

1 ☐ La televisión hoy

Octubre 2004

Xulio Fernández Hermida

2 ☐ La televisión en casa

- Televisión
 - En el salón
 - Se ve desde el sofá
 - Pantalla de baja resolución vista desde lejos
 - Actitud 'pasiva'
 - Pensada para formar, educar, entretener
- Internet
 - En el estudio
 - Se ve desde una silla de despacho
 - Pantalla de alta resolución vista desde cerca
 - Actitud 'activa'
 - Pensada para facilitar el acceso a la información

3 ☐ Televisión digital en casa

- Internet ha copado una parte del entretenimiento antes asignado a la televisión
- Las televisiones buscan no perder mercado
- Un televisor tiene difícil el acceso a Internet (resolución, distancia de visionado)
- La televisión digital puede acercar algunos aspectos (compra, gestión,...)
- MHP como protocolo para aplicaciones en TVD

4 ☐ Relación coste/beneficio para el usuario de Televisión digital

- La televisión digital conlleva gastos (receptor digital, instalación de antena)
 - La TVD debe aportar algo más sinó no entrará
- En España no pagamos por la televisión
 - La programación ya está en la TV analógica
 - Las cadenas públicas seguirán emitiendo en abierto
- Podrían plantearse emitir ciertos programas codificados

5 ☐ Relación coste/beneficio para el radiodifusor de Televisión digital

- La televisión digital conlleva gastos (producción digital, creación del múltiplex, red de repetidores y 'gap fillers' de TVD)
 - Cadenas públicas y privadas cuentan con subvenciones estatales
 - Pero lo ideal es que las inversiones se amorticen por ellas mismas
 - Animando el mercado de televisores y receptores
 - Creando un mercado de nuevos servicios sobre la TVD
- ¿Cómo animar al consumidor a pasarse a la TVD?
 - Añadiendo servicios imposibles en la TV analógica (MHP)
 - Añadiendo programación (que podría ser en codificado)

6 ☐ Misión de la televisión

- Las misiones pensadas en origen para la TV son:
 - Formar
 - Informar

- Entretener.
- Estas misiones se le pueden pedir a cadenas públicas
- La primera misión de una cadena de TV privada es obtener beneficios
- ¿una cadena pública también debe obtener beneficios?

7 Ingresos en una cadena de TV

- TV Pública
 - Subvención estatal
 - Publicidad
- TV Privada en abierto
 - Publicidad
- TV Privada codificada
 - Cuotas de abonados
 - Publicidad
- El precio del segundo de anuncio depende del volumen de la audiencia de esa cadena en ese momento

8 Televisión pública

- No tiene por que generar beneficios
- Debe servir a los intereses del pueblo
(el dir.gen. de una TV pública depende del parlamento, -no del partido en el gobierno)

9 Televisión privada en abierto

- Debe buscar beneficios
 - Ingresos sólo por publicidad
 - =>Debe ganarse a la audiencia
- La TV privada puede servir a otros intereses
(La información es poder)
 - Poder de empresas lo bastante grandes como para tener una cadena de TV privada
 - Los intereses de la empresa no tienen porque coincidir con los de ‘el pueblo’

10 Televisión privada codificada

- La soportan fundamentalmente los abonados
- Tiene que emitir ciertas horas en abierto
- Puede incluir cierta cantidad de publicidad
- Su forma de financiación es la más clara
- La información es poder. Y usará ese poder en beneficio propio o para ‘venderlo’

11 Mercado para las televisiones

- La 1ª, La2, A3, T5, C+, Autonómica, TVLocales
- Vía satélite (Canal Satélite Digital y Vía digital)
 - -> fundidas en Digital + por falta de mercado)
- Terrestre (Quiero TV)
 - desaparecida por falta de mercado
- La TV Digital permite muchos canales de TV
 - pero no existe demanda para tantos canales.
- Internet cubre un hueco en el entretenimiento
 - La TV Digital buscará cubrir una parte de ese hueco

12 ☐ Operadoras de cable

- Proporcionan un nuevo medio de llegar al usuario (terrestre, satélite, cable)
- Ofrecen televisión, teléfono e internet
- No compiten por el mercado de la televisión
- Son competencia de las compañías telefónicas