

Fernando Navarro  
fnavarro@trivision.es  
Director de proyectos  
Trivision



## La Webtv, su propia televisión en internet

**T**odos conocemos qué es una web. Con toda probabilidad, usted o su empresa ya tenga una, como la tiene Iñaki, el fontanero de la calle Visitación de Valencia, a través de [www.losfontaneros.com](http://www.losfontaneros.com). Pero ¿qué es una Webtv? Iñaki aún no la tiene. Si bien espero que, cuando lea este artículo, como emprendedor que es, le sirva para plantearse cómo podría mejorar sus expectativas de negocio. Empezaremos dejando claro nuestra voluntad de ofrecer una información útil y didáctica en una serie de artículos que aquí comienzan. Una Webtv es una página de internet que basa la mayor parte de su contenido en información audiovisual, ya sea a través de vídeos o a través de la emisión de directos. Dicho de otro modo, una televisión, la suya, que ofrece sus contenidos mediante red

**Con una Webtv, sus clientes están en su web, no en la de un contenedor impersonal como es Youtube, se afirma en el artículo**

La Webtv es una evolución del actual concepto de web, que une lo mejor de dos mundos: la televisión e internet, a través de lo que podríamos definir como un nuevo canal de comunicación, con una gran ventaja diferencial: este medio de comunicación está a su alcance y al servicio de sus objetivos de comunicación. Muchas empresas ya han visto claramente la posibilidad de dar un espectacular paso cualitativo a la hora de posicionar su marca o producto y con la potencia de todos los atributos que trae consigo la comunicación audiovisual. El sueño de cualquier responsable de comunicación.

Un primer ejemplo básico de Webtv podría ser ni más ni menos que Youtube. Ciertamente que, a pesar de la juventud del concepto, recordemos que Youtube fue creada en 2005, hace escasamente cinco años, su evolución como todo lo que sucede en internet ha sido muy rápida. Crecimiento rápido y

potente. En mayo de 2007, un padre orgulloso de sus hijos los grabó cuando el pequeño mordía el dedo del mayor y colgó un vídeo que, a día de hoy (enero 2010), se ha reproducido 149.418.108 veces.

Pero una Webtv es mucho más que Youtube. De este modo, al concepto de página de internet que basa la mayor parte de su contenido en información audiovisual que hemos utilizado, habría que añadir otros atributos que lo enriquecen. La principal diferencia consiste en la experiencia corporativa. Con una Webtv sus clientes están en su web, no en la de un contenedor impersonal como es Youtube. Paralelamente, una Webtv con toda su potencialidad desarrollada contempla la emisión en parrilla, como una televisión al uso, donde los vídeos se suceden bajo una programación o la emisión bajo demanda, donde el internauta elige el vídeo que ve, cuando y donde quiere; la emisión de directos; la tematización por canales; la interacción con el receptor a través de la capacidad de votar, valorar y comentar los vídeos; y sobre todo la oportunidad de dirigir esta información hacia los intereses comunicacionales de la organización que gestiona la Webtv, ya sean corporativos o comerciales.

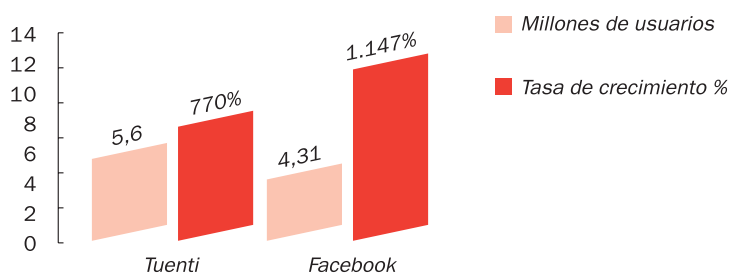
Como dicen los gurús de la comunicación, estamos ante el reflejo de una nueva forma de consumo televisivo donde el *primetime* se está convirtiendo en el *mytime*, la televisión a medida, en la que el usuario se convierte en programador y decide qué contenidos quiere ver y, por lo tanto, con toda la atención centrada en lo que ve. Si sabe actuar con un poco de inteligencia y creatividad a la hora de diseñar y promocionar su contenido, el vídeo elegido por el internauta para ser visualizado puede ser el que lleve el mensaje de su empresa o producto.

### SU ACTUAL WEB PUEDE HABLAR, MOVERSE Y VENDER MEJOR

Si hoy en día la presencia en internet es indiscutible, para algunas empresas el refuerzo de esta representación mediante la utilización de vídeos, a través de una Webtv, es el complemento que han encontrado para mostrar, de una manera rica y atractiva, los mejores aspectos de su empresa o productos. Una descripción de las novedades de las últimas referencias de su catálogo es interesante, pero un vídeo donde se vea cómo trabaja ese artículo, se escuche la opinión de un técnico y un usuario satisfecho comente su parecer es una manera más práctica y, por lo tanto, más vendedora.

Ayuntamientos ([www.sagunto.tv](http://www.sagunto.tv)), bancos ([BBVA/player26.narrowstep.tv/nsp.aspx?player=bb26\\_pr/](http://BBVA/player26.narrowstep.tv/nsp.aspx?player=bb26_pr/)), clubs de fútbol como el Manchester United ([mu.tv.manutd.com/](http://mu.tv.manutd.com/)), instituciones ([www.cruzroja](http://www.cruzroja)).

## CRECIMIENTO DE REDES SOCIALES EN ESPAÑA 2007-2008



FUENTE: AGENCIA UNIVERSAL McCANN

tv), museos como la Ciudad de las Artes y las Ciencias ([tv.cac.es](http://tv.cac.es)), interioristas ([www.dsignmagazine.tv](http://www.dsignmagazine.tv)), operadores de telefonía ([www.terra.tv](http://www.terra.tv)), medios de comunicación ([www.abctv.es](http://www.abctv.es)), organizaciones médicas ([www.seom.tv](http://www.seom.tv)), gestores de turismo ([www.esmadrid.com](http://www.esmadrid.com)), universidades ([www.multistream.tv/adeit](http://www.multistream.tv/adeit)) y, por supuesto, la propia industria del audiovisual: festivales ([www.notodofilmfest.com](http://www.notodofilmfest.com)), cultura ([www.balzac.tv](http://www.balzac.tv)), animación ([www.calicoelectronico.com](http://www.calicoelectronico.com)), humor ([www.nikodemo.tv](http://www.nikodemo.tv))... En próximos artículos, profundizaremos en algunas de ellas para conocerlas mejor y señalar sus atributos más destacados. Tal vez descubra en alguna de estas webs el ejemplo en el que su empresa se vea reflejada.

### AUDIOVISUAL Y REDES SOCIALES

El visionado de vídeos en internet alcanza el 86% de los usuarios, convirtiéndose en el contenido con más éxito. El crecimiento del consumo de vídeos en España es impresionante. En 2006, el 28% de los usuarios de internet veía vídeos; en 2007, casi el 70%; y los últimos datos elevan esta cifra hasta el 86%, lo que implica un aumento de más de 15 puntos. Además, uno de los rasgos más relevantes en este apartado es la alta frecuencia. En el caso concreto de España, la mitad de los usuarios ven vídeos semanalmente. Se trata pues de un mercado en franco crecimiento y que cuenta con 9,5 millones de usuarios.

El segundo de los pilares de crecimiento del actual mercado de internet y que avala el éxito de las Webtv's son las redes sociales. Estas en España alcanzan ya al 73,7% de los internautas mayores de quince años, lo que representa algo más de trece millones de usuarios. España es el país de Europa con más porcentaje de usuarios de redes sociales. En España, en primer lugar, aparece Tuenti y, tras él, Facebook, la más popular del mundo, con más de ciento setenta y cinco millones en todo el planeta. Las tasas de crecimiento del uso de estas herramientas son muy indicativas. Así, en 2008 Facebook creció en nuestro país un 1.147% respecto de diciembre de 2007, mientras que Tuenti lo hizo un 770%.

El concierto de arranque de gira que dio U2 el 25 de octubre de 2009 en Pasadena fue seguido

**"El primetime se está convirtiendo en mytime, la televisión a medida, donde el usuario se convierte en programador y decide qué contenidos quiere ver y, por tanto, con toda la atención centrada en lo que ve"**

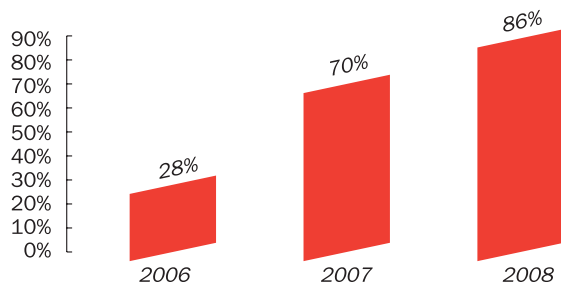
por cien mil fans en vivo... y más de siete millones de seguidores en todo el mundo a través de internet gratuitamente. Se enteraron a través de una red social y lo vieron gracias a una emisión de vídeo en directo. Esto es lo que una Webtv puede ofrecer a su empresa.

### EL VÍDEO MATÓ A LA ESTRELLA DE LA RADIO

Así se llamaba el primer disco que compré en mi vida a principios de los ochenta. No entendía muy bien el significado de este enigmático título, pero gracias a la expansión del vídeo en la actual sociedad de la información, empiezo a ver su profundo sentido. La expansión del vídeo como instrumento de la comunicación de la empresa corre paralelo al desarrollo tecnológico y social.

Me gustaría concluir este análisis sobre la evolución del universo de internet y su íntima relación con el mundo del audiovisual con la definición utilizada al principio de este artículo. La Webtv aún lo mejor de dos mundos: la televisión, con la fuerza del audiovisual, e internet, con todas sus potencialidades; y lo pone al servicio de los objetivos de comunicación de su empresa a través de un nuevo medio de comunicación a su alcance. Su propio canal de televisión. **E 3**

### CRECIMIENTO EN CONSUMO DE VÍDEOS ONLINE EN ESPAÑA



FUENTE: COMSORE WORLD METRIX