



Entel confía en que la TDT interactiva se extienda en España en dos o tres años

LA CONSULTORA TI HA DESARROLLADO UN SISTEMA QUE PERMITE SEGMENTAR LA PUBLICIDAD

E. Arrieta. Madrid
La llegada de la TDT prometió servicios apenas vistos en España, como la publicidad a la carta y los concursos desde el mando a distancia. Pero, en España, los receptores de tipo MHP, que son los que permiten esta interacción, no han tenido apenas acogida. Por un lado, son más caros y, además, las cadenas de televisión apenas han apostado por

los contenidos interactivos. No obstante, los nuevos canales de pago y, sobre todo, la llegada de cada vez más modelos de televisores con conexión a Internet, abren la puerta a la participación.

En este contexto, la consultora tecnológica Entel ha llevado a cabo un proyecto de desarrollo de una plataforma que permite el uso de aplicaciones interactivas. La herra-

mienta ha sido creada sobre el protocolo MHP, si bien "es fácilmente adaptable a cualquier formato", asegura Jorge Herrero, gerente de *Software Factory* de Entel.

El proyecto, ya en su fase final, está cofinanciado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, dentro del subprograma Avanza I+D. "Nos hemos orientado hacia una futura publicidad inte-

ractiva", declara Herrero. La idea es que los anuncios se adapten al contenido que se emite y, posiblemente, a los criterios que el espectador establezca.

"Ya existen ejemplos de interactividad en España, en los canales de pago. Estamos convencidos de que, en pocos años, se extenderá", afirma.

Según estima la firma de contenidos interactivos Net2U,

QUÉ MEJORARÍAS DE TU RECEPTOR TDT



Fuente: Encuesta elaborada por Sigmaset y Muycomputer.com. Dic. de 2009. Expansión

las aplicaciones con interactividad más sencillas rondan los 30.000 euros y las más

complejas, como las de la banca o el sector pública, superan los 100.000 euros.