

La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)

La ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACION (AUC) es una organización independiente, sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Se encuentra inscrita en el Registro de asociaciones de consumidores del Instituto Nacional de Consumo y pertenece al Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU).

La AUC cuenta con más de 11.000 asociados, un gran número de simpatizantes y una amplia presencia social. Ello es indicativo del progresivo peso que los medios de comunicación están adquiriendo en nuestra vida cotidiana como el incremento de la oferta telefónica y audiovisual, el uso de Internet, el comercio electrónico, la digitalización y la convergencia tecnológica. Tanto por las oportunidades positivas que conlleva su desarrollo como por los riesgos de su utilización abusiva por parte de empresas, gobierno y grupos de presión.

En los últimos años, la actividad de la AUC se ha centrado en los siguientes objetivos:

- ▶ Vigilar el respeto a los derechos fundamentales y derivados reconocidos por la Constitución Española, entre ellos:
 - ▶ Derecho a recibir información veraz.
 - ▶ Derecho al honor y a la intimidad.
 - ▶ Derecho a la no discriminación por razones de sexo, edad o creencia.
 - ▶ Protección de la infancia y a la juventud.
- ▶ Derecho de participación en la toma de decisiones públicas por parte de los consumidores organizados.
- ▶ Denunciar, consecuentemente, los posibles incumplimientos de las leyes que desarrollan estos derechos: Ley General de Publicidad, Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, Ley que incorpora la Directiva sobre la Televisión sin Fronteras, Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, etc.
- ▶ Desarrollar acciones en el campo de la educación, de la concienciación social, y de la creación de opinión: formación del profesorado de la ESO y de posgraduados en comunicación, publicidad y nuevas tecnologías; participación en foros, jornadas y debates; campañas de prensa, etc.
- ▶ Participar en organismos nacionales e internacionales de carácter consultivo en representación de los consumidores: Comité Económico y Social de la UE, Consejo Consultivo de la Agencia de protección de Datos, Consejo de Consumidores y Usuarios, Observatorio de la Publicidad, Grup d'Usuaris del Consell Audiovisual de Catalunya, Grupo Español de Comunicación de la UNESCO, Consejo Asesor de RTVE, etc.

En el ámbito de la publicidad, la AUC realiza anualmente el seguimiento y control de miles de anuncios, en todo tipo de medios y soportes. Como resultado de esta actividad se han modificado o cesado un gran número de campañas ilícitas. También hemos conseguido diferentes sentencias judiciales, que pueden calificarse de históricas en relación a temas como la publicidad indirecta de alcohol y tabaco o las prácticas abusivas en los folletos promocionales.

El programa de "Seguimiento exhaustivo de los mensajes publicitarios difundidos durante el año 2007" ha sido subvencionado por el Ministerio de Sanidad y Consumo • Instituto Nacional del Consumo. Su contenido es de responsabilidad exclusiva de la Asociación.

La Televisión Digital

Nuevas pantallas
para nuevos espectadores

La Televisión Digital

Nuevas pantallas
para nuevos espectadores

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor elit, sed do eiusmod tempor elit, sed do

Todos somos conscientes de que la televisión está experimentando un cambio tecnológico de tal alcance que modifica incluso su propia naturaleza. La digitalización de la señal y la convergencia tecnológica ofrecen unas posibilidades y una calidad de recepción que pocos podíamos imaginar hace algunos años.

La digitalización de la señal permite fundamentalmente optimizar el espectro radioeléctrico, ocupando menos espacio. Así, en la frecuencia que hoy ocupa un solo canal analógico convencional (TVE-1, Antena 3, Tele 5, etc.) caben hasta cinco canales digitales, y además con una mayor calidad de señal.

A través de la pantalla podemos (y podremos cada vez más) visionar los programas televisivos cuando nosotros queramos, sin necesidad de someternos a los horarios de la parrilla, y dónde nosotros queramos, gracias a los receptores móviles. Disfrutar de esos programas con una mayor calidad de imagen y sonido. Participar en los contenidos y acceder a todo tipo de servicios audiovisuales gracias a la interactividad: Internet, videoconferencia, videojuegos, compra por pantalla, gestiones bancarias o administrativas, etc.

El consumo televisivo se vuelve individual, a la carta, incluyendo imágenes, datos y voz. Se vuelve también menos controlable para los padres, que habrán de aumentar sus conocimientos sobre las posibilidades de bloquear, filtrar o limitar usos y contenidos.

En esta nueva televisión digital coexisten además diferentes modelos: públicos, privados y comunitarios; gratuitos y de pago; estatales autonómicos y locales; recibidos a través de cable, de satélite, de ondas terrestres, de ADSL o de señal móvil.

Este folleto se centra precisamente en los diferentes sistemas de televisión digital desde el punto de vista de su tecnología de recepción, con el fin de informar a los usuarios sobre sus ventajas, condiciones y necesidades de equipamiento.

Televisión digital vía satélite

La televisión digital vía satélite hoy cuenta hoy en España con una única plataforma, (Digital +). Ofrece solamente televisión, incluyendo en esa oferta programas y también algunos canales de promoción y venta comercial.

La plataforma de televisión por satélite es una opción de pago. Los clientes deben abonarse a un paquete básico con posibilidad de complementarlo con otros que incluyen diferentes canales temáticos (oferta familiar y de canales de animación, cine, etc.). Además, los abonados pueden acceder a determinados contenidos deportivos y de entretenimiento, fundamentalmente cine, pagando una cantidad específica por su visionado (taquilla).

Se trata de la oferta de televisión digital con mayor cuota de mercado, tanto en número de abonados como en ingresos. Sus tarifas son las más elevadas del mercado. Cuenta con la mayor variedad de canales, especialmente de pago (más de un centenar entre generalistas y temáticos). En la modalidad de taquilla lo más demandado son las retransmisiones deportivas (fútbol), pero también los contenidos cinematográficos (películas de estreno y para adultos, de contenido homo y heterosexual).

La recurrencia a satélites (Astra e Hispasat) y el envío y reenvío de la señal a través de transpondedores dificulta la interactividad real de este sistema, a la hora de poner en marcha servicios como el

video bajo demanda. Recientemente Digital + ha puesto en el mercado la oferta iPlus, que se presenta como televisión a la carta. Requiere de un descodificador de nueva generación con sistema UBPR para grabar mientras se detiene la recepción en directo. Esta opción permite también recibir la Televisión digital terrestre. El mercado de la Televisión vía satélite se encuentra en la actualidad en un período de maduración e incluso de retroceso tras el "descreme" de estos años, de acuerdo con los datos publicados por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Hay que tener en cuenta que es la oferta de televisión digital más cara, y que cada vez cuenta con más competencia en otros sistemas.

Televisión digital vía cable

Tras diferentes intentos de crear una plataforma hegemónica en este ámbito, la TDC se configura en España a través de diferentes ofertas bastante localizadas desde el punto de vista territorial. Destaca ONO como líder en este mercado.

Aunque es difícil referirse globalmente a operadores muy diferentes entre sí, en general se caracterizan por contar con su propia red. Ofrece lo que se denomina un servicio 3 play (telefonía fija, televisión, internet) y en algún caso video bajo demanda. Su oferta incluye canales generalistas, temáticos y de televisión digital terrestre, pero su repertorio de canales de pago suele ser más reducido que el de la televisión vía satélite. Sus sistemas operativos interactivos (compra de espacios por taquilla, guías electrónicas de programación o EPG's) son menos amigables para el usuario o adolecen de información suficiente. Estos operadores se enfrentan con el gran problema de la falta de infraestructura de red, debido al elevado coste de inversión que requiere el cableado. Ello explica también una ralentización de su penetración en el mercado en los últimos tiempos.

Televisión digital vía ADSL

La televisión por ADSL presenta diferentes operadores o plataformas, pero Imagenio es líder en el mercado a gran distancia del resto. La cobertura geográfica casi universal de la red de Telefónica confiere a esta compañía una gran potencialidad de penetración, a pesar de que por el momento las limitaciones del sistema (necesidad de cercanía a una central) circunscriben la oferta a las grandes capitales.

Al igual que los operadores de cable, la televisión por ADSL ofrece llamadas telefónicas, acceso a Internet y televisión interactiva, con una elevada calidad y potencia en todos los casos (dentro de las posibilidades actuales de la banda ancha en España). Espera en breve plazo concretar una oferta 4 play (con telefonía móvil, merced a la red Movistar) y ser pionera en la emisión en alta definición.

Su oferta de canales es superior a la de las plataformas de cable y en el caso de los canales de pago se acerca a la de la Televisión vía satélite, con el valor añadido de las cadenas locales analógicas y de la Televisión digital terrestre. Además, cuenta con el sistema más desarrollado de televisión a la carta o video bajo demanda y de grabación de programas (PVR), potenciado por los recientes acuerdos con Digital + y con los canales televisivos generalistas en abierto para la recuperación de espacios ya emitidos.

Con esos niveles de oferta, sus precios compiten con los de la

Televisión vía cable y quedan muy por debajo de los de la Televisión vía satélite.

Todo lo anterior puede explicar que la televisión digital por alta definición registre el mayor crecimiento de mercado en los últimos meses, perfilándose como la oferta más competitiva en aquellas zonas en las que conviven los tres sistemas de televisión digital. Los estudios internacionales señalan que esta tendencia se observa también en otros países.

Televisión digital terrestre

España fue pionera en la implantación de la TDT, si bien el modelo seguido (Quiero como oferta de pago) supuso un fracaso y nos colocó en el furgón de cola de este sistema.

En esta legislatura la Administración ha impulsado una revitalización del proyecto cuyo resultado ha sido el plan nacional para el tránsito a la TDT, que establece 73 áreas técnicas y 90 proyectos de transición con el fin de conseguir el "apagón analógico" en marzo de 2010. Es decir, a partir de esa fecha ya no se emitirá ninguna señal en analógico y por lo tanto nuestros receptores de televisión analógicos no servirán si no cuentan con algún adaptador para descodificar la nueva señal digital.

La implantación total de la TDT ha comenzado por la televisión local, cuyo apagón digital está previsto para 2008. Sin embargo, en la actualidad, muchas comunidades autónomas no han convocado/realizado todavía los concursos de adjudicación y en otras se encuentran impugnados sin que pueda determinarse el cierre del proceso.

La TDT se ha configurado inicialmente como una oferta gratuita de canales de televisión, generalistas y temáticos, aunque no se descarta que puedan aparecer mediante un cambio legal televisiones de pago en este sistema.

A nivel estatal la TDT cuenta con 20 canales o programas, en la mayoría de los casos propiedad de las cadenas que actualmente emiten en analógico.

Aunque el ritmo de cobertura técnica de la señal está siendo satisfactorio, el principal problema de la TDT es la falta de atractivo de su programación, lo que explica su poco consumo entre aquellos espectadores que pueden acceder a sus canales. Es necesario un esfuerzo por parte de las cadenas para ofrecer contenidos interesantes, diferenciados de la televisión analógica, de calidad y orientado a los diferentes públicos (menores, adolescentes y jóvenes; población inmigrante; tercera edad).

Para acceder a la TDT es necesario, en primer lugar, que el edificio en el que se habita esté "antennizado", es decir, equipado para la recepción de la señal digital terrestre. Es importante asegurarse de ello antes de realizar cualquier compra de equipos, promoviendo en caso contrario esa adaptación del edificio a través de acuerdo de la comunidad de propietarios. No cabe, en este caso, como ocurrió inicialmente con la televisión por satélite, recurrir a antenas individuales en la vivienda.

Cuando ya existe esta posibilidad de recepción, el usuario puede optar por aprovechar su actual televisor analógico adquiriendo un descodificador periférico, o comprar un nuevo televisor integrado, preparado para recibir la TDT. Los descodificadores son más baratos, pero hay que tener en cuenta que muchos de ellos sólo permiten descodificar la señal digital, pero no acceder a los servicios interactivos que la TDT ofrece. Los televisores suponen un mayor desembolso, aunque también es este caso hay que informarse adecuadamente: en algunas tiendas se ofrecen como "digitales" televisores muy modernos, de pantalla de plasma y LCD, que sin embargo son analógicos y no permiten recibir la TDT.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor elit, sed do eiusmod tempor elit, sed do