



Masterhacks - La empresa Facebook firmó acuerdos con creadores de contenido noticioso y de entretenimiento como Voz Media, BuzzFeed, ATTN y Group Nine Media, para suministrar programas de formato corto que cargará a la red y sobre los que venderá publicidad.

Facebook reportó a Reuters que sus usuarios activos ven alrededor de 100 millones de horas de video en su red, y está planeando dos niveles de entretenimiento de video: programas con guión con episodios de entre 20 y 30 minutos, de los que será propietario, y programas más cortos con o sin guión que durarán entre 5 y 10 minutos, que serán propiedad de los creadores.

Con esta novedad Facebook estaría compitiendo con plataformas como YouTube, Snapchat y quizás Netflix y Amazon, aunque estos últimos no tienen publicidad.

Sin embargo, el servicio de videos en Facebook se ha opacado por la frecuencia de actos violentos y contenido extremista que ocurre en el servicio en vivo.

Según los acuerdos, los videos serían pregrabados y Facebook estaría pagando hasta 250 mil dólares por los programas de formato largo, los que quedarían bajo su propiedad, y entre 10 mil y 35 mil dólares por los programas que quedarán en manos de sus creadores. Los productores de estos últimos recibirían 55% de la publicidad vendida.

Facebook también ha probado con videos de deportes en vivo, recientemente firmó un acuerdo con la liga de Béisbol para mostrar 20 partidos en vivo esta temporada.