

09-03-2008

La promesa de la casa digital es un sueño no tan lejano

Sueño nacido en los años 1970, la casa digital todavía no ha logrado imponerse en la vida diaria de los consumidores, desanimados por soluciones tecnológicas a veces demasiado complejas, una situación que cambia lentamente.

La feria europea CeBIT, que se realiza hasta este domingo en Hannover (norte de Alemania), destina un lugar para los hogares del futuro, con escritorios equipados con cinco pantallas de las que se puede transferir fotografías con un 'click' a las dispuestas en el baño, donde el usuario se asegura un lugar para ver películas con tranquilidad, incluso bajo la ducha.

El grupo francés Thomson también presentó tecnologías que acentúan la convergencia entre internet, la televisión y el teléfono: una tableta 'wi-fi' da acceso a los programas televisivos, a películas por encargo, a radio por internet o incluso se la puede utilizar para realizar llamadas.

Pero 'todavía estamos muy lejos de un concepto de casa digital totalmente integrada', donde todos los equipos del hogar puedan comunicarse entre ellos en campos tan diversos como la electricidad, la calefacción, la seguridad, la telefonía, la informática y el audiovisual, señala Claude Floch, director de marketing del instituto GfK. 'La integración de funciones sofisticadas todavía permanece al margen'.

François-Xavier Jeuland, autor de 'La maison communicante' ('La casa comunicante'), no está de acuerdo con esta postura y señala una 'aceleración del mercado de la domótica de aquí a dos o tres años'. Según un estudio reciente, este mercado estimado en poco más de 200 millones de dólares en Europa en 2006 debería duplicarse para 2013.

Para el especialista, hoy todas las condiciones están dadas para un despegue.

En principio 'el freno económico se ha levantado': el costo suplementario que representa la puesta en práctica de un sistema domótico en la construcción de una casa es valorado en sólo un 4%. No obstante, esta instalación en construcciones ya hechas puede salir mucho más cara.

A su vez los consumidores, que en el pasado se mostraban desconfiados, 'se encuentran hoy más sensibles al tema con el desarrollo de internet de banda ancha'.

Los usuarios esperan poder permanecer en contacto con su casa después de haber salido: por ejemplo, para ser advertidos por mensaje de texto (SMS) en caso de robo o de que se rompa una tubería, o activar a distancia la calefacción antes de llegar.

'Hoy los clientes comienzan a desearlo: se equipan con ordenadores, móviles, televisores, cámaras de fotos, marcos de fotos digitales, discos duros externos. Descargan música, filman. Todo es digital', señala Georges Penalver, director de marketing estratégico de Orange.

Frente a esta demanda, el operador acaba de crear una sociedad, 'Soft At Home', con Thomson y Sagem Communications, para elaborar una norma común para hacer compatibles todos estos productos, dado que el mercado 'se satura de la ausencia de estandarización'.

Además del frenesí digital del gran público, la casa inteligente tiene una carta bajo la manga: el argumento ecológico.

'Con ordenes muy simples, es posible optimizar el consumo y también reducir los gastos de energía', explica Jeuland que cita el ejemplo de Alemania y Suiza, muy avanzados en este terreno.

Con una consulta al tablero de mando se pueden ver los productos más 'glotones' de energía. Otra utilidad: instalando sensores en postigos, se puede ordenar que se abran automáticamente en pleno invierno al menor rayo de sol y que la calefacción se apague simultáneamente.