

La media



Javier Domínguez
Ingeniero de Telecomunicación

Finalmente, todos –funcionarios de Bruselas, secretarios de Estado, observadores de la OCDE, consultores y reguladores– se han puesto de acuerdo: la oferta de acceso fijo a Internet de banda ancha en España no es ni la más barata ni la más rápida de la Unión Europea. Reposan en las hemerotecas encendidas discusiones sobre comparaciones entre los precios que pagamos los consumidores españoles y los del resto de la Unión. El debate se reactiva cada vez que la eurocracia, nuestra CMT o alguna consultora publiquen sus informes. Al contemplar la foto y observar que no salimos en el grupo de los más favorecidos, no falta quien proclama su disconformidad, advirtiendo que los datos utilizados son antiguos y poco significativos, que se olvidan de las promociones y descuentos, o que la comparación es incorrecta por falta de homogeneidad. Es decir, nada nuevo cuando se trata de justificar encuestas con resultados desfavorables, en las que, además de su relatividad y transitoriedad, lo que se oculta es más relevante que lo que se muestra.

Pero, curiosamente, la polémica no se desata por situarse en los puestos de excelencia, entendida como la oferta más atractiva en precio y velocidad; toda la artillería mediática se pone en marcha con el simple propósito de intentar convencernos de que estamos mejor que la media europea. Como la realidad es tozuda, pasado un tiempo, se publican nuevas fotos en las que vuelven a reproducirse los detalles negativos que, inmediatamente, provocan las mismas disquisiciones.

Mientras, el personal atiende, incrédulo y resignado, a las declaraciones que cuestionan los resultados de los informes comparativos, y no entiende las explicaciones de los responsables del fomento de la competencia, inmersos en su “metodología teleológica y sistemática”. El usuario convive con una amplia y dinámica variedad de ofertas. Son tantos los matices de las propuestas, con sus empaquetamientos, promociones, descuentos, limitaciones de descarga y pena-

lizaciones por la no “permanencia” (tampoco computada en las comparativas) que, cuando el consumidor contempla la foto del informe, observa cómo su perfil de gasto se difumina dentro de las escasas modalidades de servicio/precio que se analizan. El resultado de todo ello es una sensación generalizada de conformismo y desinterés, con la percepción de que tenemos un acceso fijo de banda ancha caro y no por ello más rápido.

Creo que estos informes tienen un futuro incierto, y más aún, con el uso creciente de las plataformas móviles para el acceso a Internet en competencia con el fijo. Si se incluyera esta opción, las comparativas serían mucho más complejas e inconsistentes, ya que habría que procesar una inagotable diversidad de ofertas, no sólo en España sino en los demás países europeos. Por todo ello, me pregunto si merece la pena el esfuerzo de retocar las fotos cuando hay tantos matices por corregir y el resultado sólo pretende aparecer mejor que la media...nía. ♦