

# Informe sobre noves plataformes audiovisuals

Joan Corbella, Reinald Besalú, Fermín Ciurriz i Frederic Guerrero - Solé

## 1. INTRODUCCIÓ

Desde l'Observatori de la Producció Audiovisual hem cregut interessant endinsar-nos en el món de les noves plataformes de distribució audiovisual, aquelles que es basen en el protocol IP per fer arribar els continguts als espectadors. A ningú no se li escapa que això ha representat una autèntica revolució en el sector, sobretot perquè ha posat en dubte les estratègies tradicionals de monetització i ha fet que nous agents entressin a competir en un negoci fins ara reservat als operadors tradicionals. Tot i que es tracta d'un àmbit encara per madurar i en què es produeixen canvis importants de manera constant, en aquest primer dossier fem un repàs inicial a les principals noves plataformes audiovisuals del món i també de casa nostra. La voluntat és que sigui un primer pas, una primera aproximació al tema, que es completarà amb dossiers futurs.

L'informe consta d'un primer apartat en què es defineixen nous conceptes que han aparegut de la mà de les noves plataformes audiovisuals. Seguidament, s'explica en què consisteixen les principals noves plataformes audiovisuals que operen actualment, diferenciant-les en funció dels tipus d'agents que en són responsables (agents TIC, agents audiovisuals tradicionals, agents gratuïts i col·laboratius, companyies de telecomunicacions o altres agents tradicionals). Per acabar, dediquem uns breus apartats a qüestions centrals en el debat que generen les noves plataformes com ara el finançament, els dispositius o la regulació.

## 2. DEFINICIÓ DE CONCEPTES

- **2.1 Set-top box**  
Equipament necessari per a la recepció de televisió a través de cable Ethernet (IPTV o Televisió per Internet), així com de Televisió Digital Terrestre (TDT), televisió per cable o per satèl·lit.
- **2.2 Web TV**  
El terme fa referència a la difusió de continguts de les televisions tradicionals a través del navegador d'internet.
- **2.3 Televisió no lineal**  
Fa referència al consum o emissió de programes de televisió per mitjà dels serveis d'accés a continguts a la carta. S'oposa al tradicional consum o emissió de televisió lineal, seguint una lògica de programació horària.
- **2.4 Vídeo a la carta**  
Terme genèric per denominar els sistemes que permeten als usuaris l'accés a continguts audiovisuals quan ell ho desitgi.
- **2.5 Catch up**  
Terme amb què s'anomenen els sistemes que permeten als usuaris l'accés a continguts audiovisuals (televisius, normalment) només durant un període de temps. Generalment són accessibles després d'haver estat emesos per la televisió convencional.
- **2.6 Streaming**  
Terme amb què es denomina la visualització en temps real —a mesura que es va fent la transferència per la xarxa de telecomunicació— del contingut audiovisual. Quan el contingut és emès en directe, s'usa el terme *streaming live*.

- **2.7 Televisió en mobilitat**  
Es coneixen amb el nom genèric de televisió en mobilitat tots aquells serveis de vídeo provinents d'operadors televisius (de televisió o d'altres agents, com ara les telecomunicacions) que són oferts en dispositius portàtils com ara telèfons mòbils o tauletes, ja sigui amb aplicacions pròpies o alienes a l'operador.
- **2.8 Televisió híbrida**  
La noció de televisió híbrida designa la tecnologia que permet oferir, en un mateix aparell receptor, continguts televisius provinents de la TDT i continguts televisius provinents d'Internet. D'aquesta manera, l'usuari pot complementar o ampliar els continguts que li arriben per la via tradicional amb els que la mateixa cadena de televisió posa a disposició a través de la xarxa.
- **2.9 Podcasting**  
Tecnologia que permet descarregar programadament continguts d'Internet i reproduir-los a l'ordinador o altres dispositius portàtils. Quan els continguts són audiovisuals, s'utilitza el terme *vodcast* (de *video podcast*).

### 3. NOVES PLATAFORMES AUDIOVISUALS: UN PANORAMA

A final de la dècada de 1990, Internet va consolidar-se com a mitjà per a la comunicació de masses i la seva expansió arreu del món desenvolupat era ja imparable. Les principals operadores de telecomunicacions, els portals de continguts, els cercadors i els primers llocs web de compres online van esdevenir els protagonistes en el món de les comunicacions i en el de les borses mundials. L'explosió de la bombolla d'Internet, l'any 2001, va representar un cop mortal per a alguns d'aquests pioners de l'emergència d'Internet com a mitjà de masses, però no va posar fre al creixement de la xarxa. Durant els primers anys del segle XXI, el nombre de connexions a Internet, el seu ús tant personal com professional, així com la millora tecnològica —en particular, l'augment sostingut dels amplex de banda i el perfeccionament dels navegadors i dels equipaments informàtics— van representar un canvi en el model de continguts de la xarxa, en què el text i les imatges estàtiques van donar pas al contingut audiovisual, que va transformar radicalment l'ús d'Internet.

El paradigma d'aquest canvi en el model d'Internet va ser el portal de vídeos YouTube, creat l'any 2005, que en poc més d'un any es va convertir en un dels llocs web de referència de la ja anomenada Web 2.0. YouTube va fer palès que la millora tecnològica de la xarxa permetia el visionat online de vídeos, i la majoria dels agents de la producció audiovisual van començar una cursa sense respir per oferir els continguts a través de la xarxa, primer amb l'ús de plataformes alienes, com YouTube mateix, i posteriorment amb el desenvolupament de solucions pròpies. Per una altra banda, continuava l'expansió dels llocs web d'enllaços que permetien descarregar —en la majoria d'ocasions, de forma gratuïta— tota mena de contingut audiovisual i que, progressivament, també van anar afegint a la seva oferta el visionat online o en *streaming*. També les xarxes socials han anat evolucionant del text i la fotografia al contingut audiovisual, i cada cop més ofereixen serveis com el lloguer de pel·lícules.

Més enllà de les companyies nascudes a Internet —com ara YouTube o Google— i de les grans companyies informàtiques —com Apple—, les televisions van començar a veure en la xarxa una nova manera de fer arribar la programació al seu públic: de primer, amb vídeos offline, de baixa qualitat d'imatge, i amb serveis de pagament per al visionat en alta qualitat; posteriorment, amb l'accés gairebé sempre lliure a la majoria dels continguts, incloent-hi l'emissió en directe —a Catalunya tenim l'exemple de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, amb uns serveis online que permeten veure la televisió en directe, així com la consulta d'una gran part de l'arxiu de programes. Fora de les televisions tradicionals, una gran quantitat de llocs web i plataformes s'han desenvolupat en els darrers anys per permetre el visionat de continguts audiovisuals procedents de fonts heterogènies: els mateixos usuaris, televisions, productores i altres agents audiovisuals alimenten solucions com Justin TV; la majoria d'aquests serveis han fet el salt de la pantalla de l'ordinador a la

de la televisió, i, mitjançant diferents dispositius, permeten la navegació per continguts audiovisuals de la xarxa i pels catàlegs de televisions i productores i distribuïdores de cinema.

Un altre clar exemple de l'excepcional millora de la capacitat de connexió són els paquets de televisió que les operadores de telefonia ofereixen als seus usuaris a través del cable o de l'ADSL i que els permeten, a més, la gravació de tots els continguts i la navegació per un nombre determinat de llocs web. Finalment, cal destacar el canvi que s'ha produït en el camp informatiu, sobretot en els llocs web de la premsa escrita, en què a poc a poc el vídeo s'ha anat convertint en un element essencial de la seva proposta periodística; molts d'aquests diaris tenen ja el seu propi canal de vídeos o la seva televisió mitjançant la qual complementen les seves informacions.

A continuació es presenta sintèticament la relació de les principals plataformes audiovisuals que hi ha actualment. Tot i que els canvis en aquest àmbit són continus, s'han volgut destacar totes aquelles que, ja sigui per la novetat que va representar la seva aparició, ja sigui perquè estan vinculades a agents importants del sector o bé perquè ens són properes geogràficament, poden resultar d'interès. L'anàlisi es va tancar durant el febrer de 2011 i, en conseqüència, és possible que, precisament per l'elevat ritme de canvi en l'àmbit de les plataformes audiovisuals, una petita part de la informació sigui obsoleta. De totes maneres, reiterem que l'objectiu no és tant ser exhaustius com destacar allò més interessant.

Dels múltiples criteris de classificació que es podien utilitzar, s'ha optat per distingir les plataformes en funció del tipus d'agents que en són responsables. D'aquesta manera, no ens fixem tant en la forma de prestació dels serveis com en el posicionament que els diferents actors de dins i fora del sector audiovisual (agents TIC, televisions, productores i distribuïdores de cinema, empreses de telecomunicacions, premsa) han decidit adoptar en l'àmbit de les noves plataformes audiovisuals.

### 3.1. PLATAFORMES CREADES PER AGENTS TIC

Com a grans agents TIC (agents procedents del sector de la tecnologia de la informació i la comunicació) hem inclòs les empreses que, pels canvis constants i imparables que se succeeixen en el mercat de l'audiovisual, han decidit diversificar el seu model de negoci vers d'altres estretament vinculats a l'oferta de continguts audiovisuals. Els grans agents TIC han revolucionat i estan revolucionant el consum de continguts audiovisuals i són precisament aquests els que, a la seva manera, miren de marcar un possible rumb per a aquest encara incert negoci.

Dedicats a un altre tipus de negocis, principalment orientats a ser fabricants de suports i software en el cas de Sony, Microsoft i Apple, i de ser qui controlen i manegen les cerques a Internet en el cas de Google, aquestes grans companyies TIC estan apostant per dedicar una part dels seus esforços al canviant mercat de l'audiovisual.

#### 3.1.1 Sony i Microsoft

Tant Sony (japonesa) com Microsoft (nord-americana), aprofitant la seva incursió (ja llunyana) i domini en el món dels videojocs gràcies a les seves consoles d'última generació, estan treballant per poder satisfer les necessitats dels seus clients —a més dels videojocs— amb la possibilitat d'accedir a tot tipus de contingut audiovisual addicional. Des dels suports d'aquests dos grans monstres de l'entreteniment, a l'usuari, a més de facilitar-li l'accés a Internet, li possibiliten l'accés a continguts proveïts per diverses televisions així com l'accés al consum tant de videoclip com de pel·lícules. Mitjançant contractes amb grans productores, distribuïdores i televisions públiques (aquí s'ha de destacar l'activitat de Televisió de Catalunya) i privades, Sony i Microsoft estan oferint un ampli catàleg de contingut audiovisual a la carta. Totes dues companyies, de manera semblant al que des de fa temps l'empresa Apple treballa amb la seva Apple TV i el seu iTunes, han posat a

disposició de l'usuari una botiga virtual a partir de la qual es poden descarregar, mitjançant compra o gratuïtament, videojocs, demostracions de videojocs i, mitjançant el lloguer o la compra, pel·lícules.

Recapitulant, a més de poder veure la programació de diverses televisions, d'accedir a Internet i de, per exemple, poder accedir a YouTube per mitjà d'una aplicació, des de la XBOX i la PS3, a través dels seus serveis *pstore* i *xbox live*, des de fa poc es poden comprar i llogar pel·lícules.

### 3.1.2 Apple

L'empresa californiana fa temps que explora el terreny de l'oferta de continguts audiovisuals. Apple ha configurat per als seus clients diverses propostes per a, des dels diferents dispositius que hi ha, poder consumir continguts audiovisuals. Les propostes, tot i que amb plataformes comunes, depenen del dispositiu des del qual l'usuari vulgui accedir als continguts.

#### AppleTV per a la TV convencional

Per als consumidors de televisió en el seu format clàssic, l'empresa d'Steve Jobs va posar a la venda el 2007 un suport anomenat AppleTV. Aquest receptor digital multimèdia permet a l'usuari accedir a continguts audiovisuals mitjançant l'iTunes Store, YouTube o des d'un Mac o PC (amb iTunes) en una TV d'alta definició.

#### Gadgets d'Apple

Els diferents gadgets o dispositius de què disposa Apple estan, entre altres coses, dissenyats per al consum de continguts audiovisuals. Igual que passa amb AppleTV, aquests dispositius, a més de permetre l'accés a l'iTunes Store, també ofereixen a l'usuari la possibilitat, per mitjà d'aplicacions exclusivament dissenyades o mitjançant el navegador, d'accedir a YouTube o a d'altres agents dirigits a l'oferta de continguts audiovisuals.

#### iTunes Store

És la botiga virtual d'Apple. Des d'aquí, l'usuari pot comprar continguts audiovisuals. L'accés a iTunes Store, a més de mitjançant AppleTV en un televisor, es pot fer des de qualsevol dels dispositius que Apple té al mercat. L'usuari té l'oportunitat de consumir tot tipus de continguts des del Mac i el PC (amb iTunes), des de l'iPod, des de l'iPhone i, més recentment, des de l'iPad. Entre els continguts als quals els usuaris poden accedir hi ha un extens catàleg de pel·lícules a la venda i en lloguer (amb data d'expiració). D'aquesta manera, oferint un ampli catàleg de continguts (als inicis, d'àudio), és com Apple ha irromput en aquest canviant mercat.

En resum, o bé des d'un televisor (mitjançant AppleTV), o bé des de qualsevol dels dispositius que Apple té al mercat, els usuaris poden consumir tot tipus de productes a partir d'iTunes, de l'iTunes Store i d'altres plataformes presents a la xarxa.

### 3.1.3 Google

Precisament, el que fins ara resulta evident és que des de qualsevol dels dispositius (Mac o PC, iPad, iPhone, iPod, PS3, Xbox, AppleTV) l'usuari pot accedir —mitjançant alguna aplicació o via navegador— a la que sens dubte ha estat la plataforma que ha revolucionat el mercat de l'audiovisual. YouTube, des de 2006 en mans de Google, s'ha convertit en el contenidor més gran —d'accés gratuït— de continguts audiovisuals proporcionats pels usuaris mateixos.

No obstant això, i aprofitant la immensa dimensió assolida per YouTube, s'ha de destacar que el cercador més estès, Google, té previst llançar un servei de televisió que vol canviar tot el que fins avui coneixem sobre aquest mitjà. A més de YouTube, Google té intenció d'oferir de forma gratuïta també Google TV.

### Google TV

La idea de Google TV és oferir una finestra gratuïta a partir de la qual es pugui accedir a tots els continguts que estiguin en la xarxa des d'un televisor o qualsevol dispositiu. Des d'aquesta es podrà consumir qualsevol contingut, pel·lícula, sèrie o programa que estigui al web sense dependre de cap altre aparell addicional. Des del moment en què una cosa hagi estat emesa per qualsevol cadena de TV podrà ser consumida des de Google TV. A més d'aquest servei, i afegit al ja existent YouTube, Google TV oferirà la possibilitat de navegar des del televisor, d'accedir a pàgines com ara Netflix, Amazon OnDemand, etc., i de poder comprar aplicacions atès que disposarà del Market del sistema operatiu Android.

### YouTube

Sens dubte, és la plataforma d'accés gratuït que més ha contribuït a canviar les formes de consum de contingut audiovisual, atesa la seva ràpida implantació mundial.

YouTube s'ha convertit en el lloc web amb més quantitat de continguts audiovisuals del mercat. La seva fórmula participativa, és a dir, deixar que els usuaris de tot el món hi puguin pujar els seus vídeos, ha fet que hi hagi un extraordinari volum de vídeos a disposició del consumidor. El gran impacte causat tant en participants com en consumidors ha provocat que la font d'ingressos d'aquesta enorme finestra audiovisual vingui a partir de la publicitat que s'hi insereix, encara que la baixa rendibilitat econòmica l'empeny a buscar continguts de caràcter professional.

Aquest sistema de vídeo a la carta originat pels usuaris mateixos permet avui dia accedir a gairebé qualsevol contingut audiovisual que s'hagi pujat a YouTube. Aquesta plataforma, ja sigui per mitjà d'aplicacions o del navegador, és accessible des de qualsevol ordinador o dispositiu (per ara se n'exceptuen els televisors, encara que des de 2010 és assequible en els aparells de televisió «connectada»).

#### 3.1.4. Contenedors de vídeo i portals d'enllaç

Durant els últims anys han anat sorgint noves possibilitats d'accés a continguts audiovisuals mitjançant la descàrrega directa o el visionat via *streaming*. Aquestes plataformes, seguint amb la ja habitual polèmica suscitada fa un temps per l'ús d'Emule, Azureus, Bittorrent, etc., es troben al bell mig dels conflictes sobre propietat intel·lectual, pirateria i nous models d'explotació de l'audiovisual. Els usuaris accedeixen a tot tipus de continguts de forma gratuïta (pagant es poden millorar les condicions de descàrrega).

Entre les plataformes que possibiliten l'accés a continguts audiovisuals gratuïtament hi ha Megaupload i Megavideo.

#### Megaupload

El 2005 va néixer l'empresa Megaupload Limited a Hong Kong, un portal per mitjà del qual l'usuari podia descarregar directament pel·lícules, sèries, vídeos, videojocs, música, programes per a ordinador, etc. Qualsevol cosa que l'usuari volgués compartir era possible pujar-la a Megaupload perquè altres usuaris la poguessin descarregar. Així és com Megaupload funciona. L'usuari fa servir aquesta plataforma per pujar qualsevol material que vulgui compartir amb la resta d'internautes.

## Megavideo

Megavideo es pot considerar una ramificació de Megaupload. Propietat també de Megaupload Limited, Megavideo va néixer el 2007 i està orientada a facilitar a l'usuari el consum de material audiovisual via *streaming*. A aquesta plataforma (de continguts que s'hi pugen via Megaupload) és a la qual enllacen infinitat de webs. Tot el material que està a Megaupload pot ser vist via *streaming* a través de portals que mitjançant enllaços hi redirigeixen l'usuari.

A l'Estat espanyol hi ha un portal que, funcionant d'aquesta manera, ha tingut un gran èxit: Series Yonkis. Pendent d'adaptar el seu funcionament als nous requisits de la legislació espanyola en matèria de propietat intel·lectual per evitar el tancament judicial, aquest portal facilita els enllaços tant a Megavideo (per al visionat en *streaming*) com a Megaupload (per a la descàrrega directa). Aquí es troben els enllaços a tot tipus de sèries i pel·lícules que, de manera gratuïta, l'usuari podrà consumir.

Tanmateix, cal destacar que tant Megaupload com Megavideo disposen d'algunes restriccions que l'usuari podrà evitar si se'n converteix en subscriptor. Per veure vídeos en *streaming* (via Megavideo) i no ser afectat per la limitació de poder veure tan sols un minutatge limitat del contingut, l'usuari ha de contractar un servei *premium* que, a més de servir com a font d'ingressos a l'empresa, serveix per evitar aquest tipus de restriccions. En el cas de la descàrrega directa mitjançant Megaupload, també es pot contractar un servei *premium*, que dona a l'usuari avantatges a l'hora de fer la descàrrega. Aquesta contractació dona més rapidesa en la descàrrega i permet descàrregues de més pes amb un únic enllaç.

En general, aquestes pàgines web d'enllaços reben ingressos per publicitat. Megaupload i Megavideo, a més d'obtenir ingressos per les inscripcions dels usuaris, reben ingressos per publicitat. Series Yonkis viu exclusivament de la publicitat que s'hi insereix.

### 3.1.5. Xarxes socials

Actualment, una altra manera d'accedir a continguts audiovisuals és mitjançant les xarxes socials. La primera (2003), encara que principalment vinculada a activitats musicals, va ser Myspace. Aquí, els usuaris (normalment grups o bandes musicals) hi pujaven videoclips, vídeos de concerts o qualsevol peça relacionada amb la seva activitat. Posteriorment va néixer la que es convertiria en la xarxa social de moda. Facebook va aparèixer el 2004 i des de llavors no ha parat de créixer en nombre d'usuaris i ha aconseguit imposar-se a escala global com a xarxa social de referència. Ja el 2006 va néixer Twitter, que, lluny de competir amb Facebook, planteja una alternativa i es desmarca proposant a l'usuari la participació mitjançant missatges (els anomenats tweets, de no més de 140 caràcters). Twitter s'ha convertit en una plataforma de microblogging adaptada per a qualsevol dispositiu mòbil des de la qual l'usuari envia missatges breus. Com a apunt, no hem d'oblidar l'aparició el 2006 de la plataforma espanyola Tuenti, avui dia propietat de Telefónica.

Tant Facebook com Twitter i Tuenti, igual que passava amb Myspace, permeten que l'usuari pugui vídeos mitjançant enllaços a d'altres plataformes com YouTube, Vimeo o Vevo, i, d'altra banda, ofereixen la possibilitat (només Facebook) de carregar qualsevol vídeo que l'usuari guardi o fins i tot vulgui realitzar mitjançant la webcam. Per mitjà de les xarxes socials els usuaris esdevenen proveïdors de vídeos (generalment via enllaç) que els seus amics, seguidors o els que hi arribin per les diverses maneres possibles podran consumir.

Todes són accessibles des de qualsevol dispositiu a través del navegador o mitjançant aplicacions específiques per a cadascun dels dispositius.

Facebook i el seu nou servei

La xarxa social propietat de Mark Zuckerberg acaba de posar en marxa (març de 2011) un videoclub, mitjançant acord amb la *major* Warner. De la mateixa manera que en altres experiències de lloguer i venda de continguts audiovisuals per Internet, el servei de Facebook permetrà que l'usuari pugui visionar la pel·lícula durant 48 hores: després d'efectuar el pagament, el consumidor podrà mirar la pel·lícula al llarg de les 48 hores següents.

D'aquesta manera, l'empresa californiana s'insereix en el negoci de la compra i el lloguer de pel·lícules amb un catàleg, de moment, de Warner. La seva enorme xarxa d'usuaris fa d'aquesta plataforma una finestra amb un gran potencial per instaurar nous models de negoci.

### 3.2. PLATAFORMES CREADES PER AGENTS AUDIOVISUALS TRADICIONALS

La gran majoria d'agents audiovisuals tradicionals (televisions públiques i privades, productores i distribuïdores de cinema i televisió) han obert una finestra en l'àmbit de les noves plataformes. En la majoria d'ocasions, això no els representa una injecció d'ingressos important, però sí que els ajuda a posicionar-se en un entorn que tendeix a la saturació amb l'avantatge competitiu de ser socialment coneguts i tenir un públic creat. En el cas dels agents de l'àmbit cinematogràfic, a més, els permet explorar noves possibilitats de negoci en un context de disminució dels ingressos provinents de les sales de cinema i dels suports físics com el DVD o el Blu-Ray. A continuació es descriuen les principals plataformes que han creat aquests agents.

#### 3.2.1. Televisions públiques

En l'àmbit europeu la gran majoria de les televisions públiques han creat plataformes que ofereixen accés als seus programes i, a més, en la majoria d'ocasions ho han fet abans que les televisions privades dels seus territoris de cobertura. El cas català, en aquest sentit, és paradigmàtic: el servei de Televisió de Catalunya (TV3 a la Carta) va ser llançat l'any 2004, cosa que el va convertir en pioner. I d'altra banda es tracta d'una de les plataformes més completes en relació amb els serveis que ofereix (des d'accedir a l'emissió en directe dels canals fins a veure a la carta de programes antics o en *catch-up* alguns dels emesos la darrera setmana). Els seus serveis, a més, són de cobertura universal. Ara bé, aquesta plataforma només pot oferir programes pels quals TVC té drets de difusió internacional i, en conseqüència, alguns programes de producció aliena i retransmissions esportives no hi tenen cabuda.

En aquest sentit, el servei de TV3 es diferencia d'altres com el Pluzz francès (que agrupa tots els continguts de France Télévisions) o l'iPlayer britànic de la BBC, que, com que ofereixen els seus continguts únicament als respectius països, poden difondre molts més programes (l'iPlayer, a més, també ofereix enllaços amb altres plataformes televisives). Ara bé, en aquests casos no s'ofereix televisió a la carta, sinó tan sols en *catch-up*. El panorama pel que fa als grans països europeus el completen TVE a la Carta (que s'acaba de renovar, tot i que encara està en proves) i el web de la RAI, l'únic que ofereix tants serveis com TV3 a la Carta.

Mereix un comentari a part la plataforma YouView (coneguda també com projecte Canvas), una iniciativa que es llançarà el 2012 al Regne Unit en la qual, a més de les televisions BBC, Channel 4, Five i ITV, també s'han afegit els operadors de telecomunicacions Arqiva —ahora propietari de la plataforma SeeSaw—, BT i TalkTalk. Aquesta plataforma, accessible només per als usuaris de *Freeview*, oferirà accés en *catch-up* als programes emesos pels canals que en són propietaris, i és l'única experiència col·laborativa d'aquest tipus en què participa una televisió pública. Ara bé, els problemes en el desenvolupament tècnic de la plataforma han obligat a posposar-ne la posada en marxa repetidament, i això pot acabar representant una pèrdua de competitivitat del producte en un context de proliferació de plataformes similars, segons els analistes. (1)

En l'àmbit local també cal destacar la plataforma XIP/TV, de la Xarxa Audiovisual Local de Catalunya, que és alhora una plataforma de sindicació de continguts entre les cadenes locals adherides a la xarxa. Es tracta d'un servei web que ofereix a la carta els programes emesos per aquestes cadenes, classificats tant per lloc original d'emissió com per gènere o format.

### 3.2.2. Televisions privades

Hem realitzat una selecció de televisions privades europees i nord-americanes per tal de reflectir què és allò que estan fent aquests actors del panorama comunicatiu en relació amb les noves plataformes audiovisuals. El cas més conegut és, potser, el de Hulu, una plataforma col·laborativa nascuda el 2008 i creada per tres grans *networks* estudis nord-americans (NBC/Universal, Fox i ABC/Disney) juntament amb el grup inversor Providence Equity Partners. Aquest servei ofereix accés als continguts emesos a les tres *networks* i als canals de Viacom, a més de les pel·lícules produïdes als seus estudis de cinema, tant en *catch-up* com a la carta, i està disponible únicament als Estats Units. Té també un servei *premium* de pagament. A banda d'això, les grans *networks* nord-americanes també disposen de serveis propis de *catch-up*, també en exclusiva en territori nord-americà, i algunes posen en qüestió la viabilitat econòmica d'un model com el de Hulu, ja que creuen que poden obtenir més rendiment per als seus productes per altres vies que incloguin pagament per part de l'usuari.

L'altre gran mercat televisiu en què les televisions privades han fet una aposta forta per crear les seves pròpies plataformes de difusió és el Regne Unit. Tant Channel 4 (amb 4oD, llançat el 2006), Five (amb Demand Five), ITV (amb ITV Player) com BSkyB (amb Sky Player) ofereixen serveis altament desenvolupats de *catch-up* i televisió a la carta, a més d'emetre en *streaming*, en alguns casos, la programació en directe.

Pel que fa al cas espanyol, les grans televisions privades, Telecinco, Antena 3, Cuatro i La Sexta, han optat per desenvolupar webs en què es pot accedir als continguts dels seus canals a la carta i també a l'emissió en directe en *streaming*. Un cas a part és el de Digital + a la Carta, el servei posat en marxa recentment per la plataforma de pagament, que permet als clients accedir als continguts de Canal + i visionar-los durant 30 dies a través d'un *set-top box*. Per últim, a França destaquen els serveis de TF1 (a la carta) i M6 (*catch-up*).

### 3.2.3. Productores i distribuïdores de cinema

Des del sector de la producció i distribució de cinema també hi ha moviments de posicionament en l'àmbit de les noves plataformes. Així, els grans estudis nord-americans (Fox, Paramount, Sony, Universal i Warner Bros.) s'han unit amb empreses de telecomunicacions i TIC en un consorci anomenat DECE (Digital Entertainment Content Ecosystem), encarregat del llançament de la plataforma Ultraviolet. Aquesta plataforma, que començarà a funcionar al llarg de 2011, vendrà continguts produïts pels cinc estudis que en són propietaris. El visionat es podrà realitzar en *streaming* o descàrrega des de qualsevol dispositiu, prèvia identificació de l'usuari.

D'altra banda, Disney, que no ha volgut formar part de DECE, ha optat per anunciar la creació de la seva pròpia plataforma, anomenada Keychest i amb data de llançament encara per determinar. Tot fa pensar que el seu funcionament serà molt similar al d'Ultraviolet.

Les *majors* nord-americanes també han desembarcat a Espanya de la mà de Wuaki.tv, una plataforma nascuda el 2011 en què participen, entre d'altres, Warner, Paramount, Filmax i Vértice. Amb aquest servei l'usuari pot llogar i veure en *streaming* pel·lícules i sèries de televisió per a tota mena de dispositius.

A Espanya, però, ja fa uns anys que hi ha altres agents similars, com per exemple la plataforma Filmin (vegeu l'entrevista al responsable d'aquesta plataforma que acompanya l'informe), creada per diverses productores i



distribuïdores estatals. Subscrivint-s'hi, i previ pagament, l'usuari pot accedir a la carta a diversos continguts cinematogràfics produïts i/o distribuïts pels propietaris, en *streaming* i en alta qualitat. És similar a la plataforma Filmotech, creada per l'Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA), que ofereix un catàleg de pel·lícules per visionar, així com sèries d'animació. És d'accés obert a tot el món, tot i que a certs països alguns productes poden estar restringits.

### 3.2.4. Plataformes creades per entitats de comerç minorista

Internet també ha permès l'aparició de videoclubs virtuals que ofereixen un ampli ventall de continguts sense estar vinculats a cap dels agents de la cadena de valor de l'audiovisual esmentats fins aquí, sinó a empreses de comerç minorista, electrònic o físic. Amazon constitueix el cas més conegut del primer tipus, i ofereix pel·lícules, sèries i programes a la carta per llogar, ja sigui en format físic o amb descàrrega. Netflix, per la seva banda, és un agent molt similar procedent del segon tipus però que ha basat l'èxit dels darrers anys en substituir la comercialització amb còpies físiques per la distribució via Internet. Ambdós operen exclusivament als EUA, i per això Amazon ha decidit crear la seva pròpia filial europea, Lovefilm, que opera tan sols al Regne Unit, Alemanya, Dinamarca, Suècia i Noruega. Recentment, en clara competència amb Netflix, ha aparegut Vudu, un servei de lloguer de pel·lícules als Estats Units vinculat a la cadena de grans magatzems Wal-Mart (en aquest sentit, cal apuntar la possibilitat que El Corte Inglés o altres cadenes de comerç minorista puguin estar plantejant fer quelcom similar a Espanya).

### 3.3. PLATAFORMES CREADES PER AGENTS GRATUÏTS I/O COL·LABORATIUS

Seguint amb la mateixa fórmula de YouTube, però sense ser un producte propietat d'una gran companyia TIC, estan disponibles a la xarxa diverses plataformes per al visionat de contingut audiovisual. No obstant això, també s'ha de distingir que, mentre que en algunes d'aquestes el proveïdor de continguts és participatiu i va a càrrec de qualsevol usuari, n'hi ha d'altres en què els continguts són proposats per grans empreses dedicades a diferents àmbits vinculats a l'entreteniment. Sense oblidar també les que d'alguna manera funcionen fent servir una fórmula mixta: allotgen continguts tant d'usuaris particulars com d'empreses i televisions vinculades al sector. Mentre la gratuïtat és denominador comú en totes, la procedència dels continguts vetant d'usuaris com d'empreses. Tanmateix, és important matisar que, com passa a YouTube, empreses de diferents àmbits (mitjançant la creació del seu propi canal a YouTube, per exemple) també emeten a través d'aquestes plataformes assumint el rol d'usuaris. És el cas de TV3 i de la majoria de grans televisions de l'Estat espanyol, tret de Telecinco.

En aquest sentit, començarem per dues plataformes que, una dirigida al món musical i l'altra orientada a oferir continguts de directe, es nodreixen només de continguts audiovisuals que són propietat de determinats segells (empreses) vinculats a l'àmbit musical en el primer dels casos i de continguts proposats per una àmplia xarxa de canals en el segon.

#### 3.3.1 Companyies proveïdores de continguts

Vevo

Aquesta plataforma posada en marxa el 2009 i propietat de Sony Music Entertainment, Universal Music Group, i Abu Dhabi Media Company (desenvolupada i allotjada per YouTube, Sony i Google), posa exclusivament a disposició del consumidor vídeos musicals a la carta. Amb una restricció territorial, perquè únicament s'hi pot accedir des dels EUA i el Canadà, aquesta plataforma va obrir el seu propi canal a YouTube per poder universalitzar els seus continguts. En aquest cas, els continguts provenen del segell Universal i només és aquest el que abasteix continguts a aquesta plataforma, també accessible des de qualsevol ordinador o dispositiu (per ara se n'exceptuen els televisors).

## Ustream

Ustream és una plataforma que allotja una xarxa de diferents canals que hi emeten continguts audiovisuals en directe. A més de permetre poder accedir a continguts que estan sent emesos a l'instant, Ustream els emmagatzema, de manera que construeix una exclusiva biblioteca de vídeos de directes a la carta. Nascuda el 2007, aquesta plataforma viu dels seus ingressos de publicitat i està disponible des de qualsevol dispositiu o ordinador.

### 3.3.2 L'usuari com a proveïdor de continguts

Deixant de banda els casos especials de Vevo i Ustream, a continuació presentem algunes de les diverses i molt diferents empreses gratuïtes i col·laboratives disponibles a la xarxa.

## Vimeo

Tot i ser anterior a YouTube, aquesta empresa nord-americana de cobertura global no va començar a tenir èxit fins el moment en què YouTube va canviar els hàbits de consum i Internet es convertia en la més gran finestra de consum de continguts audiovisuals. Amb una política diferenciada de la de YouTube, Vimeo els últims anys s'està posicionant en el mercat oferint un producte audiovisual igual, però de més qualitat que la seva competidora. Per poder distingir-se de YouTube, la plataforma, propietat d'InterActiveCorp (IAC) (empresa d'Internet amb més de 50 pàgines en més de 40 països), proposa un visionat de vídeos a la carta amb més qualitat d'imatge. Aquest plantejament ha provocat que professionals amb treballs de qualitat professional i artística elevada trobin a Vimeo la plataforma ideal per poder fer conèixer la seva feina. El proveïdor de continguts continua sent l'usuari, però amb un perfil més professional i artístic. Finançada per la publicitat que s'hi insereix, l'accés a aquesta plataforma està disponible des de qualsevol dispositiu o ordinador.

## Dailymotion

Com passa amb Vimeo, la plataforma francesa Dailymotion es diferencia de YouTube pel fet d'estar principalment dirigida a continguts audiovisuals de perfil més professional i amb qualitat d'imatge en HD. Posada en marxa poc després de YouTube (2005), aquesta empresa propietat de Cédric Tournay obté el finançament a partir de la publicitat i és accessible des de qualsevol ordinador o dispositiu amb connexió a Internet.

## Justin TV

Aquesta plataforma d'origen holandès i de cobertura global propietat de Kiko.com es va posar en marxa el 2007. De la mateixa manera que Ustream, Justin TV posa a disposició del consumidor vídeos de directe. Tanmateix, en aquest cas, els continguts no provenen únicament d'una xarxa de diferents canals sinó que també provenen de tot usuari que hi vulgui participar. El component essencial que va fer que aquesta plataforma tingués repercussió, a més del fet d'emetre continguts de directes, va ser que l'usuari —mitjançant una càmera col·locada al cap— podia pujar-hi vídeos en rigorós directe del que estigués veient. En aquest sentit, al contrari del que passa amb Ustream, l'usuari pot penjar-hi també els seus propis vídeos i generar tot un canal d'emissió de continguts.

### 3.3.3 Experiències a l'Estat espanyol

## MobuzzTv

La ja tancada (2008) plataforma espanyola MobuzzTv congregava un conjunt de videoblogs amb programes d'entreteniment, tecnologia, actualitat i tendències de 5 a 10 minuts de durada. Eren els usuaris d'aquests blogs els qui pujaven els continguts a aquesta plataforma accessible des de qualsevol dispositiu amb connexió a Internet.

#### ADNstream TV

El lloc web espanyol posat en marxa el 2007 posa a disposició de l'usuari una xarxa de diferents canals de TV (ja disponibles en altres plataformes més clàssiques). D'aquesta manera, ADNstream TV dona al consumidor la possibilitat d'accedir a continguts audiovisuals sota demanda (o a la carta) de canals com Historia, Cocina, Sol música, Hollywood, etc. A més, ADNstream TV possibilita al consumidor l'accés a una sèrie de canals que emeten en directe i que, mitjançant un sistema a partir del qual la plataforma mateixa selecciona els continguts que més s'hi ajusten, proposa continguts apropiats per als seus gustos.

### 3.4. LES COMPANYIES DE TELECOMUNICACIONS

La majoria de les companyies de telecomunicacions que ofereixen els serveis de telefonia i de connexió ADSL a Internet a les llars reproduïen paquets de televisió a la manera dels que funcionaven amb la televisió terrestre. Els operadors ofereixen paquets complets amb els canals TDT convencionals, els canals d'alta definició i canals TDT de pagament que els espectadors han d'escollir en funció del paquet contractat. A més, els operadors estan incorporant a la seva oferta de serveis la funció de videoclub, amb la qual cosa els espectadors poden navegar amb els seus televisors o ordinadors pels catàlegs i baixar-se o reproduir els films que escullin. Una altra de les funcionalitats incorporades pels operadors són els equipaments que, connectats al televisor, permeten la navegació per Internet i la consulta de vídeos.

Taula 1. Companyies de telecomunicacions a l'Estat espanyol i serveis que ofereixen a través d'Internet

Companyia	Serveis
<b>Movistar</b> <b>Imagenio</b>	<p>Nombre de canals disponibles: de 30 a 70 canals, TDT, Vídeo a la Carta i Gol TV. Canals a la carta / Televisió digital interactiva, tecnologia IPTV.</p> <p>Ofereix un servei de videoclub a través de l'ADSL que pot utilitzar-se tant a la televisió (mitjançant un reproductor multimèdia) com a l'ordinador. El reproductor, Multimedia HD de Movistar, reproduïx la gran majoria dels formats de so i vídeo disponibles.</p> <p><a href="http://www.movistar.es/ocio-tv">http://www.movistar.es/ocio-tv</a></p>
<b>Orange TV</b>	<p>Orange ofereix un paquet de televisió i de videoclub molt semblant al de Movistar, amb més d'una setantena de canals, entre els quals hi ha inclosos els de la TDT convencional i canals temàtics de cinema, documentals, viatges o infantils.</p> <p><a href="http://tv.orange.es/">http://tv.orange.es/</a></p>
<b>Vodafone</b> <b>Internet TV</b>	<p>Vodafone TV, descodificador (que permet la gravació de continguts), tots el canals TDT i TDT HD, canals TDT de pagament, notícies, vídeos Internet amb el programari Vodafone Media Manager</p> <p><a href="http://www.vodafone.es/particulares/servicios/tv_internet/">http://www.vodafone.es/particulares/servicios/tv_internet/</a></p>
<b>Ono</b>	<p>Els serveis d'ONO són, també, molt semblants als de la resta dels operadors ja esmentats, i</p>

inclouen un paquet bàsic de 40 canals i un altre de 70, i un de 100 canals. A més, té un servei de videoclub amb més de 1.500 produccions gratuïtes.

<http://www.ono.es/productos/television/>

Les fórmules dels operadors de l'Estat espanyol són les mateixes que les de la resta dels operadors europeus i nord-americans que hem analitzat (2).

### 3.5. ALTRES AGENTS TRADICIONALS

Els mitjans de comunicació tradicional, i en particular la premsa escrita, han estat uns dels actors del sector mediàtic que han incorporat progressivament els continguts audiovisuals a la seva graella de serveis. A pesar que la majoria dels continguts són informatius i complementen les notícies escrites, també hi ha una producció que va més enllà del contingut de la publicació en paper i ofereix programes o peces que no tenen relació amb la versió escrita. La majoria dels diaris, a més, formen part de grups mediàtics que també aporten els seus continguts a través del seu lloc web. La llista de plataformes de vídeo o de televisió no és, ni molt menys, definitiva, però sí que és representativa dels canals de televisió i vídeo d'alguns diaris de Catalunya, l'Estat espanyol, Europa i Amèrica. Evidentment, hi ha milers de diaris a tot el món que funcionen amb fórmules molt semblants i que han fet de la consulta de vídeo una forma més d'atreure lectors. A més, els diaris, en particular, pel gran nombre de lectors que tenen en general, també incorporen entre la seva oferta vídeos de portals com YouTube.

Els webs de vídeos dels diaris —la majoria dels quals es defineixen com a televisions, com Vilaweb TV, Ara TV, el Mundo Televisión, La Vanguardia TV o La Repubblica TV— han evolucionat de ser simples exposicions de continguts audiovisuals que complementen la notícia escrita a tenir una estructura i un entitat diferenciada. Les televisions de les versions online dels diaris escrits tenen, com els diaris mateixos, seccions que diferencien els continguts. Com a exemple, al diari Ara les nou seccions del diari escrit tenen els seus nous corresponents a Ara TV —com també en el cas de la secció de vídeos de elpais.com o la Repubblica TV. En canvi, La Vanguardia TV anomena canals les seccions de la seva televisió, i molts d'aquests canals no tenen el seu corresponent escrit (per tant, hi ha una dinàmica no convergent entre ambdós tipus de contingut, a diferència d'Ara TV). A més, els canals de La Vanguardia TV tendeixen a ser més frívols (Estrenos Now!, Històries de can Fanga o MelarGO complementen els clàssics Actualidad, Barcelona, Cine, Cultura o Deportes). Un cas entremig serien el del *New York Times* o el *Wall Street Journal*, en què la majoria de les seccions del seu apartat de vídeos es corresponen amb les del diari. Un altre exemple híbrid és el de Vilaweb TV, que en la seva pàgina principal estructura la televisió en cinc grans apartats, però que conté mig centenar de canals referits a temes específics, alguns dels quals són externs a Vilaweb TV. Una de les característiques de la gran majoria de les webs de vídeo dels diaris és la utilització de continguts de YouTube, de la mateixa manera que fan moltes televisions, com a font d'informació.

D'altra banda, cal comentar que gairebé tots aquests serveis inclouen anuncis previs a la visualització dels vídeos com a forma de finançament. A més, els diaris que formen part de grans grups mediàtics utilitzen aquests serveis de vídeo per publicitar els seus continguts.

Les característiques que hem analitzat dels webs de vídeos dels diaris tradicionals ens porten a una categorització que ha de tenir en compte:

- La qualificació o no de TV.
- La distribució dels continguts en relació amb els continguts per escrit.
- L'origen dels continguts (propis, externs però del mateix grup mediàtic, externs).

- Dades sobre el nombre de vídeos disponibles o les dates dels vídeos que permetin saber l'origen de la plataforma.

L'evolució constant dels webs de vídeos dels diaris tradicionals marca una tendència cap a un consum cada cop més audiovisual de la informació, una forma de competir amb altres fórmules informatives a les portes de la gran transformació de la premsa tradicional, la possible desaparició de les edicions en paper.

Entre els agents tradicionals de la comunicació, no es pot oblidar tampoc la possibilitat que els agents propietaris dels drets sobre esdeveniments audiovisualitzables (esports, concerts, etc.) o productes audiovisuals fins ara poc comercialitzables (curtmetratges, per exemple) aprofundeixin en la proposta de plataformes pròpies de distribució, i de la mateixa manera que ho fan les televisions, compaginin l'accés per mitjà d'aquestes plataformes amb la seva presència en les altres plataformes descrites en aquest informe.

- **EL FINANÇAMENT**

Encara no hi ha un model de finançament plenament establert per a les noves plataformes de distribució de continguts audiovisuals. En general, aquells agents que creen plataformes sense que la distribució de continguts via Internet sigui la seva activitat principal opten per models gratuïts finançats amb publicitat, ja que entenen aquestes plataformes més aviat com una manera d'atreure nous clients per a l'activitat principal. Ara bé, la gratuïtat també és molt present en la resta de casos: l'existència d'una gran competència, el cost que ja suposa una quota d'ADSL i la incidència de la pirateria fa que moltes d'aquestes plataformes demanin tan sols el registre i es financin amb la publicitat. En d'altres casos s'ofereixen serveis *premium* de pagament, que inclouen productes exclusius o bé eliminen la publicitat dels continguts, però els serveis 100% de pagament són poc freqüents.

El cas dels agents de compra i lloguer és diferent, ja que per la mateixa denominació de la seva activitat obtenen els ingressos del pagament dels seus clients. En el seu cas, la supervivència econòmica prové del fet que són capaços d'oferir un gran catàleg de continguts no circumscrits a alguns productors o distribuïdors. Per acabar, les plataformes de RTVE i de la BBC mereixen un esment a part, ja que es financen exclusivament amb fons públics.

- **ELS DISPOSITIUS**

En relació amb la qüestió dels dispositius o finestres a través dels quals les noves plataformes ofereixen els seus continguts, es detecta una tendència a anar-ne ampliant el ventall i, en conseqüència, es pot dir que ens trobem en una fase d'explosió. Així, tot i que algunes d'aquestes plataformes s'han originat a partir d'un servei ofert a través d'un *set-top box* i d'altres a partir d'un servei ofert per mitjà d'Internet per la via convencional, la majoria de plataformes estan treballant per acabar oferint els seus continguts en ordinadors, televisors (cosa que requereix l'acord amb els fabricants), dispositius portàtils (telèfons mòbils, tauletes, reproductors mp4), consoles i ordinadors, tal com ja fan TV3 a la Carta o Hulu. Ara bé, les plataformes han de ser cada cop més conscients que els continguts s'han d'adaptar a la finestra per la qual seran consumits, i aquesta idea encara no s'ha fixat del tot en alguns dels agents. D'altra banda, en l'àmbit dels dispositius hi ha també el problema de la diversitat d'estàndards, que compliquen la distribució als proveïdors i la recepció als consumidors. En aquest sentit, és probable que amb el temps, com ja ha passat amb altres tecnologies, s'acabi imposant un estàndard al qual tots es puguin acollir.

## 6. PROBLEMES PENDENTS DE REGULACIÓ

El gran abast i el ràpid desenvolupament de les plataformes audiovisuals, així com la diversitat de models i de solucions tecnològiques —i la seva evolució— estan generant nombrosos problemes d'ordre regulador

d'aquestes activitats, davant els quals les autoritats públiques nacionals i internacionals malden per trobar solucions satisfactòries que permetin conciliar les oportunitats que es generen amb el manteniment de la viabilitat dels agents audiovisuals preexistents i dels seus models de negoci. En relacionem els més importants a continuació.

- En primer lloc, els que van associats a la funció tradicional d'assegurar la diversitat i el pluralisme en el sistema audiovisual. Així, arreu d'Europa es busca aclarir el paper que han de jugar les televisions públiques en l'expansió cap als serveis d'accés a petició (*on demand*), dins el perímetre d'activitat que els és propi però que no impedeixi el desenvolupament de la iniciativa privada d'activitats en principi no sotmeses a restriccions per invocació de l'interès general.

Paral·lelament, caldrà anar afinant la regulació encara molt genèrica de les polítiques de foment d'aquesta diversitat pel que fa als ajuts a la producció (hi tenen dret, per exemple, les obres destinades a ser comercialitzades primerament o únicament per plataformes VOD?), les quotes de reserva de continguts a llengües, producció nacional o producció independent en aquestes plataformes, i l'extensió a aquestes plataformes de les obligacions respecte al finançament de la producció audiovisual.

- En el terreny de l'explotació dels drets audiovisuals, caldrà anar afinant la regulació que els protegeix a escala nacional (territorialització dels drets), quan moltes de les plataformes tenen una facilitat d'accés internacional clara. Aquesta circumstància dificulta el comerç dels drets, però també la persecució de les infraccions.

Ahora, caldrà anar revisant i potser harmonitzant les polítiques nacionals sobre drets d'autor en aquest entorn internacionalitzador dels circuits audiovisuals.

- Igualment, és previsible que calgui introduir una certa harmonització en la cronologia d'explotació de les produccions audiovisuals en el marc internacional, ja que les immenses possibilitats de vulnerar les pautes existents per autoregulació del sector a cada país poden forçar a desprotegir molts dels agents actuals.

- De manera general, però, serà necessària una aplicació acurada de la regulació econòmica sobre els abusos de posicions dominants i els efectes en la competència al mercat, atesa la disparitat d'agents i les diferències enormes en la seva capacitat de negociació en la cadena de valor de l'audiovisual.

- Finalment, cal recordar que actualment ja s'ha iniciat el debat sobre la necessitat, oportunitat i legitimitat de protegir la neutralitat d'Internet (neutralitat de la xarxa i dels proveïdors d'accés) davant els interessos creuats dels principals agents que hi intervenen.

## 7. CONCLUSIONS

Tal com hem pogut observar al llarg d'aquest repàs de les principals plataformes de continguts audiovisuals a Internet, la situació és lluny de ser estable, tenint en compte el gran nombre d'agents i actors involucrats i el fet que la xarxa dicta unes lleis diferents de les que eren vigents fins a l'arribada d'Internet. S'observa una lluita per aconseguir el màxim d'audiència possible oferint el màxim de continguts mitjançant fórmules d'accés heterogènies. Com a conclusions a cadascun dels apartats en què hem dividit el present informe podem dir:

- Els agents TIC. La principal qüestió relativa als agents TIC és si Google, de la mateixa manera que ha fet amb el seu cercador, acabarà per monopolitzar la distribució audiovisual a través de la seva fórmula Google TV. Si fos així, a la resta d'agents se'ls tindria reservat un paper molt marginal, subordinat a Google. Amb menys poder i menys visibilitat. Es reproduiria, doncs, el mateix esquema que en el cercador. Una qüestió que es plantejaria aquest panorama seria el dels recursos legals que

poden posar fre a una situació de monopoli en la distribució audiovisual mitjançant la xarxa, de la mateixa manera que ja passa amb el cercador, que ha estat denunciat per Microsoft a les autoritats europees per pràctiques monopolístiques i als Estats Units afronta diversos litigis per possible abús de posició dominant. A banda de les pressions legislatives, només les grans companyies TIC, com Microsoft i Sony, gràcies a la força dels seus dispositius, poden exercir de barrera en l'expansió de Google TV com a servidor universal de productes audiovisuals, així com els grans propietaris de drets audiovisuals, com ara les *majors* de Hollywood i les entitats esportives de gran abast.

- Un altre dels agents que es postulen com a possibles servidors universals de continguts audiovisuals són les xarxes socials. Facebook, amb l'anunci de la seva entrada en la distribució audiovisual, ha posat una primera pedra per a la seva conversió en una xarxa de difusió de produccions. Precisament la competència entre Google i Facebook és un dels combats actuals i futurs entre plataformes per l'hegemonia en la distribució audiovisual.
- Els portals d'enllaç han estat fins ara els grans dinamitzadors i dinamitzadors de la distribució audiovisual per la xarxa, unes plataformes que han contribuït a la popularització del consum audiovisual per Internet i que han substituït el tradicional P2P, aprofitant les esclatxes que proporciona la regulació d'activitats fonamentades en l'ús de tecnologies molt canviants.
- Els agents tradicionals del sector audiovisual —canals de televisió, productores i distribuïdores de cinema i televisió— han evolucionat cap a la confecció de plataformes pròpies i, alhora, també s'esforcen per ser presents en altres plataformes d'agrupació de continguts per tal d'aconseguir una visibilitat més gran i, per tant, capacitat de generar economies d'escala. Aquesta lluita es fa evident, per exemple, en el cas de Hulu (les *networks* es plantegen fins a quin punt els surt a compte) o amb els problemes que està tenint YouView. En definitiva, es posa de manifest que, com que encara no hi s'ha definit un model de negoci plenament instaurat, els actors intenten diversificar el seu posicionament per no apostar-ho tot a una sola carta. Això fa que continuament apareguin nous agents i que sigui impossible fer-ne una catalogació exhaustiva. A això s'hi afegeixen actors sobrevinguts, com els operadors de telecomunicacions o els grans agents TIC.
- En el cas dels agents col·laboratius, cal dir que, si no tenen un suport per part d'un altre gran agent —com el cas de YouTube, propietat de Google—, les seves opcions passen per una especialització en continguts i públics, com és el cas de Vimeo, vinculada al món professional de la producció audiovisual. Un dels problemes principals en aquest terreny de cara al futur rau en el reconeixement, gestió i retribució dels drets d'autor.
- Els agents de telecomunicacions, que porten el senyal IP a les llars dels usuaris, es compten entre els beneficiaris fins ara, i en general, de l'emergència del consum audiovisual a través de la xarxa, ja que han incrementat el trànsit per les seves infraestructures. Ara bé, atesa la gran competència entre elles i la repercussió en els models d'explotació, actualment plantegen la necessitat que els proveïdors dels serveis sobre Internet cooperin en el finançament de l'activitat per poder afrontar la inversió econòmica necessària per augmentar la capacitat de les xarxes, especialment per a l'Internet mòbil.
- Aquests operadors també volen endur-se una part dels beneficis de la distribució de continguts, i, a més dels paquets de televisió tradicional, també han establert aliances per tal de subministrar l'accés a determinats llocs web a través de la televisió. Previsiblement, la seva estratègia ha de tendir cap a l'establiment d'aliances estables amb agents clau del sector de la producció i la distribució de continguts per Internet.
- Finalment, agents en principi allunyats de la producció audiovisual com la premsa escrita tradicional també han fet una aposta, tot i que de caràcter molt més restringit, per la difusió audiovisual i la creació de plataformes informatives en format televisió. Tanmateix, no tenen ni l'abast ni les pretensions de la resta dels agents que hem analitzat.
- En un futur proper, caldrà tenir en compte les actuacions dels propietaris de drets sobre esdeveniments esportius, musicals i altres continguts audiovisuals, alguns dels quals poden optar per

constituir les seves pròpies plataformes al mateix temps que acorden l'explotació no en exclusiva amb les altres plataformes existents.

**ANNEX: Taules informatives sobre les noves plataformes tractades en l'informe**

**AGENTS AUDIOVISUALS TRADICIONALS**

AGENT	ANY D'ORIGEN	PAIS D'ORIGEN	TERRITORI DE COBERTURA	PROPIETARIS	PROVEÏDORS	FORMATS DE SERVEI	DISPOSITIUS D'ACCÉS	FINANÇAMENT	FORMA D'ACCÉS
TV3 a la Carta	2004	Catalunya	Mundial	CCMA	Canals de televisió de la CCMA	<i>Streaming</i> en directe  A la carta  <i>Catch-up</i>  Podcasts	Ordinador  Televisor  Dispositius mòbils  Consola  <i>Set-top box</i>	Publicitat + públic	<i>Streaming</i>
TVE a la Carta		Espanya	Mundial	RTVE	Canals de televisió i ràdio de RTVE	<i>Streaming</i> en directe  A la carta  <i>Catch-up</i>	Ordinador	Públic	<i>Streaming</i>
Pluzz	2010	França	França	France Télévisions	Canals de televisió de France Télévisions	<i>Streaming</i> en directe  <i>Catch-up</i>	Ordinador	Subscripció + publicitat + públic	<i>Streaming</i>
RAI	2005	Itàlia	Mundial	RAI	Canals de televisió i de ràdio de la RAI	<i>Streaming</i> en directe  <i>Catch-up</i>  A la carta  Podcast	Ordinador	Publicitat + públic	<i>Streaming</i>



						s			
iPlayer	2007	Regne Unit	Regne Unit	BBC	Canals de televisió i de ràdio de la BBC, ITV, Channel 4, S4C, Five, SeeSaw, MSN Video Player	<i>Streaming</i> en directe  <i>Catch-up</i>	Ordinador  Televisor  Dispositius mòbils  Consola  <i>Set-top box</i>	Públic	<i>Streaming</i>
YouView	2012	Regne Unit	Regne Unit	BBC, Channel 4, Five, ITV, Arqiva, BT, TalkTalk	Canals de televisió i ràdio dels propietaris	<i>Catch-up</i>	<i>Set-top box</i> (usuaris de Freeview)	Subscripció + publicitat + públic	<i>Streaming</i>
XIP/TV		Catalunya	Mundial	XAL	Canals de televisió adscrits a la XAL	A la carta	Ordinador	Publicitat + públic	<i>Streaming</i>
Hulu	2008	Estats Units	Estats Units	NBC Universal, Fox Entertainment Group, ABC Inc., Providence Equity Partners	Networks dels propietaris  Estudis de cinema dels propietaris  Canals de televisió de Viacom	<i>Catch-up</i>  A la carta	Ordinador  Televisor  Dispositius mòbils  Consola  <i>Set-top box</i>	Subscripció + publicitat	<i>Streaming</i>
ABC Player	2006	Estats Units	Estats Units	Walt Disney Internet Group	ABC	<i>Catch-up</i>	Ordinador	Publicitat	<i>Streaming</i>
NBC Video Library		Estats Units	Estats Units	NBC Universal	NBC	<i>Catch-up</i>	Ordinador  Dispositius mòbils	Publicitat	<i>Streaming</i>
CBS		Estats Units	Estats Units	CBS Interactive	CBS	A la carta	Ordinador	Publicitat	<i>Streaming</i>
Fox		Estats Units	Estats Units	Fox Entertainment Group	Fox	<i>Catch-up</i>	Ordinador	Publicitat	<i>Streaming</i>
Sky Player		Regne Unit	Regne Unit i Irlanda	BSkyB	Canals de televisió de BSkyB	A la carta  <i>Streaming</i> en directe	Ordinador  Televisor  Dispositius mòbils	Subscripció + publicitat	<i>Streaming</i>

							Consola <i>Set-top box</i>		
4oD	2006	Regne Unit	Regne Unit i Irlanda	Channel 4	Channel 4, E4, More4	A la carta  <i>Catch-up</i>	Ordinador	Publicitat	<i>Streaming</i>
Demand Five	2008	Regne Unit	Regne Unit	Five	Five, Five USA, Fiver	<i>Catch-up</i>	Ordinador  Dispositius mòbils	Publicitat	<i>Streaming</i>
ITV Player		Regne Unit	Regne Unit	ITV	ITV 1, ITV 2, ITV 3, ITV 4, CITV	<i>Streaming</i> en directe  <i>Catch-up</i>  A la carta	Ordinador  Dispositius mòbils  Consola	Publicitat	<i>Streaming</i>
Mitele		Espanya	Mundial	Telecinco	Telecinco, FDF, La Siete	<i>Streaming</i> en directe  A la carta	Ordinador	Publicitat	<i>Streaming</i>
Antena3.com		Espanya	Mundial	Antena 3	Antena 3, Nova, Neox	<i>Streaming</i> en directe  A la carta	Ordinador	Publicitat	<i>Streaming</i>
Digital + a la carta	2011	Espanya	Espanya	Digital +	Canal +	A la carta	<i>Set-top box</i>	Subscripció	<i>Streaming</i>
TF1		França	França	TF1	TF1	A la carta	Ordinador  Dispositius mòbils	Publicitat	<i>Streaming</i>
M6 Replay	2008	França	França	M6	M6	<i>Catch-up</i>	Ordinador  Televisor  Dispositius mòbils  <i>Set-top box</i>	Publicitat	<i>Streaming</i>
Netflix	1999	Estats Units	Estats Units i Canadà	Netflix	Cadenes de televisió i estudis	A la carta	Ordinador	Venda i lloguer	<i>Streaming</i> i descàrre

					cinematogràfics		Televisor Dispositius mòbils Consola <i>Set-top box</i>		ga
Amazon.com	1995	Estats Units	Estats Units	Amazon	Productores i distribuïdors de cinema, canals de televisió	A la carta	Ordinador Televisor Dispositius mòbils Consola <i>Set-top box</i>	Venda i lloguer	<i>Streaming</i> i descàrrega
Lovefilm	2002	Regne Unit	Regne Unit, Alemanya, Dinamarca, Suècia i Noruega	Amazon	Productores i distribuïdors de cinema, canals de televisió	A la carta	Ordinador Televisor Dispositius mòbils Consola <i>Set-top box</i>	Venda i lloguer	<i>Streaming</i> i descàrrega
Ultraviolet	2011	Estats Units	Estats Units, Canadà, Regne Unit	Consorci DECE: Fox, Paramount, Sony, Universal, Warner Bros., Microsoft, IBM, Nokia, Intel, Motorola, Samsung, Netflix, Hewlett-Packard, Best Buy, Neustar, entre d'altres	Fox, Paramount, Sony, Universal, Warner	A la carta	Ordinador Televisor Dispositius mòbils Consola <i>Set-top box</i>	Venda	<i>Streaming</i> i descàrrega
Keychest	Per determinar	Estats Units		Disney	Disney	A la carta	Ordinador Televisor	Venda	

							Dispositius mòbils Consola <i>Set-top box</i>		
Wuaki.tv	2011	Espanya	Espanya	Waki.tv	Productores de cinema i televisió nord-americanes i espanyoles (Warner, Paramount, Filmax, Vértice, entre d'altres)	A la carta	Ordinador Televisor Dispositius mòbils Consola <i>Set-top box</i>	Lloguer + publicitat	<i>Streaming</i>
Filmin	2007	Espanya	Mundial	Alta Films, Golem Distribución, Wanda Visión, El Deseo, Continental, Tornasol, Vértigo. Demini Cameo, Escac	Productores i distribuïdors	A la carta	Ordinador Dispositius mòbils Consola	Subscripció	<i>Streaming</i>
Filmotech	2007	Espanya	Mundial, amb restriccions	Egeda	Productores de cinema, televisió i animació	A la carta	Ordinador	Lloguer	<i>Streaming</i>
Vudu	2010	Estats Units	Estats Units	Wal-Mart	Productores de cinema	A la carta	Ordinador Televisor Consola <i>Set-top box</i>	Lloguer	<i>Streaming</i>

AGENTS TIC, GRATUÏTS I COL•LABORATIUS

AGENT	ANY D'ORIGEN	PAÍS D'ORIGEN	TERRITORI DE COBERTURA	PROPIETARIS	PROVEÏDORS	FORMATS DE SERVEI	FINANÇAMENT	DISPOSITIUS
YouTube	2005	Estats Units	Global	Google	Usuaris (malgrat les regles de	Vídeo <i>streaming</i>	Publicitat	Ordinadors, dispositius mòbils,

					YouTube en contra de pujar vídeos amb drets d'autor, aquest material hi és en abundància) i altres plataformes			consoles, etc.
Vimeo	2004	Estats Units	Global	InterActiveCorp (IAC)	Usuaris i altres plataformes	Vídeo <i>streaming</i>	Publicitat	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
Vevo	2009	Estats Units	Global	Sony Music Entertainment, Universal Music Group, i Abu Dhabi Media Company (desenvolupada i allotjada per Youtube, Sony i Google).	Universal	Vídeo <i>streaming</i>	Publicitat	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
Ustream	2007	Estats Units	Global	Ustream	Xarxa de diversos canals	Vídeo <i>streaming live</i>	Publicitat	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
Dailymotion	2005	França	Global	Cédric Tournay	Usuaris i altres plataformes	Vídeo <i>streaming</i>	Publicitat	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
ADNstream	2007	Espanya	Global	ADNstream	Usuaris, productors i generadors de contingut	Vídeo <i>streaming</i>	Publicitat	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.

					TV			
Mobuzz	2008	Espanya	Global	Anil de Mello	Usuaris (videoblogs)	Vídeo <i>streaming</i>	Publicitat	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
JustinTV	2007	Holanda	Global	Kiko.com	Usuaris	Vídeo <i>streaming (live)</i>	Publicitat	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
Filmin	2007	Espanya	Global	Alta Films, Golem Distribución, Wanda Visión, El Deseo, Continental, Tornasol i Vértigo, DeminiCameo, ESCAC.	Productores i distribuïdors	Vídeo <i>streaming</i> (pagament previ)	Venda producte	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
PS3store	2008	Japó	Global	Sony	Televisions, distribuïdors de cinema	Descàrrega directa (lloguer i compra)	Venda producte	Consola
XBOX LIVE	2002	Estats Units	Global	Microsoft	Televisions, distribuïdors de cinema	Descàrrega directa (lloguer i compra)	Venda producte	Consola
iTunes Video Store (Apple Tv)	2005	Estats Units	Global	Apple	Productores i distribuïdors (NBC, ABC)	Descàrrega directa i vídeo <i>streaming</i> (lloguer i compra)	Venda producte	Ordinadors, dispositius mòbils.
Megaupload	2005	Hong Kong	Global	Megaupload Limited	Usuaris i altres plataformes	Descàrrega directa (pagament per evitar restriccions)	Publicitat i subscripció	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.

Megavideo	2007	Hong Kong	Global	Megaupload Limited	Usuaris i altres plataformes	Vídeo <i>streaming</i> (pagament per evitar restriccions)	Publicitat i subscripció	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
Series Yonkis	-----	Espanya	Global	-----	Megavideo i megaupload	Vídeo <i>streaming</i> i descàrrega directa	Publicitat	Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
Facebook	2004	Estats Units	Global	Mark Zuckerberg	Usuaris i altres plataformes	Vídeo <i>streaming</i> (des d'altres proveïdors)		Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
Twenti	2006	Espanya	Global	Telefónica	Usuaris i altres plataformes	Vídeo <i>streaming</i> (des d'altres proveïdors)		Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
MySpace	2003	Estats Units	Global	News Corporation	Usuaris i altres plataformes	Vídeo <i>streaming</i> (des d'altres proveïdors)		Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.
Twitter	2006	Estats Units	Global	Jack Dorsey	Usuaris i altres plataformes	Vídeo <i>streaming</i> (des d'altres proveïdors)		Ordinadors, dispositius mòbils, consoles, etc.

- [1] Vegeu l'article de *The Telegraph* referent a aquesta qüestió seguint l'enllaç següent:  
<http://www.telegraph.co.uk/technology/news/8313159/YouView-confirms-launch-further-delayed-until-2012.html>.
- [2] SFR (França) <http://adsl.sfr.fr/neufbox-evolution/television/#1>  
Bouygues Telecom (França) <http://www.bbox.bouyguestelecom.fr/adsl/bouquet-inclus.html>  
AT&T (EUA) <http://www.att.com/personal/advancedtv/#fbid=d88BP1nRld>  
Verizon TV (FiOS TV) (EUA) <http://www22.verizon.com/Residential/TV/#>  
Virgin Media (GB) <http://www.virginmedia.com/>  
Comcast (EUA) <http://www.comcast.com/Corporate/Learn/DigitalCable/HD.html>  
ComCast (diverses fórmules) <http://www.fancast.com/ondemand/> (on demand)  
Numericable (França) <http://www.numericable.tv/>  
Cablevision / Optimum (ioTV) (EUA) <http://www.optimum.com/fo/index.jsp>  
Cablevision (Vídeo on demand) [http://www.cablevision.net.mx/appmanager/cablevision/portal?nfpb=true&nfxr=false&pageLabel=entretenimiento\\_onDemand&nfto=false](http://www.cablevision.net.mx/appmanager/cablevision/portal?nfpb=true&nfxr=false&pageLabel=entretenimiento_onDemand&nfto=false) (tornar)