

# El espectador quiere ya una TDT más interactiva

Un tercio de la población descarga de Internet contenidos de televisión



Cada vez más espectadores se alejan de la oferta televisiva tradicional. JOSÉ PUJOL

**ANTONIO G. GIL-GARCÍA**  
MADRID

Los telespectadores tradicionales, como aquel que llega a casa y enciende el aparato para ver qué ponen, o ese otro que se da prisa para llegar a ver a tiempo su serie favorita, forman parte ya de una especie en vías de extinción. El nuevo consumidor de televisión no espera por un contenido, se lo baja de Internet sin dudarle; no tolera los típicos spots publicitarios, prefiere la publicidad integrada; y no está satisfecho con la actual parrilla de la TDT, busca una oferta diferenciada y, además, interactiva.

Esta tendencia, asumida ya por los expertos en comunicación, se ha visto confirmada recientemente por una encuesta realizada por Optipublic-Data Sampling para la com-

pañía Mirada, cuyo consejero delegado, José Luis Vázquez, es además desde noviembre el presidente de la Asociación Española de Empresas de Televisión Interactiva (AEDETI). "Al final, la llegada de la TDT y la posibilidad de ver contenidos en Internet de forma más o menos libre han coincidido en el tiempo, así que la gente ha mezclado ambos conceptos y espera que la TDT le dé algo más", explica a *Público* José Luis Vázquez. "Hay un 50% de la población que está esperando ver el contenido de Internet en televisión, es una demanda latente que no ha sido cubierta y hay que hacer algo con ella", añade. A su juicio, la mayoría de las cadenas "suspende" a la hora de dotar de contenidos a su oferta de TDT.

La principal conclusión del estudio, realizado a partir de

## ALGUNOS DATOS

**51%**

### > CONTENIDOS A LA CARTA

Más de la mitad de los espectadores valorarían muy positivamente ver los contenidos de las cadenas "cuando ellos decidan". Un 44,9% vería muy interesante descargar contenidos desde el propio televisor.

**43%**

### > OFERTA DIFERENCIADA

El 42,9% de los encuestados considera que con la TDT la oferta televisiva no ha variado de forma sustancial hasta el momento.

**23%**

### > PLATAFORMA DE PAGO

Casi uno de cada cuatro de los clientes de una plataforma de pago tiene previsto darse de baja.

500 entrevistas, no deja lugar a dudas: el 30% de la población ya está utilizando redes de descarga de contenidos audiovisuales para verlos después en su televisor. Tal como señala Vázquez, no se trata tanto de descargar el contenido y almacenarlo como de verlo en el momento. "La gente prefiere el *streaming* (visionado de archivos de una web sin necesidad de descargarlos); el P2P (intercambio de archivos) tuvo su auge pero está descendiendo porque a la gente no le interesa lo que va a hacer después con ese contenido, sino disfrutarlo sin esperas, sin complicaciones y sin tecnología de por medio", explica.

### Televisores conectados

Actualmente se recurre a la descarga de programas cuando se quieren ver después en un televisor sin conexión web, pero eso también está cambiando. "Está empezando a suceder que ya no es necesario, porque todos los televisores de alta gama vienen ya de fábrica con puertos de red, es decir que vienen preparados para ver contenido en *streaming*", indica Vázquez, que cree que es sólo una cuestión de tiempo que se imponga esta nueva forma de ver la televisión, una vez que mejoren la compresión de la señal y las infraestructuras de telecomunicaciones.

Para el presidente de AEDETI, en este contexto resulta más necesario que nunca un acuerdo entre fabricantes de televisores y cadenas, ya que de lo contrario las últimas "no tendrán el control" de sus propios contenidos. \*

[www.publico.es](http://www.publico.es)

LA PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN SE HACE INVISIBLE  
[www.publico.es/267940](http://www.publico.es/267940)