Canal Plus, que con cerca de un millón de abonados ha demostrado lo falaz de aquella afirmación que pronosticaba un fracaso porque los españoles no están acostumbrados a tener que pagar por ver televisión.

Este optimismo no lo comparte el consejero delegado de Telefónica, Germán Ancochea, quien no vislumbra por lo menos para los próximos cinco años, un gran mercado de gente que contrate la televisión por cable. Sin embargo, la compañía española de teléfonos prosigue con la instalación de la red FOTON que lleva la fibra óptica a casi todas las manzanas de las ciudades de más de 50.000 habitantes, pero Ancochea asegura que por ahora «no entraremos en el sobrecoste de llevarlo a cada domicilio, hasta que no estemos seguros de que exista demanda suficiente».

