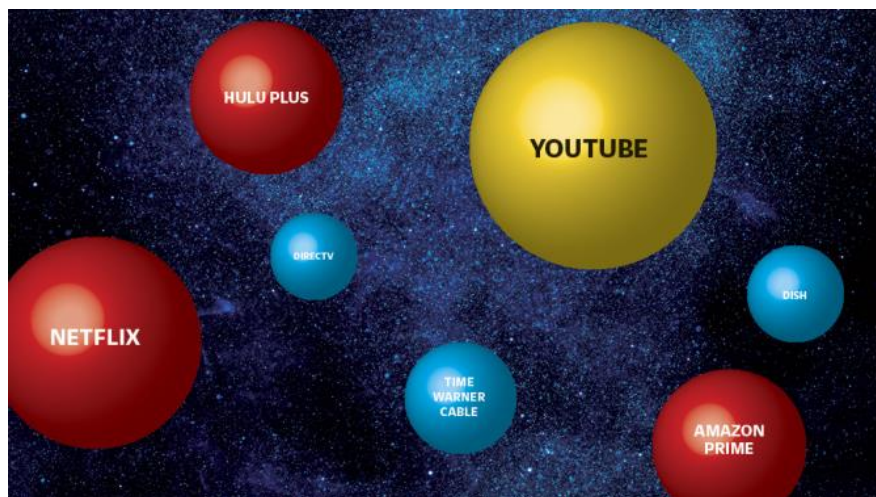


Mapa de l'actual ecosistema vídeo als Estats Units

JOAN M. CORBELLA / MAIG 2015



Aquells que amb més assiduïtat o de manera més llunyana tenen interès per estar informats de tot allò que està passant en el terreny de la innovació audiovisual i volen entendre el sentit de les transformacions evidents que se succeeixen en un procés molt accelerat, necessiten tenir un ull posat sempre sobre el mapa de la comunicació als Estats Units. Però l'observació es fa més i més complicada per la velocitat dels canvis, de les iniciatives, dels moviments empresarials, per la profusió de dades que volen explicar els hàbits de les successives generacions de ciutadans, per la moda de batejar cada fenomen amb un nom nou, etc.

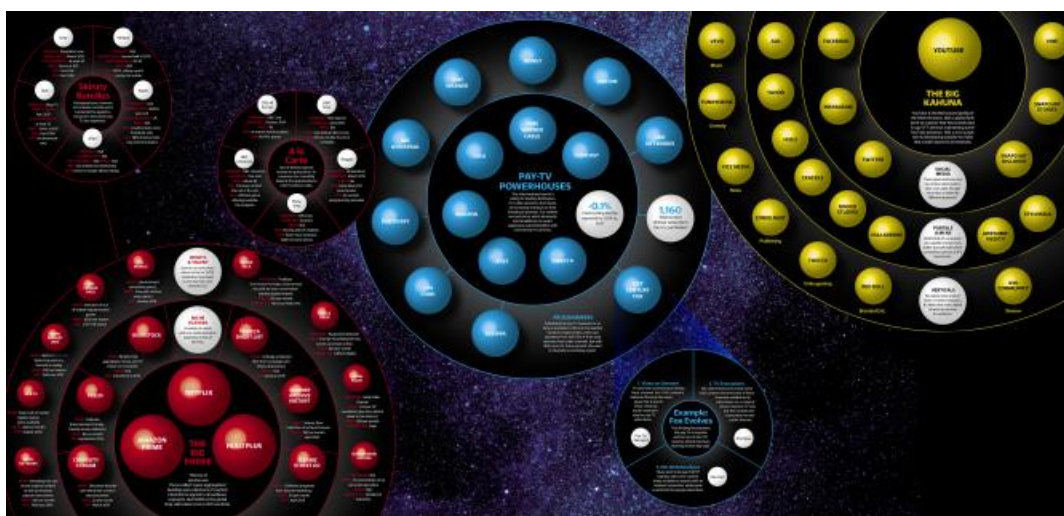
Certament, tot això està passant als Estats Units, i allò que abans eren la indústria del cinema, de la televisió, del cable o la televisió de pagament, va començar a trastocar-se amb l'eclosió just ara fa deu anys de l'invent de YouTube, molt més que amb l'iTunes d'Apple, i a tot això han seguit els de les *multichannels networks*, la *Television Everywhere*, el *cord-cutting*, el *zero television* dels joves, i ara els "ecosistemes" de Facebook i les diverses xarxes socials amb serveis com el darrer Periscope de Whatsapp que amenaça amb fer nosa al negoci de les retransmissions. Sense oblidar-nos del SVOD i finalment dels serveis OTT que ara resulta que tothom fa. Tot això, ara forma part de l'"univers video": mentre que abans el vídeo tots sabíem què era, resulta que avui la televisió, la play-station, una bona part del nostre navegar per internet, tot és "vídeo".

La ruptura dels esquemes tradicionals, però, no és un acudit ni una *boutade* de quatre analistes. És l'explicació de la realitat, amb uns circuits de distribució i d'accés complexos, per múltiples i híbrids, amb uns agents audiovisuals que es mouen amunt i avall de les

tradicionals “cadena de valor”, i fins i tot salten d’una a l’altra i les integren en una veritable malla o xarxa de jugadors, activitats, productes i serveis.

Davant d’aquest panorama, és altament recomanable accedir a un treball molt interessant publicat per la web de la veterana revista *Variety*, als Estats Units, que porta un títol prou eloqüent: “ **The OTT View-niverse: A Map of the New Video Ecosystem**”. El seu autor, el coeditor de la publicació Andrew Wallenstein, ha intentat posar en un mapa, molt atractiu a la vista, el nom de tots els qui avui participen d’aquest ecosistema, l’OTT view-niverse, que com l’univers de tota la vida també està en expansió, i ara per ara és impossible saber ni els límits ni la velocitat d’aquesta expansió.

L’autor agrupa els cossos d’aquest univers a partir d’una tipologia que a l’actualitat ja és força compartida entre els analistes (SVOD, TVOD, a la carta, televisió de pagament) però amb elements de collita pròpia, i ofereix visualment l’estructura de relacions i el llistat dels qui en formen part. Això sí, d’aquí a quatre dies caldrà actualitzar-lo. Mentrestant, es tracta d’un document altament recomanable de mirar i estudiar (de llegir poc, que té poca lletra) per a tots els qui vulguin entendre una mica més què està passant als Estats Units. I veurà que molt dels noms li sonen, perquè ja estan aquí o aviat vindran.



Referència:

[The OTT View-niverse: A Map of the New Video Ecosystem](#)

Andrew Wallenstein