

CONSUMO

ECOLOGÍA



ANTONIO ESPEJO

El Blu-ray tarda en imponerse

Dos años después de ganar la guerra de formatos, despegue lentamente ● Llevan esta tecnología el 9% de los reproductores vendidos en Europa ● El vídeo 'online' abre la lucha entre distribución física y digital

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Ni con *Avatar*. Los muñecos azules de James Cameron han pulverizado los récords de ventas de discos Blu-ray en EE UU (2,7 millones de unidades en cuatro días), pero es la gota en el océano. Pese a ganar en 2008 la reñida batalla de estándares con HD DVD, Blu-ray, el invento impulsado, entre otros, por Sony, Wal-Mart y Warner Bros, no convence todavía a la mayoría de los consumidores. De los 115 millones de

reproductores vendidos en el mundo en 2009, según GfK, solo un 12% fueron Blu-ray. Los tradicionales grabadores y reproductores de DVD, mucho más baratos, siguen triunfando. En EE UU la penetración de Blu-ray llega al 12%, pero en Europa, según la consultora Screen Digest, no supera el 9%, incluidas las consolas PS3, compatibles.

“El mercado de Blu-ray en España es insignificante”, asegura Ignacio López, director de la unidad de electrónica de

consumo de GfK. En 2009 las ventas aumentaron casi un 200%, pero respecto a un volumen diminuto de 15.800 reproductores. “El parque acumulado de equipos en nuestro país es de 1,5 millones, aunque un 78% son consolas PS3”. Frente a estos 1,5 millones, existen 13 millones de reproductores DVD en pleno uso.

La crisis, los precios más elevados de discos y equipos, y los nuevos servicios de compra y alquiler *online* de películas están lastrando la alta definición. Las

grandes productoras y distribuidoras acusan a la piratería.

Richard Cooper, analista de Screen Digest, rebate ese argumento: “La gente que piratea mucha música también compra mucha música. Este comportamiento se está trasladando al mundo del vídeo”. Cooper confía en que la alta definición dé el estirón en los próximos años. “Creemos que un 35% de los reproductores en el hogar serán Blu-ray en el año 2012”.

Pasa a la página 4

Old Bird registra los sonidos nocturnos de los pájaros

R. BOSCO / S. CALDANA

¿Quieren saber qué pájaros sobrevuelan su casa durante la noche sin tener que desvelarse? Pueden quitarse la curiosidad gracias al proyecto Old Bird y su sistema casero de rastreo de los sonidos de las aves tanto autóctonas como migratorias y raras.

Según el ornitólogo estadounidense Bill Evans, que estudia las aves y sus movimientos desde hace más de un cuarto de siglo, uno de los inconvenientes de esta pasión son las horas que se requieren para lograr avistamientos útiles y datos suficientes para tener valor estadístico. Por ello Evans ha lanzado el proyecto Old Bird, un sistema de análisis del comportamiento de las aves nocturnas que, aprovechando las nuevas tecnologías, puede ser utilizado fácil y eficazmente tanto por avezados ornitólogos como por simples aficionados.



Piezas para montar Old Bird.

“Tan solo es necesario un micrófono, un cable y una grabadora. En la página web de la iniciativa —también en idioma español— se describe detalladamente cómo construir de manera artesanal y en menos de dos horas un sistema de escucha por el módico precio de 30 euros”, asegura Bill Evans.

Una vez instalado en el techo o en un balcón de la casa, el sistema de grabación retransmite a través de un cable de audio la señal hacia uno o más dispositivos de grabación. El aparato está pensado para operar durante las horas nocturnas y así poder captar las actividades de los pájaros al atardecer y al amanecer, cuando son más activos y llenan el aire con sus trinos y gorjeos.

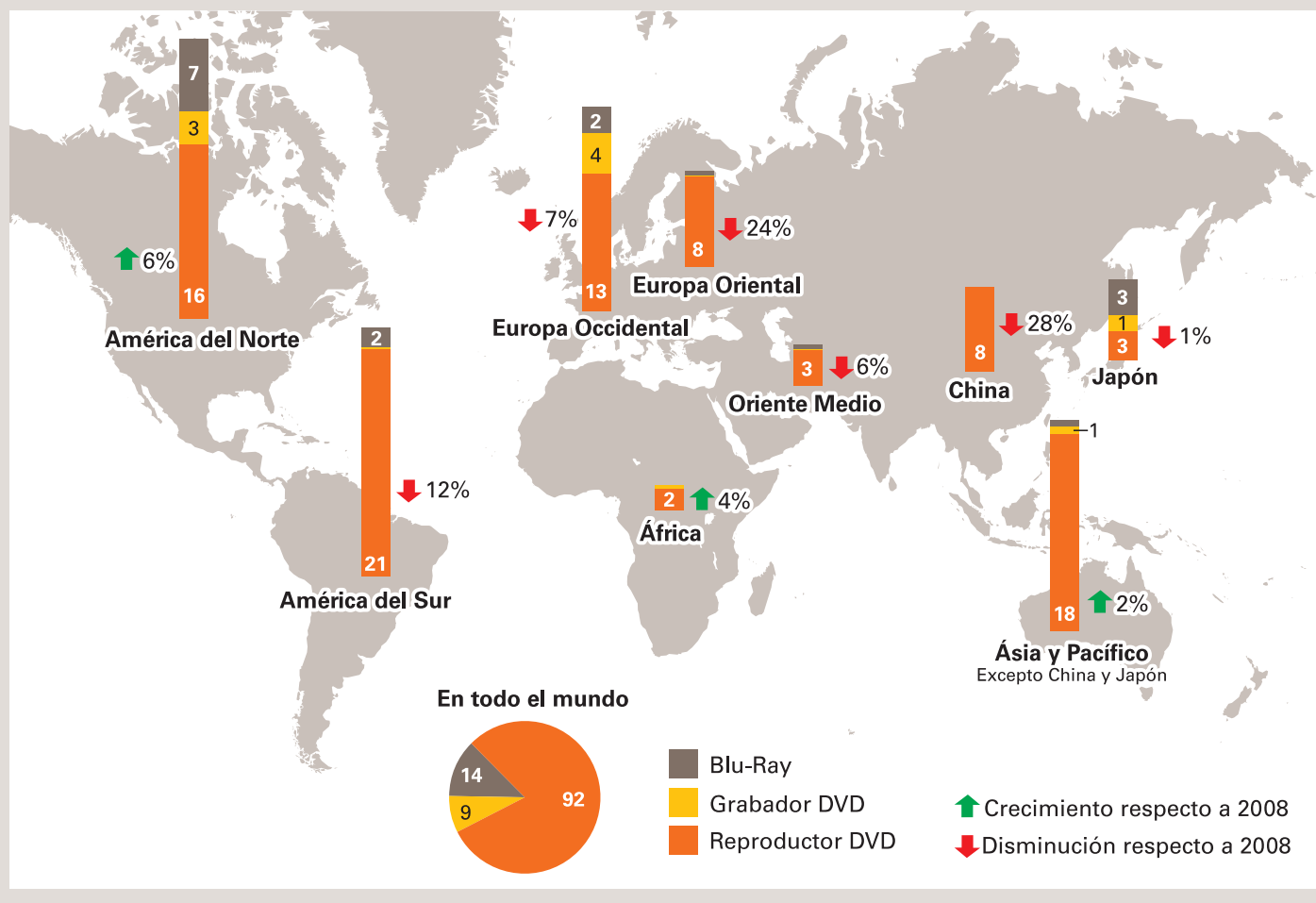
Una vez grabados, los sonidos de cada pájaro se convierten en datos únicos, que conforman un espectro sonoro original e inequívoco. Sin embargo, identificar un espécimen por las características de su canto requiere un fino oído y unos conocimientos avanzados, en un mundo donde cada vez son más excepcionales las personas que saben distinguir un pájaro por los sonidos que emite.

Pasa a la página 6

CONSUMO

Tamaño y evolución del mercado mundial de DVD

Millones de unidades vendidas en 2009 y variación en porcentaje respecto a 2008



Fuente: GfK.

EL PAÍS

La crisis y el auge de contenidos en línea frenan el avance de Blu-ray

Sólo un 4% de los DVD vendidos en España en 2009 fueron de esta tecnología ● Producir un disco en alta definición cuesta un 40% más ● Servicios como PlayStation Network, Filmin.es o la IPTV, las alternativas

Viene de primera página

"No hay forma de ganar esta competición". Así, dolido y cabizbajo, zanjó el presidente de Toshiba una de las guerras tecnológicas más enconadas de los últimos años. Fue en febrero del 2008. En juego estaba convertirse en el nuevo estándar de la alta definición. El formato HD DVD, impulsado por las japonesas Toshiba, NEC y Sanyo, no aguantó el tirón. Ganó Blu-ray, la opción propuesta, entre otros, por Sony, Wal-Mart y Warner Bros.

Tras cinco años de disputas, el camino se presentaba soleado y sin curvas. La realidad, sin embargo, es más bien plomiza. El cóctel de recesión económica, precios altos de discos y equipamiento, y escasez de contenidos ha desembocado en unos niveles de adopción muy por debajo de lo esperado.

España, muy reticente

España es de los países europeos con las cifras más bajas de ventas. Del total de discos DVD vendidos el año pasado, unos 16,8 millones, sólo un 4% fueron Blu-ray, según GfK. En el Reino Unido y Alemania llegan al 9%, pero la media europea se queda en un raquítico 6%. En EE UU, los discos vendidos en alta definición en 2009 no superaron el 11%, según NPD Group.

"El cambio de analógico a digital, de VHS a DVD, fue muy fácil y comprensible para los consumidores. Pero de digital

a alta definición no es tan sencillo. Mucha gente ya está satisfecha con la calidad de audio e imagen que ofrecen los DVD, no quiere pagar más", asegura Taniguchi Atsufumi, responsable de la línea de reproductores Blu-ray de Sony España.

La diferencia de precios es significativa. Un disco Blu-ray de la película *Avatar* o la última de Tarantino no baja de 25 euros, 30 en ediciones especiales. En DVD se pueden comprar a partir de los 12. Para los reproductores también hay que rascarse el bolsillo. El precio medio de un Blu-ray está en 240 euros, pero uno de DVD no supera los 50, calcula

GfK. "Cada año vemos reducciones de precios de entre el 20% y el 30% en equipos y *software*. La caída animará la adopción", dice Atsufumi.

Samsung, LG y Panasonic compiten duramente con Sony en la venta de reproductores. "Todavía no hay masa crítica, se está creando. Pero estamos convencidos de que el 3D empujará al Blu-ray", explica Marcos García, director de electrónica de consumo de Samsung España.

"El problema está en el precio del contenido. Si vale el doble que un DVD normal, el consumidor no lo comprará. Aquí las *majors* [grandes estudios

de producción de cine] tienen que cambiar su estrategia, y creo que ahora ya están dispuestas".

Hasta que eso ocurra, la industria de contenidos se encuentra en un brete. Las ventas de DVD se desploman, pero el aumento de las de Blu-ray no compensa la caída. El año pasado, se vendieron un 12% menos de DVD en España y un 121% más de Blu-ray.

Escasez de contenidos

Sin embargo, la gran diferencia en volúmenes (16 millones de unidades DVD frente a 680.000 de Blu-ray) no remedia el problema de rentabilidad. A ello hay que añadir la escasez de contenido en alta definición: sólo 1.050 títulos en alta definición el año pasado, frente a 31.220 en DVD.

Ante estos datos, muchos se preguntan si el nuevo formato logrará sustituir al DVD o si se saltará directamente a los modelos de distribución digital. "Es la pregunta del millón. En su día el DVD empezó también muy lento, pero luego tuvo una adopción exponencial. Nadie lo sabe", dice López.

Richard Cooper cree que aún se tardará en pasar de discos físicos a contenidos digitales. "Si pagas por una película en iTunes, no la podrás ver en una consola Xbox. Necesitas, además, una conexión de banda ancha muy buena. Todavía es un sector emergente y de nicho".

BLU-RAY: www.blu-ray.com

"Pues me quedo como estoy"

"¿Esto del Blu-ray sustituirá al DVD?". "No, no, qué va". "¡Ah!, entonces me quedo como estoy". Así se van muchos clientes, uno tras otro, felices por no tener que desembolsar 200 euros por un reproductor Blu-ray o 25 por la última novedad. "No falla, es lo que siempre preguntan", asegura la responsable de la sección de electrónica de un gran almacén.

En ningún sitio se percibe mejor la batalla entre Blu-ray y DVD que en la tienda. A un lado, estanterías luminosas y pantallas de 42 pulgadas escupen estrenos de ciencia ficción para demostrar la experiencia de la alta definición. Al otro, miles de DVD amontonados sin *glamour*.

"Vendemos unos 45.000 DVD al mes y sólo 6.000 Blu-ray. Las ventas de DVD cayeron el año pasado un 7%, pero las de Blu-ray sólo aumentaron un 3%", reconocen en otra cadena de electrónica. "Los reproductores DVD ya vienen con conexión HDMI para alta definición. Mucha gente lo prefiere. Vendemos unos 250 al mes, frente a 35 Blu-ray".

La lucha entre la alta definición y el estándar no lo explica todo. "Nos afecta mucho la piratería", susurra una responsable de la sección de vídeo. "Antes las novedades tardaban seis u ocho meses, ahora al cabo de cuatro meses están; pero ¿quién no se baja películas de Internet?".

La esperanza de la industria es la distribución digital por 'streaming'

M. A.-M

Sony y otras empresas apuestan fuertemente por la distribución digital. La PS3, que en España supone el 78% de equipos Blu-ray en uso, permite desde noviembre comprar y alquilar películas, incluso en alta definición, a través de PlayStation Network (PSN). El 62% de los dueños de una PS3 en España están registrados en PSN y, de esos, el 14% se ha descargado películas. El servicio supera los 314 millones de descargas en Europa.

"Blu-ray se convertirá en estándar a la larga. Pero hace falta que toda la industria invierta en ello. Lo malo es que ahora el cine no está tan de moda como los juegos y la televisión. Sólo hay que ver a Spielberg, prefiere producir una serie (*The Pacific*) a una película", apunta James Armstrong, consejero delegado de Sony Computer España. "Por eso, apostamos por las consolas; son una forma perfecta para jugar, descargar películas, series o ver un partido de fútbol".

Mercado en España

	2008	2009
Venta de películas		
DVD	18.440.000	16.178.000
Blu-ray	309.000	682.000
Número de títulos		
DVD	29.580	31.220
Blu-ray	567	1.050
Precio medio del reproductor		
DVD	50	48
Blu-ray	375	240

Fuente: GfK.

EL PAÍS

La oferta de *streaming* de contenidos se va completando poco a poco. Xbox 360 ofrece un servicio similar al de PlayStation Network. Samsung estrenará en verano en Europa un catálogo de vídeo bajo demanda para sus reproductores. Telefónica, Ono y Orange ya lo ofrecen en su IPTV. Y Pixbox, Filmotech y BluesensTV permiten alquilar y comprar películas a través de la Red. Son las opciones locales a una tendencia que cala en EE UU con Amazon, iTunes, Netflix y prueba YouTube.

"Blu-ray subirá tímidamente, no sustituirá al DVD. Sacar un título en alta definición nos cuesta entre el 35% y el 40% más que en DVD. Es una alternativa más, pero también lo será el vídeo bajo demanda", dice José Antonio de Luna, director de negocio de Filmin.es. En este portal, impulsado por productoras independientes como Cameo, Alta Films y El Deseo, cualquiera puede alquilar una película y verla en *streaming* en su ordenador o televisión conectada a Internet con una calidad de imagen similar a la de un DVD. Precio: desde 1,95 euros por título.

Seis meses después del lanzamiento, cuentan con 5.000 personas registradas y una media de 240 descargas por película. "Son opciones complementarias. El vídeo bajo demanda ganará terreno en alquiler, pero quien quiera quedarse una película seguirá comprando los discos. Ahí ganará Blu-ray".