

SALA CINCO

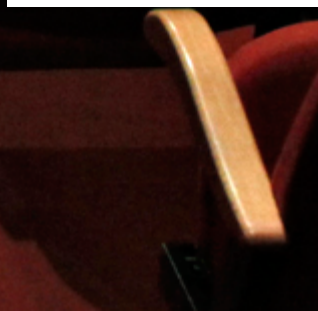


INTERNET Y EL CINE ¿UNA HISTORIA DE AMOR?



POR PAULA DE AGUIRRE 

LA ENTRADA EN VIGOR DE LA NUEVA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y LA RECIENTE APROBACIÓN DEL CÓDIGO PENAL REAVIVAN EL PERPETUO DEBATE SOBRE SI INTERNET SE ERIGE COMO OPORTUNIDAD O AMENAZA PARA LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL.



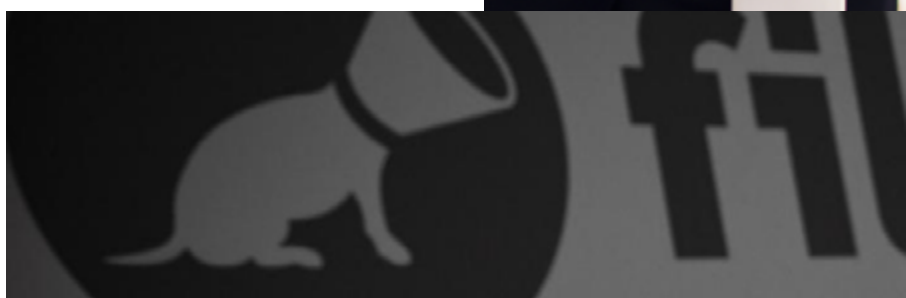
Es innegable que Seriesyonkis y eMule han pasado a estar tan arraigados en la cultura popular de nuestro país como el DVD o el VHS. Y es que, le pese a quien le pese, la descarga de *torrents* o la visualización por *streaming* de series y películas sin mediar pago alguno tiene más de norma que de excepción, algo que no sucede en Estados Unidos, donde un imparable Netflix cuenta con más de 37 millones de suscriptores y unos ingresos que superan los 870 millones de dólares.

A esta situación hay que añadir las recientes y polémicas reformas en legislación que están provocando la caída como chinches de varios portales de enlaces que hacían las delicias de seriófilos reticentes al pago por clic: al cierre de Seriespepito y Películaspepito le han seguido la retirada voluntaria de enlaces por parte de Series.ly y la súbita clausura de Magnovideo.

En el frente opuesto, portales como Wuaki TV, Filmin o Yomvi llevan ya varios años haciéndose un hueco en el mercado legal del vídeo bajo demanda (*video on demand* en inglés) y apostando por un modelo de negocio que, según varios de sus operadores, está en claro crecimiento, además de ofrecer un amplio catálogo

de series y películas a precios razonables.

En este punto difiere el bloguero y experto en tecnologías de la información Enrique Dans: “La industria se empeña en decir que hay muchas plataformas pero para obtener un catálogo representativo un usuario tendría que estar registrado en todas ellas. La visión de las ventanas de explotación es rígida, inmovilista y centrada en mantener el *status quo* a toda costa.” En claro contraste, Jaume Ripoll, cofundador de Filmin, asegura: “Que nadie espere una plataforma única donde puedan encontrarse absolutamente todas las series nacionales e internacionales completas y el día después de su emisión. Eso es, hoy por hoy, utopía aquí y allá.”



“Sin duda debemos comunicar mejores ofertas pero no nos engañemos: son usuarios que se sentirán decepcionados por la oferta legal existente”

- JAUME RIPOLL, COFUNDADOR

“La visión de las ventanas de explotación es rígida, inmovilista y centrada en mantener el *status quo* a toda costa”

**- ENRIQUE DANS, EXPERTO EN
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN**

Frente a este debate se plantean cuestiones cuyas respuestas son tan dispares como contundentes. ¿Existe en España una cultura profunda del ‘todo gratis’? ¿Por qué en nuestro territorio aún no está normalizada la costumbre de pagar para ver contenido audiovisual de calidad?

A la justificación de Dans sobre el retraso de algunos estrenos, se suma la del abo-

chez Almeida. Preguntado sobre si existe un marco legal coherente que fomente nuevos modelos de negocio, el jurista declara que no hay voluntad real por parte de la industria y los legisladores de adaptarse a la distribución *online*, especialmente tras haberse aprobado una ley que considera anclada en el pasado, obstáculo al que se sumaría el poco favorecedor IVA del 21%.

El director de contenidos de Yomvi, Pablo Romero, también se pronuncia: “La piratería es un compañero incómodo. La amenaza es a la industria cultural española, que sin recursos no podrá competir en un mercado global e internacional. [...] Como distribuidor digital la piratería hace difícil explicar que las cosas tienen valor.” A esta opinión se añade nuevamente la de Ripoll: “Sin duda podemos y debemos comunicar mejor nuestras respectivas ofertas pero no nos engañemos: son muchos los que se sentirán decepcionados por cualquier oferta legal existente.”

Otro asunto que llama cada cierto tiempo la atención de la prensa especializada en tecnología y negocios es el misterioso repliegue de Netflix en España, tema sobre el que representantes de la compañía mantienen total discreción, al tiempo que tampoco descartan un futuro aterrizaje. Según

FOTOGRAFÍA POR THOMAS CANET



FOTOGRAFÍA POR ALBERTO GAMAZO

or nuestras
muchos los
cualquier
R DE FILMIN



“La piratería es un compañero incómodo porque nos hace difícil explicar que las cosas tienen valor”

- PABLO ROMERO, DIRECTOR DE CONTENIDOS DE YOMVI

Dans, el proveedor de series y películas por Internet se ha dado de bruces con la obcecación de los creadores de contenidos domésticos, quienes han impuesto condiciones totalmente disuasorias. Sánchez Almeida concuerda al afirmar que las exigencias económicas de las distribuidoras españolas han chocado frontalmente con las intenciones de expansión de la empresa norteamericana.

Por otro lado, lejos de ver a Netflix como un competidor amenazante, los representantes de Filmin y Yomvi estiman que su aparición plantearía un reto interesante y creen que contribuiría a una mayor dinamización del mercado, así como al aumento de suscriptores en las diferentes plataformas de vídeo bajo demanda.

UNA CURA DE HUMILDAD

Ante la incertidumbre sobre si el consumo legal acabará o no ganando la batalla a la piratería, los protagonistas de estos videoclubes *online* muestran la voluntad de adaptación a las necesidades del consumidor en un entorno mutable que produce mareos a los sectores más tradicionales de la industria cinematográfica. “Vamos sofisticando nuestros servicios con avances tecnológicos mientras las distribuidoras reordenan sus inventarios hacia

el mercado digital, cambiando sus ventanas de explotación y corrigiendo costes”, asegura Romero en relación al acceso a los catálogos de contenido audiovisual. Por su parte, el director de negocios de Filmax, Carlos Rojano, reflexiona sobre el papel que deben ocupar las distribuidoras en todo este complejo entramado: “Las pautas las marcan los estudios. Las empresas de cine independiente como la nuestra dependemos de las películas que tengamos en cada momento. Nuestro papel es encontrar esas películas, adaptarnos al mercado y, en algunos casos, arriesgar más.”

La diferencia de opiniones desde distintas facciones no parece por el momento aclarar si la oferta legal acabará llevándose de calle a unos usuarios desencantados con las descargas. Sin embargo, una certeza se abre paso: la de la necesidad de que legisladores, creadores, expertos y distribuidores encuentren en Internet a un aliado como medio de acercarse a las demandas del público y promover lo que realmente importa. Ya lo dijo un humilde Álex de la Iglesia en la 25ª edición de los Premios Goya: “Porque en realidad, todos estamos en lo mismo, que es la defensa del cine.”||