

# Qué ver

## TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN



Chad Hurley y Steve Chen, los multimillonarios fundadores del gigante del vídeo YouTube

### Arsenal del seriedadicto en Internet

La falta de alternativas legales no arredra al internauta español, que encuentra en la Red los capítulos de todas las series antes de su estreno en España, en versión original subtitulada, aunque también se pueden encontrar capítulos viejos ya doblados. Las más populares son vagos.es o seriesyonkis.com, que ofrecen la descarga directa de capítulos o enlaces a terceras páginas que alojan vídeo y que no se responsabilizan del contenido, como Veoh, Dailymotion o la clausurada Stage6. Aunque los capítulos duran poco «colgados» en estos sitios, los fans de series como «Perdidos», «Dexter» o «House» se asocian en foros donde se avisan cuando vuelven a estar colgados en otras páginas. Nuevas alternativas a los más populares Emule o Bittorrent son páginas de descarga directa en los que se pueden en apenas 15 minutos, y que amplían el extenso inventario a Rapidshare o Megaupload, sin olvidar Joox o Divxonline.

INTERNET/ LOS INTERNAUTAS DISPONEN DE UNA VEINTENA DE ALTERNATIVAS PARA VER Y COLGAR VÍDEOS

## Series gratis más allá de YouTube

En la Red compiten en igualdad de condiciones los contenidos de los usuarios con los profesionales, a través de un universo de páginas legales e ilegales.

Ulises F. Arteaga - Madrid

En el universo virtual de Internet el vídeo es el rey. Y cada minuto, YouTube, el amo y señor de la Red, «cuelga» diez horas de contenido, según los datos de la compañía, y prevé quintuplicar el tráfico para 2011. Quizás para morder el pastel de la filial de Google se suceden los intentos para robar usuarios que acuden como autómatas a YouTube. Los últimos en probar suerte son Adobe y Flickr, de Yahoo!, que acaban de lanzar nuevos servicios de vídeo en un panorama laberíntico.

#### Sin publicidad

El caso de Yahoo! es especialmente llamativo, ya que la compañía tiene ahora dos sistemas para el visionado de vídeos que se hacen la competencia: el viejo Yahoo! Video, que nunca

ha conseguido despegar, y el nuevo servicio de su portal de fotografías Flickr, con una amplia base de fieles usuarios. En todo caso, los 269 millones de visitantes de YouTube en el mundo parecen inalcanzables, y la lucha es todavía más estéril cuando incluso el gigante de la Red tiene grandes problemas para convertir ese gigantesco tráfico en ingresos publicitarios, a pesar de los avanzados sistemas de Google para insertar publicidad a las búsquedas.

Según Felipe Romero, de la consultora especializada en nuevas tecnologías The Cocktail Analysis, hacer caja con el vídeo online es todavía imposible, porque los anunciantes «no se atreven a asociar su nombre a un contenido que no controlan, y que abarca vídeos de tu sobrino cayéndose del columpio a los talentos más escatológicos», o bien está sujeto a derechos de autor y no puede ser explotado comercialmente.

Por ello, todos los esfuerzos se dirigen, de momento, «a futuro», dice Romero. «Todos confían en mantener o mejorar cuota de mercado porque creen que habrá una posibilidad de obtener ingresos a pesar de que ahora no entra publicidad», explica.

Grandes compañías lanzan webs de vídeo creado por el usuario a pesar de la ausencia de publicidad

A pesar de la fragilidad financiera de estos sitios web, los proyectos se multiplican. Un usuario español puede encontrar una veintena de alternativas para compartir sus vídeos,

como MSN Video, MySpace TV, Metacafe, tu.tv, Dailymotion, daleaplay o adnstream. «Nadie sabe cómo se financian para sobrevivir», dice Romero, que apunta que «la mayoría recurre al humor borrico y el erotismo chusco» para encontrar algo de audiencia e insertar anuncios por palabras, o basan su estrategia en series o películas de las que no tienen licencia.

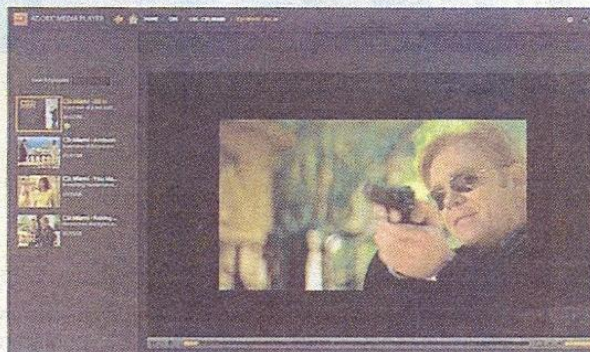
Las alternativas de negocio comienzan a darse mediante alianzas con los productores, basadas en una oferta de contenidos profesionales

que parte de acuerdos con los grandes estudios, como son los últimos lanzamientos de Adobe, Hulu o Fox.

#### Acuerdos con estudios

Estos nuevos intentos cumplen las normas del internauta: contenidos cuando quiera, como quiera, y gratis. Y encima, son alternativas legales más fáciles de financiar con anuncios. Hulu ofrece en alta definición un amplísimo catálogo de series y películas totalmente gratis, fruto del acuerdo de Fox («House», «Prison Break» o «Los Simpson»), y la cadena NBC, así como Universal Pictures o Metro Goldwyn Meyer, pero sólo accesibles para público estadounidense. El poderoso fabricante de software Adobe acaba de lanzar su propio reproductor con el apoyo de estudios como MTV, Comedy Central, Nickelodeon o CBS, también en EE UU, pero marcando el camino para el resto del mundo.

Mientras el sector en España se lo piensa, Romero lo tiene claro: «A la industria audiovisual le espera una reconversión como le ha ocurrido a la música, lo que no va a cambiar son las prioridades del usuario», concluye.



Adobe TV se acaba de estrenar con «CSI» en su catálogo