

# La Web TV se prepara para dar el golpe

Por EMILY STEEL

Una nueva era de la televisión ha llegado y, con ella, el virtual monopolio que han tenido las compañías de cable, satélite y telecomunicaciones sobre la programación se está disipando.

Un día después de que la cadena HBO anunciara una programación sólo vía Internet, CBS anunció su propio servicio de transmisión por suscripción que permite ver su programación bajo demanda.

Las acciones señalan un punto de inflexión para la televisión por Internet, donde los espectadores tienen más opciones para pagar sólo por las cadenas o programas que quieren ver —y decidir cómo, cuándo y dónde verlos. Rápidamente pasan a la historia los días en que las personas pagan un promedio de 90 dólares al mes a un proveedor tradicional.

“Nuestro trabajo es producir el mejor contenido posible y dejar que la gente disfrute de él de la forma que quiera”, dijo Leslie Moonves, director ejecutivo de CBS.

La incursión a programación sólo para Internet de HBO y CBS destaca la rapidez con la que está cambiando el balance de poder. El servicio All Access de CBS, por 6 dólares al mes, inició el 16 de octubre; el de HBO comenzará en 2015.

Las iniciativas son una reacción al éxito de Netflix, cuyo servicio tiene más de 50 millones de suscriptores en el mundo. Otros servicios, como Amazon y Hulu, ofrecen programación bajo demanda que se puede ver en cualquier momento y cualquier lugar en una laptop o smartphone. Las televisiones “inteligentes” y dispositivos como la Apple TV y Roku también permiten a los espectadores ver videos por Internet en una pantalla grande.

Reed Hastings, quien dirige Netflix, dijo que las opciones de transmisión por parte de los medios tradicionales validan la creencia que su compañía tiene desde hace mucho: Internet está reemplazando a la TV tradicional. “Somos alteradores de Internet, de pies a cabeza”.

Los ejecutivos de los medios están ansiosos por apelar al creciente número de espectadores que pagan por Internet, pero ven televisión a través de alternativas más baratas o gratuitas como YouTube y otros medios sociales. El crecimiento de suscripciones a servicios de cable y satélite en Estados Unidos se ha estancado al caer en 0.5 por ciento respecto a 2012. Entre las personas de 18 a 34 años, más o menos una de cada seis dijo no haber visto nin-

guna serie de televisión original en una televisión tradicional en los últimos 30 días, según comScore.

Los deportes son uno de los principales componentes que sostienen al cable. Sin embargo, un creciente número de opciones de deportes existe en la red con un paquete de televisión de paga tradicional, incluyendo ESPN3.

Las redes que ofrecen los nuevos servicios de transmisión deben realizar un delicado acto de equilibrio para no canibalizar los miles de millones de dólares que los operadores de cable y satélite les pagan por distribuir su programación. Los nuevos servicios de red independientes podrían hacer que las compañías de cable exijan que CBS y HBO cobren tarifas más bajas por su programación. Y para conservar a sus propios clientes, las compañías de cable podrían verse obligadas a crear paquetes más segmentados. Pero de alguna forma, los nuevos productos sólo para Internet podrían beneficiar a las compañías de cable, que ganan miles de millones de dólares con el

---

## Televidentes quieren elegir y pagar sólo lo que les gusta.

---

servicio de Internet en los hogares.

CBS y HBO no son las únicas ofertas nuevas por Internet. Sony está preparando un producto en Internet que se espera incluya programación de Viacom, compañía matriz de cadenas como Comedy Central, MTV y Nickelodeon. DirecTV, el proveedor de televisión vía satélite, también dijo que iniciaría un servicio de video en línea. Un servicio similar de Showtime, la cadena de cable premium propiedad de CBS, podría darse en un “futuro no muy lejano”, dijo Moonves.

Queda por ver cuántas suscripciones a televisión vía Internet querrán pagar los espectadores. Netflix comienza en 8 dólares al mes y el servicio premium de Hulu cuesta 8 al mes.

El nuevo servicio de CBS ofrecerá series actuales bajo demanda un día después de su estreno, y más de 5 mil episodios de series que ha denominado “CBS Classics”, como “Star Trek”.

Como dijo Marc DeBevoise, de CBS Interactive, “Va a parecerse mucho a Netflix”.