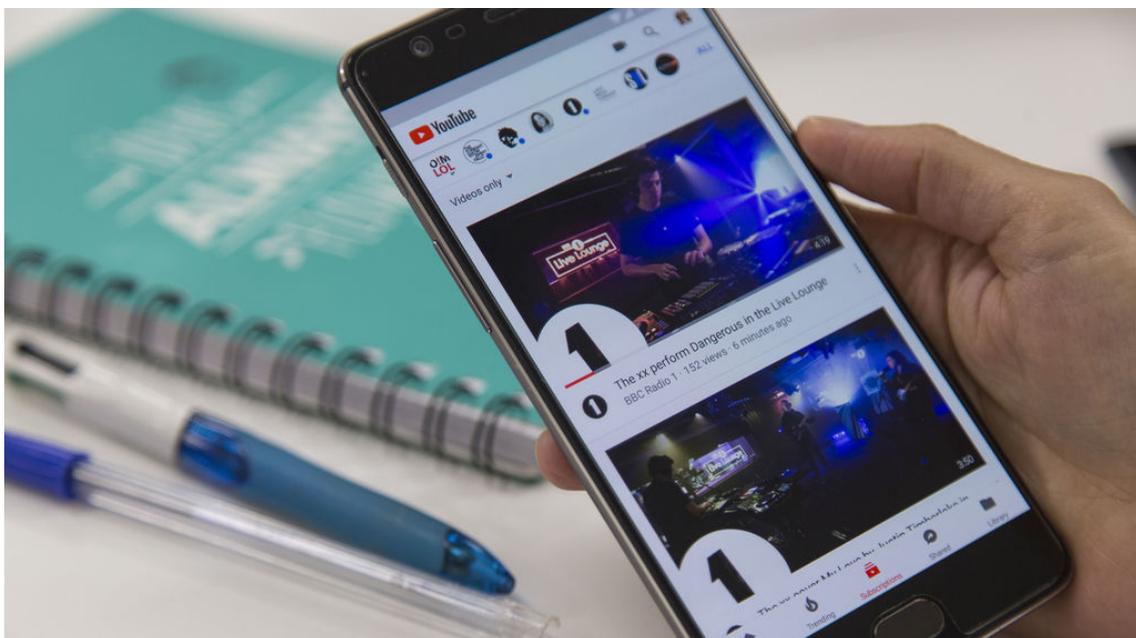


## Por qué Google quiere impulsar el vídeo en 8K

El buscador quiere la mayor calidad de vídeo posible en internet. Los operadores, también. Tienen intereses encontrados.



Youtube quiere ofrecer contenidos audiovisuales con la mayor calidad posible T. García



MARCOS SIERRA

07.09.2017 - 04:00

**S**e habla del vídeo en **4K**. Del vídeo en **8K**. Los operadores de telecomunicaciones batallan por ofrecer contenidos a la mayor calidad posible: fútbol, series, películas... La guerra se lidia ahora en la calidad audiovisual para captar usuarios, clientes. Vodafone fue el primero hace unos meses en ofrecer partidos en 4K. Hoy Orange y Vodafone ofrecen todo el balompié en esta definición y Telefónica algunos partidos. Series como 'Narcos' también se han subido al carro de la producción en este formato, y Vodafone, el más activo cuando se habla de 4K, ya ofrece la serie en este formato dentro de su oferta.

Esta guerra está en Internet, y **Google** lo sabe. Para el buscador es importante que Youtube, su plataforma de vídeos, ofrezca contenidos audiovisuales con la mayor calidad posible. Al final el negocio del buscador tiene que ver mucho con los contenidos. Si no hay contenidos que buscar – no hay que olvidar que Google es también, y sobre todo, un buscador– no hay negocio.

"España tiene uno de los anchos de banda más grandes de Europa, y es el caldo perfecto para los vídeos de 4K y 8K que desde Google queremos impulsar", decía hace un par de días Mike Blanche, responsable de Relaciones Estratégicas de Google, durante el Encuentro de Economía Digital y las Telecomunicaciones organizado por Ametic (la patronal del sector tecnológico) en Santander, escenificando en una frase la necesidad de cooperar que tienen ambos actores.

La televisión, los **operadores de telecomunicaciones**, son competidores de Google, en cuanto a que la oferta de contenidos de calidad es capital para que ambos mercados tengan adeptos, para que haya un trasvase de usuarios de un lado a otro en función de dónde pueda encontrar aquello que desea. Competencia, lo llaman. Google ofrece esos contenidos sobre una red pagada por los operadores (en nuestro país **Telefónica, Vodafone y Orange**). Es decir, son competidores en contenidos, pero el buscador los ofrece a través de una red de telecomunicaciones que no ha pagado.

"Google está interesada en ofrecer vídeo de alta resolución porque el desarrollo de una demanda para ese tipo de contenidos fuerza a las operadoras a ofrecer cada vez mayor ancho de banda, lo que permite que Google, a su vez, pueda competir ofreciendo más y más servicios. Por otro lado, el vídeo en resoluciones de más de 4K es fundamental para eliminar el efecto de pixelado en la realidad virtual, ámbito en el que la compañía ha expresado mucho interés", asegura Enrique Dans, profesor de Innovación en IE Business School.

Hay quien dice que es un entorno simbiótico. Google ofrece tan buenos contenidos que provoca que la gente necesite más ancho de banda, ancho que se consigue contratando más fibra con el operador. Otros dicen que Google debería pagar a los operadores por utilizar una **red** que no ha pagado para hacer negocios.

**Toda una generación consume sus contenidos en Internet, y el factor más importante que permite el desarrollo de esta oferta es la existencia de un ancho de banda cada vez más elevado.**

Enrique Dans, profesor de Innovación en IE Business School

Google apuesta desde hace tiempo por **Youtube** –sobre todo tras su compra por 1.300 millones de dólares en 2006–. **El mundo youtuber es el futuro**. A decir verdad es el presente. Pregunten a un adolescente –incluso a un niño– dónde disfruta de aquellos contenidos audiovisuales que le interesan–. No hace falta preguntar. En el ordenador. En Youtube. Así lo refleja el informe de Ofcom [Children and Parents: Media Use and Attitudes](https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-parents-nov16). (<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-parents-nov16>)

"Google se está convirtiendo, junto a **Amazon**, **Apple** o **Netflix**, en el abastecedor de una parte cada vez mayor del mercado de consumo de contenidos por televisión. Con la salvedad de los contenidos en directo, preferimos ser nosotros los que decidamos qué ver. La capacidad de interrupción está determinada por la oferta y demanda de **conexiones** con ancho de banda elevado. En muy poco tiempo, no nos resultará nada extraño que estas compañías opten también a contenidos como la liga de fútbol u otros deportes", explica Dans.

## Google vive en gran medida de la publicidad, y el vídeo es cada vez más interesante para los anunciantes

La publicidad cada vez mira más de frente a internet, donde se encuentran muchos decisores de compra, tal y como refleja el informe AdEx Benchmark Report publicado por Interactive Advertising Bureau (IAB) (<https://www.iabeurope.eu/research-thought-leadership/programmatic/adex-benchmark-2016-study/>). Google vive en gran medida de la publicidad. Y cada vez el vídeo es más interesante para los anunciantes. Leemos menos, vemos más. Hay que estar. El vídeo en 8K es una palanca más que permitirá a **Google** seguir compitiendo con las 'telcos'. Atraer anunciantes para que sus consejos se vean con la mayor calidad posible.

Así las cosas, a medida que la curva de edad asciende, la televisión en formato 'clásico' (<http://www.puromarketing.com/45/23528/tiene-television-tradicional-dias-contados.html>) es más sólida en audiencia. Algo que la industria sabe, y que se vio en la pasada edición de la feria tecnológica IFA de Berlín, donde varios fabricantes lanzaron los primeros **televisores preparados para ver contenidos en 8K**. Contenido que comenzará a llegar en un par de años.

## ¿Qué es el vídeo en 8K?

Si hablamos de HD, seguro que saben a lo que nos referimos. Es un estándar de vídeo de alta definición. Pues bien, 4K y 8K (<https://www.youtube.com/watch?v=sLprVF6d7Ug>) multiplican por cuatro y por ocho, respectivamente, ambas capacidades.

*Grosso modo*, la imagen se forma con píxeles, con 'puntitos'. Cuantos más píxeles, mayor calidad de visión. 8K es la resolución que más de estos 'puntitos' es capaz de mostrar en la actualidad, con un total de **33,2 millones de píxeles**.

CADA MAÑANA  
LAS NOTICIAS EN TU EMAIL  
**APÚNTATE**