

Los nuevos negocios de la banda ancha

Las trabas tecnológicas y la falta de interés del consumidor inquietan Los operadores avivan el mercado de la televisión móvil pese a los interrogantes

Operadores y fabricantes de terminales en toda Europa esperan que la televisión por móvil sea un servicio con tirón. Nokia ha sido la primera en publicar los resultados de su piloto en Helsinki, que ha calificado de "excepcionalmente buenos". A pesar de la euforia, los problemas tecnológicos y las dudas sobre el interés de los consumidores podrían aguar la fiesta.

MANUEL A. MÉNDEZ *Londres*

Ver en directo y en el móvil los partidos del próximo Mundial de fútbol de Alemania podría ser una realidad en apenas unos meses. Esto es lo que la industria de la telefonía celular se ha propuesto conseguir a comienzos del 2006 con el lanzamiento comercial de la televisión digital en el móvil, servicio con el que espera conquistar el mercado de forma masiva.

La finlandesa Nokia se ha adelantado a sus rivales al añadir números reales a la especulación. Tras probar este servicio en Helsinki, la compañía ha concluido que un 41% de los participantes estaría dispuesto a pagar por ver la televisión en sus móviles. Nokia ha calculado que una tarifa mensual de 10 euros sería razonable como pago por el servicio. La prueba, llevada a cabo entre 500 usuarios y utilizando tecnología DVB-H, ha demostrado que la programación deportiva y las noticias internacionales generan el mayor interés.

"El piloto ha sido un éxito, ha confirmado que los usuarios están interesados en ver la televisión en sus móviles, no sólo de camino al trabajo o en la propia oficina, sino también cuando están solos en casa", asegura Serge Ferrer, vicepresidente de estrategia de



Pruebas de la futura televisión móvil en un terminal del fabricante Siemens. REUTERS

Tres inconvenientes para una rápida adopción

Pese al optimismo, la realidad apunta a que la industria del móvil podría enfrentarse con los mismos problemas experimentados en su día con los servicios WAP o, hoy, con los videomensajes (ver gráficos): un mezcla de dudoso interés de los usuarios, tecnología inmadura y precios demasiado elevados para el consumidor medio.

"Para comercializar con éxito el servicio hará falta un modelo de negocio cola-

borativo entre todas las compañías involucradas", dice Alex Mestre, director de estrategia de marketing de Abertis Telecom, "pero para eso necesitamos hacer pilotos que nos digan cuáles serán las implicaciones reales de ofrecer televisión en el móvil". En el test español, Abertis aportará su red de difusión de televisión digital. Pero, la comercialización posterior del servicio requerirá inversiones adi-

cionales en repetidores e infraestructuras, y aún se desconoce cómo y quién hará tal desembolso. De seguir un desarrollo similar a los servicios 3G, podrían pasar años antes de que un modelo colaborativo funcione.

Otro interrogante apunta a la tecnología de difusión que se impondrá en el mercado. Telefónica Móviles y otros operadores Europeos han apostado por DVB-H; en Japón, existe otro estándar

(ISDB-Tm); en EE UU, Qualcomm ha invertido más de 650 millones de euros en crear una tecnología propietaria (MediaFLO), y, en Corea, el Gobierno intenta impulsar una cuarta tecnología (DMB). "Por ahora, DVBH ofrece mayores posibilidades de servicios interactivos", dice María Dolores, "pero todavía no podemos asegurar qué plataforma tecnológica se impondrá".

Nokia en Europa, Oriente Próximo y África (EMEA). Los participantes vieron la televisión una media de 20 minutos diarios y, en algunos casos, hasta 40 minutos. "Nokia no entraría en un negocio que no tuviese un enorme potencial de mercado, y la televisión por móvil lo tiene", asegura.

Tal optimismo se debe en parte a la posibilidad de sobrepasar la frontera de los actuales servicios de 3G. Los consumidores no pare-

cen querer utilizar sus móviles mucho más que para hacer llamadas y enviar mensajes de texto, por lo que la industria confía en que algo tan común como la televisión despierte el apetito del mercado.

Además, la disponibilidad de nuevas tecnologías de difusión como DVB-H (Digital Video Broadcasting-Handheld) hace que, en teoría, la televisión en directo por móvil sea algo técnicamente posible. "La red celular exis-

tente es óptima para servicios de vídeo bajo demanda y televisión a la carta, pero no lo es tanto para servicios de difusión directa de televisión a grandes audiencias", explica María Dolores Hernández, directora de análisis y evaluación tecnológica de Telefónica Móviles. "La ventaja de tecnologías como DVB-H, es que permitirán llevar la televisión de forma masiva al mercado del móvil" asegura.

Ante tales expectativas, los operadores y fabricantes

de terminales europeos no se lo han pensado dos veces para lanzarse a competir con los gigantes surcoreanos como Samsung o LG, que ya han probado con éxito el servicio en Asia. En España, se espera que a comienzos del 2006 Telefónica Móviles, Abertis Telecom y Nokia den a conocer los resultados del piloto que están realizando con usuarios ubicados en Madrid y Barcelona, en una prueba similar a la llevada a cabo en Helsinki.

En busca del contenido ideal

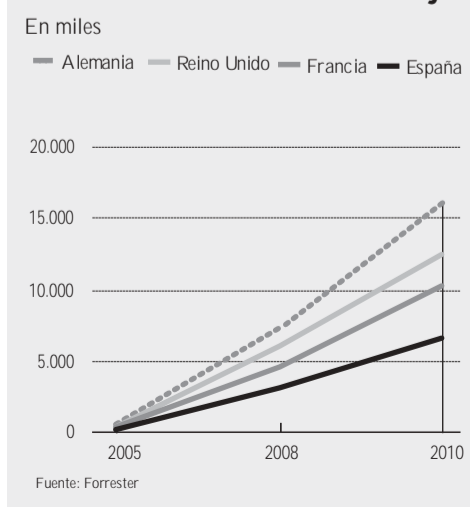
Además de los obstáculos regulatorios y tecnológicos, queda otra duda, tal vez la más importante: ¿estarán los consumidores dispuestos a pagar por ver la televisión en sus móviles? Para convencerlos de ello, se tendrán que crear contenidos de alto interés a bajos precios, un reto complejo para los canales de televisión.

"Esperamos crear programas de información, series y concursos que atraigan interés", dice Francisco Sierra, director de multimedia de

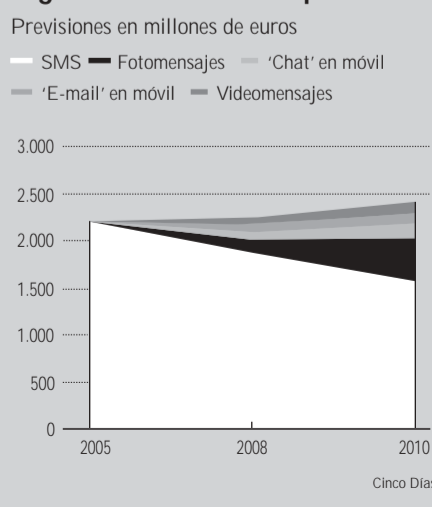
Antena 3 Televisión, uno de los canales que participa en el piloto de Telefónica Móviles. "Sin embargo, creemos que tardará en convertirse en un producto estrella porque no será barato".

Los más optimistas esperan ver los primeros lanzamientos comerciales de televisión por móvil a finales del 2005, en países como Suecia, Holanda o Finlandia. Saber si se convertirá en una revolución de mercado o en una moda pasajera llevará más tiempo.

Usuarios activos de videomensajes



Ingresos anuales en España



BREVES

● El iPod para vídeo podría anunciarse el miércoles

El esperado iPod para vídeo podría ser anunciado el próximo miércoles, según numerosos analistas de la industria. Apple ha anunciado un evento para el 12 de octubre donde desvelará nuevos productos, aunque no ha querido dar más detalles. El nuevo equipo permitirá a la empresa ampliar su línea iPod y aumentar los beneficios.

● Office 12 podrá guardar archivos en formato PDF

Microsoft ha asegurado que su próximo Office, que estará en la calle en la segunda mitad del 2006, será capaz de guardar documentos en formato PDF, una tecnología de su competidor Adobe Systems, tras la insistente petición de sus clientes. Entre los programas que ofrecerán esa capacidad están Word, Excel, PowerPoint y Access.

● 141 millones de euros para impulsar la sanidad digital

El Gobierno español ha destinado 141 millones para impulsar en toda España la tarjeta sanitaria, la receta y la historia clínica electrónica y la cita médica por internet. El proyecto se desarrollará y cofinanciará a través de convenios con las comunidades autónomas. Si se adhieren todas, la aportación de éstas ascendería a 111 millones.

● Yahoo planta cara a Google con su biblioteca digital

Yahoo prepara un proyecto de biblioteca digital para competir con la iniciativa de Google. Según *New.com*, HP proporciona la tecnología para escanear los libros y Adobe los programas Acrobat y Photoshop, necesarios para el visionado de los archivos. Mientras, Bruselas inicia una consulta pública para crear la biblioteca digital europea.

● La AI desvela deficiencias en la regulación del traspaso de clientes de ADSL

Una encuesta de la Asociación de Internautas desvela graves deficiencias en la regulación del traspaso de clientes de ADSL y muestra que unas 8.000 personas al mes pueden haber sufrido un traspaso irregular de ADSL que ha podido derivar en incomunicación, al no constar como cliente de ningún operador.

● El MIT lanzará portátiles a un precio de 100 dólares

El Instituto Tecnológico de Massachusetts lanzará en noviembre portátiles por 100 dólares. Los nuevos equipos, pensados para países en desarrollo, están equipados con chips de AMD y sistema operativo de Linux, gracias a la colaboración de Red Hat. El MIT espera alcanzar una producción de entre cinco y 15 millones de equipos para finales de 2006.