

La televisión se muda a la red

Luis Ernesto Blanco | Periodista digital y profesor de la Universidad Católica Andrés Bello / @lblancor

La difusión de video en los hogares ha evolucionado de la señal abierta, pasando por el VCR y el cable, hasta la red. De los dos o tres canales existentes hasta mediados de los años ochenta, el público pasó a alquilar películas en Betamax o VHS. Luego, algunos compraron antenas parabólicas y los más pacientes esperaron la llegada de los canales por suscripción. Ahora comienza la conexión a internet.

La llegada de los televisores inteligentes (*smartTV*) a los hogares es el paso esperado en la evolución de estos aparatos. Durante la segunda mitad del siglo XX, el entretenimiento doméstico tuvo en la televisión el rey indiscutible, pero en el siglo XXI el «mago de la cara de vidrio», como lo llamó Eduardo Liendo, ha sido destronado por otras versiones también de cara ancha y plana: la computadora, la tableta y el televisor inteligente. Este último tiene más de computadora que de televisor y permite disfrutar, en proyecciones de cien pulgadas y más, de lo mejor del cable, la señal abierta y lo que ofrece internet.

Los nuevos artefactos ofrecen la posibilidad de ver televisión tradicional y cualquier dispositivo conectado. Tienen conexión a internet para usar buscadores o navegar directamente. Aquí se disparan las posibilidades, porque es posible acceder a la televisión «a la carta» que ofrecen los sitios de las distintas cadenas de televisión. En consecuencia, el número de canales es infinito. Además, la conexión directa con redes sociales permite comentar y compartir lo visto.

Nuevos gigantes

Un reporte divulgado por *The Wall Street Journal*, elaborado por la firma canadiense Sandvine, dedicada a evaluar el comportamiento del tráfico en internet, señala que el 53 por ciento de la des-

carga de datos proviene de servicios de video en línea. Pero en los años ochenta y noventa la historia era otra. Las familias alquilaban películas para verlas en casa. El predominio del Betamax y el VHS trajo la proliferación de clubes de videos y Blockbuster se volvió una referencia mundial para solucionar los fines de semana sin planes. En 1994 Viacom pagó 8.400 millones de dólares por la compañía. Al día de hoy está declarada en bancarota y forma parte del pasado.

El informe de Sandvine revela que Netflix (www.netflix.com) lidera el tráfico de internet en Norteamérica, con 31,6 por ciento de «descarga continua» (*streaming*), seguido por YouTube con 18,6 por ciento. El negocio de Netflix es, en esencia, el mismo que el de Blockbuster solo que, a cambio de una cuota mensual, el usuario tiene derecho a consumir de forma ilimitada el contenido audiovisual presente en el catálogo en línea. El caso de YouTube es mucho más conocido. Su modelo de negocio se basa en la publicidad y diariamente se comparten millones de videos de todo tipo provenientes del

La experiencia de ver televisión se hace cada vez más interactiva y se enriquece con las discusiones en las redes sociales

mundo entero. En 2012 los espectadores consumieron 4.000 millones de horas de video cada mes y los principales 25 anunciantes gastaron en promedio 150 millones de dólares, según indicó Nikesh Arora, vicepresidente y director de negocio de Google.

Estos modelos no son las únicas opciones disponibles en la red para disfrutar videos. Las cadenas de televisión comienzan a generar contenido exclusivo para sus portales en internet. Canales de dramáticos, como HBO, o de deportes, como ESPN, ofrecen a

sus suscriptores una programación especial en sus portales. Recientemente, el portal Amazon anunció el estreno de *Alpha House*, una serie sobre cuatro senadores protagonizada por John Goodman y Cynthia Nixon. También ofrecerá *Betas*, que trata sobre cuatro «tecnogenios» (*geeks*) que trabajan en Silicon Valley. Estas series no estarán disponibles para la televisión y solo podrán ser disfrutadas por los suscriptores de Amazon. Es un paso más en la evolución del video en línea, donde Netflix logró el éxito con *House of Cards*, un drama político protagonizado por Kevin Spacey y transmitido por su servicio de videos en línea. El programa fue nominado para un premio Emmy como mejor serie dramática.

El diario *El Universal* inauguró en noviembre de 2013 EUTV.net, el primer canal de televisión por internet de Venezuela, con una versión «en directo» y otra «por demanda»; es decir, el usuario puede ver el programa cuando lo desee. Además, la interacción con los espectadores es total (<http://www.eluniversal.com/que-hay/131117/eutv-vanguardia->

digital-imp). La posibilidad de transmitir en vivo, tal como ofrece EUTV.net, ya no es exclusiva de los canales comerciales. Los acontecimientos de cualquier lugar del mundo son transmitidos diariamente mediante plataformas como Livestream o Ustream creadas por cualquier usuario registrado.

Al margen de la ley

Los derechos de autor y sus constantes violaciones en internet son temas frecuentes, cuando se habla de programas y películas. A pesar de todos los intentos

de protección que usan los sitios de descarga continua de video y de la persecución de las prácticas de piratería en los países desarrollados, las transgresiones no dejan de ocurrir. La empresa NetNames encontró que el contenido ilegal en internet creció casi 159 por ciento entre 2010 y 2012, y que 99,97 por ciento de los archivos compartidos en la red pública BitTorrent eran piratas.

Desde los tradicionales mecanismos «punto a punto» y los archivos *torrents* —con los que se produce intercambio directo de información, en cualquier formato, entre las computadoras interconectadas— hasta portales dedicados a la retransmisión de películas, series, competencias deportivas y programas de televisión sin pago de derecho de autor, las opciones para mantenerse al día con los programas favoritos forman parte de la cotidianidad de una red que cada vez es más audiovisual y cuyas fronteras con los medios tradicionales son cada vez más difusas.

Para el modelo de negocios de Blockbuster y los clubes de video fue imposible soportar la presión que produjeron la llegada de los alquileres de videos en línea y la piratería. En el primer caso, plataformas como Netflix (que ofrece una suscripción mensual por 7,95 dólares) y Amazon (con su servicio Instant Video que se incluye en el programa Prime Member de 79 dólares al año) ofrecen un catálogo prácticamente inagotable de películas, series, clásicos y hasta programas exclusivos. Para quienes no están dispuestos a pagar, hay opciones como <http://www.sipeliculas.com/> o <http://www.seriesyonkis.com/> que ofrecen catálogos gratis.



Contenido exclusivo

La apuesta es cada vez más producir contenido audiovisual exclusivo para usuarios de internet. Con las producciones de Netflix y Amazon todos saben que la cosa va en serio. En América Latina, HBO (<http://www.hbomax.tv/>) ofrece a sus suscriptores acceso a su programación desde cualquier plataforma. Lo mismo ocurre con ESPN Deportes y su canal ESPN Play (<http://www.espnplay.com/>). En Venezuela está la experiencia de *El Universal* con www.eutv.net y, en el plano político, Henrique Capriles ha intentado saltar el cerco informativo de los medios tradicionales con una señal generada mediante el servicio Livestream: <http://capriles.tv>.

Para todos los gustos

Una de las maravillas de las redes de descarga continua de video, como YouTube, es que contienen materiales para todos los gustos, razón por la cual cada vez roban más audiencia a la televisión tradicional. La estructura de «canales» en YouTube permite a una persona publicar videos que le interesen a una audiencia determinada, que se suscribirá a esos canales. Hoy, artistas, instituciones, deportistas, equipos, tienen canales propios en esta red social. También los tienen usuarios comunes y corrientes que han descubierto nichos muy especializados: reparaciones caseras, trucos de videojuegos, consejos de maquillaje, claves para aprender a tocar instrumentos, entre otros. Esos usuarios obtienen ingresos por la publicidad que YouTube inyecta en sus videos. Los más exitosos pueden obtener decenas de miles de dólares al mes.



Mejorar los conocimientos

Los amantes de la televisión y el cine también pueden recurrir a la red. Por ejemplo, el portal IMDb (<http://www.imdb.com/>), afilado a Amazon, cuenta con la más amplia base de datos de películas, series y programas de televisión, así como de celebridades y toda su filmografía. Otra posibilidad es <http://www.seriesweb.com>, que tiene información en castellano. La experiencia de ver televisión se hace cada vez más interactiva y se enriquece con las discusiones en las redes sociales. Via Twitter es posible mantenerse al día de lo que ocurre en el mundo del cine y la televisión; por ejemplo, por la cuenta de *Imdb* (@IMDb). Otras cuentas de interés y de origen venezolano son @CapsulaCinefila o @todocine. **■**

