

LA POPULARIZACIÓN DEL VÍDEO EN INTERNET. DEL VIDEOCLUB A YOUTUBE EN HTML-5.

David Polo Serrano¹.

Resumen

Estudio descriptivo derivado de la expansión de los formatos de vídeo en Internet. Se analizarán los elementos videográficos que lo componen desde una perspectiva cronológica hasta llegar al año 2005, donde explotan los portales de filosofía 2.0 dedicados a la presentación y subida gratuita de productos multimedia. Seguidamente se pondrán las bases para comprender la evolución acaecida en el último lustro, donde los medios de comunicación y las webs de orientación multimedia se han desarrollado con un claro enfoque visual. Para finalizar se presentarán las perspectivas futuras, donde se prevé una cerrada batalla por la implantación del códec bajo html-5.

Palabras clave

Vídeo, Internet, Popularización, YouTube, Html-5.

Abstract

This is a descriptive study from the expansion of Internet video formats. We will analyze the elements that compose videographic from a chronological perspective until the year 2005, where portals explode "philosophy 2.0" dedicated to the presentation and free rise of multimedia products. Then set the groundwork for understanding the evolution happened in the last five years, where the media and media-oriented websites have been developed with a clear visual focus. Finally we present future prospects, which provides a close battle for the implementation of the codec under html-5

Keywords

Video, Internet, Popularization, YouTube, Html-5.

1. Del texto al vídeo

Hablar de vídeo en la presente década es hablar de Internet, y más concretamente de YouTube (Alexa, 2009). Hacerlo hace sólo 15 años, era pensar en los videoclubes (Fundación Autor, 2005).

En apenas tres lustros nuestro concepto de vídeo ha venido unido, casi por un hilo imperceptible e indisociable, al de su soporte contenedor; si en un día fueron los acetatos (35mm, cintas VHS y Beta), y en otro los discos ópticos (CD, DVD y Bluray), ahora se prioriza un ente llamado Internet que muchos usuarios confunden como soporte cuando en realidad no es ni siquiera formato, sino como afirma Alejandro Piscitelli “el primer medio masivo de la historia que permitió una horizontalización de las comunicaciones, una simetría casi perfecta entre producción y recepción, alterando en forma indeleble la ecología de los medios” (Piscitelli, 2002).

Serían pues, y en cada caso, los discos duros y las memorias flash con sus discos sólidos rígidos, que batallan con sustituir (Sacha, 2008) a los primeros, los contenedores de esos vídeos que no paramos de ver nada más con entrar en nuestro navegador preferido.

Empezaremos definiendo conceptos básicos tales como audiovisual, videográfico y multimedia, para establecer las bases de nuestra investigación:

Audiovisual, según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua se define como aquel “que se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez. Se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas” (RAE, 2010). En esta última idea ahonda Wordreference, “proyección de imágenes de una película o diapositivas combinada con sonidos, con fines didácticos” (Wordreference, 2010). Por lo tanto, une inexorablemente las ideas relativas al sonido y a las imágenes fijas o en movimiento, no permitiendo que un documento sólo sonoro sea considerado como tal, ni una película sin sonido tampoco lo sea. Se trata pues de una idea polémica que ha traído tras de sí un debate semántico, intelectual y cultural, y que ha separado en dos vertientes a los defensores del binomio y a los que entienden “audiovisual” como un concepto contenedor de vídeo con o sin sonido. A raíz de estas posturas surgen autores como Memoriav (Martín Neira, 2003)

que consideran el cine mudo como audiovisual, dado que el silencio también es sonido, estableciendo así cómo una fotografía podría ser un elemento audiovisual del mismo modo que un audio o un vídeo aislado, siempre que ofrezcan un objetivo comunicativo y estén fijados en un soporte.

Videográfico. Pocos diccionarios oficiales incorporan esta palabra, no siendo el caso de Wordreference, que la define como “del vídeo, grabado mediante esta técnica o relativo a él” (Wordreference, 2010). Es a través de distintos tesauros por los que llegamos a unificar el término entorno al vídeo, que sí es definido por la RAE (2010) con las 3 acepciones siguientes, que coinciden con Memoriav al considerar vídeo como fotogramas sueltos o en movimiento, con o sin sonido.

1. Sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos, mediante cinta magnética.
2. Grabación hecha en vídeo.
3. Aparato que graba y reproduce mediante cintas magnéticas imágenes y sonidos procedentes de la televisión o de otro aparato de vídeo.

Multimedia. Según la RAE (2010) “Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información”, y Wordreference (2010) “Integración de soportes o procedimientos que emplean sonido, imágenes o textos para difundir información, especialmente si es de forma interactiva”, parece claro que estaríamos hablando de un término similar en muchas de sus características a los antes mencionados: audiovisual y videográfico. El único matiz atañe al “diversos medios” del que habla la RAE, y que corroboran otros diccionarios y enciclopedias con mayor extensión, además de su interactividad.

Dicho esto, es la palabra “videográfico” la que más se adecúa a nuestro estudio y la que usaremos en la mayoría de los casos.

El acceso físico a este tipo de documentación ha estado sujeto a la capacidad de cada individuo para visionarlo. Antes de la llegada de Internet a la sociedad media, toda persona que deseara visionar material videográfico necesitaba ir a un establecimiento especializado que lo prestara (bibliotecas, archivos, centros de investigación o

videoclubes) o bien lo vendiera (centros comerciales o tiendas especializadas). Así pues, el acceso quedaba limitado a nuestras posibilidades de desplazamiento geográfico, y por consiguiente al factor económico.

El precio y la legalidad de su copia eran temas en boca de poca gente ya que el vídeo “pirata” o la copia de seguridad (backup), según su uso, no atemorizaban a la Industria del Entretenimiento al funcionar todo a pequeña escala debido a la distancia geográfica y a un sistema de préstamo-compra aún en tiempos analógicos en cuanto a degradación de las copias. Aún así, textos como la Ley de Propiedad Intelectual (LPI, 2006), dejaban patente que la copia de material para uso privado, sin ánimo de lucro y sin proporcionar una comunicación pública del mismo, no constituía un delito. Por otra parte, las cintas de vídeo originales de la época ya se encargaban de mostrar previo a la película un texto de carácter legal que prohibía cualquier reproducción total o parcial del contenido allí mostrado, rivalizando con lo expuesto en la propia LPI.

La calidad del soporte, o de la información contenida en él para ser más exactos, siempre fue un objetivo prioritario que *grosso modo* disfrutó de dos grandes fases: la analógica con poca definición, en la que el VHS PAL era el estándar de consumo con 288 líneas y en la que cada visionado repercutía en su deterioro gradual; y la digital, con los CD's a la cabeza, en la que la duplicación de la información se hizo posible al final de la década de 1990 para casi cualquier usuario medio, al mismo tiempo que surgían los sistemas anti-copia.

Mucho ha llovido desde la llegada del predecesor (Discovery Channel, 2008) de Internet, ARPA (Advanced Research Projects Agency), una agencia creada en 1958 en Estados Unidos con el aparente objetivo de impulsar la investigación y el desarrollo tecnológico con fines estratégicos y militares, bajo la que se desarrolló la red DARPA en 1969. Es a partir de ese preciso momento, cuando científicos y pensadores de la talla de Joseph Carl Robnett Licklider en su obra “Simbiosis Hombre-Computadora” sientan las bases por primera vez de una Red Mundial (Licklider, 1960). Desde entonces se fueron sucediendo sin remisión enormes hitos como la elección del método de transmisión de información por paquetes, la creación de servidores que sustentaran el almacenaje de los datos y ofertaran servicios a los ordenadores cliente, el envío del

primer mensaje a través de la red, la creación de ARPANET en 1969 y el acuñamiento por Vinton Cerf de la palabra Internet (Discovery Channel, 2008) en 1970.

Estos acontecimientos supusieron las bases de la eliminación de las fronteras físicas para la transmisión del conocimiento. A partir de ahí, el baúl se abrió y surgieron tras él ideas que revolucionarían la era de la Comunicación.

Es sin embargo, desde 1995 con la llegada de Internet a nuestras vidas a través de Infovía (VVAA, 1995), cuando la rápida evolución de los acontecimientos nos ha hecho partícipes a nosotros de la creación de contenidos desde esta “Segunda Internet”, que arranca tras la explosión de la burbuja y se expande con el término 2.0 y servicios como los Blogs, Flickr, YouTube, Facebook o Twitter.

En estos tres lustros nos ha bastado con tener un binomio hardware-software de nivel básico y una conexión telefónica para acceder a los servicios y contenidos. Como parece evidente, y debido en gran medida a la escasa capacidad de las redes de transmisión de datos, fueron los documentos textuales los primeros en intercambiarse. Para ejemplificar la situación nos podemos retrotraer al año 1996, donde un usuario doméstico en España tenía un módem de 14 Kbps, por lo que tardaría un minuto en visualizar un documento de sólo 100 KB, todo ello en el mejor de los casos y siempre que nuestro ISP fuera medianamente competente.

Tras el texto, y de la mano del lenguaje HTML llegaron las imágenes a baja resolución; se trataba de mostrar miniaturas enlazables para minimizar los tiempos de carga, y que una vez en pantalla podíamos en algunos casos verlas a un tamaño decente para la época si teníamos la paciencia suficiente para esperar cómo la imagen JPG se cargaba de arriba hacia abajo línea a línea. El alter ego de los JPG eran los GIF, que en algunos casos venían interpolados para cargarse en vez de por líneas por barridos de calidad, desde una imagen desenfocada hasta llegar a la calidad real de la fotografía/dibujo, eso sí, con un máximo de 256 colores.

Años más tarde son los audios los que empiezan a convertir nuestro ordenador en un equipo multimedia, término por otra parte muy extendido por entonces como aquel que permitía escuchar sonido gracias a las algo caras tarjetas de la marca Ad-lib y Creative

Sound Blaster. Aún no habíamos terminado los años 90 cuando este tipo de sonido (real audio) se extendió, primero de forma offline con los videojuegos primigenios, y más tarde con la música sintetizada en formato MIDI que fue durante años complemento de las arcaicas webs de los 90 (que solían comenzar con “Página personal de”) y que aún hoy en día incorporan webs perdidas en el amanecer de los tiempos.

Es en la frontera de los años 90 y la llegada del tercer milenio, cuando el audio de calidad media (128 Kbps) comprimido llega a la Red en España mediante enlaces a archivos MP3, pasándose así del real audio al streaming audio. Se trata de un boom de incalculables consecuencias, y el caldo de cultivo de las descargas masivas musicales por Internet. El testigo fue recogido rápidamente por un programa clave en el año 2000, Napster. Con él la música dejaba de estar vinculada a un soporte como el CD para virtualizarse, descargarse en el disco duro del usuario y posteriormente, dado el caso, grabarse en un CD-R a un precio medio de 250 pesetas (1,50 €) de la época. Desde su desaparición (Baquía, 2002) como programa gratuito en 2002, otros programas, webs o sistemas de intercambio sin fines lucrativos, como Gnutella, Audiogalaxy, eDonkey, eMule, Kazaa, Ares, Lphant o Bittorrent, han intentado suplantarle y superarlo en muchos casos, como el exitoso iTunes, que pese a ser de pago factura millones de dólares cada año.

Sólo nos faltaba el vídeo para “cuadrar el círculo”. Su inclusión en la web se debió fundamentalmente a dos factores interrelacionados: el incremento del ancho de banda (Adsl Net, 2001) en los hogares y la popularización de Internet, lo cuál también acabó con la preponderancia de los soportes anteriores, dejando tras de sí una larga estela de CD’s olvidados, DVD’s que sólo se vieron una vez, cintas VHS sin etiquetar y algún casete de audio que con toda seguridad jamás volveremos a escuchar por falta de medios analógicos.

2. La incorporación del vídeo en la Red

Han pasado más de 13 años desde que en diciembre de 1995 se realizara el lanzamiento del mencionado servicio Infovía de Telefónica, que iba a catapultar a Internet en España como un producto de masas. Por entonces ya contábamos con 30 proveedores de servicios de Internet, también llamados ISP, que fueron creciendo exponencialmente hasta alcanzar los 500 dos años más tarde y llegar al primer millón de usuarios internautas. Un año después, en diciembre de 1998, cuando más de 2 millones de españoles navegaban por la red y el 35% de las empresas tenían página web, el mercado de las telecomunicaciones se liberaba dando paso a una nueva etapa en la red que finalizó de golpe en 2001 con el Crash de las punto com (Martín, 2008).

Hasta ese año de espectaculares caídas bursátiles recogidas en el índice Nasdaq (Martín, 2008), el elemento predominante en Internet era textual, perseguido de lejos por la imagen (casi siempre como complemento). Siguiendo la afirmación de Martín Amatlher (2005): “El vídeo e Internet eran prácticamente dos mundos aparte, dos universos sin casi intersección”, debido a la tendencia que tenían las empresas y sus webmasters para crear webs con poco peso en KBs, optimizando siempre el producto o resultado final para una velocidad de acceso limitada como mucho a la capacidad de las clásicas líneas telefónicas de hilo de cobre.

Como ejemplo, bastaría con recurrir a Wayback Machine, servicio que nos ofrece el Archivo de Internet (Internet Archive, 2010), y así comprobar la portada de los dos principales periódicos en castellano en la red en 1996, y seguidamente los mismos en 2001, para apreciar la casi nula evolución audiovisual de los mismos, reducidos a los textos breves, las imágenes no ampliables como apoyo al texto, infografías con ilustraciones para ocupar poco peso, la timidez en la inclusión de cortes de radio, y por último algún vídeo perdido presentado mediante un link a escasa resolución.

Domingo
3 noviembre
1996 - Nº 184

EL PAÍS

DIGITAL

INDICE

BUSCA

Intern
 España
 Opinión
 Sociedad
 Cultura
 Gente
 Deportes
 Economía

EL TIEMPO

7 DIAS

DEBATES

CARTAS

SUGERENCIAS

PASATIEMPOS

AYUDA

JUEGOS

La salida de extranjeros deja a su suerte a un millón de refugiados

130 cooperantes extranjeros cruzaban ayer la frontera entre Zaire y Ruanda para huir del conflicto. Presos de la rabia y la frustración, abandonaban a más de un millón de refugiados. Crónica del envío de EL PAÍS, Alfonso Armada.

Testimonio de una española: «Me da asco y rabia haber salido así»

"Ahora que es cuando más falta hacemos, cuando con más razón nos deberíamos quedar, nos vamos," cuenta Montse Batlló, miembro de Médicos sin Fronteras.

Doble atentado de ETA en Asturias en vísperas de la visita del Príncipe

El Palacio de Justicia de Gijón y la farmacia del marido de Paz Fernández Felgueroso, ex responsable de Asuntos Penitenciarios, fueron los objetivos.

Y en EE UU... la campaña sigue

Diario "El País" en su edición digital del 3 de noviembre de 1996.

EL MUNDO

PERIODICO

Jueves, 2 de enero de 1997

Periódico

PRIMERA

OPINION

ESPAÑA

INTERNACIONAL

SOCIEDAD

MADRID

ECONOMIA

MOTOR

DEPORTES

CULTURA

TELEVISION

ULTIMA

INDICE DEL DIA

BUSQUEDAS

TIEMPO

HOROSCOPO

QUIOSCO

RESUMEN DE NOTICIAS

NOTICIAS MAS VALORADAS

Suplementos

LA REVISTA

SU DINERO

ESPAÑA

'Este Estado tendrá legitimidad frente a ETA si esclarece los GAL'

'No creo en la conspiración, lo importante es que hubo 28 asesinatos, lo demás es accesorio' - 'A Galindo se le ha hecho un mito cuando es sólo uno más'

[Más información](#)

INTERNACIONAL

2 horas con el comandante 'Evaristo'

El líder guerrillero afirma que no tiene prisa y que no dejará marchar a los rehenes de la embajada hasta que el Gobierno libere a los presos del MRTA

[Más información](#)

ESPAÑA

El PSOE acusa a TVE de presentar a Aznar como un 'héroe de cuento a la americana'

Según un informe en el que analiza el tratamiento de las distintas cadenas al presidente y a Felipe González

[Más información](#)

Diario "El Mundo" en su edición digital del 2 de enero de 1997.

EL PAÍS es

ENTREVISTA DIGITAL: Consulte la charla que el cantante Loquillo ha mantenido con los lectores

Martes, 20 de noviembre de 2001 - Actualizado a las 01:17 h.

LOS CORRESPONSALES DE EL PAÍS INFORMAN DESDE:

EE UU Isabel Piquer, en nueva York	ITALIA Lola Galán, en Roma	AFGANISTÁN G. Altares, en Kabul	O. PRÓXIMO F. Sales, en Jerusalén	AFGANISTÁN A. Espinosa, en Kabul
--	--------------------------------------	---	---	--

Cuatro periodistas son tiroteados cuando se dirigían hacia Kabul en un convoy
 El enviado de 'El Mundo' viajaba en la caravana

Cuatro periodistas y un traductor, que formaban parte de un convoy que se dirigía a Kabul, han sido tiroteados cerca de Jalalabad por un grupo de hombres que interceptó la caravana. El presidente italiano ha anunciado que una reportera del *Corriere della Sera* ha fallecido. En el convoy atacado también viajaban el enviado especial de *El Mundo* Julio Fuentes y dos reporteros de la agencia Reuters. Los tres periodistas se encuentran desaparecidos.

- Perfil de Julio Fuentes, en *El mundo.es*: [Una vida en las trincheras](#)
- Audio en la Ser: [El enviado de TV3 cuenta](#)

Julio Fuentes, Maria Grazia Cutuli, Henry Burton y Azizullah Haidiri. (AGENCIAS)

Diario "El País" en su edición digital del 20 de noviembre de 2001.

EL MUNDO
 VER EDICIÓN IMPRESA

Martes, 20 de Noviembre de 2001. Actualizado a las 01:06

JULIO FUENTES, ENVIADO DE EL MUNDO, VIAJABA EN LA CARAVANA

Varios testigos dan a los reporteros por muertos aunque el gobernador de Jalalabad habla de secuestro

Cuatro periodistas y un traductor han desaparecido tras un ataque a la caravana en la que viajaban en la carretera que une Jalalabad y Kabul. El enviado de EL MUNDO a Afganistán Julio Fuentes viajaba en ese convoy. El Gobierno italiano da ahora por desaparecida a la reportera del *Corriere della Sera*, Maria Grazia Cutuli, después de haber afirmado esta tarde que había muerto. Les acompañaban el cámara australiano Harry Burton, el fotógrafo afgano Azizullah Haidiri, ambos de la agencia Reuters. Varios testigos aseguran que los informadores han muerto pero el gobernador de Jalalabad ha confirmado el secuestro, y no el asesinato, de estos informadores. Se ha ordenado una batida en la zona de la emboscada, informa Alfonso Rojo. [Sigue]

- ▶ Julio Fuentes, una vida en las trincheras
- ▶ Pedro J. Ramírez: 'Nos vamos a aferrar a la esperanza, por pequeña que sea'
- ▶ Crónica del corresponsal de TV3, que viajaba en la caravana. (WMedia/Real)
- ▶ Cómo se produjo el asalto al convoy
- ▶ El corresponsal de TVE en Jalalabad entrevista al periodista de TV3 (WMedia/Real)

Julio Fuentes. (Pepe Abascal)

Diario "El Mundo" en su edición digital del 20 de noviembre de 2001.

Se aprecia que si bien en las dos primeras figuras el contenido es textual con alguna imagen a modo de acompañamiento, en las dos siguientes los gráficos (en flash SWF en las secciones multimedia) empiezan a tomar sentido, al igual que los audios (en formato comprimido ASF). Se trata pues de unos cambios con mayor perspectiva tecnológica, que no de forma casual coinciden con la llegada de las primeras líneas ADSL en el territorio español a la velocidad de 256 Kbps, que quintuplicaba a la de los módems tradicionales de 56 Kbps integrados en la práctica totalidad de los ordenadores de nueva generación en 2001.

En resumen, estamos hablando de un Internet que había pasado de sólo texto, a texto con imágenes, infografías, audio y muy sutilmente con enlace a vídeos si es que lo requería el artículo de portada; vídeo eso sí breve y de baja calidad (en los formatos más usados en 2001, como eran el ASF y el RM). En la línea de Marín Amatller, “el vídeo, por una parte como consecuencia del gran volumen de datos que genera y por otra por las limitaciones del ancho de banda disponible en la red, era un elemento poco habitual en Internet” (Marín Amatller, 2005). Mientras que hasta la llegada del año 2005, los sitios de Internet querían más que podían (la velocidad y la tecnología chocaban con la creatividad), las webs en la actualidad:

Integran vídeo, música, datos e interactividad y son capaces ya de crear experiencias multisensoriales. No podemos afirmar que se asemejan a la experiencia televisiva ya que la realidad del vídeo en Internet constituye un nuevo panorama que va más allá de lo que permite la televisión. La convergencia de medios diluye fronteras. Las características propias, y hasta hace poco exclusivas, de un medio pasan a formar parte del otro. La televisión evoluciona hacia formatos interactivos, la web progresa a un ritmo rápido e intenso hacia una calidad de imagen cada vez mayor. En el camino se modifican esquemas y formas de trabajo. La integración del vídeo en la web genera cambios que afectan a aspectos tan diversos como los procesos de producción, la estética y el lenguaje audiovisual”.

Previo al boom del vídeo en Internet en 2005, la evolución de los fotogramas en movimiento con/sin sonido siguió unos pasos que lo llevaron a donde es hoy en día (Llanos, 2008).

1980-1989

- 1980. Invención del primer protocolo de vídeo.
- 1986. Se realiza la primera patente del MP3 (Mp3licensing.com, 2005).
- 1987. Creación del formato de imágenes GIF.
- 1988. Aparición de los primeros formatos MPEG.

1990-1999

- 1991. Primera video conferencia.
- 1992. Aparece el formato AVI, lanzado por Microsoft.
- 1996. Desarrollo del protocolo RTP (Real-time Transport Protocol).
- 1996. Irrupción del Flash.
- 1998. Aparece el formato de codificación de vídeo MPEG.
- 1999. Creación del codec DIVX, por Jerome Rota (Gej).

2000-2005

- 2001. Se desarrolla el codec XVID.
- 2002. Creación de codec H264, realizado por JVT.
- 2003. Se lanza iTunes.
- 2003. Se define el MP4 (MPEG-4 Part 14).
- 2005. Se crea el término “Ajax”, aplicado a una técnica de desarrollo web de aplicaciones interactivas, si bien su historia se remonta a la década anterior.
- 2005. Empieza la era YouTube, y el apogeo del formato FLV.

3. YouTube como eje de la comunicación audiovisual

El 23 de abril de 2005 (Almeida, 2007), un usuario llamado “jawed” que corresponde con uno de los 3 creadores del servicio de vídeo YouTube, subió el primer documento audiovisual titulado “Me at the Zoo”, que no es sino un vídeo donde Jawed Karim se paseaba por un Zoo hablando sobre unos elefantes detrás de él.



Primer vídeo subido a YouTube. 23-04-2005.

A partir de ahí empezó la auténtica evolución y revolución del vídeo en Internet, con una sucesión casi diaria de acontecimientos y el desarrollo de infinidad de plataformas para la representación y recuperación de material videográfico. Estos fueron por orden algunos de los grandes hitos:

2005

- Aparece YouTube.
- Se lanza la primera versión de Yahoo Video.
- iTunes ofrece vídeo.
- AOL debuta en el campo de la búsqueda de vídeos.
- AP (The Associated Press) anuncia un plan para el desarrollo de una red de vídeo.
- Flash 8 entra de lleno en la batalla del novedoso sistema del vídeo compartido.
- Veoh consigue financiación para su pre-lanzamiento; un año más tarde será uno de los mayores reproductores de vídeo online.

- La mayoría de la gente presencia los destrozos del Huracán Katrina en la web, sobre todo debido a la banda ancha de los trabajos.
- Google ofrece en streaming el show de Chris Rock.
- La BBC comienza sus pruebas en línea con el archivo de la televisión.
- A mediados de año, YouTube consigue más financiación, y logra duplicar su tráfico hasta los 104 millones de páginas vistas.
- Apple ofrece en iTunes los espectáculos de las cadenas ABC y Disney Channel, consiguiendo vender un millón de vídeos en sólo 12 días, haciendo temblar los cimientos del clásico modelo televisivo.
- La NBC también se decide a ofrecer sus programas vía streaming.
- Yahoo lanza el servicio de vídeos musicales.
- La cadena CNN también se anima con el streaming.
- La NBA entra en escena, con un canal de vídeo de banda ancha.
- iTunes amplía su mercado a otras cadenas y distribuidoras de vídeo.
- La agencia de noticias Reuters comienza a distribuir vídeo a los sitios web.

2006

- A pesar de una subida repentina de popularidad, Google Vídeo no puede hacer frente a su gran competidor, YouTube.
- MySpace también entra en la escena del vídeo compartido.
- AP pone en marcha su red de distribución de vídeo, anunciada un año antes.
- Se produce un gran vuelco en las estrategias de las cadenas de televisión, al asociarse la MTV con YouTube.
- iTunes activa por primera vez la descarga de películas, adelantándose incluso a la venta de algunas ediciones en DVD.
- YouTube promueve los trailers en su portal, girando su mercado con fin publicitario.
- YouTube limita sus videos a una duración no superior a los 10 minutos, para luchar contra la piratería, pero solo consigue que la gente divida sus clips en episodios.
- Discovery Channel lanza 2 canales de banda ancha.
- MySpace empieza a ofrecer descargas de pago, con la serie 24.
- Google empieza a vender anuncios de vídeo.
- Yahoo imita a YouTube y relanza su sección de vídeo a imagen y semejanza.
- Tivo se une a la oferta de vídeo.

- Veoh se enfrenta a una demanda por infracción en los derechos de autor.
- Metacafé aumenta su financiación.
- Blip.tv entra en escena.
- Se lanza el portal de búsqueda de vídeos gratis en streaming Stage6, que enlazan películas, series y documentales desde reproductores flash propios.
- Google compra YouTube por 1.650 millones de dólares.

2007

- Se produce una eliminación masiva de vídeos en YouTube para evitar Google las demandas por infracción de derechos de autor. Aún así, crean un servicio de protección de la Propiedad Intelectual por el que cualquier usuario puede reclamar un documento que no es de su propietario o daña la imagen, sensibilidad o derechos de una persona o institución.
- Web como Cinetube, Megavideo y Seriesyonkis siguen los pasos de Stage6.
- Los servicios de discos duros virtuales crecen en popularidad y usuarios. Rapidshare y Megaupload son la cabeza visible.
- Las cadenas españolas empiezan a interesarse en serio por las posibilidades del vídeo online, imitando las primeras estrategias de las norteamericanas al incorporar visores propios de vídeo en sus portales. La avanzadilla vino de la mano de El País, que transformó su .ES en un .COM y tras de sí ofreció una completa estrategia comercial y multimedia, que además de maximizar su resolución al nuevo estándar de Internet (1024x768), colocaba al vídeo en un primer plano, dándole a él y a la imagen (fija o en infografía) la preponderancia que ya se merecían. Otros periódicos como El Mundo, no tardan mucho en darse cuenta que ése es el camino a seguir, y readaptan su web a los nuevos tiempos. Cadenas de televisión como Antena 3, Cuatro y Telecinco siguen los mismos pasos.
- Algunas cadenas de televisión españolas se animan a crear su propio canal oficial en YouTube, al darse cuenta que la gente visualizaba más vídeos por ese sistema que por la propia web de la cadena. Una de las primeras fue Televisión Española con el programa “Muchachada Nui” y más concretamente con “Enjuto Mojamuto” (Elpaís.com, 2007), un personaje realizado en flash que al ser preguntado sobre su vida, cuenta por capítulos de un minuto de duración sus peripecias delante del ordenador conectado a Internet. El efecto fue tan grande, que el programa fue más

visto por el canal de YouTube que por la televisión, provocándose un boca a boca que le dio tanta popularidad que lo ha convertido en un icono de la cultura Freak.

2008

- Stage6 es denunciado por infracción de derechos y desaparece en febrero 2008.
- En España, Radio Televisión Española (RTVE) rediseña su página para convertirla en un auténtico archivo (Romero, 2008) histórico digital con miles de horas disponibles para consulta. La tecnología 2.0 se apodera de su web y el impacto mediático la convierte en un objetivo inmediato que imitar por el resto de cadenas.
- La siguiente cadena española en lanzarse a la “filosofía 2.0” (Polo Serrano, 2009) es La Sexta, con su site misexta.tv, que nos permite acceder a un histórico de sus vídeos (bajo el protocolo RMTP) del mismo modo que RTVE pero evidentemente con mucho menos material debido a su tardía incorporación al mundo audiovisual. Por el contrario, presenta una novedad que las otras no tenían: los vídeos son visualizables por contenido, por lo que no es necesario ver todo un telediario para tener acceso a una pieza concreta; por ejemplo podemos acceder directamente por su buscador a la caída del quiosco sito en la sevillana Puerta Jerez debido a las obras del metro que lo engulleron.
- Si bien los comentarios y valoración de artículos estaban presentes en muchos medios, e incluso el tagging era pieza fundamental en YouTube, los vídeos de las cadenas (a nivel español o mundial) apenas lo ofertaban. En este 2008, algunas cadenas como La Sexta ofrecen al usuario la posibilidad de ponerle tags a sus piezas, cerrando el círculo 2.0, y abriendo la puerta a la personalización de contenidos según perfil.
- Los vlogs (videoblogs) se extienden de la misma manera que hicieron los blogs en su día. La tecnología y los medios empiezan a permitir que muchos usuarios creen sus propias experiencias con cámara en mano.
- A final de 2008 se presentan cambios en Google que nos hacen vislumbrar el primer paso para la implantación de una oferta a la carta 3.0 asociada a nuestro login, con posibilidad de eliminar resultados, comentarlos o promoverlos (Gogic, 2008).

2009-2010

- Crecen los servicios de vídeo en Internet, pasando de 2009 a 2010 (según el Top 100 de Alexa) a nivel mundial de 8 a 10 webs de material videográfico. En España, el aumento es aún mayor, puesto que de 12 en 2009 llegamos a 16 en 2010.
- YouTube cambia en agosto de 2009 su interfaz de presentación, haciéndola más intuitiva. A comienzos de 2010, este portal vuelve a rediseñarse, convirtiendo el producto en algo sencillo, amplio y desestimando objetos molestos en el primer vistazo, como pudieran ser los metadatos o estadísticas.
- La apuesta por el multimedia se hace efectiva en todo medio digital de cierto bagaje, permitiendo la llegada de la alta definición en muchos de los materiales.
- Se abre la batalla por el códec de vídeo definitivo, así como el estándar de transmisión web. Las dos batallas son el Html-5 versus Flash, y el códec H.264 versus OGG.

Conclusiones

Simplemente apreciando la evolución del vídeo online a nivel global, aparecen una serie de variaciones en las estrategias de mercado que si bien van a la par de la tecnología, objetivamente se mueven por intereses comerciales como el liderazgo en la venta de vídeos, la publicidad y el mundo de la promoción musical vía videoclips. El caballo ganador será aquel que tenga la mayor cuota de mercado y el mayor respaldo económico... debiendo ser eso lo que pensó Google al comprar YouTube, combinando ambos elementos: la cartera de clientes (vídeos y usuarios) del segundo, y la posición de líder mundial en búsqueda y organización de información del primero.

Así pues, en el último lustro, los seis hitos evolutivos básicos en cuanto al material videográfico online son:

- En primer lugar, la posibilidad de recuperar vídeos ajenos a los robots de búsqueda más potentes, como por ejemplo, la primera etapa de Yahoo.
- En segundo lugar, la oferta de material propio, con las grandes cadenas y grupos audiovisuales a la cabeza.
- En tercero, la delegación en los usuarios de la subida de la información mediante una auténtica filosofía colaborativa que repercute a su vez en un importante ahorro

de producción (no hay que crear el contenido ya que viene hecho) pero un gran gasto en inversión tecnológica y capacidad de almacenaje (potentes servidores con discos duros que den cabida a la ingente cantidad de vídeos diarios).

- En cuarto lugar llegan los anuncios, con los videoclips promocionales a la cabeza, y después la publicidad insight (emocional o reminiscente) que combinada con adwords permite rentabilizar la inversión e incluso crear superávit.
- El último hito está en proceso, y tiene que ver con el cine en Internet, el acuerdo con distintas productoras y distribuidoras que cedan sus contenidos y la oferta a la carta, tema que coincide con la mencionada asociación login-búsquedas que ofrece Google mientras el usuario está logado, y la implantación del Html-5 (YouTube, 2010) con H.264.

Fuentes de Información

Alexa. (2009). *Top 500 sites*. Alexa.com. Disponible en: http://www.alexacom.com/site/ds/top_sites Fecha de consulta: 20-03-2010

Fundación Autor. (2005). *Anuario SGAE de las artes escénicas musicales y audiovisuales*. Madrid, Ediciones y Publicaciones Autor, p. 378.

Piscitelli, Alejandro. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires, Paidós Contextos, p. 207.

Fuentes, Sacha. (2008). *Discos SSD contra discos duros*. Xataka.com. Disponible en: <http://www.xataka.com/2008/06/13-discos-ssd-contra-discos-duros> Fecha de consulta: 23-02-2010.

RAE. (2010). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid, RAE. Disponible en: <http://buscon.rae.es> Fecha de consulta: 02-02-2010.

Wordreference. (2010). Disponible en: <http://www.wordreference.com> Fecha de consulta: 02-02-2010.

Martín Neira, Jorge. (2003). *El concepto de Audiovisual de Memoriav*. Madrid. Disponible en: http://rayuela.uc3m.es/~tony/webmdoca/jorge/int_memoriav02.html Fecha de consulta: 03-04-2010.

Ley 23/2006, de 7 de julio, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril. (2006). Disponible en: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Privado/123-2006.html Fecha de consulta: 25-03-2010.

Discovery Channel. (2008). *La Internet, seis décadas*. Tudiscovery.com. Disponible en: <http://www.tudiscovery.com/internet/interactivo.shtml> Fecha de consulta: 05-04-2010.

Licklider, J.C.R. (1960). *Man-Computer Symbiosis*. En: Transactions on Human Factors in Electronics, v. HFE-1, pp. 4-11.

VVAA. (1995). *Impacto de Infovía de Telefónica*. En: El profesional de la información.

Baquía. (2002). *Adiós Napster, adiós*. Baquia.com. Disponible en: <http://www.baquia.com/noticias.php?id=2943> Fecha de consulta: 23-04-2010.

Adsl Net (2001). *ADSL o RDSI*. Adslnet.es. Disponible en: <http://www.adslnet.es/index.php/2001/12/04/adsl-o-rdsi> Fecha de consulta: 03-03-2010.

Martín, Javier. (2008). *La mayor explosión de la historia*. Elpais.com. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/elpepateccib/20080327elpepateccib_10/Tes Fecha de consulta: 13-03-2010.

Marín Amatller, Antonio. (2005). *Vídeo digital en Internet*. Barcelona. Disponible en: <http://mosaic.uoc.edu/articulos/amarin0705.html> Fecha de consulta: 08-02-2010.

Internet Archive. (2010). *Wayback Machine*. Archive.org. Disponible en: <http://www.archive.org/web/web.php> Fecha de consulta: 12-04-2010.

Llanos, Fernando. (2008). *Historia del vídeo para Internet*. Videoredada. Disponible en: http://videoredada.blogspot.com/2008/02/historia-del-video-para-internet_13.html Fecha de consulta: 14-02-2010.

Mp3licensing.com. (2005). *Patents*. Mp3licensing.com. Disponible en: <http://www.mp3licensing.com/patents/index.html> Fecha de consulta: 15-03-2010.

Almeida, Manuel (2007). *Primer vídeo de YouTube*. Mangasverdes.es. Disponible en: <http://mangasverdes.es/2007/01/27/el-primer-video-de-YouTube> Fecha de consulta: 26-03-2010.

Karim, Jawed. (2005). *Me at the Zoo*. YouTube.com. Disponible en: <http://www.YouTube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw> Fecha de consulta: 20-01-2010.

Elpais.com. (2007) *¿Le roba YouTube audiencia a La2?* Madrid, Elpais.com. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/elpepugen/20071010elpepirtv_3/Tes Fecha de consulta: 12-03-2010.

Romero, Pablo. (2008). *RTVE ofrecerá gratis en la Red más de un millón de horas del archivo audiovisual*. Madrid, Elmundo.es. Disponible en: <http://www.elmundo.es/navegante/2008/03/27/tecnologia/1206619332.html> Fecha de consulta: 12-02-2010.

Polo Serrano, David. (2009). *La filosofía 2.0 y la explosión audiovisual en Internet*. En: Razón y Palabra, n.70.

Gogic, Mirko. (2008). *Google new options Promote, Remove and Comment*. Disponible en: <http://tech.gogic.co.yu/internet/google-new-options-promote-remove-and-comment-searchwiki> Fecha de consulta: 21-03-2010.

YouTube. (2010). *Reproductor de vídeo HTML5 de YouTube*. Disponible en: <http://www.YouTube.com/html5> Fecha de consulta: 03-05-2010.

¹ David Polo Serrano (1975) es desde 2005 profesor universitario a tiempo completo en CEADE (Sevilla), centro universitario asociado a la Universidad de Gales; allí imparte las asignaturas de Documentación Digital y Tecnología Informática, además de actuar como formador y responsable técnico en el campus virtual. Cuenta con el Posgrado de Máster Universitario en Información Científica, la Licenciatura en Documentación y la Diplomatura en Biblioteconomía por la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada, desarrollando actualmente su Tesis sobre la Comunicación del Vídeo Streaming en Internet. Además cuenta con un Experto en e-Learning y pertenece al grupo de Investigación SEJ-420 de la Universidad de Cádiz. Su correo electrónico es: poloserrano@gmail.com