

¿Cuándo llegará la tele 2.0?

Las propuestas para hacer de la pantalla del televisor la puerta de Internet son aún muy limitadas

Se le llame "Web TV" o "Tele 2.0", el invento se antoja a estas alturas como algo "natural": unir el televisor del salón con el ordenador del despacho y navegar tranquilamente con un mando a distancia sin moverse del sofá. Esta sería la forma más cómoda de tener todos los contenidos de la Red a mano mientras se está en la posición más relajada. Sin embargo, esta unión tardará en llegar a España y por el momento, solo existen unas cuantas iniciativas en Estados Unidos que ya han calado entre los usuarios con éxito.

La unión es un matrimonio de conveniencia que también obtiene el visto bueno desde el ámbito económico ya que el negocio publicitario que podría resultar sería enorme. Como muestra basta explicar que la publicidad televisiva genera en Estados Unidos más de 70.000 millones de dólares al año. Si estos se multiplican por los 4.000 millones de espectadores potenciales que tendría una futura "Tele 2.0", además de añadir la posible segmentación por gustos, edades, países, etc., queda claro que hay base para un negocio muy próspero y que puede interesar a muchas empresas. ¿Por qué entonces no llueven propuestas en esta dirección desde todos los rincones del planeta?



Solo para los grandes. El problema reside en la universalidad del proyecto, porque cuando se habla de unir televisor y Red no se pueden limitar los proyectos a un determinado modelo de televisor o a una cierta región de la Red, sino que se deben abordar en su totalidad para que de verdad puedan ser rentables. Una propuesta de tales dimensiones ni puede limitar los contenidos ni debe discriminar a estos en razón del tipo de televisor que usen. Ha de ofrecer el todo y para todo, y esto es algo que muy pocas empresas están en condiciones de conseguir.

En el argot de la economía tecnológica se dice que "hay muy pocos actores con músculo financiero para lograrlo", en referencia a los gigantes del sector: Google, Apple o Sony. De hecho, son estas empresas las que participan en las experiencias que hay en la actualidad, cada una a su modo. Google y Sony, junto con otras empresas, han apostado por lanzar un sistema operativo para centros multimedia llamado Google TV, mientras que Apple ha optado por su dispositivo Apple TV, que funciona de un modo similar a iPod, iPhone e iPad en relación con las tiendas de descarga de música y aplicaciones iTunes Store. A ellas se une un proyecto pionero y exitoso que si bien no es exactamente una "Tele 2.0", no hay duda de que es el que mejor ha llegado a los usuarios.

Google TV: fusión total. Google y Sony son los que más han apostado con su proyecto Google TV por la fusión entre el televisor y la Red. No se trata de un aparato en concreto sino de un proyecto en el que Google ha puesto el software y Sony el hardware, es decir la caja que organiza los contenidos y el televisor adaptado, llamado Sony Internet Tv Disc Player. El desarrollo de Google se basa en el mismo sistema operativo que gobierna numerosos teléfonos móviles de última generación, Android. Se trata de un sistema muy extendido, lo que permite que se adapte bien a otros fabricantes de aparatos que quieran unirse al club. Además, la herramienta que emplea Google TV para encontrar los contenidos deseados es el navegador Chrome, un desarrollo de la casa que combina bien con Android. Como resultado, si se dispone de un teléfono con este sistema operativo, se puede usar como mando a distancia y teclado. Por su parte, la caja diseñada por Sony va conectada tanto al televisor como a la red mediante cable. Entre las ventajas del sistema destacan su navegación sin límites por cualquier contenido y la reproducción de vídeos de Youtube en formato flash gracias a la colaboración de la empresa Adobe, propietaria de la tecnología. Los usuarios pueden ver series o películas, ya sea alquiladas en los servicios disponibles o bien de otras páginas web que las ofrezcan en abierto, leer los medios on line y los blogs o participar en las redes sociales. A cambio Google TV financia el proyecto insertando publicidad en la pantalla.

Por el momento la experiencia, que lleva pocos meses en funcionamiento en Estados Unidos, ha tenido un éxito variable según el tipo de público. Los analistas han destacado sus ventajas pero también que el sistema funciona todavía de modo muy lento y torpe,

con demasiados errores. Además, ya cargan con una demanda judicial procedente del lobby de cadenas de cable, muy importante en este país, que les acusa de piratería y competencia desleal por dar acceso a contenidos que en teoría son cerrados.

Apple TV. Apple insiste desde hace tiempo en un modelo de contenidos televisivos vía Internet, pero siempre según su modelo cerrado y bajo su estricto control, tal como ha ocurrido con la música en el iPod, las aplicaciones en el iPhone o los contenidos periodísticos en el iPad. Ha preferido no asociarse con nadie y seguir con su desarrollo de 2007 Apple TV, que ya tuvo un antecesor en 1995 llamado Apple Interactive Television Box.

Apple TV es una caja negra y ligera que cabe en una mano. Se conecta a la Red por un lado y al ordenador -siempre un Mac- o al televisor por otro, aunque también puede conectarse al iPad o emitir los contenidos de modo inalámbrico. Estos contenidos, que solo se pueden adquirir vía Apple TV, se consiguen de una tienda on line y destacan las películas y las series. También permite ver vídeos de Youtube y fotografías de Flickr, aunque no deja navegar con libertad.

Netflix. Netflix no es ningún desarrollo específico sino más bien una plataforma de alquiler de vídeos en streaming y bajo demanda en la Red que ha conseguido destacarse sobre otros servicios similares con los que compete. En Estados Unidos tiene un gran éxito por sus precios competitivos y su amplia oferta. Sin embargo aunque se anuncia periódicamente, su llegada a Europa se demora. En la actualidad, también ofrece en streaming programas de televisión en colaboración con sus productoras, por lo que comienza a parecerse más a una "Tele 2.0" que Apple TV.