

# PLATEAU

anàlisi d'una PLATAFORMA  
DE DISTRIBUCIÓ DE VÍDEO ONLINE

# La plataforma escollida és Prime vídeo, de la companyia Amazon.



Amazon Prime vídeo (o Prime video) és una plataforma que ofereix pel·lícules i sèries online, en streaming, pagant una quota fixa mensual o anual. Fou creada per la companyia Amazon, portal de comerç online.

Amazon Prime vídeo va néixer a Estats Units l'any 2006 amb el nom Amazon Unbox. Amb el pas dels anys ha anat canviant de nom, i creixent a nivell comercial, i creant produccions pròpies (sèries exclusives). L'any 2016 s'expandeix a tot el món (excepte Xina continental, Cuba, Iran, Corea del Nord i Síria).

Actualment Amazon Prime vídeo ofereix sèries pròpies i externes, pel·lícules, canals de televisió i drets de retransmissió de partits de lligues esportives professionals.

## 1. EL REPRODUCTOR



Els botons Play i Pause s'alternen, i són sensibles a tota la pantalla sencera.

A la part inferior hi ha la barra de desplaçament i els indicadors dels minuts i segons totals de la durada del vídeo, i els minuts i segons per on es troba la visualització. També s'hi indica la qualitat del vídeo (HD). Per avançar i retrocedir (fer scrubbing)

podem situar el cursor en un punt de la barra i apareixerà el minut i el fotograma corresponent.

També es pot avançar o retrocedir amb un clic, 10 segons endavant o endarrere, amb uns botons situats a esquerre i dreta de la part central. Una funció interessant quan la durada del ví-

deo és llarga i es fa difícil fer desplaçaments curts movent la posició de la barra.

A la part superior dreta hi trobem la resta de funcions típiques d'un reproductor:

- 1er.- Àudio i subtítols:
- 2on.- Opcions de qualitat:
- 3er.- Volum.
- 4rt.- Pantalla complerta.
- 5è.- Tancar el reproductor.

A la part superior esquerra hi ha l'opció X-Ray: permet veure el repertori dels actors (amb fitxes de cadascú), saltar a diferents escenes, o veure informació de les músiques.

Quan s'inicia la reproducció (si es tracta d'una sèrie), el reproductor mostra un botó que permet saltar-se el resum de l'anterior episodi. Un altre botó apareix per saltar-se la introducció (crèdits d'inici), i l'opció d'anar a l'episodi següent també hi és present.

En resum, tal com es comenta al Mòdul III, 1.1 Reproducció, la valoració dels tres aspectes que han d'estar equilibrats en un reproductor és la següent: La funcionalitat és còmoda, correcta i ben ordenada. No hi falta cap de les funcions principals, és més,

en te d'extres que fan augmentar la valoració positiva. A nivell tècnic no es troben problemes en la reproducció. No hi ha talls ni errors visuals o d'àudio. Tampoc hi ha llargs temps d'espera en l'inici de la reproducció. I l'aspecte visual resulta

molt elegant i agradable, complint amb l'ergonomia i la usabilitat. Per tant, valorant aquests tres aspectes principals, el player compleix sobradament les expectatives d'un reproductor modern i professional.

## 2. Plataformes



- Ordinadors de sobretaula i portàtils (PC i Macintosh)
- Tablets “Fire”
- Kindle Fire, 2a generació
- Fire TV Stick Basic Edition
- iPad, iPhone y iPod Touch, amb l'aplicació de Prime Video

- Smartphones i tablets amb SO Android, amb l'aplicació de Prime Video
- PlayStation PS3 i PS4
- Xbox One
- TV Samsung, Sony i LG:
- TV Philips

- TV Panasonic, fabricats a partir del 2015
- Reproductor multimèdia Apple TV
- Reproductors multimèdia Nvidia Shield
- Reproductors multimèdia Roku (no tots els models)

## 3. serveis associats

Prime Vídeo organitza les pel·lícules segons el gènere (drama, comèdia, policíaca, terror, documental, romàntica, etc.). A més però, et crea un gènere personalitzat “les recomanades” basat en l’historial que has anat creant. Sobre les sèries, pots marcar-les amb “seguiment”, perquè Prime Vídeo t’avisi si hi ha nous capítols disponibles.

No hi ha possibilitat de deixar comentaris o comunicar-se amb altres usuaris. L’únic moment en que apareixen és en els textos dels detalls, on es mostren més pel·lícules o sèries que “altres clients també han vist”. En tot moment hi ha visible l’opció de “cercar” un a paraula o frase. He realitzat probes, i busca la paraula en títols i en els textos de les

descripcions, sinopsis, etc... Durant la reproducció hi ha present l’opció X-Ray (de l’anglès radiografia), que permet visualitzar la descripció dels actors/actrius que hi ha en escena en cada moment.

## 4. Transmissió

Per descobrir quina tecnologia utilitza Prime Vídeo a l'hora de reproduir els seus vídeos en streaming, he fer cerques amb les paraules “prime vídeo” i: tecnologia, usa, transmision video streaming, cortes, protocolo de transmision, Protocolo RTSP, broadband, i d'altres que ja no recordo. També he intentat cercar-ho en anglès... però no he aconseguit tro-

bar respostes. Sembla ser que és una informació que la companyia prefereix mantenir en privat, o que no se'n parla a internet. Sobre la transmissió de vídeo streaming, s'utilitza el Protocol RTSP (Real-Time Streaming Protocol), creat per RealNetworks, Netscape Communications i la Columbia University.

És una sèrie de procediments per la comunicació entre dos computadores, que optimitzen el flux de dades. A diferencia del protocol HTTP, que no es fixe en el tipus de fitxers que mou, el protocol RTSP controla les dades que transmet amb les funcions pròpies dels vídeos: play i pause, fast-forward, pause, stop y record.

## 5. Emmagatzematge

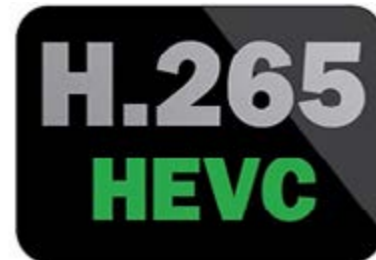
Com que Amazon Prime Vídeo és una plataforma que ofereix sèries i pel·lícules escollides i pujades per ells, no existeixen límits ni restriccions a terceres persones en quan a la grandària, com podria passar si fossin els usuaris els qui pengessin els continguts.

Les sèries duren entre 30 i 90 minuts, i les pel·lícules entre 1:30 hores i 2:30 hores. No he trobat cap film que per ser de llarga durada, l'haguessin dividit en dues parts... Segons la web [www.justwatch.com](http://www.justwatch.com) Prime vídeo te un catàleg de 1.410 títols (1.177 pel·lícules + 233 sèries).

Fent números surten aproximadament 127.000 minuts de vídeo. Si cada minut representen 250 GB -com es comenta al Mòdul III 1.5. Emmagatzematge, de l'assignatura- resulten 31.750.000 GB (uns 31.006 TeraBytes).



## 6. CODIFICACIÓ



Amazon Prime Vídeo va estar utilitzant el còdec H.264 per comprimir els seus vídeos. Més endavant ha estat utilitzant el còdec HEVC (o H.265). Quan va canviar de H.264 a H.265 (per aconseguir reduir el bitrate), va tenir problemes de qualitat i aconseguia reduir el pes dels vídeos, però també disminuïa la qualitat (sobretot en els vídeos de resolució 1080px o menor). Van veure que el cò-

dec HEVC només servia si la resolució era 4K o major... un problema que molt usuaris van notar i criticar. En adonar-se'n, Amazon Prime Vídeo de seguida va rectificar la configuració de compressió per solucionar el problema.

Actualment ha aparegut el còdec AV1 (AOMedia Video 1), de codi obert (royalty-free), promogut per la Alliance for Open Media, for-

mada per Google, Facebook, Amazon, Netflix, Nvidia, Intel, Microsoft, Hulu, i des de fa poc Apple.

És el còdec successor de VP9 (de codi obert, creat per Google) i l'alternativa al HEVC, que cal pagar royalties per utilitzar-lo.

Amazon Prime Vídeo està dins del grup d'empreses que treballen per utilitzar aquest nou format de compressió.

## 7. ESTADÍSTIQUES



És difícil fer recompte dels usuaris de Prime Vídeo, ja que aquest és un servei afegit al portal de Amazon de venda online... que te una subscripció de pagament, Amazon Prime, i aquesta inclou diferents serveis extres: Prime Vídeo, Prime Music, Prime Reading, Twitch Prime o Prime Photos...

Mirant en global, Amazon te més de 100 milions de persones registrades i s'ha convertit en la segona empresa més valuosa als Estats Units.

El servei Prime també està per sobre del 100 milions d'usuaris a tot el món. Aquest tipus de plataformes -serveis de vídeo sota demanda- saben exactament què veuen els seus usuaris, però només ho saben ells i no ho fan públic. Existeixen algunes aplicacions mòbils, com per exemple TVtime, per “addictes” a les sèries, amb possibilitat de crear calendaris personalitzats per saber quan s'estrenaran nous capítols de les

teves sèries preferides, comunitats d'usuaris que comparteixen opinions, etc... Gràcies a això, la indústria audiovisual te estadístiques per saber cap a on es mou el mercat, en quin tipus de producte cal invertir i fins hi tot, quins actors contractar. Tot i que les dades són introduïdes pels propis usuaris (i no es pot verificar), es pot saber què s'està veient, qui ho està veient, i en quin format i dispositiu es visualitza.

## 1. EL MODEL DE NEGOCI



El model de negoci que utilitza Prime Vídeo seria el de “pagar per veure”, però no directament, cal fer una puntualització:

El portal de comerç online Amazon és gratuït, només es paga el producte que es compra. No es paga per poder utilitzar la plataforma. A l'usuari però, se li ofereix l'opció Premium (amb funcionalitats extremes) que haurà de pagar amb una quota

mensual de 4,99€ o anual de 36€. Aquesta opció s'anomena Amazon Prime i te diferents avantatges, com ara l'enviament gratuït i en menys de 24 hores, en més de 2 milions de productes.

A part de les avantatges com a comprador online, te altres serveis afegits com ara:

- Prime photos: espai il·limitat al núvol per penjat fo-

tografies.

- Kindle Prime: centenars de ebooks per llegir.
- Prime Music: dos milions de cançons per escoltar.
- Twitch.tv (servei de videojocs en streaming) sense publicitat.
- i Prime Vídeo: Streaming d'un gran nombre de sèries i pel·lícules, algunes exclusives de Amazon Originals.

## 2. La PUBLICITAT



Al tractar-se d'una PDC de pagament per quota, no hi ha publicitat forçada, amb anuncis que podrien —o no— ser del nostre interès.

Malgrat això, si que es presenta un tall de publicitat en format lineal pre-roll de 10 a 20 segons, abans d'iniciar-se automàticament la pel·lícula. Aquesta publicitat és únicament de produccions exclusives de Amazon Original, així que Amazon posa anuncis de

les seves pròpies sèries i pel·lícules (i no anuncis d'empreses externes, per obtenir ingressos directes d'aquestes).

Aquesta publicitat es pot saltar directament fent doble clic al botó que ho especifica (Saltar >), i no cal esperar ni un segon. En el cas de que t'interessi la sèrie anunciada, hi ha un botó per guardar-la a la teva "llista de seguiment", però en cap

cas s'abandona la pel·lícula que anaves a veure fent un click-through.

Abans de visualitzar la pel·lícula Fantasma negro, s'anuncia una sèrie Original d'Amazon, en aquest cas, All or Nothing: Manchester City. Cal dir que aquestes publicitats pre-roll no apareixen sempre, però he aconseguit esbrinar quin patró segueixen.

# 3. FORMATS I ESTRATÈGIES DE VÍDEO MÀRQUETING

Els nous formats en vídeo màrqueting són una estratègia a l'alça ja que la publicitat agressiva ja no funciona avui en dia i el vídeo màrqueting és precisament el contrari.

Uns exemples:

- **Branded Content:**  
Tracta de fidelitzar els clients, crear una empatia i afició fent que els clients s'identifiquin amb la marca (i no intentar que comprin un producte concret). Consisteix en crear continguts (sovint en format vídeo) que connectin la marca amb el consumidor.

- **Storytelling:**  
És un format molt usat i obté bons resultats. Tracta d'explicar una història amb alt contingut emocional, on l'espectador s'hi pugui sentir identificat.

- **Transmèdia:**  
A través de diferents formats (website, sèrie de TV, videojoc, llibre, etc.) s'expliquen diferents parts d'una mateixa història (no es tracta de repetir la mateixa història en diferents formats).

Estratègies de vídeo màrqueting:

- Vídeos streaming a les xarxes socials (Periscope per Twitter, Facebook Live, YouTube Live, Instagram, etc.)
- Webinars, conferències en directe (Gotowebinar, Easywebinar, etc.)
- Vídeos de testimonis, clients satisfets que expliquen la seva experiència positiva amb el producte.
- Vídeos interactius, amb la possibilitat d'interaccionar amb altres formats.
- Vídeo-tutorials, són material molt valorat pels consumidors.