

TVC Multimèdia, pol d'innovació en la producció audiovisual

Martí Petit i Joan Rosés

- *Aquest article fa un repàs de l'activitat de TVC Multimèdia en totes les fases de la producció de continguts audiovisuals interactius, en tots els seus formats, plataformes i tecnologies. TVC Multimèdia aposta per un sector estratègic de futur per articular i impulsar altres agents del sector multimèdia: empreses, universitats, món creatiu, etc. Des de la seva creació el 1997, TVC Multimèdia assumeix el rol de motor de la indústria multimèdia a Catalunya en l'horitzó de la migració de la televisió analògica a la TDT. Els resultats són fins ara molt positius, ja que la quota de mercat de TVC Multimèdia a tot l'Estat espanyol en serveis i aplicacions interactius és clarament de lideratge. Però perquè Catalunya continuï estant al capdavant d'Europa en serveis interactius com fins ara, cal que des de l'Administració s'estableixin referents clars que animin tots els agents del sector a invertir en el sector. Així, per exemple, una llei general de l'audiovisual serviria de referència per a un sector força inestable.*

Presentació

TVC Multimèdia és una empresa filial de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) creada a finals de 1997 i que produeix continguts interactius des del 1998. L'objectiu fundacional de l'empresa és produir continguts i serveis digitals per a televisió, Internet, telefonia mòbil, WAP i televisió interactiva (TVi). Es tracta d'explorar continguts i potenciar habilitats tècniques i creatives de Televisió de Catalunya en el context dels nous mitjans digitals. Així, prenent els programes produïts per TVC, es pot difondre el mateix contingut en plataformes diferents, endinsant-se en el llenguatge interactiu. TVC Multimèdia, doncs, obre una línia de recerca de nous formats, genera demanda en el mercat i impulsa la indústria d'aquest sector. Pel que fa a les dades financeres, aquesta filial de la CCRTV factura prop de 3 milions d'euros a l'any amb lleugers beneficis econòmics, dada molt remarcable, atès que moltes de les empreses del sector encara no han aconseguit el punt d'equilibri de les seves inversions.

Una opció inicial hauria estat externalitzar la producció dels continguts interactius, però la imminent migració de les emissions de TVC a la tecnologia digital terrestre va fer que s'optés per crear una branca pròpia dins la CCRTV. L'objectiu no era altre que generar *know how* intern. Així, Televisió de Catalunya es dotava d'una estructura per desenvolupar una activitat capdavantera. La TDT, tecnologia de substitució sobre un mercat que ja existeix, obre noves possibilitats de nous formats, noves aplicacions i noves formes de consum. Amb tot, quan TVC Multimèdia va néixer no existien els formats i els llenguatges que avui produeix i comercialitza. La televisió pública catalana va optar, doncs, per obrir aquest nou mercat i liderar-lo. Però més enllà d'una opció tecnològica i empresarial, es tracta d'una opció política: Catalunya ha de ser un centre

Martí Petit

Cap de redacció de Quaderns del CAC

Joan Rosés

Director de TVC Multimèdia

d'excel·lència en la producció multimèdia amb vista a garantir l'oferta de continguts audiovisuals en català.

Per fer la seva feina, TVC Multimèdia reuneix un grup de recerca i desenvolupament (R+D) amb experts en llenguatges audiovisuals i en aspectes tècnics i de producció. Aquest treball en equip entre els que saben *què* fer i els que saben *com* fer-ho obre vies de producció on cal que la CCRTV estigui present en el futur. Aquest és el cas, per exemple, dels serveis interactius concebuts des d'un plantejament de servei públic, com ara la informació meteorològica, el trànsit, la informació sobre els aeroports, etc. TVC Multimèdia té tres línies d'activitats: SAM, TV interactiva i Automatic TV.

Serveis Audiovisuals Meteorològics (SAM)

El SAM és la divisió de continguts de meteorologia de TVC Multimèdia. Des de la seva creació el 1997, el SAM ha passat a ser una de les principals empreses de continguts de meteorologia d'Europa, i té clients a Espanya, Portugal i també a Itàlia, i actualment està en procés de consolidar la seva expansió internacional a Europa i Amèrica Llatina.

La gran novetat ja des dels seus inicis és la concepció multiplataforma del SAM, que produeix continguts i té solucions per a les plataformes i els entorns següents: Internet, Internet de banda ampla, WAP, SMS, ordinadors PDA, premsa escrita, televisió i televisió interactiva. El SAM fa realitat la figura del periodista multimèdia, avesat a treballar indistintament en qualsevol mitjà de comunicació. Per a tal fi, el SAM disposa d'un estudi de televisió, d'un centre d'emissió altament automatitzat, d'una redacció equipada amb els sistemes més moderns de recepció, edició i organització de dades, de plataformes de producció multimèdia, de generació d'animacions gràfiques i també d'un laboratori de desenvolupament d'aplicacions interactives per a televisió interactiva.

És interessant constatar que el SAM produeix serveis multimèdia d'informació per a xarxes de banda ampla, amb les tecnologies Flash, RealVideo, Windows Media i Quicktime. D'altra banda, ofereix la possibilitat de focalitzar la previsió en punts geogràfics d'especial interès. D'aquesta manera, el SAM informa sobre la situació de camps de golf, pistes d'esquí, platges, punts muntanyosos, així com les

Taula 1. SAM Serveis metereològics «a mida» (2003)

<i>Format</i>	<i>Mitjà</i>
Canal Méteo (temàtic)	Canal Satélite Digital
Servei interactiu	Vía Digital i TV Cabo (Portugal)
Dades i assistència tècnica	Canal Sur
Producció de butlletins meteorològics	TV Castilla La Mancha, NTV (Porto)
Internet	Wanadoo, Grupo Correo Prensa Española, La Vanguardia, El Mundo, La Caixa, MSN
Premsa	Grupo Correo Prensa Española, Metro
Banda ampla	Ono
SMS i WAP	Telefónica Móviles, Vodafone, Amena

previsions abans d'esdeveniments concrets o sobre destinacions turístiques. Tots aquests serveis fan que el SAM tingui el 80% de quota del mercat estatal en la comercialització d'informació meteorològica en qualsevol dels seus formats.

A més d'elaborar i presentar els continguts amb una vocació de divulgar la meteorologia i els fenòmens climàtics, el SAM disposa d'una base de dades climàtiques amb informació estadística mundial i possibilitat de previsió de més de 3.000 punts geogràfics distribuïts per tot el món. Aquests mapes de previsió per continents, països i regions utilitzen models analítics de previsió (ECMWF, MASS, AVN, MRF). Això vol dir que el SAM no sols és un centre capdavanter pel que fa a l'audiovisual interactiu, sinó també un centre de recollida, arxiu digitalitzat i processament de dades obtingudes per satèl·lit, circumstància que li dóna un caràcter d'excel·lència científica. Podem dir, doncs, que el SAM és un pol d'innovació que uneix ciència, tecnologia i empresa, des d'una perspectiva de servei públic.

Un altre fet destacable és el servei multilingüe del SAM. Amb la col·laboració del projecte MLIS de la Unió Europea, el SAM colidra un projecte per presentar la informació textual meteorològica en 8 idiomes (català, castellà, gallec, basc, francès, anglès, portuguès i italià). L'usuari no sols pot

triar l'àmbit geogràfic sinó també la llengua amb què se l'informa. Gràcies al fet que la terminologia científica és molt delimitada, el SAM ha pogut desenvolupar l'opció lingüística, possibilitat que enriqueix els seus serveis. Aquesta oferta té rellevància des d'un punt de vista comercial, però més enllà d'això és una prova que la nova societat digital pot promoure la diversitat cultural en comptes de restringir-la. TVC Multimèdia treballa perquè el català tingui una presència rellevant entre els nous serveis digitals i interactius. Els altres socis d'aquest projecte són TV Cabo (Portugal), Worldonline (Holanda/Itàlia), Weather World Prod. (França) i Alice Prod. (Bèlgica).

Televisió interactiva (TVi)

TVC Multimèdia produeix i edita aplicacions interactives sobre TV digital per a plataformes de cable, satèl·lit i TDT. Des del llançament de les plataformes digitals per satèl·lit a Espanya, el 1997, TVC Multimèdia ha col·laborat amb Canal Satélite Digital i Vía Digital en el disseny, la programació i l'edició de canals i serveis interactius. És, a més a més, una de les empreses pioneres a l'Estat espanyol en el desenvolupament de serveis interactius i desenvolupa aplicacions en totes les tecnologies emprades a Europa, com ara Open TV, Mediahighway, Microsoft TV i Liberate.

Així mateix, TVC Multimèdia pertany a diversos consorcis internacionals que treballen en la recerca de solucions tècniques de la televisió interactiva (per exemple, Liberate Pop TV, i MHP Implementers Group). En aquest sentit, destaca la recerca duta a terme en MHP (Multimedia Home Platform), un estàndard obert de programació al qual està previst que convergeixin les plataformes de TV digital, i que és desenvolupat per més de 300 empreses. Precisament, TVC Multimèdia va ser l'única empresa de l'Estat present a la trobada internacional sobre MHP impulsada pel comissari de Societat de la Informació, Erkki Liikanen, el passat mes de desembre de 2002 a Brussel·les. Un dels principals objectius d'aquesta trobada va ser comprovar que l'estàndard MHP permet la interoperabilitat internacional des de la perspectiva del consumidor. Juntament amb TVC Multimèdia, també van presentar aplicacions 20 empreses més, entre les quals destaquen ARD, ZDF, RAI, Mediaset,

Panasonic, Philips, Premiere, RTL TV, Siemens, Sony, Sun Microsystems, etc.

Pel que fa a l'oferta de serveis, TVC Multimèdia produeix aplicacions en tot el cicle d'activitat dels continguts interactius, des de la conceptualització, el desenvolupament tecnològic, l'edició i el manteniment de continguts. TVC Multimèdia es diferencia de la majoria de les empreses perquè compta amb experiència en el medi televisiu, fet que li aporta un *know how* previ imprescindible en la recerca i producció de nous formats audiovisuals.

A més, compta amb una àmplia experiència en l'accés a bases de dades externes i en el manteniment de fluxos d'actualització constant (com ja s'ha vist en el cas del SAM). La seva redacció i el centre tecnològic i de producció operen els 365 dies de l'any, fet que li permet una actualització constant de la informació. D'altra banda, disposa d'un laboratori interactiu en el qual es pot visualitzar els darrers avenços de televisió interactiva i avaluar propostes i creacions.

Pel que fa als formats, TVC Multimèdia crea aplicacions en tots els àmbits: guies electròniques de programació (EPG), *TV sites*, *enhanced TV* o televisió enriquida, *T-commerce* o comerç electrònic per televisió, *T-banking* o serveis de banca per televisió i publicitat interactiva. Cal dir que la TVi és un sector incipient, però TVC Multimèdia té una quota de mercat a l'Estat espanyol propera al 40%.

TVC Multimèdia ha establert acords amb universitats de l'àmbit de parla catalana per tal de crear sinergies en la recerca. En aquest apartat destaca el conveni amb el centre universitari de La Salle (Universitat Ramon Llull) per tal de potenciar la recerca i el desenvolupament (R+D) de la televisió digital i les seves noves possibilitats. En el marc

Taula 2. Serveis de TVC Multimèdia en TVi (2003)

<i>Mitjà</i>	<i>Servei</i>
Vía Digital	Info Aeroports i Carreteres
Canal Plus Technologies France	OK Plus, OK Info
Grup Mediaset (Itàlia)	Serveis TDT
TVC	Serveis TDT

d'aquesta col·laboració, el 2003, la Salle, la CCRTV i el Govern de la Generalitat han llançat una prova pilot, la primera en l'àmbit estatal, de televisió digital terrestre amb el nou sistema Multimedia Home Platform (MHP).

Aquesta prova pilot consistirà a crear la infraestructura tecnològica necessària, seleccionar una mostra representativa de la societat catalana i instal·lar els descodificadors (*set top boxes*) a les llars seleccionades. A més, també es faran proves d'emissions i aplicacions sincronitzades amb la programació de Televisió de Catalunya. El projecte també comptarà amb la participació de diversos fabricants de receptors de televisió. L'objectiu de la prova és impulsar la indústria catalana de producció i desenvolupament de continguts i potenciar els models de negoci vinculats al sector. Posteriorment, s'avaluarà com ha funcionat aquest nou tipus de televisió digital interactiva.

Un altre acord rellevant és el conveni entre la CCRTV i la Universitat de les Illes Balears (UIB), pel qual es donarà un impuls a l'intercanvi de tecnologies multimèdia en l'àmbit de la televisió digital. La Corporació concretarà la col·laboració mitjançant TVC Multimèdia, i la UIB mitjançant el Departament d'Informàtica, que en els darrers anys ha obtingut un nivell d'excel·lència en docència i recerca en producció digital. Aquest acord té una importància tecnològica molt important, però també té una importància política cabdal. Aquest conveni consolidarà una comunitat de recerca d'un sector tecnològicament capdavanter, econòmicament emergent i culturalment propi. S'estableix així un eix de producció audiovisual alternatiu a la producció centralitzada de l'Estat espanyol.

Però TVC Multimèdia també té una projecció internacional important. És una empresa capdavantera a Europa i el seu prestigi li permet vendre i exportar els seus serveis. Aquest és el cas, per exemple, de Mediaset. El grup italià ha comprat les aplicacions del canal meteorològic interactiu i la guia electrònica de programació (EPG). També TV Cabo (Portugal) utilitza les aplicacions interactives desenvolupades per TVC Multimèdia en el sistema Microsoft TV. Canal Plus Technologies France ha encarregat a la filial de la CCRTV la creació i gestió de l'aplicació OK Info. Aquest servei dona informació suplementària en sobreimpressió a la pantalla sobre qualsevol dels canals de totes les plataformes del grup (França, Espanya, Itàlia i Polònia). En aquest cas, TVC Multimèdia ha dissenyat el *software*, la

presentació, la interfície i la navegació de l'aplicació OK Info.

Com a darrera mostra de la projecció internacional de TVC Multimèdia, citarem la seva presència a la fira MIPTV (Mercat Internacional de Programes de Televisió), un dels esdeveniments centrals del sector que se celebra a Cannes al mes de març. A Cannes, TVC Multimèdia va presentar la primera experiència desenvolupada en el mercat europeu que combina SMS i tecnologia MHP. D'aquesta manera, s'obre la porta perquè la interactivitat tingui com a canal de retorn el telèfon mòbil i no sols el fix, com fins ara.

Publicitat interactiva

Dins de l'apartat genèric de la TVi, convé destacar la publicitat interactiva pel fet de tractar-se d'un gènere i un format específics. A més a més, la publicitat interactiva té una lògica econòmica pròpia dins de les noves aplicacions digitals, per bé que molt embrionària ara com ara.

Seguint la definició que en fa Pere Vila, exdirector tècnic de TVC i actual secretari general de la CCRTV, un anunci d'aquestes característiques és una emissió combinada de vídeo, àudio i dades. Les dades associades, que s'emeten simultàniament i només durant l'emissió de l'anunci, són la part pròpiament interactiva, ja que el vídeo i l'àudio tenen el mateix format que els anuncis convencionals. Acostumen a ser aplicacions molt lleugeres (amb una quantitat de dades molt limitada) i informen sobre el producte o fins i tot poden oferir jocs basats en la marca. L'espectador pot interactuar a través del canal de retorn telefònic. D'altra banda, i aquí és on radica l'interès empresarial per la publicitat interactiva, el canal de retorn s'utilitza també per proporcionar a l'empresa anunciant dades sobre l'usuari que interactua. D'aquesta manera, la publicitat interactiva representa una novetat tant pel que fa a la producció audiovisual, com al consum televisiu, com també a les estratègies de màrqueting de les empreses.

TVC Multimèdia va produir una aplicació interactiva per a la campanya publicitària de la marca de cotxes Renault, per emetre-la en les dues plataformes digitals per satèl·lit espanyoles, Vía Digital i Canal Satélite Digital. L'espot emetia simultàniament el vídeo, l'àudio i un conjunt de jocs interactius. Si l'usuari optava per entrar a les aplicacions,

passava a navegar, de forma lúdica, per un conjunt de pantalles d'informació del producte. L'última pantalla sol·licitava permís a l'usuari per donar les dades a Renault i l'incentivava amb la possibilitat de participar en un concurs.

Automatic TV: presentació

La tercera pota en l'activitat de TVC Multimèdia és l'Automatic TV, una plataforma de *hardware* i *software* que s'instal·la a la capçalera dels canals de televisió (analògics o digitals) i es connecta als controls de producció o continuïtat. Aquest sistema genera grafismes en vídeo PAL o SDI a pantalla completa o en sobreimpressió.

L'interès d'aquesta aplicació és que aporta als canals de televisió la possibilitat de publicar els continguts sense intervenció humana en el moment de rebre'ls. Aquesta alimentació automàtica de continguts pot ser mitjançant la connexió a Internet de fonts internes del propi canal o de dades procedents de fonts externes, com és el cas de missatges per telefonia mòbil SMS. D'aquesta manera, l'Automatic TV permet la publicació de la participació de l'audiència en temps real, així com la producció automàtica d'aplicacions interactives via SMS, com ara xats, votacions, jocs, etc. El *hardware*, basat en equips estàndard, s'integra amb facilitat a la continuïtat de qualsevol cadena, amb una operativa molt senzilla.

Pel que fa a l'edició de continguts, TVC Multimèdia té acords amb diverses fonts, com per exemple notícies d'abast general o local, resultats esportius en temps real, trànsit, transports, economia, borsa, moda, agenda local, cartellera de cinemes, etc. TVC Multimèdia rep les dades dels diferents proveïdors, les formata i les subministra al sistema Automatic TV de tal forma que estan llestes per ser emeses o sobreimpressionades en un programa. Si el canal té acords amb altres fonts de continguts, TVC Multimèdia pot integrar-les a l'Automatic TV.

Els formats de l'Automatic TV poden ser diversos. En destaquen els *tickers* o els *banners*, que mostren continguts d'actualitat en pantalla i que poden ser activats per l'editor del canal en qualsevol moment o bé en hores predeterminades. Les càpsules d'actualitat són programes a pantalla completa que combinen fotos i textos.

Automatic TV: SMS + TV

Com s'ha dit, l'Automatic TV permet presentar en pantalla de forma automàtica i immediata accions de participació dels espectadors a través de missatges SMS. Això vol dir que TVC Multimèdia ofereix la primera solució del mercat que incorpora la telefonia mòbil a la interactivitat en televisió.

Així, els telespectadors poden participar en els programes enviant les seves votacions (sí/no, a/b, etc.), opinions, xats, etc. Els missatges de participació s'actualitzen automàticament a mesura que es reben, i es poden presentar de forma contínua a la pantalla del televisor o cada cert temps. A més a més, l'Automatic TV proporciona un filtrat per als missatges no desitjats, sigui automàtic (glossari), sigui manual (amb un moderador). Les aplicacions que s'ofereixen van des de les votacions sobre una pregunta o tema de debat (amb respostes tipus test A / B / C / D), els *quizz* (joc basat en respostes del tipus sí/no), el "termòmetre" (amb un petit *banner* que mostra permanentment el resultat de les votacions en temps real), *rànquing*, jocs (endevinalla, enfonsar vaixells, etc.).

L'Automatic TV és una plataforma que disposa de diverses configuracions en funció de les necessitats del canal. En el *hardware*, TVC Multimèdia proporciona equips de titulació, equips de comunicació, mòdem RDSI / ADSL i, opcionalment, servidor i selector de vídeo. I pel que fa al *software*, l'Automatic TV permet rebre i emmagatzemar les dades provinents de les fonts externes o internes, crear automàticament efectes gràfics de qualitat vídeo PAL o SDI, gestionar l'escaleta de programació de butlletins, editar butlletins i gestionar missatges SMS amb filtratge automàtic o manual, control remot i monitorització del sistema i editora de grafisme.

Finalment, en la configuració avançada Automatic TV PRO+ es millora la presentació dels continguts en pantalla, ja que s'inclou un servidor de vídeo que emmagatzema, reproduïx i grava vídeo en format MPEG. Alguns exemples de l'ATV PRO+ són els vídeos de fons en els butlletins meteorològics, o l'emmagatzematge de vídeo per a aplicacions de Juke Box.

Entre els programes de TVC que utilitzen el sistema Automatic TV com a valor afegit trobem *Coses que passen*,

Àgora, L'entorn i la sèrie animada *Karekano*, de 3XL.net. Però TVC Multimèdia també ven aquests productes a tercers. És el cas, per exemple, del programa *La Academia (Operación Triunfo)* de TVE i el Canal OT de Canal Satélite Digital. Sobre el Canal OT, és notícia el nou servei de tramesa de missatges, el fotoxat. Tots els espectadors del canal que ho desitgin poden enviar missatges SMS amb la seva fotografia incorporada. Tots aquests serveis fan que TVC Multimèdia lideri aquest sector i que tingui una quota de mercat a tot l'Estat del 70% en aquest segment de la producció audiovisual.

Pel que fa a la projecció internacional, TVC Multimèdia ha produït la primera experiència de televisió interactiva a Suïssa, a través de la plataforma Automatic TV. El projecte, que combina televisió, missatges SMS i comerç electrònic d'arxius musicals MP3, ha estat realitzat per la Televisió de Lausana (TVRL). Gràcies a aquesta iniciativa, l'espectador pot concursar, participar en un xat en directe i comprar cançons a través de la televisió i del telèfon mòbil.

Algunes consideracions finals sobre la televisió interactiva

De primer, cal tenir en compte que la TVi no deixa de ser un llenguatge televisiu que, per molt interactiu que sigui, no absorbirà altres formats. Com tampoc no és probable que integri altres activitats, com ara comprar o realitzar operacions bancàries. Superada l'eufòria inicial tant d'Internet com de la TVi, cal tenir present que la televisió està lligada a l'oci, tant per la seva ubicació a la llar (i no a la feina), com pel seu format necessàriament poc actiu. No cal perdre aquest marc de referència a l'hora de plantejar noves aplicacions i nous models de negoci en aquest sector. La interactivitat en televisió és un format a explorar, però cal evitar mitificar-la.

Una cosa és la televisió interactiva i l'altra el televisor interactiu. La TVi és un mitjà dotat d'un llenguatge, ja creat però que cal madurar, mentre que el televisor interactiu és un aparell que permet fer més coses que veure la tele des del sofà. Moltes d'aquestes activitats promeses (compra, banca, etc.) segurament no arrelaran en aquest mitjà, perquè finalment, un televisor serveix per veure la televisió. Per tal que la TVi sigui un model de negoci rendible, cal que

sigui una eina útil per a l'usuari. L'espectador ha après a fer *zapping*, però ara com ara els hàbits de consum televisiu permeten una interacció limitada.

Vista l'experiència de TVC Multimèdia, l'espectador vol interactuar en temes concrets, com ara una ampliació d'informació d'allò que està veient (futbol i cinema, sobretot), serveis molt visuals, com ara la meteorologia o bé la participació en l'oci. Aquest darrer aspecte és important, ja que s'ha comprovat que a una franja rellevant del públic li interessa participar i sentir-se protagonista de l'acció. Això es veu amb les votacions de programes com ara *Gran Hermano* o *Operación Triunfo*. La voluntat de participar en televisió és tan antiga com el mitjà mateix, però hi ha nous formats que permeten noves formes de participació. Així, l'espectador pot participar i alterar l'acció televisada (en votacions, per exemple), i també pot veure's a la pantalla ("jo escric ara això perquè vull donar a conèixer la meva opinió").

La TVi també ofereix la possibilitat de jugar a partir de formats televisius. Això vol dir aprofundir la implicació del "públic analògic", però sense perdre de vista que es tracta d'un programa de televisió. Així, un concurs deixa de ser un espai unidireccional i l'espectador passa a ser un concursant des de casa, que pot participar en qualsevol moment del dia en una acció que tingui continuïtat.

Fetes aquestes consideracions, necessàries per no quedar engegat per una retòrica eufòrica però buida, cal concloure que TVC Multimèdia es troba al capdavant d'Europa en producció de nous formats interactius. Com a punts forts d'aquesta posició compta amb el prestigi internacional de la marca, però també amb una bona cobertura universitària en les necessitats formatives. I si bé hi ha certa atomització empresarial en aquest sector a Catalunya, és probable que les pròpies dinàmiques del mercat tendeixin a concentracions o associacions que assoleixin economies d'escala, a mesura que el negoci de la TVi vagi consolidant-se. I pel que fa a l'Administració, és indispensable establir un mapa tècnic i jurídic de l'audiovisual que doni seguretat als inversors en un sector que, com diem, encara no està madur. Ens referim a la necessitat d'una llei general de l'audiovisual que estableixi un horitzó fiable, amb vista a assegurar el lideratge de Catalunya en aquest sector.