

La nueva cara de los ISP

Tele.com

Por Daniel Pineda

Si pensamos en los servicios que esperamos para el futuro, cada quién tendrá en mente alguna necesidad insatisfecha que gustaría resolver a un costo razonable.

A menudo pienso en una videoconferencia de calidad y en la posibilidad del teletrabajo: ancho de banda suficiente para acceder desde mi casa a la red de la oficina y trabajar virtualmente. Videoconferencia también para estar con las personas que estimo en momentos especiales.

La posibilidad de pedir algunos videos de una lista hipotética, muy amplia y heterogénea, que va desde una plática sobre fibra óptica con Steward D. Personik, hasta un concierto de King Crimson o una canción de Antonello Bendetti. A todo esto tengo acceso hoy, pero siempre es caro, lento y de una calidad que deja mucho que desear.

Internet está muy lejos de mi expectativa. De hecho, soy de la idea de que el modelo imperante de la red no tiene más remedio que desplomarse sobre sí mismo y recrear las fronteras que tanto se ufana de haber tirado.

Pensando en el agente que me haga llegar el CD del concierto como lo quiero, hay un consumo de ancho de banda que nadie está dispuesto a ofrecer, simplemente por la comisión de la transacción de venta. Para satisfacerme hay que pagar por derechos de autor del material, ancho de banda que implica su transferencia en el tiempo que estoy dispuesto a esperar y dispositivos de almacenamiento y acceso local en mi casa y en la de mi intermediario.

Me cuesta trabajo pensar en Microsoft o AT&T dándome todo eso. Cablevisión hace mucho más sentido o, mejor, un proveedor especializado que use el cable o las líneas telefónicas para satisfacer mis peticiones y que lleve un registro mucho más detallado de mis “usos y costumbres” y que me anime a difundir material que considere vendible. Si en adición a esto se ocupa de hacer la conexión a mi oficina a un costo accesible, ahí estaré.

La posibilidad de tal proveedor está en el ámbito de los ISP. Sin embargo, lo que ofrecen estos operadores no tiene calidad ni diferenciación alguna. La discrepancia proviene de esos servicios especiales que nos interesan, pero que son caros. No el chat ni el correo instantáneo ni las búsquedas o subastas que son artificios de publicaciones baratas. La definición de “canales” por los que se pague –más allá del pago por evento– y el aporte complementario y no necesariamente menor de la publicidad conforman un modelo de negocios para el ISP del futuro, más cercano al de la televisión por cable y alejado del modelo de hoy: pase mensual para ver lo que logre encontrar, y el correo.

Mucho del trabajo del ISP en el nuevo modelo está en saber hospedar o enlazar estas aplicaciones de manera local, para impedir la incertidumbre de calidad de la red y confiar sólo en la conexión del sitio de presencia al usuario. Otro problema consiste en la provisión

del ancho de banda requerido entre el usuario y la aplicación. Una videoconferencia de calidad aceptable puede consumir hoy en día la capacidad de 15 conversaciones telefónicas a \$50 centavos de dólar por minuto, además del costo adicional de la conexión xDSL del hogar a la red. Esto significa \$150 pesos por una videosección de media hora, o \$30 pesos por una canción de seis minutos en línea.

Desde luego que hacer económico el ancho de banda será clave para la popularización de este modelo, pero se requiere que la demanda crezca ya que el costo del ancho de banda disminuye en forma proporcional a la capacidad vendida. Desde esta perspectiva, la aparición de servicios DSL, el hospedaje y su interacción apropiada sientan las bases para un posible destrabe de la industria de los contenidos y las videoaplicaciones.

**Daniel Pineda es gerente de Proyectos de Telcor, empresa de consultoría y capacitación:
telcor@telcor.com.mx**