

YouTube faz aquisição para tentar ir além dos vídeos caseiros

Empresa fechou a compra da Next New Networks, especializada na produção de vídeos para a internet

Claire Cain Miller
THE NEW YORK TIMES

O YouTube, site de vídeos do Google, fechou a compra da Next New Networks, empresa de produção de vídeos para a internet, numa tentativa de ir além dos vídeos domésticos e oferecer conteúdo produzido profissionalmente.

A aquisição da Next New Networks, que produz programas originais e ajuda os criadores de vídeos a distribuir seus filmes lucrando financeiramente, é o maior salto já dado pelo YouTube para criar seus próprios programas. “Queremos traçar

uma linha que seja a mais clara possível para criar a plataforma no YouTube e então permitir que a produção de conteúdo com nossos parceiros ocorra”, disse Tom Pickett, diretor de operações globais de conteúdo no YouTube. O Google pagará menos de US\$50 milhões pela empresa, segundo duas fontes que falaram sobre o acordo.

Melhorar a programação original é crucial para o YouTube, que enfrenta forte concorrência de outros serviços de vídeo para internet, como o Hulu, iTunes e Netflix. Por outro lado, o Google, que vem tentando popularizar seu serviço de TV, precisa de mais vídeos que as pessoas assistam durante horas a cada vez.

“No momento, há muita coisa no YouTube que envolve simples experiências com vídeo”, disse Tom Pickett. “Estamos pensando em séries de vídeos e programas. É nesse sentido que estamos caminhando e achamos que essa equipe vai nos ajudar a chegar onde queremos.”

Muitos criadores de vídeo no YouTube “estão ganhando di-

DUAS RAZÕES PARA...

O YouTube investir em vídeos próprios

1. O site precisa melhorar sua programação original para concorrer com rivais como Hulu, iTunes e Netflix.

2. O YouTube ainda é visto como um serviço que tem uma relação muito superficial com o espectador.

nheiro e fazendo coisas excelentes, mas como grupo não adicionaram alguma coisa que mude a maneira como as pessoas veem o conteúdo”, disse James L. McQuivey, analista de mídia digital na Forrester Research. “Talvez seja porque não estão agregados de uma maneira coerente, mas

enquanto o YouTube for algo que você faz enquanto fala ao telefone no escritório, não mudará a maneira como o setor percebe sua relação com o espectador”.

A companhia também anunciou na segunda-feira a criação de um programa chamado YouTube Next, que ajudará os produtores de vídeo com os quais o YouTube divide as receitas de publicidade a produzirem conteúdo mais profissional, dando a eles subsídios e treinamento.

Pacotes. A Next New Networks, vista por dois bilhões de pessoas por mês, se compara às redes de cabo, que não são donas de toda a sua programação, mas fazem pacotes e distribuem programas de outros. Ela auxilia os criadores de vídeos com publicidade, distribuição dos seus programas para vários websites e na criação de audiência, incluindo os trabalhos deles na sua grade de programação.

A maior parte dos programas da Next New estão no YouTube, mas há outros também em serviços como iTunes e Vimeo, e isso deve continuar mesmo após o negócio. /

TRADUÇÃO DE TEREZINHA MARTINO

Anúncio