



Fuente:
TicBeat

El nuevo escenario al que nos enfrenta esta cuarentena insólita también está registrando su repercusión en el panorama audiovisual. En las más de cinco semanas que dura el confinamiento, el acceso a la televisión y a las plataformas digitales ha experimentado un aumento exponencial.

El uso de apps de streaming ha provocado que incluso la Unión Europea ha solicitado a las plataformas en streaming que reduzcan la calidad de su reproducción de vídeo. Y es que reduciendo el bitrate (o la tasa de bits) también se disminuye el consumo de Internet hasta un 25%, lo que se traduce en una mayor funcionalidad para las operadoras y una garantía de que todos los servicios continúen funcionando de manera adecuada.

La cuarentena también ha afectado, por supuesto, a las televisiones convencionales. Pero el uso es completamente distinto. Los canales tradicionales han alcanzado récords de visionado en sus espacios, con picos de hasta 20,4 millones de espectadores. Casi la mitad de los cuales son para el género informativo. Para las plataformas digitales, en cambio, esta subida se traduce en datos más duraderos: un aumento de suscriptores. El consumo es, además, sobre todo de ficción. La plataforma Filmin (distribuidora de contenidos audiovisuales española) ha aumentado un 70% su tráfico en el último mes y medio. El confinamiento al que se ha visto sujeto medio mundo ha terminado de materializar un cambio de paradigma audiovisual que llevaba ya unos años en marcha.

Nuevos actores y nuevos roles en la industria española

Este fenómeno, que desarrollo en el documental *Endless Cinema* (2019), no sólo implica la novedad de incluir nuevas empresas dentro del tablero de juego de la producción, sino también nuevos actores y nuevos roles en la industria audiovisual, especialmente significativo en el caso de la cinematográfica.

En la actualidad, Netflix, Google y Amazon (junto con Facebook, Microsoft y Apple) consumen más del 43% del tráfico de Internet, si bien es Netflix la que mayor consumo realiza, con cerca de un 12.6% del tráfico total. El gasto de Internet que generan es solo muestra del consumo creciente que los usuarios realizan de estas plataformas, unas entidades cuyo poder no solo radica en la exhibición, sino también en la producción.

Estos nuevos actores en el terreno audiovisual acumulan capacidad de producción en unas pocas manos, y la preocupación en el sector está fundada. ¿Queda espacio para todos en un paisaje cada vez más consolidado en cinco o seis grandes compañías, que no sólo producen su propio contenido sino que tienen además el poder sobre la distribución de dicho contenido?

El studio system de hoy

En realidad, la industria del cine ha pasado por períodos similares durante los que la producción y

distribución estaban concentradas en unas pocas manos. Durante la etapa dorada del studio system, Hollywood actuaba con auténtica dimensión fabril. La inyección financiera que las majors suministraban al mercado cinematográfico produjo una de las mejores eras en la creación artística, un beneficio que también se veía acrecentado por la posesión de todo el ciclo productivo de una película: producción, distribución y exhibición.

Su omnipotencia fue salvaje durante décadas, hasta que las leyes antitrust dieron al traste con su monopolio. Fue entonces cuando los estudios vieron mermada su capacidad de actuación, invirtiendo menos, arriesgando menos y, consecuentemente, obteniendo menos beneficios.

Si bien estas nuevas plataformas con gran potencial financiero compiten con las productoras tradicionales por la creación cinematográfica, también suponen un rival para las distribuidoras y exhibidoras por contar con sus propios cauces de proyección. El recelo, por tanto, está fundado.

Más opciones para proyectos marginales

No obstante, también es cierto que ofrecen la posibilidad de llevar a la gran pantalla (en sentido figurado en algunas ocasiones, ya que se estrenan a veces online) proyectos que no han encontrado financiación ni cabida en el circuito tradicional.

El emblemático cineasta Mike Leigh pudo realizar *Peterloo* (2019) gracias al apoyo de Amazon, y el propio Scorsese vio cumplido su deseo de presentar *El irlandés* por intercesión de Netflix.

En España, la llegada de las nuevas plataformas en streaming supone una importante apertura para el mercado nacional, traduciéndose en mayor número de puestos de trabajo y de producciones locales. De hecho, está proyectada la sede de Netflix en nuestro país, y la estimación de creación de trabajo es de 25.000 nuevos empleos.

Netflix, a la cabeza

En términos de creación de contenidos Netflix sigue a la cabeza, teniendo programadas siete nuevas producciones españolas para 2020 y 2021, además de las consagradas *Las chicas del cable*, *Paquita Salas*, *La casa de papel* o *Élite*.

Quizá por ello exista cierto temor al monopolio. Y también, una desconfianza a que su catálogo (ficción, documental y series) quede reducido a una masa uniforme de producciones sin personalidad.

Pero al contrario que otros recelos, este temor queda confrontado por la propia realidad. Poco tienen que ver el thriller *7 años* (2016, Roger Gual) con la comedia *Fe de etarras* (2016, Borja Cobeaga) o el drama biográfico *Elisa y Marcela* (2019, Isabel Coixet), las tres de Netflix. De la directora catalana también es *Foodie Love* (2019), una serie de HBO que tiene rasgos autorales claros y perfectamente identificables.

HBO tiene una naturaleza algo distinta a Netflix o Amazon, aunque es otra plataforma de alto impacto en el audiovisual español, ya que tiene rasgos autorales claros y perfectamente identificables.

HBO tiene una naturaleza algo distinta a Netflix o Amazon, aunque es otra plataforma de alto impacto en el audiovisual español, ya que se inició como una televisión por cable, y no una plataforma de exhibición ad hoc.

Más creatividad, pero riesgo de monopolio

Sea como fuere, y aunque el impacto del streaming y de la producción de estas nuevas plataformas solo podrá ser analizado a largo plazo, lo cierto es que la aparición de estos nuevos protagonistas en el espectro español ha transformado la producción audiovisual. Y lo es tanto ofreciendo un nuevo medio de producción y de exhibición para autores de prestigio, como posibilitando la producción y emisión de contenidos a creadores que no encuentran salida a su trabajo por los cauces tradicionales.

Tanto para seguidores del cine, como para los amantes del binge-watching, la llegada de estas plataformas ha dado un giro a la concepción tradicional de producción y exhibición audiovisual. Aunque es pronto para

adelantar conclusiones, lo cierto es que, en su vertiente positiva, han fomentado la creatividad, aportando mayores opciones de creación y exhibición, así como el incremento de proyectos audiovisuales. No obstante, su omnipotencia y sus ventajas fiscales hacen que el temor al monopolio del mercado esté fundado. Solo el tiempo dirimirá si su implantación ha sido para bien o para mal. The Conversation

Disponible en:

<https://www.ticbeat.com/tecnologias/las-plataformas-digitales-se-consoli...> [1]

Links

[1] <https://www.ticbeat.com/tecnologias/las-plataformas-digitales-se-consolidan-durante-el-confinamiento-es-bueno-para-todos/>