

În 12 ani, prețul serviciilor de televiziune, prin cablu din SUA a crescut cu 77%

Descurajați de creșterea prețurilor la benzină și a tarifelor companiilor aeriene, americanii s-ar putea decide să își petreacă vacanțele acasă, chiar în fața televizorului, scrie New York Times, avertizând însă că acest lucru s-ar putea dovedi mai scump ca înainte.

GABRIEL NICULCEA

Potrivi biroului de statistică a forței de muncă din Statele Unite, prețurile plătite pentru televiziunea prin cablu s-au mărit cu 77% din 1986, aproximativ dublu față de rata inflației. În medie, un american plătește cel puțin 60 de dolari (38,7 euro) pe lună pentru un pachet oarecare de programe prin cablu, însă dintre cele aproximativ 118 canale disponibile, acesta vizionează doar cel mult 15. Cu toate acestea, numărul abonaților continuă să crească.

În ultimii ani, avansurile tehnologice au oferit utilizatorilor mai multe opțiuni pentru bani mai puțini, atât pe segmentul telefoniei mobile, cât și în domeniul muzicii sau al computerelor. Media pare să fie o industrie pe care firmele din Silicon Valley nu au reușit să o transforme, deși au încercat în repetate rânduri.

Marile companii din domeniu continuă să anunțe lansarea unor alternative low-cost la televiziune, însă până acum televiziunea prin cablu nu întâmpină o competiție foarte accentuată.

În momentul de față, programele sunt vândute la pachet, consumatorul neavând posibilitatea de a plăti doar canalele pe care le dorește. Astfel, impactul redus al tehnologiei digitale se poate datora și unei înțelegeri încheiate între companiile de cablu și producătorii de filme de la Hollywood, de a vinde doar pachete și nu programe individuale.

Producătorii de conținut TV pot câștiga anual până la 15 - 20 mld. dolari (9,7 - 12,9 mld. euro) din taxele plătite de către abonați. La această sumă se adaugă alte 20 de miliarde de dolari ce reprezintă venituri din publicitate.

„Dacă utilizatorii ar plăti individual doar pentru acele canale pe care le doresc și nu pentru un pachet de programe, acest lucru ar afecta capacitatea multor canale de a atrage publicitate. Banii pierduți pe acest segment ar duce implicit la majorarea taxelor de licență”, a declarat Jenni Moyer, purtătorul de cuvânt al Comcast.

Reprezentanții industriei susțin că tehnologia digitală oferă utilizatorilor o calitate mai bună a imaginii, servicii la cerere (video-on-demand), precum și valoarea adăugată, prin intermediul pachetelor ce combină servicii de cablu, internet și telefonie. De asemenea, susțin aceștia, consumatorii primesc mai mult per dolarul plătit, amintind de un studiu al Asociației Naționale de Cablu și Telecomunicații, ce a relevat că, în intervalul 1998 - 2006, prețul plătit de utilizatori pentru o oră de vizionare TV a rămas aproape neschimbat.

În 1996, Congresul american a înăsprit regulile de competiție în domeniul telecomunicațiilor, determinând o scădere a prețurilor multor servicii. Totuși, același lucru nu s-a întâmplat și pe segmentul televiziunii prin cablu, care nu a simțit niciodată presiunea privind politica prețurilor care s-a resimțit pe segmentul muzicii.

Acest lucru se datorează faptului că viteza conexiunilor la internet nu asigură deocamdată viteze de descărcare suficiente de mari pentru vizualizarea sau descărcarea rapidă de conținut video.

Acest lucru este în curs de schimbare însă. Milioane de filme

sunt urmărite prin intermediul internetului, deși majoritatea sunt scurte clipuri video, și nu lungmetraje. De asemenea, utilizarea serviciilor de partajare de fișiere precum BitTorrent în vederea descărcării ilegale de filme și alte emisuni este în continuă creștere.

Un alt factor ce avantajează industria televiziunii prin cablu este dificultatea cu care conținutul video de pe un computer poate fi transferat pe TV.

Atracția reprezentată de televiziunea prin cablu are și implicații sociologice, deoarece, în stresul cotidian, televizorul este instrumentul cel mai simplu de folosit.

Posturile de televiziune americane precum ABC, NBC și Fox au început deja să ofere programe TV și pe internet. Acest exemplu nu a fost urmat însă și de către alte rețele de televiziune, deoarece depinde foarte mult de veniturile generate din abonamente.

Albert Cheng, vicepreședintele executiv pentru departamentul de media digital al Disney - ABC Television Group, a precizat că această industrie se pregătește pentru o perioadă în care filmele vor fi vizionate din ce în ce mai mult prin intermediul computerelor.

Deși audiența show-urilor online ale ABC este în creștere, Cheng spune că acest lucru suplimentează ratingul TV și nu îl diminuează.

Pe de altă parte, magazinul online iTunes al companiei Apple oferă aproximativ 20.000 de episoade din circa 800 de emisuni la un preț de 1,99 sau 2,99

continuare

continuare

dolari (1,28 - 1,93 euro) per episod, creând astfel posibilitatea utilizatorilor de a plăti separat doar pentru ceea ce doresc să vizioneze. Totuși, consumatorii sunt nevoiți să vizualizeze aceste episoade fie pe computer, fie să cupleze PC-ul la televizor, fie să își achiziționeze un dispozitiv Apple TV.

O companie recent înființată, Roku, a lansat în decursul săptămânii trecute un aparat ce descarcă filme direct de pe serviciul de închiriere de filme online Netflix pe TV. Hewlett-Packard (HP) a anunțat, de asemenea, introducerea pe piață a dispozitivului MediaSmart Connect, ce permite utilizatorilor să vizualizeze filme de pe internet pe TV.

Carlos Montalvo, vicepreședinte al departamentului de marketing și divertisment al HP, a precizat că aceste tipuri de aparate nu pot oferi foarte multe din programele ce sunt furnizate prin televiziunea prin cablu, deoarece conținutul acestora este licențiat pentru a fi furnizat doar pe calculator, și nu prin intermediul unui computer pe TV.